

B E C H T L E

update

2 . 2 0 1 0

F Ü R U N S E R E K U N D E N

BECHTLE IT-LÖSUNGEN

- CLIENT MANAGEMENT
- SERVER & STORAGE
- NETWORKING SOLUTIONS
- VIRTUALISIERUNG
- IT SECURITY
- BUSINESS APPLICATIONS

Treffsicher:
Client Management und
Server & Storage.

Chancenreich:
Zuwachs bei Bechtle
direkt.

Abschlussstark:
Cisco und Bechtle
gemeinsam auf
Erfolgskurs.

Ihr starker IT-Partner.
Heute und morgen.

BECHTLE



„Es kommt nicht darauf an, die Zukunft vorherzusagen, sondern darauf, auf die Zukunft vorbereitet zu sein.“

Perikles, griech. Staatsmann, um 429 v. Chr.

Liebe Leserin, lieber Leser,

sich auf die Zukunft vorzubereiten war noch nie ein sicheres Geschäft. Dies gilt heute mehr denn je. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen machen es Unternehmen nicht leicht, verlässlich zu planen. Die schnellen technologischen Innovationszyklen verstärken die Situation noch. Investieren? Besser gleich oder doch lieber abwarten? Das aktuell vorherrschende Gefühl: Ungewissheit, die sich in Unsicherheit ausdrückt. Die Gefahr: keine Entscheidung, was zu Stillstand führt. Stillstand aber, zumindest das ist gewiss, hat noch niemanden weitgebracht. Im Gegenteil – er bedeutet Rückschritt. Gerade wenn eine langfristige Planung in Form belastbarer Zahlen schwierig ist, braucht man Visionen und eine Strategie, um bei dem unvermeidlichen „Steuern auf Sicht“ nicht die Richtung zu verlieren. Man braucht eine klare Vorstellung, wohin die Reise geht, um nicht nur auf den Silberstreif am Horizont zu setzen. Und man muss sich auf erprobte, zuverlässige Instrumente verlassen können. Das vorausgesetzt gibt es eine Menge, das man tun kann, auch wenn die Aussicht noch etwas getrübt ist und die Perspektive gerade nicht sehr weit reicht. Effizienz steigern zum Beispiel (S. 4 bis 7), mit starken Partnern kooperieren (S. 8 bis 11), Daten schützen (S. 20/21), die Mitarbeiterqualifizierung vorantreiben (S. 22/23). Oder auch mal neue Eindrücke sammeln, es sich gut gehen lassen (S. 28 bis 31).

Entwickeln wir also gemeinsam mutige Perspektiven, blicken nach vorn und gestalten die Zukunft. Gute Ideen dazu können Sie auch in diesem Bechtle update wieder nachlesen.

Eine anregende Lektüre wünscht
Ihr

Thomas Olemotz

Dr. Thomas Olemotz
Vorstandsvorsitzender der Bechtle AG



Nicht verpassen: Aktionärstage 2010.

Wer schon immer mal hinter die Kulissen von Bechtle schauen wollte, hat nun die Gelegenheit dazu – an einem unserer Aktionärstage. Bestehende wie potenzielle Aktionäre sowie Interessierte sind herzlich eingeladen, unsere Unternehmenszentrale in Neckarsulm genau unter die Lupe zu nehmen. Auf dem Programm stehen Führungen, Präsentationen, Filme, Diskussionen sowie Kaffee und Kuchen. Melden Sie sich am besten gleich für einen der folgenden Termine an: **Mittwoch, 25. August, Donnerstag, 16. September oder Dienstag, 12. Oktober 2010**, **Beginn jeweils 14 Uhr**. Weitere Informationen und Anmeldung: julia.hofmann@bechtle.com

SAVE 25.08.10
MITTWOCH
THE 16.09.10
DONNERSTAG
DATE 12.10.10
DIENSTAG

Die Bechtle IT-Lösungen: Client Management und Server & Storage. 4

TITEL & THESSEN



Im Gespräch: Michael Ganser, Cisco, und Michael Guschlbauer, Bechtle. 8

PARTNER & FRIENDS

Geburtstag: Bechtle Gründer Schick feiert seinen 70. 12

FACTS & FIGURES

Die Familie wächst: Bechtle expandiert nach Osteuropa. 14

BECHTLE & BECHTLE

Gutes aus der Region: Regioshoring für mehr Outsourcing im Mittelstand. 18

BECHTLE & BECHTLE

Medienkompetenz macht Schule: Innovatives Bildungsprogramm mit Bechtle-IT. 19

BRANCHEN & PROJEKTE

Sicher ist sicher: Unser Datenschutz- und Sicherheitskonzept. 20

BECHTLE & BECHTLE

Fit in SAP: 4 Bechtle Trainer schulen 800 VR-Leasing-Mitarbeiter. 22

BRANCHEN & PROJEKTE

Dem Kunden verschrieben: Staedtler setzt auf Bechtle als IT-Partner. 24

BRANCHEN & PROJEKTE

Unbewusste Kaufentscheidung: Manipulation durch Neuromarketing? 26

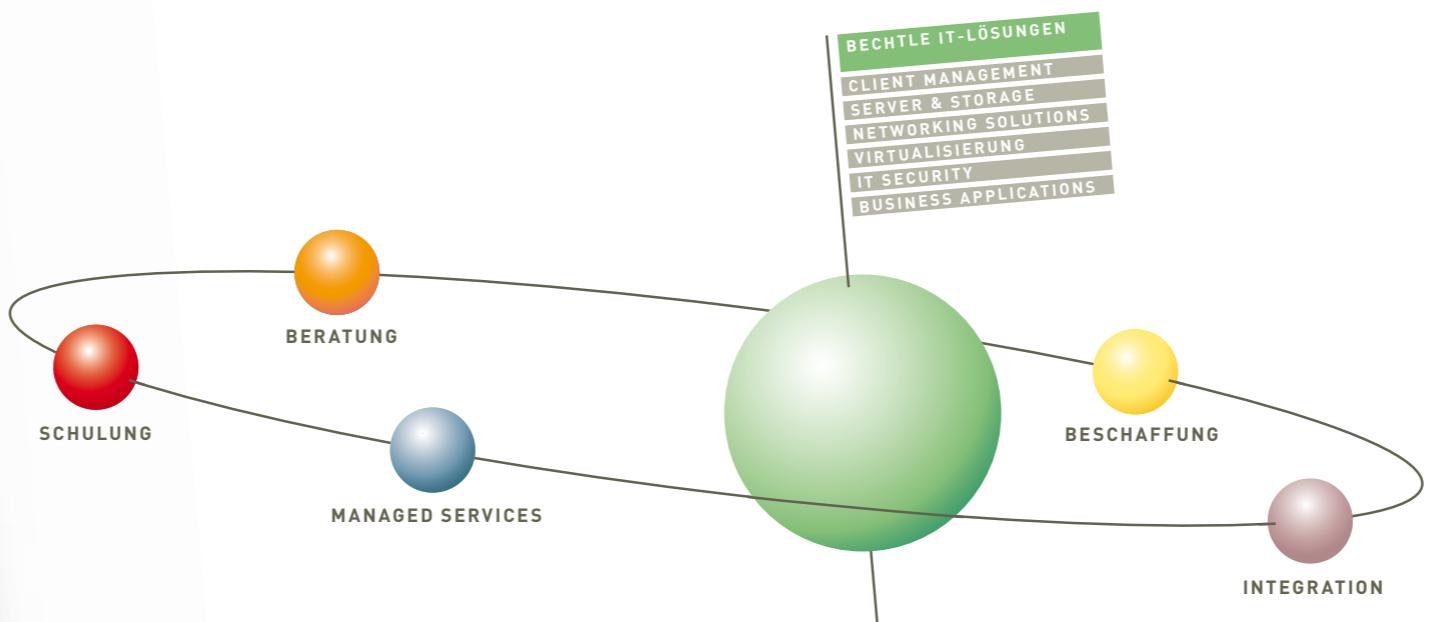
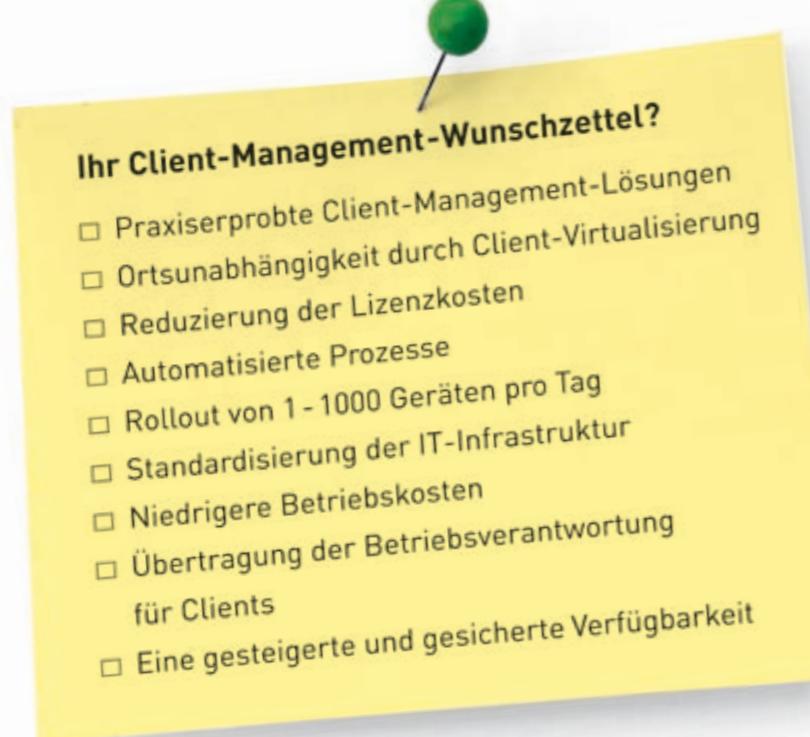
TRENDS & CO.

Traumpaar in Grün: Bechtle und Freiburg. 28

CLEVER & SMART

Nachrichten: Das Neueste rund um Bechtle. 32

FACTS & FIGURES



DIE BECHTLE IT-LÖSUNG: CLIENT MANAGEMENT

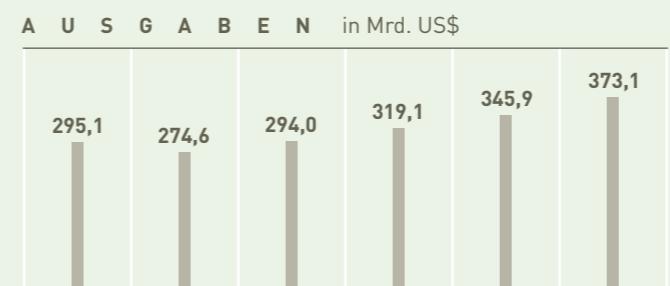
Daran führt kein Weg vorbei! Laut einer Studie des Marktforschungsunternehmens Experton Group schlummern die größten Einsparmöglichkeiten im betrieblichen Desktop-Umfeld. Die Lizenz- und Verwaltungskosten für Arbeitsplatzrechner, Laptops und mobile Endgeräte sind vielen Unternehmen zu hoch. Mit einem systematischen Management von IT-Komponenten lassen sich die Kosten pro Arbeitsplatz entscheidend reduzieren.

Fakt ist: Die Zeiten, in denen IT-Arbeitsplätze einfach angeschafft, genutzt und entsorgt wurden, sind so gut wie vorbei. Eine energieeffiziente und ressourcenschonende IT liegt voll im Trend. Intelligente Konzepte vom Lifecycle PC bis hin zum Virtual Client Management unterstützen Unternehmen bei der Organisation ihrer Clients.

Ist Ihr Unternehmen Windows 7 ready?
Bechtle beschäftigt bundesweit über 60 zertifizierte Windows-7-Spezialisten und Rollout-Manager. Unter betriebswirtschaftlichen Aspekten bietet das Betriebssystem die Chance, den Grad der Standardisierung und Automatisierung zu verbessern. Themen wie Software-Inventarisierung, Lizenz-Assessment, Kompatibilitäts-Check, Deployment-Strategie, Rollout und Schulungen gehören zu den Kernfragen bei der Migration auf Windows 7.

Der weltweite Markt für Client-Systeme.

Laut IDC soll der weltweite Client-Markt dieses Jahr um sieben Prozent auf ein Volumen von rund 294 Milliarden US-Dollar wachsen. Damit wäre wieder annähernd das Niveau von 2008 erreicht. Bereits 2011 könnten die Client-Ausgaben wieder die des Jahres 2008 übertrumpfen. Auch in den folgenden Jahren rechnen die Marktforscher mit einer positiven Entwicklung.



Strategische Herstellerpartner von Bechtle:



Das komplette Programm.

Im Rahmen des Client Lifecycle Management betreut Bechtle über 200.000 IT-Arbeitsplätze. Um Betriebskosten zu senken, kommen industrialisierte Managed-Services-Einheiten wie das Logistik- und Installationszentrum, Remote Services sowie flächendeckende Field Services zum Einsatz.

Client (Lifecycle) Management

- Lifecycle PC: Hardware inklusive Lifecycle-Dienstleistungen
- Managed Client: effizienter SLA-basierter Client-Betrieb
- Virtual Client Management: Betrieb virtueller Clients im Rechenzentrum

Client Deployment & Asset Management

- Integration von Lösungen zur Softwareverteilung und Inventarisierung
- Automatisierte Asset-Management-Lösungen

Mobile Computing

- Design, Planung und Integration mobiler Technologien
- Rollout und Managed BlackBerry Services

Print Solutions

- Analyse, Beratung, Aufzeigen von Einsparpotenzial
- Planung, Rollout und Betrieb einer konsolidierten Druckumgebung
- Full-Service- oder Klick-Preis-Modelle auf Mietbasis oder Leasing

Software-Lizenz-Management

- ROI-Analyse und Beratung zu Lizenzmodellen
- Software Asset Management (Lizenz-Inventur, -Audit und -Optimierung)
- Lizenz-Management (SW-Scan, -Inventory, Gap-Analyse, Lizenz-Pooling)

IT Service Management

- ITIL v3 Beratung/IT-Architektur- & Prozess-Analyse
- Nutzwert-Analyse IT-Service-Management (TVIT)

Plan-Build-Run-Leistungen von Bechtle:

- Webbasierte Beschaffung
- Hardware- & Softwarekonsolidierung
- Bestandsaufnahme, Kostenanalyse
- Prozessautomatisierung
- Automatisierte Rollout-Lösungen
- Hardware Services (Reparatur- & IMAC-Services)
- Betrieb/Outtasking/Outsourcing

DIE BECHTLE IT-LÖSUNG: SERVER & STORAGE

Sie müssen funktionieren, möglichst reibungslos. Ohne sie läuft in Unternehmen nichts. Fallen sie aus, sind in aller Regel die Kernprozesse betroffen. Nichts geht mehr, aus die Maus. Ihre Bedeutung wird jedoch häufig unterschätzt – ihr Einsparpotenzial auch: Server- und Storage-systeme.

Darauf kommt es an! IT-Lösungen dürfen nicht zu kompliziert sein, sagen Anwender. Innovation ist zwar gewünscht, aber Einfachheit, geringer Implementierungsaufwand und überschaubare Kosten im Betrieb sind wichtiger. (Quelle: Computerwoche, Branchenmonitor, Juni 2010)

Fakt ist: Daten sind das Kapital von Unternehmen. Ihr Volumen wächst mit jedem Jahr weiter an – im Schnitt um 50 Prozent. Irgendwann stoßen die vorhandenen, über die Jahre gewachsenen Server- und Storage-systeme an ihre Grenzen. Auch was die Vorgaben des Gesetzgebers an Aufbewahrungspflicht und Revisionssicherheit betrifft oder unter dem Aspekt der Energieeffizienz. Auf dem Weg vom Cost- zum Profitcenter gilt es, Entscheidungen zu treffen.

Ihr Server & Storage-Wunschzettel?

- Höchste Datensicherheit
- Beste Verfügbarkeit der Daten
- Intelligente Archivierungslösungen
- Kurze Backup- und Restore-Zeiten
- Erfüllung der gesetzlichen Aufbewahrungszeiten
- Desastertoleranz
- Effizienzsteigerung der eingesetzten Systeme
- Zuverlässiges Management der Server- und Storage-systeme
- Mehr Energieeffizienz
- Bestes Preis-Leistungs-Verhältnis

Erste Frage: Welche Technologie ist für mein Unternehmen mit meinem individuellen Bedarf die richtige Wahl, weil sie mir langfristig den größten Nutzen bringt?

Zweite Frage: Wie können wir Verfügbarkeiten einhalten und unsere Daten nach ihrer Relevanz speichern?

Dritte Frage: Wie können wir die geschäftskritischen Server- und Storage-systeme entlasten?

Auf der Suche nach Einsparpotenzial? Unsere Lösungen helfen, Energiekosten zu senken. Ein Beispiel: Server heizen. Dagegen hilft die Klimaanlage. Der Blick auf die Stromrechnung lässt dann aber keinen kalt. Bevor Sie dafür einen Satz heiße Ohren bekommen, sollten wir über Energieeffizienz im Rechenzentrum sprechen. Durch entsprechend gestaltete Betriebsanlagen, eine geeignete Infrastruktur für Stromversorgung und Kühlung, aktives Energiemanagement sowie effiziente, skalierbare Server- und Storage-systeme kann Ihre IT zu einer ausgewogenen Ökobilanz beitragen.



siehe S. 4/5

SERVER & STORAGE

mehr dazu im Bechtle update 3.2010

mehr dazu im Bechtle update 4.2010

Das komplette Programm.

Darum kümmern sich zertifizierte Experten an über 60 Systemhausstandorten in Deutschland, Österreich und der Schweiz:

Herstellerunabhängige Beratung

- Workshops und Analyse inklusive Datenanalyse und -klassifizierung mit Compliance Check
- Wirtschaftlichkeitsanalyse (Total-Cost-of-Ownership-Verfahren)
- Berechnung der Kosten-Nutzen-Analyse (Return on Investment)
- Entwicklung von ganzheitlichen IT-Infrastruktur-Konzepten unter Berücksichtigung der existierenden Systeme
- Design hochverfügbarer Server- und Storage-Umgebungen mit modernen Virtualisierungslösungen

Projektierung und Umsetzung

- Beschaffung und Installation der Infrastruktur, der Betriebssysteme sowie der Management-Software und Übergabe in den Betrieb
- Arbeitspaketbezogene Implementierung, wie die Durchführung von Domain-Konfiguration, Einrichtung der Serverdienste und Anbindung der Storage-systeme, Virtualisierung und Anwendungsbereitstellung
- Einführung von Prozessen und Systemen zur Steigerung der Energieeffizienz und anschließender Zertifizierung

Betrieb und Betriebsunterstützung

- Bereitstellung und Betrieb von (virtualisierten) Lösungen im Rahmen von Housing/Hosting
- Kundenindividuelle Wartungs- und Supportkonzepte für Hard- und Software
- Managed Services Outsourcing/Sourcing inklusive Remote Management
- Schulungen und Workshops
- Softwarelizenzberatung

Der weltweite Server-Markt.

Hewlett Packard hat sich im ersten Quartal 2010 an die Spitze des weltweiten Server-Markts gesetzt – gemessen an Stückzahl und Umsatz, so Gartner. Insgesamt stellte das Marktforschungsinstitut ein Wachstum von 23 Prozent bei den Stückzahlen und 6 Prozent bei den Umsätzen fest.

TOP 3 Q1/2010: UMSATZ

Hersteller	Umsatz (in Mrd. US\$)	Marktanteil (in %)
Hewlett Packard	3,390 (+15,9 %)	31,5
IBM	3,052 (-2,1 %)	28,4
Dell	1,674 (+35,5 %)	15,6

TOP 3 Q1/2010: STÜCKZAHLEN

Hersteller	Stückzahlen	Marktanteil (in %)
Hewlett Packard	672.094 (+26,6 %)	31,8
Dell	510.452 (+33,5 %)	24,1
IBM	268.010 (+16,0 %)	12,7

Quelle: Gartner, in Klammern: Vergleich zum Vorjahreszeitraum

Speichersysteme.

TOP 3 WELTWEIT 2009: UMSATZ

Hersteller	Umsatz (in Mrd. US\$)	Marktanteil (in %)
EMC	4,104 (-8,8 %)	25,0
IBM	2,431 (-0,8 %)	14,8
Hewlett Packard	1,718 (+17,5 %)	10,4

Quelle: Gartner, in Klammern: Vergleich zum Vorjahreszeitraum

Strategische Herstellerpartner von Bechtle:





Fragen von **Michael Guschbauer**, Vorstand IT-Systemhaus & Managed Services Bechtle AG, an **Michael Ganser**, Senior Vice President für die Region D-A-CH und Vorsitzender der Geschäftsführung, Cisco Deutschland

„Ich wette auf Deutschland.“

Man hätte es nicht besser arrangieren können. Eigentlich war das Gespräch mit Michael Ganser in der Neckarsulmer Zentrale von Bechtle geplant. Dann kam ein wichtiger Termin im Cisco Headquarter in San Jose dazwischen. Termin verschieben? Nicht nötig. Einfach das machen, was das Geschäft zwischen den beiden Partnern in den kommenden Jahren beflügeln soll: Telepresence. Michael Ganser kommt mit Kaffebecher am frühen Morgen ins Büro – bei Cisco in San Jose. Der Tag liegt vor ihm. Michael Guschbauer hat ihn schon hinter sich. Es ist früher Abend in Stuttgart.

Meeting per Klick. Telepresence-Lösungen sorgen für ein realitätsnahes Videokonferenz-Erlebnis. Sie ermöglichen ein Meeting zwischen Teilnehmern an verschiedenen Standorten. Durch die brillante Full-HD-Video- und Audioqualität entsteht der Eindruck, als säßen alle am gleichen Tisch.

Michael Guschbauer: Herr Ganser, für das dritte Quartal (Januar bis März 2010) konnte Cisco herausragende Geschäftszahlen vorlegen. Wie lief das Geschäft in Deutschland? **Michael Ganser:** Unser Geschäft hat sich mit zweistelligen Wachstumsraten sehr positiv entwickelt. Wir sind als letztes Land in die Rezession rein und waren am schnellsten wieder draußen. Wir schauen mit einer Menge Optimismus in die Zukunft.

Welche Cisco Geschäftsbereiche entwickeln sich besonders positiv? Im Grunde verzeichnen wir eine sehr balancierte Entwicklung durch nahezu alle Geschäftsbereiche. Was die Kundensegmente betrifft, sehen wir im Mittelstand, in dem Bechtle ja sehr, sehr aktiv ist, eine Menge positiver Entwicklungen. Wir positionieren uns hier sehr gut und rechnen damit, dass der Mittelstand im nächsten Quartal zum ersten Mal unser größtes Kundensegment in Deutschland wird – und auch das Wachstum anführen kann.

Welche Stellung hat der deutsche Markt für Cisco insgesamt? Über die letzten drei bis vier Jahre war Deutschland weltweit der wachstumsstärkste Ländermarkt. Trotz aller Investitionen in die Emerging Markets. Diese führende Rolle wollen wir auch in Zukunft spielen – deshalb auch das Interesse an einer verstärkten Partnerschaft mit Bechtle als einem der größten Systemhäuser in der D-A-CH-Region. Es war wichtig, den Aufschwung nach der Krise mitzunehmen. Jetzt müssen wir zusehen, dass wir das Wachstum auch fortsetzen.

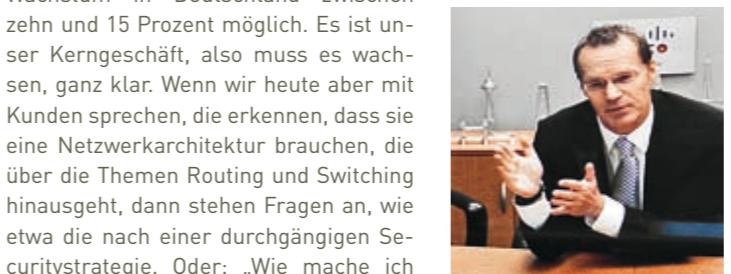
Wir haben uns beim diesjährigen Cisco Partner Summit in San Francisco bereits über Wachstumspläne unterhalten. Mich interessiert, wie Sie die Rolle von Bechtle in diesen Plänen einschätzen. Als sehr wichtig. Die Erwartungshaltung des Cisco Konzerns ist es, in den kommenden Jahren insgesamt zwischen zwölf und 17 Prozent zu wachsen. Im deutschen Markt wollen wir an der oberen Skala mitspielen, eine führende Rolle einnehmen. Wir haben dafür das Potenzial, brauchen aber ganz klar einen neuen Marktzugang. Wir brauchen Verstärkung im Kundensegment Mittelstand und gehobener Mittelstand. In Deutschland gibt es realistischerweise nur zwei Unternehmen, die eine dafür geeignete Organisation mitbringen. Eines davon ist Bechtle – ansonsten gibt es nur regionale Player.



Sie meinen damit das Netz der Bechtle Systemhäuser? Bechtle bringt etwas sehr Wertvolles für uns mit. Nämlich einerseits die Vielzahl an regional aktiven Systemhäusern vor Ort und andererseits die zentrale Steuerung aus Neckarsulm

heraus. Ich sehe Bechtle als die mit Abstand attraktivste Sales Force für uns im Markt, wenn ich auf die nächsten drei bis fünf Jahre schaue. Einmal natürlich, was den Zugang im Mittelstand betrifft. Allerdings sehe ich auch sehr gute Synergien, was das Portfolio angeht. Zum einen steuert Cisco mit den Themen Netzwerk und Kommunikationskomponenten attraktive Technologielösungen bei. Wenn wir tatsächlich überzeugt sind, dass in Netzwerklösungen die Plattform der Zukunft liegt, ist das ein wichtiger Beitrag für Bechtle. Andererseits bringt Bechtle ein hohes Data Center Know-how mit. Ein Bereich, in dem unsere traditionellen Partner eher weniger gut aufgestellt sind. Insgesamt ergeben sich für beide Seiten überdurchschnittliche Chancen – einmal durch das Zusammenbringen des Portfolios und natürlich die geografische Ausdehnung, die wir so nicht haben.

Wie sehen Sie das Wachstumspotenzial in den verschiedenen Geschäftsfeldern über die nächsten Jahre? Ich zeichne zuerst einmal das große Bild. Wenn ich heute unser Portfolio gemessen am Umsatz aufschlüssele, dann entfallen zwei Drittel auf das Technologiesegment „Borderless Netzwerkarchitektur“ mit Routing, Switching, aber auch Security, Wireless und Energy Management. In diesem Bereich ist ein Wachstum in Deutschland zwischen zehn und 15 Prozent möglich. Es ist unser Kerngeschäft, also muss es wachsen, ganz klar. Wenn wir heute aber mit Kunden sprechen, die erkennen, dass sie eine Netzwerkarchitektur brauchen, die über die Themen Routing und Switching hinausgeht, dann stehen Fragen an, wie etwa die nach einer durchgängigen Securitystrategie. Oder: „Wie mache ich mein Netzwerk videoready, sodass ich im eigenen Unternehmen und gemeinsam mit Kunden Telepresence möglich mache?“ Und: „Wie gehe ich mit dem Thema Energieeffizienz um?“ Über die Beschäftigung mit diesen Fragen wird die gewachsene und weiter zunehmende Bedeutung des Netzwerks klar – auch für die CIOs. Wir haben viele große Kunden, die mit uns darüber diskutieren, wie sie das Netzwerk in seiner gesamten Architektur weiterentwickelt bekommen. Ohne Frage birgt dieser Trend eine Menge Potenzial. Aus Bechtle Sicht ein doppeltes.



Inwiefern doppeltes Potenzial? Natürlich kann ich versuchen, gegen bestehende Player weitere Marktanteile zu gewinnen, indem ich sage: „Ich kann mehr, ich biete besseren Service, ich habe eine bessere Kundennähe und biete eine Architekturbetrachtung an.“ Ich sehe hier aber noch ganz andere Wachstumschancen. Innerhalb der gesamten Architektur wird Security ein Übergewicht haben, das Management der Architektur wird eine wichtige Rolle spielen, Energiemanagement ist zu einem entscheidenden Thema geworden – und dann eben der Bau der Gesamtarchitektur. Das ist eine große Chance, hier steckt insgesamt das wohl höchste Potenzial.

Wie sieht es bei den übrigen Technologiesegmenten aus? Die zwei anderen großen Themen sind Collaboration und Web. Und innerhalb dieser Themen ist Data Center der am schnellsten wachsende Bereich. Nicht nur das Servergeschäft. Es ist ja nicht unser Ansatz, Server zu verkaufen. Vielmehr geht es uns um eine neue Data Center Architektur. Hier haben wir ebenfalls große Wachstumspläne, bei denen Bechtle eine gewichtige Rolle zukommt. Wir hatten über die Kompetenz in diesem Bereich ja bereits gesprochen.

Sprechen wir noch einmal konkret über den Mittelstand... Nehmen wir doch einfach einmal Baden-Württemberg – dort ist Bechtle sehr stark vertreten. Und dort haben Sie auch eine große Anzahl mittelständischer Unternehmen. Viele machen Geschäfte mit Kunden außerhalb Deutschlands, oft haben sie auch selbst Niederlassungen oder Produktionsstätten im Ausland. Solche Unternehmen denken selbstverständlich über Web 2.0 nach. Sie denken auch über den Einsatz von Videokommunikation nach, weil sie schlicht ihre Werkbank verlängern müssen. Die Kommunikation über „bewegte Bilder“ – Telepresence oder Videokommunikation – sticht bei den Gesprächen, die wir momentan führen, absolut hervor. Die Zeit ist reif dafür. Die Netzwerke sind sicher, Bandbreite ist kein Problem mehr, die Qualität der Übertragung ist bestechend. Unter Effizienzgesichtspunkten gibt es einfach keine Alternative.

Wie stark setzen Sie Videokommunikation im eigenen Unternehmen ein? Wir nutzen Video heute schon sehr intensiv. Mit schnell steigender Tendenz. In drei Jahren – so unsere Erwartung – werden 90 Prozent des generellen Datenvolumens im Netz auf Videokommunikation entfallen. Ich nenne Ihnen ein Beispiel: Wenn John Chambers, unser CEO, eine Botschaft an einen größeren Mitarbeiterkreis richten will, dann schreibt er keine E-Mail. Er nimmt die Botschaft mit seiner **Flipcam** auf, lädt das Video ins Intranet und schon ist die Nachricht absolut authentisch übermittelt und kann international abgerufen werden.



Artikel-Nr. 615155,
www.bechtle.de

Nun ist Cisco ein amerikanisches Unternehmen. Wie beurteilen Sie die Situation im technisch doch eher konservativen Deutschland? Zunächst einmal: Ich bin ein grenzenloser Optimist. Deutschland ist Vizeexportweltmeister. 40.000 deutsche Unternehmen sind international tätig. Wenn sie verschiedene Standorte haben, dann kommunizieren sie entweder via Telefon und E-Mail – oder modern. Wenn Sie mich jetzt fragen, ob Deutschland innovativ ist, antworte ich mit einem entschiedenen ... Ja.

Eine lange kurze Erfolgsgeschichte.

Warum „jein“ – wo bleibt der Optimist? Der Optimismus wird von konkreten Zahlen bestärkt. Wir sehen, dass sich Telepresence bei großen Unternehmen durchsetzt. Für Tandberg [führender Anbieter von Telepresence, HD-Videokonferenzsystemen und mobilen Videokommunikationslösungen und heute Teil des Unternehmens Cisco] ist Deutschland der in Europa am schnellsten wachsende Markt.

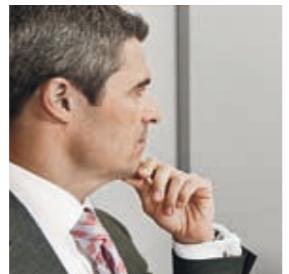


Automobilzulieferer ist – zeigt, dass immer dann, wenn das Gespräch auf Telepresence kommt, der Weg nicht weit ist zu der Erkenntnis: Genau das brauchen wir! Video ist interessant in Zeiten, in denen auf Kosten geschaut wird und in denen Effizienz wichtiger denn je ist.

Wie lautet die Herausforderung für den Vertrieb? Er muss sichtbar machen, wie der Kunde IT und Kommunikation für den Businesstransformationsprozess nutzen kann. Das kann nur funktionieren, wenn ich an den Bedarfsträger komme. Also an den, der mit der Lösung arbeitet. Ich selbst bin da ein gutes Beispiel. Ich käme ohne Telepresence nicht mehr rund. Ich könnte nicht skalieren. Und: Ich bin kein Einzelfall.

Das nicht – aber Sie sind bei einem US-amerikanischen Unternehmen. Sie haben einen lockereren Umgang als das perfektionistische Deutschland... Zunächst einmal: Sind wir bei Cisco anders? Man muss sich schon die Frage stellen, ob beispielsweise eine einmal im Jahr stattfindende Präsenzveranstaltung reicht, um Teams einzuschwören. Oder wäre es sinnvoll, in regelmäßigen Abständen ein Update per Videokonferenz oder -aufzeichnung nachzuziehen? Aus aktuellem Anlass: Wir haben die Fußballnationalmannschaft samt Trainerstab im Vorfeld der anstehenden WM mit Telepresence-Lösungen versorgt, sodass sie auch bei nicht möglicher persönlicher Präsenz immer in unmittelbarer Kommunikation miteinander bleiben können.

Wenn die WM also nicht gut läuft, dann kann es an mangelnder Kommunikation schon mal nicht liegen... So ist es! Aber ernsthaft: Die kommende Generation wächst mit Plattformen wie YouTube oder MySpace auf, der Umgang und der Einsatz innovativer Technologien sind absolut gängig. Sie werden sich ein Leben ohne Videokommunikation nicht mehr vorstellen können. Die Generation Mitte 50 erleben wir momentan so, dass sie recht unverkrampt auf den Zug aufspringt. Sie sagen sich: Das verändert mein Leben, meine Art, Geschäft zu machen. Ich profitiere selbst davon, weil ich meine Zeit effizient nutze.



Was ist die große Herausforderung bei der Zusammenarbeit? Da dürfte wohl für uns alle künftig die Frage sein, wie wir Expertenwissen skalierbar machen können. Bis innerhalb einer Organisation jeder so top ausgebildet ist, dass er jeden Kunden optimal bedienen kann, vergeht Zeit und es kostet viel Geld. Diese Situation ist doch eine Chance, sich ernsthaft mit der Frage auseinanderzusetzen, wie wir Wissen virtualisieren können. Wie schaffe ich es, über Telepresence, Video, Web 2.0 oder kollaborative Applikationen meine Experten zugänglich zu machen. Ich glaube, wenn man das mutig durchdenkt,

kommt man auf einen Businessprozess, den ich auch meinen Kunden anbieten kann. Denn das Problem kennen viele Unternehmen. Ich muss doch nicht jeden Mitarbeiter unbedingt permanent im Büro haben. Und ich muss nicht 40 neue Experten einstellen, wenn ich genauso gut über einen virtuellen Zugriff meine vorhandenen Spezialisten für jeden meiner Standorte nutzbar mache. Dann wird ein Unternehmen tatsächlich skalierbar. Das ist doch reizvoll, ein System zu durchdenken, wie man Technologie nutzen kann!

Ihre persönliche Einschätzung, Herr Ganser: Wie nehmen Sie Bechtle wahr? Bei den unterschiedlichsten Begegnungen mit Bechtle war für mich immer etwas spürbar, was man heute in Deutschland nur noch ganz, ganz selten findet und das ich als Lust auf Leistung bezeichnen möchte. Da war eine echte Begeisterung für die gemeinsame Sache zu spüren – dieses „Jawohl, wir machen das!“. Ich habe bemerkt: Da ist etwas deutlich anders als das, was ich in vielen anderen Gesprächen spüre. Da wird die Chance gesehen und nicht die 20 Gründe, warum etwas nicht geht. Interessanterweise war bei jeder Berührung mit Bechtle diese **Begeisterung*** spürbar, da war Lust, Dinge anzupacken. Und da kann ich nur sagen: Kompliment. Die Begeisterung ist quer durch alle Stufen spürbar – deshalb ist sie für mich tatsächlich repräsentativ. Bechtle nehme ich als Unternehmen wahr, in dem Menschen sind, die Dinge machen wollen, die nicht lamentieren, sondern die handeln.

Haben Sie eine Botschaft für Bechtle?

Mutig sein. Den Weg vom Integrator zum Problemlöser entschieden gehen. Und die Begeisterung halten.

Zum guten Schluss und angesichts Ihrer Nähe zum Trainerstab: Wie lautet denn Ihr WM-Tipp? Diese Frage hatte ich befürchtet. (Er überlegt eine Weile) Ich denke, ich werde auf Deutschland wetten. Wohl wissend, dass Spanien, England und Holland auch Chancen haben ... (lacht) – aber ich setze auf Deutschland.

***Begeisterungsfähigkeit by Bechtle:**
einer unserer vier Grundwerte.

Cisco und die Deutsche Telekom stellten das Mannschaftslager des deutschen Fußballnationalteams in Südafrika mit einem Telepresence-System aus und sorgen für eine leistungsstarke Anbindung an die Telepresence-Plattform in Deutschland. Der Konferenzraum in Südafrika befindet sich gleich neben dem deutschen Mannschaftsquartier, in Deutschland stehen Telepresence-Systeme unter anderem in der DFB-Zentrale in Frankfurt/Main sowie in Berlin, Hamburg, am Nürburgring, in Leverkusen, Düsseldorf und Bonn. Durch die Nutzung von Telepresence können die DFB-Verantwortlichen in Südafrika und Deutschland in höchster Video- und Audioqualität miteinander kommunizieren – über Glasfaserhochseekabel und eine Entfernung von über 8.000 Kilometer Luftlinie.



Beim „Cisco Partner Summit 2010“ in San Francisco erhält Bechtle die Auszeichnung „Small Business Partner of the Year“.

Cisco als weltweit führender Anbieter von Netzwerklösungen für das Internet verändert die Art und Weise, wie Menschen miteinander verbunden sind, kommunizieren und zusammenarbeiten.

Seit der Gründung von Cisco 1984 durch Wissenschaftler der Universität Stanford steht das Unternehmen im Zentrum umwälzender technologischer Veränderungen. Cisco gestaltete die Durchsetzung des Internet-Protokolls (IP) als Standard wesentlich mit. Am Anfang stand das physikalische Netzwerk als Infrastruktur im Zentrum des Interesses. Heute geht es um das Erlebnis, das die Anwender bei der Nutzung des Internets haben. Für dieses Erlebnis und die Herausforderung für die Unternehmen, ihre Angebote immer stärker an die Wünsche der Kunden anzupassen, bietet das Netzwerk von Cisco die nötige Plattform.

Unternehmen steigern mit den Lösungen von Cisco ihre Produktivität, verbessern die Kundenzufriedenheit und verschaffen sich Wettbewerbsvorteile; Privatanwender vernetzen sich vielfältig über das World Wide Web. Es war von Anfang die Vision von Cisco, die Art und Weise zu verändern, wie Menschen arbeiten, leben, spielen und lernen. Und sie ist an vielen Stellen Realität geworden. Neue Arten der Kommunikation und neue Geschäftsmodelle sind so entstanden. Die Veränderungen gehen weiter.

Cisco in Deutschland. Cisco Deutschland wurde im April 1993 als 100%ige Tochtergesellschaft der Cisco Systems, Inc. gegründet. Die Nähe zum Kunden gewährleisten die sieben Niederlassungen in Hallbergmoos bei München, Berlin, Bonn, Hamburg, Düsseldorf, Eschborn bei Frankfurt und Stuttgart. In Deutschland sind 850 Mitarbeiter beschäftigt. Vorsitzender der Geschäftsführung von Cisco in Deutschland ist seit August 2005 Michael Ganser, der von Carlo Wolf in der neu geschaffenen Position des Vice President und Chief Sales Officer unterstützt wird.

Cisco wurde 2009 zum dritten Mal in Folge beim Wettbewerb „Deutschlands Beste Arbeitgeber 2009“ vom Great Place to Work® Institute Deutschland mit einer Top 3 Platzierung ausgezeichnet.

Das Netzwerk als die Plattform. Die Entwicklung des Netzwerks zur intelligenten, zentralen Plattform für Kommunikation und IT-basierte Geschäftsprozesse erhöht den Wertschöpfungsbeitrag von Technologien und macht das Netzwerk zu dem Zentrum von Innovationen. Die Bedeutung dieser Plattform verdeutlichen Prognosen, die für das Jahr 2010 von bis zu 14 Milliarden Endgeräten weltweit ausgehen, die über das Internet verbunden sein werden.

Marktrends erkennen und weiterentwickeln. Die Erfolgsgeschichte von Cisco beweist, dass das Unternehmen schon immer frühzeitig aktuelle und zukünftige Marktentwicklungen erkennt, aufgreift und weiterentwickelt: Meilensteine waren 1997 die Realisierung, dass Sprache und Video eins sind, über das Netzwerk der Netzerke im Jahr 2000 und das Netzwerk als Plattform für alle Technologien und Kundenlösungen bis zu den neuesten Änderungen durch Collaboration und Web-2.0-Technologien.

Technologie und Produktangebote. Mit der Zeit entwickelte Cisco nicht nur Lösungen für Unternehmen und Service Provider, sondern auch



mehr und mehr Produkte direkt nach den Anforderungen anderer Kunden, wie kleine und mittelständische Unternehmen, Konsumenten oder Handel.

Im Mittelpunkt steht das Netzwerk als die Plattform, die Menschen miteinander verbindet. Das „Human Network“ ermöglicht ein bisher noch nie da gewesenes Maß an Zusammenarbeit. Diese virtuelle Zusammenarbeit über Ländergrenzen hinweg beschleunigt Innovationsprozesse und ist daher ein Kernelement im globalen Wettbewerb von Unternehmen.

Forschung und Entwicklung. Cisco engagiert sich sehr stark im Bereich Innovationen. Forschung und Entwicklung sind dabei ein Kernelement der Unternehmenskultur. Mit 5,2 Milliarden Dollar im Jahr gehört Cisco zu den Topunternehmen weltweit im Bereich der Innovations-Investitionen.

Cisco Kultur. Rund um den Globus engagieren sich die Mitarbeiter für die Unternehmensvision von Cisco. Damit ist es gelungen, eine Kultur zu etablieren, die Eigeninitiative und Teamgeist gleichermaßen fördert. Statt einer autokratisch geführten Belegschaft formiert sich bei Cisco eine multinationale Mitarbeiter-Community, in der Ideen ungehindert ausgetauscht und die besten davon schnell zu marktreifen Lösungen weiterentwickelt werden.

IT nachhaltig nutzen. Cisco ist davon überzeugt, dass IT einen Beitrag zum Klimaschutz leisten muss. Das Netzwerk als Plattform für Umweltmanagement im 21. Jahrhundert spielt dabei eine wichtige Rolle. Mit seinem Bekenntnis zu Grüner IT trägt Cisco auch den sich verändernden Ansprüchen seiner Kunden, Aktionäre und Partner Rechnung. Weitere Informationen: <http://www.gruene-it.org>

Für Fortschritt und Bildung. Chancengleichheit, Innovationskraft und Weiterentwicklung der Informationsgesellschaft in Deutschland zu fördern ist das Ziel verschiedener Initiativen und Projekte, die Cisco ins Leben gerufen hat oder an denen sich Cisco beteiligt.

Um weltweit den Zugang zu Bildung und Arbeitsmöglichkeiten zu fördern, hat das Unternehmen in Zusammenarbeit mit den Ministerien der Länder 1998 das CiscoNetworking-Academy-Programm in Deutschland gestartet.

Im Herbst 2007 hat Cisco mit dem „Giving-Back-Day“ ein soziales Projekt an seinen sechs deutschen Standorten begonnen: Um der Gesellschaft etwas zurückzugeben, so die Unternehmensphilosophie, unterstützten Mitarbeiter der jeweiligen Niederlassung für einen Tag die Arbeit der Lebenshilfen in ihrer Region.

In dem Product Donation Program, das von Cisco bereits 1998 ins Leben gerufen wurde, werden neue, aber auch gebrauchte Netzwerkprodukte wie Switches, Router und Firewalls an Non-Profit-Organisationen zur weiteren Nutzung gespendet.

Chancengleichheit stifteten. Die Stiftung bürgerlichen Rechts „barrierefrei kommunizieren!“, die von Cisco und dem Technischen Jugendfreiheit- und Bildungsverein (tjfbv) e.V. mitgegründet wurde, hat sich das Ziel gesetzt, Menschen mit Behinderungen chancengleich an unserer Kommunikations- und Wissensgesellschaft teilhaben zu lassen.

Gerhard Schick feiert 70. Geburtstag

„Sein Händedruck ist Vertrag, Brief und Siegel.“ Für Dr. Thomas Olemotz hat Gründungsgesellschafter und Aufsichtsratsvorsitzender Gerhard Schick dem Unternehmen Bechtle seinen ganz persönlichen Stempel aufgedrückt. Seine Werte prägen die Kultur. Sie sind zugleich Maßstab und Selbstverpflichtung. Gerhard Schick feierte am 5. Mai seinen 70. Geburtstag.

Er ist Unternehmer mit Leib und Seele. Ein Kaufmann alter Schule, der die sprichwörtlichen Tugenden lebt und verkörpert. Seine Werte sind die Grundwerte von Bechtle: Bodenhaftung, Zuverlässigkeit, Beständigkeit und Beharrlichkeit. Während der Feierlichkeiten anlässlich seines runden Geburtstags in der Gaildorfer Limpburghalle attestierten die Festredner Gerhard Schick unisono ein ausgeprägtes Verantwortungsbe- wusstsein, scharfen Verstand, Weitblick und ein hohes Urteilsvermögen.

Gerhard Schick verkörpert Bescheidenheit und steht bei allem Erfolg mit beiden Beinen fest auf der Erde. Dr. Thomas Olemotz betont in seiner Rede: „Für ihn hat Ehrgefühl noch eine Bedeutung. Nicht nur in der Wirtschaftswelt ein sehr selten gewordenes Gut. Sein Händedruck ist Vertrag, Brief und Siegel.“ Selbstbeherrschung, Ausdauer und **Beharrlichkeit*** prägen nicht nur seine Haltung im Geschäftsleben. Energie und Leistungskraft sind auch dem Privatmann Motivation und Antrieb, wie die Besteigung des Kilimandscharo Anfang des Jahres eindrucksvoll beweist.

An seinem Festtag reflektiert der Jubilar seinen von Eigeninitiative und großem Ehrgeiz angetriebenen Lebensweg. Er stehe, wie er auch mit Blick auf seine Familie betont, auf der Sonnenseite des Lebens. Dennoch – Gerhard Schick spart auch in seiner Geburtstagsrede vor 120 Gästen nicht mit Kritik. In der Wirtschaft, so seine Überzeugung, „sind Ethik und Moral verloren gegangen“. Der Begriff des „ehrlichen Kaufmanns“ werde vielfach nicht einmal mehr vom Wortsinn verstanden. Die Politik, mahnte Gerhard Schick, sollte auf der Jagd nach Stimmen keine leichtfertigen Versprechungen machen „und gleichzeitig auf das kurze Gedächtnis der Wählerinnen und Wähler hoffen“. Er gab außerdem zu bedenken, dass eine Umkehr stattfinden müsse, um nicht noch mehr Lebenszeit einer überwuchernden Bürokratie zu opfern.

Im Rahmen der Festlichkeiten in der Gaildorfer Limpburghalle erhielt der Träger des Bundesverdienstkreuzes und der selten verliehenen Bürgermedaille der Stadt Gaildorf auch die Landkreismedaille in Gold. Landrat Gerhard Bauer ehrte den „Visionär mit Bodenhaftung“ für sein soziales Engagement mit der höchsten Auszeichnung, die der Landkreis zu vergeben hat. Unter anderem hat Gerhard Schick eine Bürgerstiftung ins Leben gerufen, die sich intensiv in der Weiterbildung engagiert.

***Beharrlichkeit** by Bechtle: einer unserer vier Grundwerte.

Gerhard Schick. Am 21. Juli 1983 gründen Ralf Klenk, Professor Klaus von Jan und Gerhard Schick gemeinsam die Bechtle GmbH EDV-Technik, Heilbronn. Sie ist zunächst Teil der Bott Gruppe. Gerhard Schick bleibt bis 1994 kaufmännischer Leiter der Bott GmbH & Co. KG. Seit Gründung begleitet er jedoch das „junge“ Unternehmen Bechtle aktiv – bis er im Oktober 1994 in die Geschäftsführung von Bechtle einsteigt. Gerhard Schick ist Kaufmann: Er ist akribisch, liebt Bilanzen, hat ein ungeheures Zahlengedächtnis. Er treibt die Expansion von Bechtle durch Zukäufe voran. Setzt auf das Handelsgeschäft über Katalog und später den Onlineshop. Der Börsengang am 30. März 2000 war seit 1988 Gerhard Schicks erklärte Vision. Auch das Jahr 2000 legte er seinerzeit fest. Von 1999 bis 2004 ist Gerhard Schick Vorstandsvorsitzender der Bechtle AG. Den Vorsitz übergibt er Ralf Klenk und wechselt selbst an die Spitze des Aufsichtsrats. Im September 2004 rückt Bechtle in den TecDAX auf. Am 11. März 2005 erhält Gerhard Schick das Bundesverdienstkreuz am Bande. Am 5. Mai 2005 wird er mit der Bürgermedaille der Stadt Gaildorf ausgezeichnet. Im November 2009 wird der Neubau des Verwaltungsgebäudes in der Gaildorfer Bechtle-Allee 1 bezugsfertig. Es ist ein klares Bekenntnis zum Standort Gaildorf – für Gerhard Schick ein persönliches Zeichen seiner engen Heimatverbundenheit. Seine Tochter Karin Schick, ebenfalls Mitglied des Aufsichtsrats, hält 34,33 Prozent der Bechtle Aktien.



Für die Bechtle AG gratulierte Vorstandsvorsitzender Dr. Thomas Olemotz und übergab dem Jubilar eine in Leder gebundene „Zwischenbilanz“ mit persönlichen Briefen langjähriger Weggefährten, zahlreicher Geschäftspartner sowie Kolleginnen und Kollegen. Ebenso ein Unikat ist ein Kunstwerk des Malers Rainer Hüttner, der Elemente der Vita von Gerhard Schick verarbeitet hat.



DIE FAMILIE WÄCHST: NUMMER 13 IN PLANUNG



Jürgen Schäfer, Vorstand IT-E-Commerce, juergen.schaefer@bechtle.com

Neues Land. Neues Glück? Wie muss man sich das eigentlich vorstellen, wenn ein E-Commerce-Anbieter in einem neuen Ländermarkt Fuß fassen will? Shop und hopp? Ein Gespräch mit Jürgen Schäfer, Vorstand IT-E-Commerce, bei Bechtle.

Herr Schäfer, Bechtle direct hat wieder Spaß an neuen Ländern. 2008 Irland, 2009 Portugal, 2010 Polen und in der zweiten Jahreshälfte soll Tschechien dazukommen. Haben Sie es eilig?

Eile wäre ein ganz schlechter Ratgeber. Interessant an den drei letzten Gründungen ist die sehr unterschiedliche Motivation für einen Eintritt in die einzelnen Ländermärkte. Irland lag nahe, weil wir in England bereits vertreten sind und sowohl den Onlineshop als auch den Katalog relativ einfach adaptieren konnten. Portugal war dagegen eine strategische Entscheidung, nachdem klar war, dass wir eine Expansion auch außerhalb der europäischen Grenzen anstreben.

Brasilien steht auf der Agenda. Ja, richtig. Wir hatten nach intensiven Marktrecherchen entschieden, dass für Bechtle direct der mexikanische und der brasilianische Markt attraktive Chancen bieten. Mit dem spanischen Onlineshop und Katalog haben wir bereits gute Erfahrung. Portugiesisch fehlte uns dagegen noch.

Und wie kam es zu der Entscheidung, nach Polen und Tschechien zu gehen? Ein für uns adressierbares Umsatzvolumen im Business-to-Business-Segment von mindestens einer Milliarde Euro ist entscheidend. Wenn das gegeben ist, beginnt die detaillierte Marktanalyse.

Und wie finden Sie den richtigen Geschäftsführer für eine Neugründung? Entweder über einen spezialisierten Personalberater oder wir haben Glück und die richtige Bewerbung kommt zum richtigen Zeitpunkt ins Haus. So war es

bei einer Länderanalyse spielen eine Menge Faktoren zusammen. Angefangen vom wirtschaftlichen Potenzial über die Wettbewerbssituation bis hin zum Kaufverhalten von Geschäftskunden und der öffentlichen Hand. Ganz wichtig sind für uns die intensiven Gespräche mit Herstellern und Distributoren in den einzelnen Ländermärkten, die über eine exzellente Marktkenntnis und sehr valide Marktdaten verfügen. Polen hat sich recht schnell als ein für Bechtle direct attraktiver Markt erwiesen. Dabei spielte auch eine Rolle, dass Polen ein Anrainerstaat von Deutschland ist.

Wegen der logistischen Prozesse?

Ja, durchaus. Als deutsches Unternehmen tut man sich aber aus unserer Erfahrung in angrenzenden Ländern einfach insgesamt etwas leichter.

Jetzt haben wir Tschechien unterschlagen.

Tschechien hat ebenfalls ein interessantes Marktpotenzial. Außerdem schließen wir so eine Lücke, die sich mit dem Andocken von Polen an die Bechtle Landkarte ergeben hat.

Sprechen wir noch mal über Polen. Wie kam es zur Standortwahl Breslau?

Wir haben in den letzten Jahren gelernt, dass es von Vorteil ist, sich an den IT-Zentren zu orientieren. Wir schauen also, wo die interessanten Unternehmen und wo die Hersteller und Distributoren vertreten sind. In Polen standen am Ende Warschau und Breslau zur Wahl. Da jedoch in Warschau Jobhopping gang und gäbe ist, schien uns Breslau mit Blick auf die Mitarbeiter der stabilere Standort zu sein.

... und der mit den günstigeren Mieten.

Das spielt auch eine Rolle – ist aber am Ende nicht das ausschlaggebende Argument.

Wenn wir schon bei Zahlen sind: Welches Potenzial macht ein Land zu einem attraktiven Markt?

Ein für uns adressierbares Umsatzvolumen im Business-to-Business-Segment von mindestens einer Milliarde Euro ist entscheidend. Wenn das gegeben ist, beginnt die detaillierte Marktanalyse.

Heißt das, es wird vor Ort geschaut, wie es läuft?

Ganz genau. Sie müssen direkt bei den Kolleginnen und Kollegen sein und spüren, welcher Bedarf an Unterstützung, an Tipps und Best Practices in der wichtigen Startphase tatsächlich hilft, das Geschäft anzuschieben. Das geht nicht per Telefon

und auch nicht mit monatlichen Stippvisiten.

Wann erreichen neu gegründete Gesellschaften den Turnaround?

Das ist sehr unterschiedlich und hängt von unterschiedlichen Faktoren wie etwa den Gehaltsstrukturen im jeweiligen Land ab. Im Schnitt rechnen wir mit zwei Jahren.

Im Gegenteil. Er bekommt ein fertiges, praxiserprobtes Geschäftsmodell. Mit professionellen Verkaufsinstrumenten, eingespielten Prozessen und Antworten auf nahezu jede Frage, die sich ein Start-up erst mühsam erarbeiten müsste.

Wie muss man sich denn die nächsten Schritte vorstellen?

Wir können hier auf exzellent eingespielte Prozesse setzen, die in den zentralen Einheiten in Neckarsulm starten. Denken Sie an die IT-Anbindung, die Preiseinlesungen, das Produktmanagement, die Übersetzungen, die Verhandlungen mit den Distributoren, die Suche nach geeigneten Räumlichkeiten – um nur einige Aspekte zu nennen. Man muss sich das wie ein eingespieltes Orchester vorstellen. Jeder spielt sein eigenes Instrument, aber nur gemeinsam klingt die Komposition perfekt.

Mal Hand aufs Herz: Warum eigentlich überhaupt eine weitere Expansion?

Die Frage ist berechtigt. Wir haben natürlich in unseren jetzt schon besetzten Ländermärkten noch enorm viel Wachstumspotential. Wir werden aber sowohl von bestehenden Kunden mit internationalen Produktions- oder Vertriebsstandorten wie auch von unseren Hersteller- und Distributionspartnern angesprochen, in weitere Länder zu gehen. Dahinter steht der immer gleiche Gedanke, alles aus einer Hand zu bekommen. Verhandele ich, möchte ich den Aufwand nicht in jedem Land wiederholen. Mache ich gute Erfahrung mit einem Partner, will ich diese Geschäftsbeziehung auf andere Länder übertragen.

Was macht Sie zuversichtlich, dass Bechtle weitere Länder stemmen kann?

Für eine solche Expansionsstory ist eine langjährige Erfahrung unerlässlich. Noch viel wichtiger aber ist ein Team, das neugierig ist, Unbekanntes als Chance sieht, das mit Leidenschaft die notwendigen Aufgaben anpackt und dabei erkennt: Es geht noch mehr, es geht immer weiter. Diese **Begeisterung*** macht unseren Erfolg aus. Und das hält die Organisation jung!

***Begeisterungsfähigkeit** by Bechtle:
einer unserer vier Grundwerte.

Wojciech Mackiewicz, Geschäftsführer der seit April 2010 operativ tätigen Bechtle direct Polen.

Der erste Kontakt zu Bechtle ... war eine E-Mail im Januar 2009 an Ralf Klenk mit der Frage, ob er sich Bechtle direct in Polen vorstellen könne.

Was ich mitbringe ... sind zehn Jahre Erfahrung im Aufbau von polnischen Niederlassungen für deutsche Firmen. **Polnische Unternehmen stehen deutschen Firmen ...** positiv gegenüber. „Made in Germany“ steht für Qualität und Güte.

Breslau ist ... neben Warschau die wirtschaftsstärkste Stadt in Polen, Heimat vieler Niederlassungen deutscher Unternehmen – und nicht weit von Deutschland entfernt. **Die ersten Schritte für Bechtle direct ...** dauerten eineinhalb Monate und betrafen meine Einarbeitung in die Bechtle Organisation in allen Facetten – vom E-Mail-System bis zur Bechtle Unternehmenskultur.

Meine erste Aufgabe in Breslau ... war das Finden einer geeigneten Immobilie. **Mit der Suche nach Mitarbeitern ...** bin ich sehr zufrieden. Drei tolle Menschen aus 300 Kandidaten.

Was sie auszeichnet ... ist ihre Motivation. Sie sind begeistert von der Aufgabe und von Bechtle insgesamt. **Endlich ging es los ...** am 6. April 2010 mit dem offiziellen Start des Onlineshops und den ersten aktiven Anrufen bei potenziellen Kunden.

Bei der Kundenansprache ist typisch für Polen ... dass sie auch am Telefon extrem persönlich erfolgen muss. Es zählt nicht die Beziehung von Unternehmen zu Unternehmen, sondern die von Mensch zu Mensch. **Der Bechtle Katalog ist in Polen ...** weniger ein Verkaufsprospekt als ein Informationsmedium über IT-Produkte. Die IT-Bibel eben. **Das erste von Bechtle direct in Polen verkauftes Produkt ...** war ein Speichermedium von Kingston im Wert von 150 Złoty – umgerechnet also rund 37 Euro.

Was mir persönlich an Bechtle gefällt ... ist die Professionalität, mit der Bechtle direct in einem neuen Ländermarkt startet. Schritt für Schritt, nicht überstürzt, aber bis ins Detail durchdacht. Ich denke, das nennt man Erfolg ver sprechend.



Wojciech Mackiewicz,
Geschäftsführer Bechtle direct Polen, wojciech.mackiewicz@bechtle.pl



Matthias Schlestein: ■ Meine Position bei Bechtle: Referent im Zentralen Personalwesen, Bechtle AG, Neckarsulm ■ Mein Alter: 35 ■ Mein Geburtsort: Heilbronn ■ Mein Sternzeichen: Waage ■ Mein Lieblingsbuch: „Garp“ von John Irving ■ Meine Ziele im Job: Vision 2020: 10.000 Mitarbeiter – da gibt's allerhand für uns zu tun. ■ Meine berufliche Laufbahn: während des Studiums Audi, Gastronomie und Musik, seitdem: bei Bechtle. ■ Meine Vorbilder: meine drei Kinder: unbefangen, optimistisch und bemerkenswert authentisch. ■ Meine Inspirationsquelle: meine Familie und die Musik. ■ Mein Motto im Job: Wir sind Profis – das Ziel ist das Ziel! ■ Meine erste LP: Helloween, Keeper of the Seven Keys I, 1987 ■ Mein bislang schönstes Reiseziel: Das Heimkommen ist immer am schönsten. ■ Mein peinlichstes Erlebnis: meine erste Moderation auf Japanisch. ■ Meine Zukunftsvision für Bechtle: Bechtle, der schwäbische Global Player! ■ Mein Bechtle Highlight: wenn eigens rekrutierte Kollegen mit Bechtle Erfolge feiern.



Michael Sterker: ■ Meine Position bei Bechtle: Leiter Competence Center Business Communications, Bechtle IT-Systemhaus Rhein-Main, Darmstadt ■ Mein Alter: 53 ■ Mein Geburtsort: Schweinfurt ■ Mein Sternzeichen: Widder ■ Mein Lieblingsbuch: u.a. „Die Vermessung der Welt“ von Daniel Kehlmann ■ Meine Ziele im Job: Das, was ich beginne, zum Erfolg führen. ■ Meine berufliche Laufbahn: Ausbildung zum Maschinenschlosser, Informatikstudium, Softwareentwickler, IT-Consultant, selbstständig, IT-Koordinator und Referatsleiter Bundesbehörde, Open Source Consultant, Consultant Managed Services bei Bechtle ■ Meine Vorbilder: die großen Forscher und Entdecker ■ Mein Motto im Job: Zu den Besten gehören! ■ Meine erste LP: Pink Floyd, The Dark Side of the Moon ■ Mein bislang schönstes Reiseziel: mein erster Segeltörn als Skipper an der türkischen Südküste. ■ Meine Zukunftsvision für Bechtle: die Vision 2020 erreichen. ■ Mein Bechtle Highlight: Projektgewinn zum Aufbau einer Unified-Communication-Lösung als private Cloud für 80.000 Teilnehmer gegen große Mitbewerber.

GUTES AUS DER REGION.



In der IT gibt es kaum eine Leistung, die noch nicht „as a Service“ verfügbar ist. Outsourcing und Shoring wachsen laut EITO mehr als doppelt so schnell wie der Rest des Markts und umfassen heute bereits rund 50 Prozent der IT-Services. „Doch das zeigt nur eine Seite“, erklärt Dr. Kay P. Hradilak, Geschäftsführer im Bechtle IT-Systemhaus Hannover. „Outsourcing oder Offshoring durch Dienstleister in Osteuropa oder Indien kommt für viele mittelständische Unternehmen nicht infrage.“ Sie entscheiden nach anderen Faktoren. Nähe gehört dazu.



Dr. Kay P. Hradilak,
Geschäftsführer
Bechtle IT-System-
haus Hannover

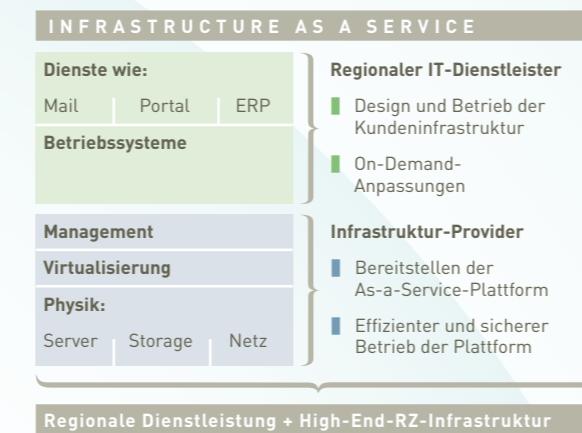
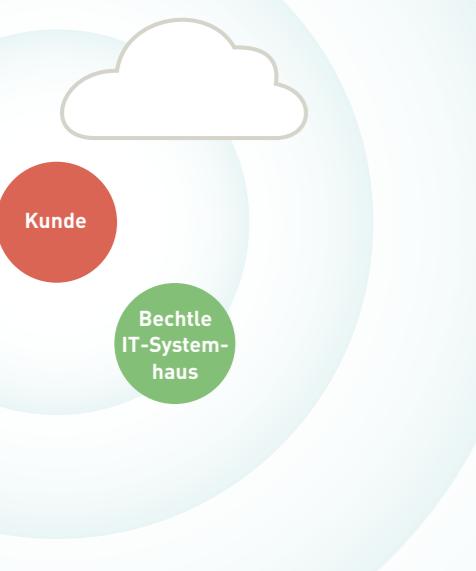
Bei der Wahl eines externen IT-Dienstleisters setzt der Mittelstand bevorzugt auf Partner aus der Region. Partner, die ihnen auf Augenhöhe begegnen, schnell erreichbar, verbindlich und flexibel sind. „Kriterien, die Regioshoring zu einer vitalen Option für mittelständische Unternehmen machen und zudem Kostenvorteile bieten“, erklärt Dr. Kay P. Hradilak. Er ist überzeugt, dass Regioshoring der Schlüssel zu einer wachsenden Outsourcingakzeptanz und -durchdringung im Mittelstand ist.

Mikrorechenzentrum. Ein Beispiel für den Einsatz des Konzepts ist das „RZ in einem Rack“ – eine autarke Einheit, die sämtliche Funktionalitäten eines Rechenzentrums in nur einem Rack-Schrank vereint: Server-Virtualisierung, Storage, Backup, USV (Unterbrechungsfreie Stromversorgung) und wenn gewünscht auch die Klimatisierung. Diese Bündelung verringert die Komplexität für den Kunden und ermöglicht ein – bis auf den Bandwechsel – weitgehend automatisiertes Remote-Management durch einen regionalen IT-Dienstleister. „Ein Konzept, das Bechtle bereits bei vielen Kunden erfolgreich realisiert hat“, so Dr. Kay P. Hradilak.

Infrastruktur als Service. Auch das Channelmodell „Infrastructure as a Service“ setzt auf Regioshoring. Es kombiniert modernste Technologie im Rechenzentrum mit den individuellen Serviceerwartungen des Mittelstands. Die technische Grundlage dieses Modells bildet eine hochverfügbare, virtualisierte Computingplattform, die ein Infrastrukturprovider zur Verfügung stellt. Rechenleistung, Speicherkapazität, Bandbreite und Systemmanagement können weitgehend nach Bedarf angepasst werden. „Allesamt Leistungen, die der Anwender „aus der Wolke“ bezieht“, erklärt Dr. Kay P. Hradilak. Anschließend erstellt und betreibt der regionale IT-Dienstleister auf Basis dieser Plattform die individuelle IT-Infrastruktur des Kunden.

Erfahrener Partner. „Regioshoring ermöglicht es dem Mittelstand, die Vorteile eines professionellen Outsourcings für sich zu erschließen – ohne auf Nähe und persönlichen Kontakt verzichten zu müssen“, so Dr. Kay P. Hradilak. Als Geschäftsführer des Bechtle IT-Systemhauses Hannover ist er selbst regionaler IT-Partner seiner Kunden vor Ort und spricht aus Erfahrung.

► **Ihr Ansprechpartner:** Dr. Kay P. Hradilak,
Geschäftsführer Bechtle IT-Systemhaus Hannover,
kay.hradilak@bechtle.com



Geschäftsbereich Öffentliche Auftraggeber:

Mobile Arbeitsstationen für medienkompetente Schüler.

Das Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur (MBWJK) Rheinland-Pfalz setzt auf Standardisierung bei der Medienerziehung.

Deshalb durfte die Bechtle AG Schulen des Bundeslands einheitlich mit modernen Medien ausstatten. Gemeinsam mit dem langjährigen Herstellerpartner Lenovo installierte Bechtle im Rahmen des Landesprogramms „Medienkompetenz macht Schule“ rund 5.600 Notebooksysteme bestehend aus Rollwagen, Beamer und Drucker. Den Ausschlag für Bechtle gaben vor allem die langjährige Erfahrung im Bereich der öffentlichen Auftraggeber, die Referenzen ähnlicher Bildungsprojekte und die Möglichkeit der zentralen Beschaffung über einen speziell für Schulen eingerichteten Onlineshop.

Seit dem vierten Quartal 2009 erfolgte die sukzessive Auslieferung der Laptopwagen an die rheinland-pfälzischen Schulen durch das verantwortliche Bechtle IT-Systemhaus Mannheim. Bechtle brachte bei der Realisierung des Projekts auch die Erfahrungen als IT-Ausstatter Berliner Schulen sowie als Servicepartner bei der bildungspolitischen Initiative „Lemonn – Lernen mit modernen Medien online“ der Stadt Würselen ein.

Ziel des bisher einzigartigen Landesprogramms „Medienkompetenz macht Schule“ ist die Förderung der Medienkompetenz aller, die an schulischer Bildung beteiligt sind. Dazu gehört insbesondere die Integration moderner Medien in den Unterrichtsalltag. Schüler sollen dabei so früh wie möglich den sicheren Umgang mit aktueller Informations- und Kommunikationstechnologie üben. „Nur wenn wir Medien von Anfang an sinnvoll in Schule und Unterricht integrieren, können wir eine grundlegende Bildung vermitteln, die allen Schülern Chancengleichheit in Berufswelt und Lebensalltag eröffnet“, so Dr. Stefan Weiler, Geschäftsführer der Multimediainitiativ der Landesregierung „rlp-inform“. Das 10-Punkte-Programm will zugleich den verantwortungsvollen und kritischen Umgang mit Medien stärken, Chancen aufzeigen und Schülerinnen und Schüler – auch mit Blick auf die Risiken der IT – für das Thema sensibilisieren.

► **Standardisierung rechnet sich.** Mit „Medienkompetenz macht Schule“ hat die Landesregierung Rheinland-Pfalz bereits 2007 ein innovatives Programm initiiert, das landesweit unter anderem die einheitliche IT-Ausstattung aller Schulen vorsieht. „Über diese Standardisierung gelingt es uns, die Beschaffung wirtschaftlich sinnvoll zu bündeln und zusätzlich den notwendigen Geräteservice in einem vernünftigen, kalkulierbaren Kostenrahmen zu halten. Mit Bechtle haben wir für die Realisierung des Projekts einen erfahrenen und sehr stabilen Partner gewinnen können“, erläutert Dr. Stefan Weiler. Ein weiterer Aspekt: Die mobilen Arbeitsstationen erfordern keinen zusätzlichen Raum, sondern erlauben einen variablen Einsatz der Geräte direkt in den Klassenzimmern aller weiterführenden Schulen. Für Gabriele Lonz, Geschäftsfrau der Medienkompetenz macht Schule im Landesmedienzentrum Rheinland-Pfalz, ist das Projekt erfolgreich angelaufen: „Wir sind sehr zufrieden mit der bisher erfolgten Realisierung unseres Vorhabens, unseren Schülerinnen und Schülern zukunftsfähige Technologie an die Hand zu geben. Wir sind hier auf einem sehr guten Weg.“ Bis 2011 investiert die Landesregierung zehn Millionen Euro in die Umsetzung des 10-Punkte-Programms.

► **Ihr Ansprechpartner:** Peter Hahne, Vertriebsleiter Bechtle IT-Systemhaus Mannheim,
peter.hahne@bechtle.com



Sicher, dass Ihre Daten sicher sind?

Die Herausforderungen für CIO nehmen zu. Schneller, als man schauen kann. Beispielsweise durch neue Internettechnologien. Wer hier nicht am Ball bleibt, bereitet den Boden für eine „Schatten-IT“ im Unternehmen.

Es ist ein Fass ohne Boden: Um Unternehmen vor Datendiebstahl und Know-how-Verlust zu schützen, schien es gerade noch eine effektive Lösung zu sein, USB-Ports und CD-Laufwerke zu deaktivieren oder zu sperren. Welche Auswirkungen sensible Daten auf Speichermedien haben können, zeigte eindrucksvoll die öffentliche Diskussion um die Steuersünder-CDs aus der Schweiz. „Dabei haben Datenträger wie die CD fast schon Museumscharakter. Längst tun sich an anderer Stelle neue Gefahrenquellen auf“, sagt Andreas Wilker, Geschäftsführer, Bechtle IT-Systemhaus Neckarsulm. Der moderne Datendiebstahl aus Unternehmensnetzwerken folgt ganz eigenen Methoden und Techniken.

Tatsache ist: Nicht externe Hacker stellen die größte Gefahr für Unternehmensdaten dar; der weit überwiegende Anteil der Datendiebstähle wird intern begangen. Dies belegen verschiedene Studien von KPMG (Wirtschaftskriminalität 2010) und Corporate Trust (Gefahrenbarometer 2010). Dabei ist weniger die vorsätzliche Tat

das zentrale Problem für Unternehmen, sondern der fahrlässige Umgang mit neuen Möglichkeiten, die Anwendern im Internet angeboten werden. Meist muss nicht einmal böse Absicht unterstellt werden. Plattformen, wie Blogs, Wikis, Twitter, Online MindMaps, Webcasts, Slideshare, Workspaces oder YouTube, bieten viele Optionen, sensible Unternehmensdaten bewusst oder unbewusst abzulegen.

Auch kostenlos zur Verfügung stehende Software macht es für Anwender verlockend, die Angebote zu nutzen – ohne sich über die Gefahren im Klaren zu sein. Jüngste Beispiele: Windows 7 und MS Office 2010 haben Online-Speichermöglichkeiten direkt integriert und bieten dem Nutzer an, Daten im Internet abzulegen.

Microsoft bietet mit Live Mesh zudem ein kostenloses Tool an, das Daten zwischen verschiedenen PCs und Smartphones via Internet synchronisiert. Auch der Zugriff aus dem Web per Browser von einem beliebigen Arbeitsplatz auf diese Daten ist problemlos möglich. Google

bietet mit seinen Google Apps vergleichbare Funktionen und darüber hinaus ein ganzes Anwendungsportfolio, das schleichend in Unternehmen Einzug findet. In aller Regel ohne das Wissen der IT-Abteilung.

„Viele Möglichkeiten dieser Angebote sind sinnvoll und können einen Mehrwert für das Unternehmen darstellen. Wenn der Bedarf vorhanden ist, in Projekten mit Partnern global zusammenzuarbeiten, sind gemeinsam genutzte Plattformen zwar sehr effektiv, sie dürfen aber

„Diese Standards sollte jedes Unternehmen unbedingt aktivieren. Darüber hinaus ist es ratsam, die IT-Infrastruktur regelmäßig zu analysieren, zu bewerten und Verbesserungspotenziale in einem Maßnahmenplan zu dokumentieren“, empfiehlt Andreas Wilker. Interessante Möglichkeiten eröffnet auch die Virtualisierung von Servern, Storage und Netzwerk – vorausgesetzt, die Herausforderungen an die Sicherheit werden mit Sorgfalt bedacht. Mit einem ganzheitlichen Virtualisierungsansatz, vom Client bis Server und Storage, lassen sich sichere Infrastrukturen aufbauen, ohne sich in der notwendigen Flexibilität einzuschränken.

Klare Sicherheitsstrategie denkt mit. Durch Desktop- und Applikationsvirtualisierung befinden sich die kritischen Systemlandschaften teilweise in ungeschützten und sensiblen Bereichen. Darauf müssen die Sicherheitsmaßnahmen ausgelegt sein. Neben der Betrachtung der vorhandenen IT-Infrastruktur bieten die Einführung von Portal-Lösungen, Rights-Management-Lösungen (RMS) und eines Dokumenten-Management-Systems interessante Lösungsansätze. RMS hilft Unternehmen bei der Durchsetzung von Sicherheitsstrategien, indem Informationen durch Anwendungsrichtlinien geschützt werden, die dauerhaft an die Daten gebunden sind. Das heißt: Die Zugriffsbeschränkung bleibt auch dann erhalten, wenn ein Empfänger geschützte Informationen unbeabsichtigt weiterleitet oder einen Datenträger mit einer geschützten Datei verliert.

Durch einen geregelten Zugriff auf die Dokumente kann ein Missbrauch eingeschränkt und neue effektive Prozesse wie beispielsweise Dokumenten-Workflows sicher etabliert werden. „Dabei können Unternehmens-

tions- und Datenschutz eine Schlüsselrolle einnehmen. Das bedeutet zugleich, dass Verantwortlichkeiten klar definiert, Positionen eindeutig besetzt und Richtlinien als verbindlich anerkannt werden.

Handeln ist gefragt. In vielen Fällen wird der Datenschutzbeauftragte ebenso wie der IT-Sicherheitsbeauftragte zwar auf dem Papier geführt, eine aktive Rolle hat er deshalb jedoch noch nicht. Dabei geht es um mehr als die Erfüllung gesetzlicher Anforderungen. Neben der Stärkung der Position des Datenschutzbeauftragten sind weitere Maßnahmen dringend empfehlenswert. Der wichtigste Rat vorab: Längst ist das Thema so komplex, die juristischen Konsequenzen bei Missachtung so weitreichend, dass die Beratung von externen Spezialisten an erster Stelle stehen sollte.

Zu den Elementen jedes professionellen Datenschutz- und Sicherheitskonzepts zählen: Erstellung von Unternehmensrichtlinien zur Nutzung des Internets, die explizit auch die neuen Möglichkeiten der Datenablage und Nutzung von Applikationen im Internet einschließt Erstellung bzw. Überarbeitung der IT-Sicherheitsrichtlinien und Sicherheitsstrategie sowie die Durchführung von Audits Etablierung eines aktiven IT-Risiko-Managements Schulung und Sensibilisierung der Mitarbeiter in Bezug auf Datenschutz Zertifizierung der IT-Struktur nach ISO 27001 (Informationssicherheits-Managementsystem)

Am Ball bleiben. Alle einmal eingeführten Maßnahmen rund um die Themen Datenschutz und -sicherheit sind dynamisch. Das heißt: Ihre Einführung ist nur der aller-



Im Web speichern

Aspekte wie Sicherheit, Haftung und weitere Compliance-Themen nicht in den Hintergrund drängen“, so Andreas Wilker. Ganz klar: Sture Verbote lösen die Problematik nicht dauerhaft. Wenn jedoch die IT-Verantwortlichen eine proaktive Rolle einnehmen, können die Chancen sinnvoll genutzt und die Risiken beherrscht werden.

Nutzen, was da ist. Eine nachhaltige Lösung zum sicheren Umgang mit neuen Medien schließt grundsätzlich zwei Überlegungen ein: Was muss das Unternehmen im technischen Umfeld verändern? Und welche Neuerungen kommen auf Mitarbeiter und Prozesse zu?

Häufig sind technische Lösungsansätze heute bereits in den Produkten integriert, die ohnehin im Unternehmen im Einsatz sind. Sie werden jedoch nicht immer genutzt. Beispiele sind Boot-Passwörter für Notebooks, Virtual Local Area Network (VLAN) für Netzwerke, Bildschirmschoner mit Passwort oder Datenverschlüsselung auf Notebooks mit einfachen Bordmitteln wie Bitlocker.

portale wie Microsoft Share Point Server ein geeigneter Ansatz sein. Die Share Point Services, eine im Funktionsumfang reduzierte Version des Share Point Servers, ist beispielsweise kostenlos im Lieferumfang des Windows Server 2003/2008 enthalten“, erklärt Andreas Wilker. Die Einführung von Share Point in einem Unternehmen ermöglicht die unkomplizierte Umstellung von einer dateibezogenen Ablage auf dem Fileserver auf eine moderne browsergestützte Verwaltung von Daten aller Art.

Mit ins Boot nehmen. Alle technischen Sicherheitsvorkehrungen sind nutzlos, wenn nicht das Unternehmen selbst eine akzeptierte und gelebte Kultur im sensiblen Umgang mit Daten, Know-how und Informationen entwickelt. Der Schutz geistigen Firmeneigentums hat heute eine wesentliche betriebswirtschaftliche Bedeutung – Tendenz steigend. Bei Mitarbeitern und Prozessabläufen, die mit unternehmenskritischen Daten und Informationen in Berührung kommen, muss daher der Informa-

ste Schritt. Danach gilt es, alle Teilaufgaben aktiv weiterzuführen und kontinuierlich aktuelle Marktstandards und -trends in die Konzepte zu integrieren. Um hier am Ball zu bleiben und rechtzeitig Veränderungen aufzugreifen, ist eine externe Begleitung nahezu unumgänglich. Der Einsatz lohnt sich allerdings. Denn durch ein attraktives und modernes Angebot von Lösungen durch die eigene IT-Abteilung besteht für den Anwender keine Notwendigkeit, eigeninitiativ auf Lösungen aus dem Internet auszuweichen.

Weitere Fragen? Antworten erhalten Sie in Ihrem Bechtle IT-Systemhaus vor Ort.

► **Ansprechpartner:** Andreas Wilker, Geschäftsführer, Bechtle IT-Systemhaus Neckarsulm, andreas.wilker@bechtle.com

Kundenprofil: Die VR LEASING-Gruppe, Eschborn, verschafft kleinen und mittleren Unternehmen neue Freiräume. Dazu arbeitet der Spezialanbieter für mittelstandsorientierte Finanzierungen im FinanzVerbund der Volksbanken Raiffeisenbanken mit rund 1.100 Partnerbanken zusammen. Mehr als 2.500 mittelständische Händler und Hersteller sind Vertriebs- und Kooperationspartner.

Zum Produktpotential zählen Leasing- und Kreditangebote für Fahrzeuge, Maschinen, Energie- und Umwelttechnik, Informations- und Kommunikationstechnologie sowie gewerbliche Immobilien. Neben der Absatz- und Einkaufsfinanzierung bietet die VR LEASING-Gruppe auch Factoring und Zentralregulierung an. In zehn mittel- und osteuropäischen Ländern sind eigene Tochter- und Beteiligungsgesellschaften aktiv.

Getreu dem Motto „Hilfe zur Selbsthilfe“ übernimmt das Haus gesellschaftliche Verantwortung, beispielsweise durch die Förderung von Mikrokrediten in Osteuropa.

→ www.vr-leasing.de



„Mit individualisierten Trainingsunterlagen und einem auf die wesentlichen Belange der VR LEASING abgestimmten Trainingsprogramm haben die Trainer der Bechtle GmbH unsere Mitarbeiter sehr gut auf die Einführung von SAP FI/CO in unserem Haus vorbereitet.“

Stefan Santel, Senior Project Manager, VR LEASING Prozess- und Produktmanagement

800 Teilnehmer, 100 Schulungstage, 4 Bechtle Trainer, 1 Ziel: fit in SAP.



**Am Anfang:
Erfahrener Partner gesucht.**

Zur Einführung von SAP entschied VR LEASING, die erforderlichen Anwenderschulungen über ein Ausschreibungsverfahren an einen externen Anbieter zu vergeben. Gesucht war ein erfahrener Partner, der alle erforderlichen Ressourcen, wie etwa Ausweichmöglichkeiten zu den firmeneigenen Räumlichkeiten, problemlos bereitstellen konnte.

Das Bechtle Schulungszentrum Frankfurt setzte sich bei der Ausschreibung durch und überzeugte mit einem umfassenden Konzept, das eine reibungslose Umsetzung der technischen und inhaltlichen Anforderungen ermöglichte.

Ausschlaggebend war unter anderem, dass Bechtle auch Erfahrung bei der Umsetzung selbst hochkomplexer Anwenderschulungen zu jedem relevanten IT-Thema vorweisen kann. Zusätzlich fiel auch der große Stamm an Trainern und Consultants ins Gewicht: So greifen die Schulungszentren stets auf Spezialisten und erfahrene Praktiker in unterschiedlichen Kompetenzfeldern zurück.

„Wir freuen uns sehr, dass uns die Verantwortlichen bei VR LEASING das Vertrauen schenken, unseren Teil zum erfolgreichen Einsatz von SAP beizutragen. Bemerkenswert war dabei die sehr gute, produktive Zusammenarbeit mit unseren Ansprechpartnern bei VR LEASING. Die Integration der Trainer in das verantwortliche Team betrachte ich als einen der wesentlichen Erfolgsfaktoren bei diesem

Projekt“, so Norman Weidle, Account Manager Bechtle IT-Systemhaus Frankfurt.

Aufgrund des Projektumfangs und der terminierten Produktivschaltung erfolgte sehr rasch nach der Vergabe die Umsetzung der Schulungen in einem Zeitraum von zwei Monaten. Im Vorfeld arbeiteten sich die Trainer in das System, die Mandanten und die firmenspezifischen Anforderungen ein und erstellten die begleitenden Teilnehmerunterlagen entsprechend den Schulungsinhalten. Die praxisnahen Handbücher dienen zugleich als Nachschlagewerke für die tägliche Arbeit mit SAP.

**Individuell maßgeschneidert:
Von der Stange geht gar nicht.**

In annähernd 100 Schulungstagen machten die insgesamt vier Bechtle Trainer rund 800 Mitarbeiter der VR LEASING fit in SAP. „Das positive Feedback der Teilnehmer an den SAP-Schulungen bei VR LEASING macht uns sehr stolz. Unseren Trainern wurden durchweg exzellente Zeugnisse ausgestellt, wobei insbesondere die gute Vorbereitung und hohe Kompetenz der Dozenten Beachtung fanden“, sagt Angelika Pieta, Leiterin der Bechtle Schulungszentren Frankfurt, Nürnberg und Würzburg.

Der Teilnehmerkreis in den zeitlich parallel organisierten Seminaren setzte sich aus Kreditoren-, Debitoren- und Anlagenbuchhaltern sowie Meldewesen-experten, Hauptbuchhaltern, Controllern und weiteren Anwendern zusammen.

Zum guten Schluss: positives Teilnehmerfeedback.

Frau Pieta, wird heute anders geschult als noch vor fünf Jahren?

Absolut. Die Kunden schauen ganz genau hin, welche Schulung welchen Mitarbeiter tatsächlich weiterbringt. Da es darum geht, die vorhandenen Budgets möglichst effizient einzusetzen, steht die Wirtschaftlichkeit der Maßnahme im Vordergrund. Spezialisierte Coachings oder Gruppenseminare werden den Standardseminaren meist vorgezogen. Hier gibt der Kunde auch mal etwas mehr Geld aus, erwartet dann aber hochspezialisierte Inhalte und weitreichende Kompetenz von uns und unseren Trainern.

Welche Themen werden derzeit besonders stark nachgefragt?

Meist handelt es sich um Spezialthemen. Heute kauft der Kunde nicht einmal Anwenderschulungen von der Stange. Auch bei Office-Schulungen werden effiziente Einzelcoachings bevorzugt. Ganz klar liegt der Schwerpunkt auf den neuen Microsoft-Produkten, kundenspezifisch aufbereitet und auf den Punkt gebracht. Auch Seminare im Storageumfeld oder generell hardwarespezifische Seminare sind in den Fokus gerückt. Hier bestimmen in der Regel aktuelle Projekte die Schulungsthemen. Beispielsweise ist die Einführung neuer Software oft Ausgangspunkt für Schulungsanfragen. Daneben

sind aber durchaus auch Softskillthemen gefragt.

Welches sind aus Ihrer Erfahrung die drei Topkriterien bei der Wahl eines Schulungsanbieters?

Ganz klar sind Kundenbindung und damit Vertrauen sowie die Qualität der Schulungen entscheidend. Bechtle ist hier als zuverlässiger Partner im IT-Umfeld bekannt.

Die Bechtle Schulungszentren wandeln sich vom Schulungsanbieter zum Outsourcingdienstleister. Was heißt das in der Praxis?

Outsourcing geht über das hinaus, was wir heute bereits unter „Managed Education“ anbieten. Wir organisieren nicht mehr nur die Weiterbildungsmaßnahmen, die direkt mit Bechtle geplant werden, sondern übernehmen für einen fest definierten Zeitraum die Planung und Koordinierung für das gesamte Mitarbeiter-schulungsprogramm des Kunden. Dazu holen wir Vergleichsangebote der Anbieter ein, prüfen Fördermöglichkeiten der einzelnen Maßnahmen, legen Datenbanken an, führen die Personalunterlagen, übernehmen die Mitarbeiterinformation, sind die Schnittstelle zum Einkauf, dokumentieren die durchgeführten Qualifizierungsprogramme und erheben am Jahresende eine vollständige Weiterbildungsbilanz. Alles in enger Abstimmung mit der HR-Abteilung des Kunden.

Sie sind also die ausgelagerte Mitarbeiterentwicklungsabteilung des Kunden?

Ganz genau. Für uns sind diese Themen Alltagsgeschäft. In vielen Unternehmen kümmern sich jedoch die Personalverantwortlichen sozusagen nebenbei um die Schulungsmaßnahmen. Diesen Aufwand nehmen wir den Kunden ab, sodass sich die Mitarbeiter wieder auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren und dennoch professionelle Qualifizierungsprogramme aus einer Hand anbieten können.

Was war das bisher schönste Kompliment für eine Schulung?

Sehr oft hören wir: „Wir waren mit den Damen der Schulungsabteilung und der Betreuung höchst zufrieden.“ Oder: „Der Trainer zeigte ein hohes Maß an Kompetenz.“ Es freut uns immer, wenn unsere Teilnehmer das erworbene Wissen direkt in die Praxis umsetzen konnten und uns das auch im Nachgang bestätigen. Aber am schönsten ist es, wenn Kunden sagen: „Wir kommen sehr gern wieder, weil Ambiente und Leistung sehr gut zusammen-spielen.“

→ Fordern Sie unseren aktuellen und umfangreichen Katalog zu SAP-Schulungen für Administratoren und Anwender an: angelika.pieta@bechtle.com SAP-Schulungen bieten wir jetzt auch als von der Arbeitsagentur geförderte Maßnahmen (AZWV) an. Weitere Informationen finden Sie unter: www.schulung.bechtle.com

LEISTUNGEN VON BECHTLE

- Organisation und Planung
- Raumplanung und -anmietung
- Catering vor Ort und Organisation des Caterings bei Partnerfirmen
- Steuerung der Dozenten
- Teilnehmerzertifikate
- Qualitätsmanagement
- Auswertung des Feedbacks
- Reporting
- Erstellung und Organisation der Skripte
- Terminkontrolle
- One Face to the Customer – ein Ansprechpartner für alles
- eine Rechnungsadresse/Kreditor

PROJEKT IM ÜBERBLICK

- SAP Schulungen für 800 Anwender der VR LEASING Bereiche Mobilien und Immobilien (Grundlagen, Stammdaten, Anlagenbuchhaltung, Auswertungen/Infosysteme, elektronischer Kontoauszug, periodische Arbeiten)
- Erstellung firmenspezifischer Schulungsunterlagen mit individuell angepassten Inhalten

DEM KUNDEN VERSCHRIEBEN

Was Schreiben betrifft, ist Staedtler Experte. Alltagsgeschäft für einen Hersteller von Stiften. Seit 175 Jahren schreibt das Unternehmen seine eigene Erfolgsgeschichte – und jetzt eine weitere gemeinsam mit Bechtle als IT-Partner für Rollouts von IT-Hardware in den internationalen Vertriebsniederlassungen. Zum Beispiel in Kanada.

Jeder hatte mal einen in der Hand. Viele schreiben täglich damit. Staedtler ist ein Begriff, wenn es um Schreib-, Mal- und Zeichenprodukte geht. Der traditionsreiche Hersteller zählt zu den ältesten Industrieunternehmen in Deutschland. Längst ist aus der kleinen Fabrik der Nürnberger Stiftmacherfamilie ein internationales Unternehmen geworden, das seine Produkte weltweit in 150 Ländern vertreibt. In 24 Niederlassungen und an sechs Produktionsstandorten beschäftigt Staedtler 2.200 Mitarbeiter – davon mehr als 1.500 in Deutschland.

Staedtler ist seit 2008 Kunde des Bechtle IT-Systemhauses Nürnberg. Neben dem Rollout von 800 PCs in drei Niederlassungen in Deutschland gehören auch Rollouts in Mailand, Frankreich und Kanada zu den realisierten Projekten. Dafür setzt Bechtle auf strukturierte Prozesse bei der Installation und Auslieferung. „Wir verfügen bei uns im Haus über einen Installationsserver, der eine direkte Verbindung zum Kundennetzwerk hat. Dieser sogenannte Enteo-Server wird mit Softwarepaketen versorgt, die von uns direkt auf die PCs gespielt werden. Fertig vorbereitet liefern wir die Geräte aus“, erläutert Thomas Thiele, Consultant, Bechtle IT-Systemhaus Nürnberg.

Staedtler hat Profil: der Tradition verpflichtet, aber zugleich hochinnovativ. In Deutschland fest verwurzelt, aber international vertreten. Mittelständisch geprägt und zugleich Global Player. Das Geschäft wird aus Deutschland gesteuert, aber vor Ort realisiert. Schnell, sicher und effizient. Das beschreibt zugleich den Weg, den Staedtler beim Rollout von IT-Neu- und -Ersatzgeräten geht. Für Bechtle ist es dabei unerheblich, ob es sich um einen großvolumigen Rollout von Clients oder um kleinere Installationen an Standorten außerhalb Deutschlands handelt. **Zuverlässigkeit*** in der Ausführung hat oberste Priorität. Seit August 2008 ist Staedtler Kunde des Bechtle IT-Systemhauses in Nürnberg. Im Januar 2010 kam Bechtle Onsite Services als Spezialist für internationale IT-Dienstleistungen dazu.

Auftakt dieser Zusammenarbeit war der Rollout von 48 Clients samt 19-Zoll-Flachbildschirmen für die Staedtler Vertriebsniederlassung in den kanadischen Städten Toronto, Vancouver und Montréal. Zum Leistungsumfang zählten dabei der Abbau der Alt- und der Aufbau der vorinstallierten Neugeräte samt Systemtest –

ohne Ausfall der Arbeitszeit an einem Wochenende. Jörg Detscher-Winker, Presales Consultant der Bechtle Onsite GmbH, koordinierte das Projekt zusammen mit dem externen Bechtle Partner GlobalServe: „Bei einem solchen Projekt müssen alle Zahnräder perfekt ineinander greifen. Wir haben unseren Job erst dann gut gemacht, wenn der Kunde mit dem Gesamtprojekt zufrieden ist. Wenn alles rund läuft und wie aus einem Guss wirkt, dann haben wir unser Ziel erreicht.“

„Aus einem Guss“ bedeutet in diesem Fall: Bechtle übernimmt den Einkauf der Hardware, sorgt für die Installation der erforderlichen Images, kümmert sich um alle logistischen Fragen, steuert den weltweit tätigen Partner GlobalServe für alle erforderlichen Dienstleistungen vor Ort, legt das Abnahmeprotokoll fest und übernimmt die komplette Abrechnung. Für den Kunden spürbar erfolgt die Abwicklung des Gesamtprojekts aus einer Hand. „Persönlich ist mir am Ende das Feedback des Kunden und unseres Partners gleichermaßen wichtig – und das fiel auf beiden Seiten positiv aus.“

Während GlobalServe die Zuverlässigkeit des Kunden vor Ort und den reibungslosen Projektablauf in den Vordergrund stellte, betonte Staedtler die Professionalität bei der Durchführung des Rollouts. „Die Ernsthaftigkeit, mit der wir auch scheinbar kleine Projekte betreuen, überrascht Kunden oftmals. Für uns selbstverständliche Kleinigkeiten wie etwa eine telefonische Kontaktaufnahme vorab durch die Techniker vor Ort oder auch angemessene Kleidung fallen positiv auf. Wir legen die gleichen Maßstäbe an einen Rollout mit 7.000 Notebooks in Hamburg wie an den Austausch von zehn PCs in Montréal.“

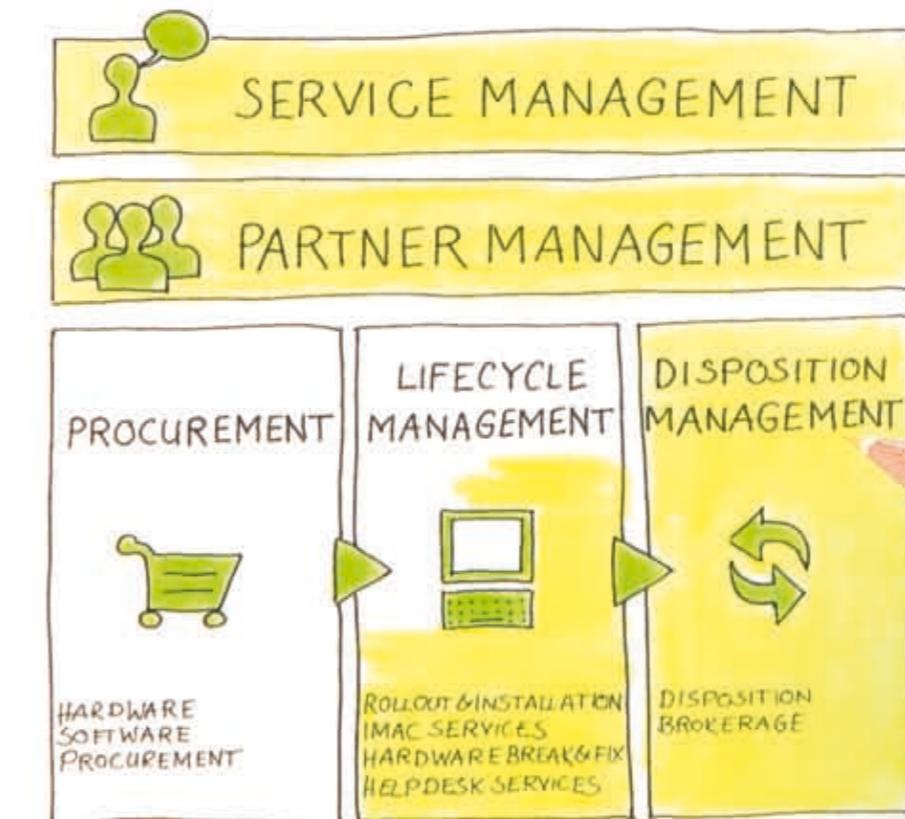
***Zuverlässigkeit** by Bechtle: einer unserer vier Grundwerte.

Bechtle Onsite Services ist Partner Ihres Bechtle IT-Systemhauses vor Ort. Bedarfe werden gebündelt und ein internationales Partnernetzwerk für die Systemhäuser zur Verfügung gestellt. Unter anderem für internationale Rollouts:

- ✓ Erbringung von internationalen Services
- ✓ Partnermanagement
- ✓ Zusammenarbeit mit internationalen Rahmenvertragspartnern
- ✓ Zentraler und mehrsprachiger Servicedesk
- ✓ IMAC Services für dezentrale Clients
- ✓ Break & Fix Services für dezentrale Clients
- ✓ Einheitliches länderübergreifendes Reporting

Know-how auch in Bezug auf:

- ➊ Steuerliche Abwicklung im Ausland/Inland (für Auslandsleistungen)
- ➋ Reporting/Service-Level-Vereinbarungen
- ➌ Internationale Betriebskonzepte
- ➍ Internationales Partnermanagement



➔ **Ansprechpartner:** **Jörg Detscher-Winker**, Presales Consultant, Bechtle Onsite GmbH, Neckarsulm, presales.onsite-services@bechtle.com

➔ **Ansprechpartner:** **Thomas Thiele**, Consultant, Bechtle IT-Systemhaus Nürnberg, thomas.thiele@bechtle.com

UNBEWUSSTE KAUFENTSCHEIDUNG: SIND WIR ALLE MANIPULIERBAR?

Cola oder Pepsi?

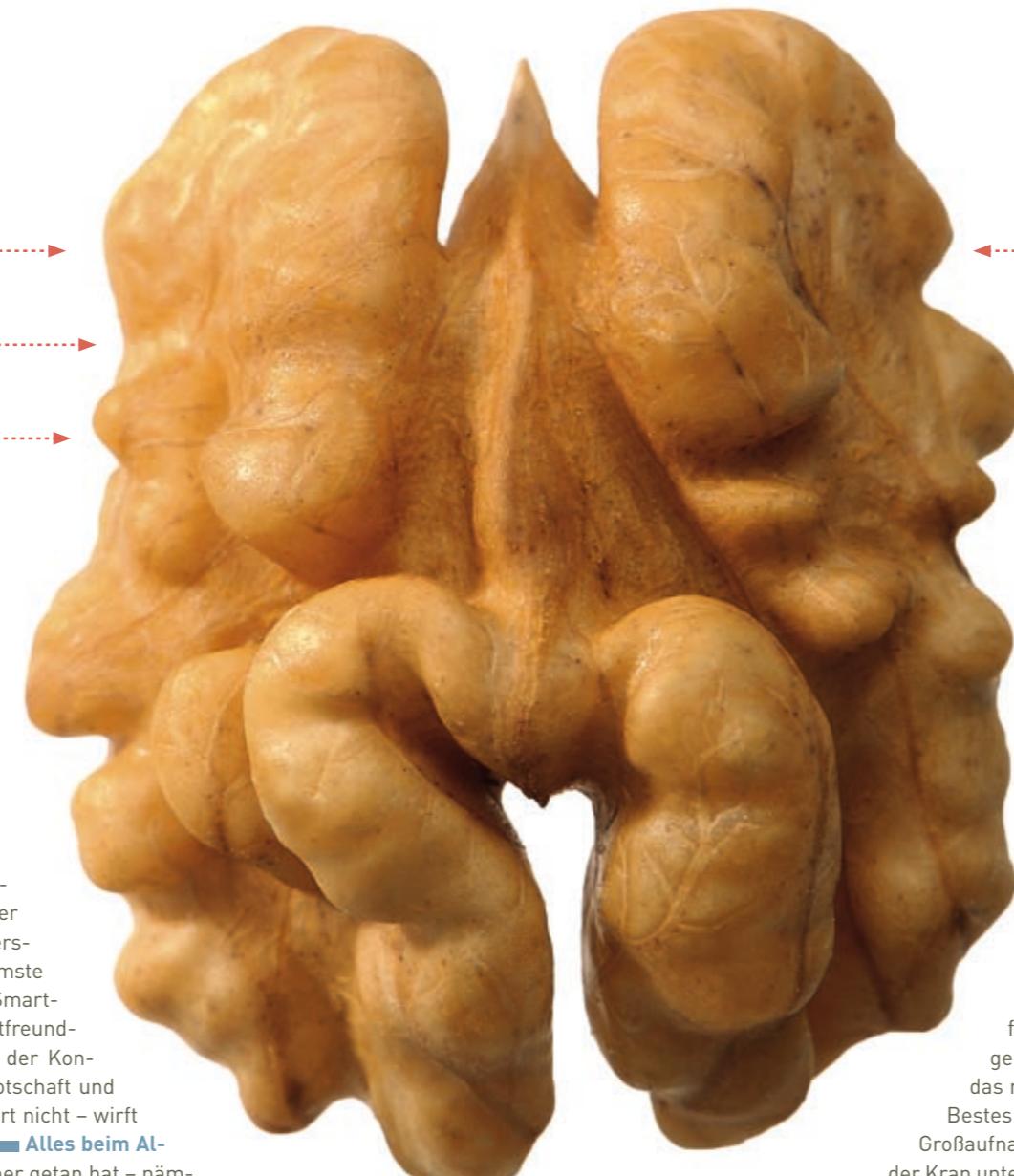
Bewusst oder unterbewusst?

Denken oder fühlen?

Botschaft oder Bedeutung?

Beck's oder Jever?

Sicherheit oder Autonomie?



Pepsi schmeckt besser als Coca-Cola – aber nur im Blindtest. Sobald die Probanden wissen, was sie trinken, wendet sich das Blatt. Denn die Marke Coca-Cola aktiviert bestimmte Hirnregionen, die das Selbstwertgefühl stärken. Zugleich werden positive Erinnerungen wachgerufen und die Geschmacksnerven einfach „überstimmt“. Ein Ergebnis, das ohne Neuromarketing nicht möglich gewesen wäre. Aber was ist wirklich dran an dem neuen Bereich der Marktforschung, der den Menschen in den Kopf schaut?

Empfänger unter diesen Umständen maximal wenige Sekunden dauert, verwundert nicht – wirft aber die Frage auf, wie Werbung heutzutage überhaupt noch wirken kann. **Alles beim Alten – nur neu.** Die Antwort ist so einfach wie verblüffend: so, wie sie es schon immer getan hat – nämlich unterbewusst. Während unser Gehirn nämlich gerade einmal 40 Bits pro Sekunde bewusst verarbeiten kann (das entspricht acht Buchstaben), nimmt das Unterbewusstsein in der gleichen Zeit etwa elf Millionen Bits auf. Informationen, von denen wir nichts wissen, die wir nicht abfragen können, die aber trotzdem verarbeitet und abgespeichert werden – und unser Verhalten beim Kauf von Produkten beeinflussen.

Wie genau, das untersucht das Neuromarketing – ein interdisziplinäres Forschungsgebiet, das sich sowohl auf psychologische als auch auf neurophysiologische Erkenntnisse stützt. Mithilfe moderner MRT-Technik (Magnetresonanztomografie) können Wissenschaftler den Menschen geradewegs in den Kopf schauen, während ihnen Markennamen, Logos, Anzeigen oder Werbespots gezeigt werden. Aus den aufleuchtenden Gehirnregionen lässt sich nun schlussfolgern, wie Werbung wirkt. Dabei stellte sich heraus, dass starke Marken wie Coca-Cola im Gehirn genau die Regionen entlasten, die für das Denken zuständig sind, und dafür emotionale und vor allem soziale Hirnregionen aktivieren. Auf den Punkt gebracht bedeutet das: Starke Marken haben eine soziale Relevanz, weil sie die Zugehörigkeit zu einer Gruppe signalisieren und damit für den Einzelnen identitätsstiftend wirken. Deshalb sind Marken weit mehr als nur ein Logo, eine Farbe oder eine Verpackung: Sie sind vor allem Bedeutung. **„Sail away, dream your dream.“** Das lässt sich besonders gut am Beispiel von Beck's verdeutlichen. Unabhängig davon, wie kritisch man persönlich der Bewerbung von Alkohol gegenübersteht, hat Beck's es geschafft, seinem Bier eine ganz klare Bedeutung zu geben: Die Werbung mit dem Dreimaster auf offenem Meer, einer Crew aus jungen, sportlichen Erwachsenen auf Entdeckungsreise, dem „Sail away“-Song und nicht zuletzt dem Claim „Beck's Experience“ kommt vor allem bei jungen Biertrinkern gut an. Denn die Bedeutung der Werbung – die Geschichte, die Symbole, die Sprache und das Sensuale (Farben, Lichtverhältnisse, Geräusche, Formen etc.) – zahlt genau auf das eine von drei Grundmotiven ein, das jungen Menschen am wichtigsten ist: das Streben nach Erregung, also nach Abwechslung und Neuem. Sie wollen endlich ihre Freiheit erlangen, selbstständig werden und in einer Gruppe Gleichgesinnter ihr eigenes Abenteuer erleben.

Konkurrent Jever bedient dagegen mit dem einsamen Mann, der durch die Dünen wandert und sich zum Schluss in den Sand fallen lässt, die beiden anderen möglichen Grundmotive: das Streben nach Autonomie und nach Sicherheit. Damit spricht die Mar-

ke eine komplett andere Zielgruppe an: den erfolgreichen Geschäftsmann, den gut situierten Familienvater und den anspruchsvollen Akademiker, die es in ihrem Leben schon weit gebracht haben und sich dessen auch bewusst sind.

Was lange währt, wirkt endlich gut. Die Bedeutung der Werbung muss also genau die Motive ansprechen, die für die Zielgruppe relevant sind (Erregungs-, Sicherheits- und/oder Autonomie-Motiv). Nur wenn diese Ansprache in sich schlüssig ist und über einen langen Zeitraum erfolgt, verinnerlicht der Konsument die Bedeutung unterbewusst, selbst wenn er die Werbung bewusst gar nicht wahrgenommen hat. Dadurch festigt sich in seinem Kopf ein bestimmtes Markenbild, das die Kaufentscheidung maßgeblich mitbestimmt. Das gilt im Supermarkt übrigens genauso wie im B2B-Bereich, weil das menschliche Gehirn nicht zwischen privaten und geschäftlichen Einkäufen unterscheidet.

Bestes Beispiel: Ein Kranhersteller bewirbt seine Modelle mit Anzeigen, auf denen die Kräne in Großaufnahme zu sehen sind – Menschen fehlen komplett. Die Anzeigen bleiben wirkungslos, weil der Kran unterbewusst als überdimensionales und unbeherrschbares Technikmonster wahrgenommen wird. Erst die zusätzliche Darstellung eines Kranführers, der den Kran im Griff hat, spricht sowohl das Sicherheits- als auch das Autonomiemotiv der Zielgruppe an und sorgt für eine positive Werbewirkung.

Bye, bye, Homo oeconomicus! Subtile Signale lösen also nachweisbar ein bestimmtes Verhalten aus. Sei es der Dreimaster von Beck's, der Kran ohne Kranführer oder ein simples Rabattschild, das Menschen zum Kauf eines Produkts bewegt, obwohl der Preis überhaupt nicht reduziert ist. Diese Erkenntnis bedeutet zugleich den Abschied vom Homo oeconomicus, der seine Kaufentscheidung laut Jahrzehntelanger Lehrmeinung nach dem Prinzip der rationalen Kosten-Nutzen-Optimierung fällt.

Was bedeutet das für die Praxis? Gibt es tatsächlich einen Kauf-Knopf im Gehirn, den Firmen durch Werbung betätigen können, um Verbraucher zu manipulieren? Die eindeutige und beruhigende Antwort lautet: nein! Zum einen sind Kaufentscheidungen ein Zusammenspiel von Bewusstsein und Unterbewusstsein – auch der Verstand ist am Kauf eines Produkts beteiligt und will durch handfeste Argumente überzeugt werden. Zum anderen sind die Abläufe, die zur Kaufentscheidung führen, so komplex, dass sie sich nicht allein durch unterbewusste Werbewirkung steuern lassen. Diese Erkenntnis ist nicht neu, genauso wenig wie eine Reihe anderer Ergebnisse, zu denen das Neuromarketing kommt. Die Untersuchungen belegen aber endlich das wissenschaftlich, was in der Werbebranche bisher intuitiv gehandhabt wurde. Ansonsten hätten Marken wie Coca-Cola niemals die Bedeutung bekommen können, die sie heute haben. **Einen Penny für deine Gedanken.** Das Neuromarketing kann uns zwar in den Kopf schauen, aber es kann nicht unsere Gedanken lesen. Deshalb sind seine Möglichkeiten – zumindest nach heutigem Forschungsstand – noch sehr begrenzt. Trotzdem wird vor allem die Werbebranche, aber zusehends auch werbende Unternehmen, die weitere Entwicklung des Neuromarketings mit Interesse verfolgen. Schließlich geht es darum, in immer stärker umkämpften Märkten die Konsumenten an sich zu binden und für sich zu gewinnen. Das wird in Zukunft dem am besten gelingen, der genau versteht, was im Kopf seiner Kunden vor sich geht – bewusst und unterbewusst. Und wer weiß: Vielleicht stoßen die Wissenschaftler dabei doch noch auf den berüchtigten Kauf-Knopf.



BECHTLE UND FREIBURG: TRAUMPAAR IN GRÜN.



Bechtle und Freiburg. Das passt.

Mit über 5.000 Hektar eigener Waldfäche gehört der Stadtwald in Freiburg zu den

größten Kommunalwäldern Deutschlands. Die grünen Hügel des Schwarzwalds sind direkt vor der Tür. Freiburg hat sich mit einer ehrgeizigen Umweltpolitik und dem Bekenntnis zu erneuerbaren Energiequellen als grüne Stadt einen Namen gemacht. Freiburg Green City präsentiert derzeit in Shanghai auf der EXPO 2010 den Stadtteil „Vauban“, der vom Koordinationsbüro der Weltausstellung für die Teilnahme im Ausstellungsbereich „Urban Best Practices Area“ ausgewählt wurde. Nur konsequent steht seit 2002 mit Dr. Dieter Salomon ein grüner Oberbürgermeister an der Spitze der Stadtverwaltung – der erste grüne Oberbürger-

meister einer deutschen Stadt überhaupt. Die Freiburger sind zufrieden und wählten ihn im April 2010 wieder.

Wer einmal in Freiburg war, gerät ins Schwärmen: die verwinkelten Gassen, die netten Cafés, das beeindruckende Münster und ein von Touristen und Studenten geprägtes multikulturelles Flair. Als sonnigste Stadt Deutschlands reizt Freiburg mit seinem milden, fast schon mediterranen Klima. Die Freiburger „Bächle“ sind charakteristisch für die historische Altstadt. Ursprünglich dienten sie zur Versorgung mit Brauchwasser und als Schmutzwasserkanäle. Heute sorgen die Wasserläufe für ein angenehmes Klima.

Es lässt sich leben in Freiburg. Und arbeiten. Seit 1996 ist Bechtle im Breisgau vertreten. Es war der 13. Standort des damals 13-jährigen schwäbischen Unternehmens. Eine Akquisition – wie meist bei Bechtle. Die Kühn & Weyh Compu-

tervertrieb GmbH Freiburg hatte sich seit der Gründung 1984 gut im Markt etabliert. Heute sind am Freiburger Bechtle Standort 56 Mitarbeiter beschäftigt. Zwei überregional tätige Competence Centern bündeln Know-how zu IBM Lotus Notes/Groupware und Networking Solutions mit Schwerpunkten in den Bereichen Cisco, Security und Unified Communications. Karl-Heinz Augustin, seit 2003 Geschäftsführer in Freiburg, kennt Bechtle ausgezeichnet. Im Oktober feiert er sein 20-jähriges Betriebsjubiläum: „Das Erfolgsprinzip von Bechtle lautet auch in Freiburg: aus der Region, für die Region. Wir sind für unsere Kunden jederzeit ansprechbar – direkt vor Ort. Wir begegnen einander auf Augenhöhe.“ Das Konzept aus zentraler Stärke und regionaler Präsenz funktioniert. In Freiburg deckt Bechtle ein Leistungsportfolio ab, das von der IT-Systemintegration mit IT-Strategieberatung über die Lieferung von

Hard- und Software, Projektplanung und -durchführung, durchdachten Servicekonzepten bis zu Spezialthemen wie Virtualisierung, Backup & Recovery, Client Management, IT-Security, Lotus Notes und Datenschutz/Datensicherheit sowie Managed Services reicht.

Zu den Kunden der Freiburger zählen insbesondere mittelständische Unternehmen aus den verschiedensten Branchen sowie dem öffentlichen Sektor – darunter auch die SICK AG, die Universität Freiburg, die Testo AG und der Europapark.

Das Dienstleistungsspektrum:

- Client Management: Betriebskonzepte, Softwareverteilung, Client-Virtualisierung
- Server & Storage: SAN-Lösungen (Hersteller: NetApp, HP, IBM, Datacore)
- Virtualisierung: VMware vSphere, Citrix XEN
- IT Security: auf Basis der Lösungen von

Cisco, Checkpoint, TrendMicro, Sophos/ Utimaco

■ Networking Solutions: LAN, WLAN, VPN, Unified Communications (Fokushersteller: Cisco, HP)

■ Business Applications: Collaboration, IBM Notes, Mailarchivierung, Easy Archiv

■ Datenschutz/Datensicherheit: Übernahme Mandate als externer Datenschutzbeauftragter, Begleitung zur Zertifizierung nach ISO 27001 (BSI-Grundschutz), IT-Compliance-Beratung

■ Managed Services: Betriebskonzepte, Betreuungskonzepte, Remote Services, maßgeschneiderte Outtaskingkonzepte

Seit April 2008 ist Bechtle auch mit einem IT-Systemhaus in Offenburg vertreten und deckt damit die angrenzende Wirtschaftsregion im Ortenaukreis ab – ebenfalls mit Karl-Heinz Augustin als verantwortlichem Geschäftsführer. „Wir sind für südbadische Unternehmen der verlässliche und

starke Partner, wenn es um eine flexible, kostengünstige und sichere IT geht.“ Insbesondere im Krisenjahr 2009 spürte der Geschäftsführer eine wachsende Nachfrage nach IT-Konzepten, die Kosten reduzieren und effizient zur Unterstützung von Geschäftsprozessen beitragen. Auch Themen wie Datensicherheit und -schutz haben in schwierigen Zeiten Konjunktur. „Heute sind solide Partner gefragter denn je“, so der 48-Jährige.

Bechtle nutzt die Kombination aus regionaler Präsenz und Kundennähe bei gleichzeitiger Unterstützung durch zentrale Einheiten und Lösungsspezialisten. „Einerseits profitieren unsere Kunden von dem umfassenden Know-how der zentralen Einheiten unter dem Dach der Bechtle AG. Andererseits setzen wir als eigenverantwortliche Systemhäuser konsequent auf die Verbundenheit mit unseren Kunden vor Ort“, fasst Karl-Heinz Augustin das Erfolgsmodell zusammen.



Die schmalen Gassen sind ein Markenzeichen der Freiburger Altstadt.

Fünf Fragen an ...



Karl-Heinz Augustin, Geschäftsführer der Bechtle IT-Systemhäuser in Freiburg und Offenburg:

Was ist für Sie bei der Kundenbetreuung ganz besonders wichtig? Der Nutzen des Kunden hat den höheren Stellenwert als die technisch neueste Lösung. Und: Beratung mit Augenmaß.

Welche Trends stellen Sie bei Ihren Kunden fest? Insbesondere Unified Communications (z. B. IP-Telefonie) und Outtasking von standardisierten Prozessen in der IT-Abteilung.

Was wird heute in der IT immer wichtiger? Denken in Geschäftsprozessen. Lösungen bereitstellen, die unsere Kunden bei der Umsetzung ihrer Geschäftsprozesse unterstützen.

Was zeichnet Bechtle Freiburg gegenüber anderen regionalen Wettbewerbern aus? Die Leistungsbreite und Leistungstiefe im Bereich der IT-Infrastrukturlösungen für unsere mittelständischen Kunden.

Was ist Ihr oberstes Ziel bei der Kundenbetreuung? Der Aufbau einer partnerschaftlichen und langfristigen Zusammenarbeit auf Augenhöhe.



Tipps in und um Freiburg.

von **Udo Stiefvater**,

Geschäftsführer Vertrieb, Bechtle IT-Systemhaus Freiburg,
udo.stiefvater@bechtle.com



SEHEN

Besuchermagnete: historische Gebäude in der Altstadt (z. B. Stadttore, Universität, altes Rathaus).



Münstermarkt: Der wochentägliche Markt auf dem Münsterplatz ist eine geschätzte Einkaufsstätte für Einheimische und Touristen. Auf 10.000 m² finden sich frisches Obst und Gemüse aus der Region ebenso wie typische Kleinkunstprodukte.

Stadtgarten & Schlossberg: Der Stadtgarten ist der ideale Ausgangspunkt für einen Spaziergang über den Schlossberg, der sich direkt neben der Altstadt erhebt. Lohnenswert: Schlossbergbahn, der Aussichtsturm oder die beiden Restaurants mit exklusiver Aussicht.

STAUNEN

Augustinermuseum: gehört zu den bedeutenden Museen der Region und versammelt Meisterwerke aus acht Jahrhunderten. www.augustinermuseum.de

Bächle: charakteristisch für die historische Altstadt. Ursprünglich waren sie vermutlich gedacht für die Versorgung mit Brauchwasser und als Schmutzwasserkanäle. Heute sorgen die Wasserläufe für ein angenehmes Klima und sind eine beliebte Spielwiese für Groß und Klein.

FREIBURG ERLEBEN

Zeltmusikfestival (08.-25.07.2010): Zeltstadt auf dem Festival-Gelände am Mundenhof. 600 internationale wie nationale Top Acts und Newcomer lassen die Grenzen zwischen Generationen und Musikstilen schwinden. www.zmf.de



SPORT

Breisgau-Triathlon: Eine der anspruchsvollsten Triathlon-Mitteldistanzen in Deutschland: Schwimmen in der Nähe des Kaiserstuhls, Radfahren in den Ausläufern des Schwarzwalds und Laufen in den Weinbergen von Malterdingen. www.breisgau-triathlon.de (nächster Termin: 22.08.2010)

Black Forest ULTRA Bike Marathon: Egal welche Strecke in Angriff genommen wird – jeder, der durchkommt, ist ein Sieger. Ein Klassiker im Mountainbike-Rennsport mit traumhaften Ausblicken und anspruchsvoller Streckenführung. www.ultra-bike.de (nächster Termin: 19.06.2011)

Freiburg Marathon: Mit mehr als 10.000 Läufern eines der herausragenden Sportereignisse in Freiburg. (Nächster Termin: 03.04.2011)



GESUNDHEITSREGION DER ZUKUNFT

Mannheim schafft „Raum für Gesundheit“.

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) schrieb 2008 den Wettbewerb „Gesundheitsregion der Zukunft“ aus. Das Ziel: Konzepte für die Verzahnung aller Akteure der Gesundheitswirtschaft durch Produkt- und Prozessinnovationen. Über 85 Projektkizzen gingen bei der internationalen Jury ein. Auf dem „Hauptstadtkongress 2010“ in Berlin gab das Ministerium am 5. Mai 2010 die drei Sieger der zweiten Auswahlrunde bekannt. Sie erhalten insgesamt Fördergelder in Höhe von 22 Millionen Euro. Zu den Gewinnern zählt auch die Metropolregion Rhein-Neckar.

An ihrem Antrag beteiligten sich über 20 regionale Partner aus allen Bereichen des Gesundheitswesens – darunter das Bechtle IT-Systemhaus Mannheim. Mit „Raum für Gesundheit“ entwarfen die Antragspartner ein Konzept, das die Bürger der Region stärken und die Gesundheitsversorgung optimieren kann. „Die Patienten sollen von einer verbesserten Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren im Gesundheitswesen profitieren und aktiv in den Behandlungsprozess eingebunden werden“, erklärt Dr. Wolfgang Siebenhaar, Geschäftsführer der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH. Ein zentrales Anliegen ist daher, Leistungserbringer mithilfe moderner Informations- und Kommunikationstechnologie zu verknüpfen. Neben dem Aufbau der dafür notwendigen IT-Infrastruktur umfasst das Konzept auch die Einführung der so genannten PEPA, einer elektronischen Patientenakte. „Als erfahrener IT-Partner des regionalen Gesundheitswesens, zum Beispiel des Universitätsklinikums Heidelberg, freuen wir uns, uns als Dienstleister und Systemintegrator an der Realisierung des ‚Raums für Gesundheit‘ zu beteiligen“, so Kai Riebe, Leiter Geschäftsfeld Projekte im Bechtle IT-Systemhaus Mannheim.

BECHTLE UND MADRAS VERSCHMELZEN

Bechtle firmiert im österreichischen Systemhausmarkt nun mit einheitlicher Marke.

Mit der Übernahme der Madras Computer Vertriebsgesellschaft verschaffte sich Bechtle im Juli 2008 ein erstes Standbein im österreichischen Systemhausmarkt. Im September 2008 folgte die Akquisition der supportEDV GmbH, die bereits seit Mai 2009 als Bechtle firmiert. Inzwischen ist die Integration beider Unternehmen in die Gruppe abgeschlossen. Die Geschäftsführung des Wiener Standorts nimmt auch weiterhin Robert Steininger wahr: „Beide Unternehmen ergänzen sich mit ihren unterschiedlichen Geschäftsschwerpunkten hervorragend. Uns war jedoch wichtig, unsere Zusammengehörigkeit auch nach außen zu dokumentieren, Synergien noch besser zu nutzen und in unserem Heimatmarkt mit einer einheitlichen Marke aufzutreten.“



Robert Steininger, Geschäftsführer, Bechtle IT-Systemhaus Wien.

Während Madras Computer sich auf Systemintegration in den Bereichen Enterprise Storage und Backup Solutions sowie Security konzentriert, ist die ehemalige supportEDV Spezialist für IT-Infrastrukturprojekte. Zu den Kunden beider Systemhäuser zählen öffentliche Auftraggeber ebenso wie mittelständische Unternehmen. „Für die Kunden von Madras ändert sich nach der Verschmelzung lediglich der Firmenname. Sämtliche Ansprechpartner und die persönliche Betreuung bleiben unverändert bestehen. Auch den zweiten Standort im Wiener Süden behalten wir zunächst bei“, so Robert Steininger. Die bisherigen Madras Geschäftsführer, Robert Öfferl und Christian Steger, übernehmen leitende Funktionen innerhalb der Bechtle GmbH, Wien.

► **Ansprechpartner:** Robert Steininger, Geschäftsführer, Bechtle IT-Systemhaus Wien, robert.steininger@bechtle.com

FIGURES & FACTS



GO FOR IT

Girls'Day

Mädchen-Zukunftstag

Am 22. April erlebten 15 Realschülerinnen und Gymnasiastinnen im Alter von 13 bis 17 Jahren beim Girls'Day 2010 die Bechtle IT-Welt live.

„Unser Ziel ist es, die Mädchen für IT-Berufsfelder zu begeistern und Talente zu fördern. Gleichzeitig ist der Girls'Day für Bechtle eine optimale Plattform, uns als attraktives Ausbildungsunternehmen mit Zukunftschancen zu positionieren“, erklärt Sonja Glaser-Reuss, Personalleiterin bei Bechtle in Neckarsulm. Die Mädchen gingen zunächst auf eine Zeitreise: Sie tauchten ein in die Anfänge der PC-Ära und lernten die Erfolgsgeschichte von Bechtle anhand der wichtigsten Meilensteine kennen. Bechtle Azubis und Studenten stellten anschließend ihre Ausbildungsberufe und Studiengänge vor. Gemeinsam mit Mitarbeitern aus dem Personalwesen erarbeiteten die Schülerinnen eine Bewerbung und erhielten aus erster Hand Tipps für den gesamten Bewerbungsprozess.

Mittendrin und dabei. Eine Rallye führte die Mädchen quer durchs Unternehmen in die Bereiche Produktmanagement, Bechtle direkt, Schulungszentrum, Lager und Basisinstallation. Aktive Mitarbeit war auch gefragt: So erarbeitete eine Hälfte die Grundlagen für ein Verkaufsgespräch und war dann live bei einem telefonischen Kundengespräch bei Bechtle direkt dabei. Die zweite Gruppe schraubte in der Bechtle Basisinstallation PCs und Server zusammen und betankte sie mit Software.

Begeisterung entfacht. Das Feedback der Schülerinnen fiel durchweg positiv aus: „Ein superschöner Tag“, „ein tolles Erlebnis“, „ich möchte bei Bechtle ein Praktikum und eine Ausbildung machen“, „der Tag hat mein Interesse an IT geweckt“, „überall nette Leute“, „super, dass man auch mal in eine so große Firma reinschnuppern kann“. Auch für Sonja Glaser-Reuss war der erste Mädchen-Zukunftstag am Bechtle Platz 1 eine rundum gelungene Veranstaltung: „Der Girls'Day leistet sicher auch in Zukunft einen wesentlichen Beitrag zur Nachwuchsförderung bei Bechtle. Die positive Resonanz, die wir von den Teilnehmerinnen erhalten haben, bestätigt uns darin.“

► Der nächste Girls'Day findet am 14. April 2011 statt. Die Bechtle Zentrale in Neckarsulm und mehrere Bechtle IT-Systemhäuser sind dabei. Anmeldung unter www.girls-day.de.

SIMPLIFY YOUR TIME

Erfolgreiche Hausmesse InfoBit 2010.

Unter dem Thema „Simplify your Time!“ veranstalteten die Schweizer Bechtle direct und Comsoft direct am 11. März in Zürich sowie am 20. April in Lausanne ihre Hausmesse InfoBit 2010. Im Mittelpunkt standen Neuheiten zur Effizienz- und Produktivitätssteigerung aus der Hard- und Softwarebranche.

In einer beschleunigten Arbeitswelt, in der höchste Performance zählt und an Mitarbeiter maximale Anforderungen gestellt werden, sind neben einem guten Zeitmanagement wirkungsvolle IT-Instrumente zur Steigerung der Produktivität notwendig.

Auf der Hausmesse InfoBit 2010 drehte sich daher für die über 400 Besucher alles um innovative Technologien und Produkte, die allesamt auf eine effiziente Unterstützung der Geschäftsprozesse zielen. Mehr als 20 renommierte Hersteller wie Acronis, Adobe, Apple, Cisco, HP, IBM, Intel, Lenovo, Lexmark, Microsoft, Symantec und VMware präsentierten in Vorträgen, Democentern und an Messeständen ihre neuesten Lösungen.

Zum Schwerpunktthema Effizienz passte in Zürich auch der Vortrag des Gastreferenten Professor Dr. Lothar Seiwert seinen Ansatz. Er ist Europas bekanntester Experte für Zeit- und Lebensmanagement. Er griff die neuesten IT-Lösungen auf und betonte, dass neben den richtigen Werkzeugen immer auch ein gutes Zeit- und Selbstmanagement notwendig ist. Schneller sei nicht immer auch besser – im Gegenteil: Eine ausgewogene Zeit-Balance zwischen Speed und Downsizing, beruflichen Anforderungen und privaten Wünschen sowie persönlichen Lebenszielen sei heute gefragt.

Sieben Stufen zum Erfolg*. In seinem Vortrag empfiehlt Professor Seiwert, diese Ziele nicht starr festzulegen: Lebensumstände ändern sich, Probleme entstehen, neue Chancen und Möglichkeiten bieten sich unverhofft an. „Konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche: Wer zu vielen unterschiedlichen Dingen nachjagt, wird sich zwangsläufig verzetteln“, erklärt er. Außerdem sei es wichtig, die Aufgaben Schritt für Schritt und mit Spaß anzugehen. Seine sieben Stufen zum Erfolg formuliert er so: 1. Entwickeln Sie für sich eine Lebensvision. Formulieren Sie schriftlich, was Sie in zehn oder 20 Jahren beruflich und privat erreicht haben möchten. 2. Listen Sie alle Rollen auf, die Sie in Ihrem Leben spielen: Chef/Arbeitnehmer, Selbstständiger/Angestellter, Ehefrau/Ehemann, Mutter/Vater, beste Freundin/bester Freund, Vereinsmitglied usw. Analysieren Sie diese Lebensrollen und verabschieden Sie sich von denjenigen, die Ihnen „aufgezwungen“ wurden und die Sie nicht wollen.

3. Überlegen Sie, welche Aktivitäten für Sie am erfolgversprechendsten sind. Formulieren Sie Schlüsselaufgaben, die Sie am schnellsten weiterbringen. 4. Definieren Sie konkrete Ziele für Ihre berufliche und persönliche Zukunft. Erstellen Sie für sich einen Jahreszielplan. Achten Sie darauf, dass berufliche und private Ziele im richtigen Verhältnis zueinander liegen. 5. Planen Sie Ihre Woche, setzen Sie sich Wochenziele. Planen Sie für die

wichtigen Dinge, die Sie voranbringen, genügend Zeit ein. 6. Planen Sie Ihren Tagesablauf. Setzen Sie dabei Prioritäten. Sonst werden Sie von dringlichen Aufgaben, die unvorhergesehen auf Sie einprasseln, aufgefressen. 7. Achten Sie darauf, dass keiner der vier Lebensbereiche „Arbeit/Leistung“, „Sinn“, „Körper/Gesundheit“ und „Familie/Kontakte“ zu kurz kommt. Sonst verlieren Sie auf Dauer Ihre Power und Energie.

► **Ansprechpartner** für kommende Veranstaltungen: Isabelle Frei, Marketing, Comsoft direct AG, Schweiz, isabelle.frei@comsoft.ch

*Quelle: Seiwert-Institut GmbH



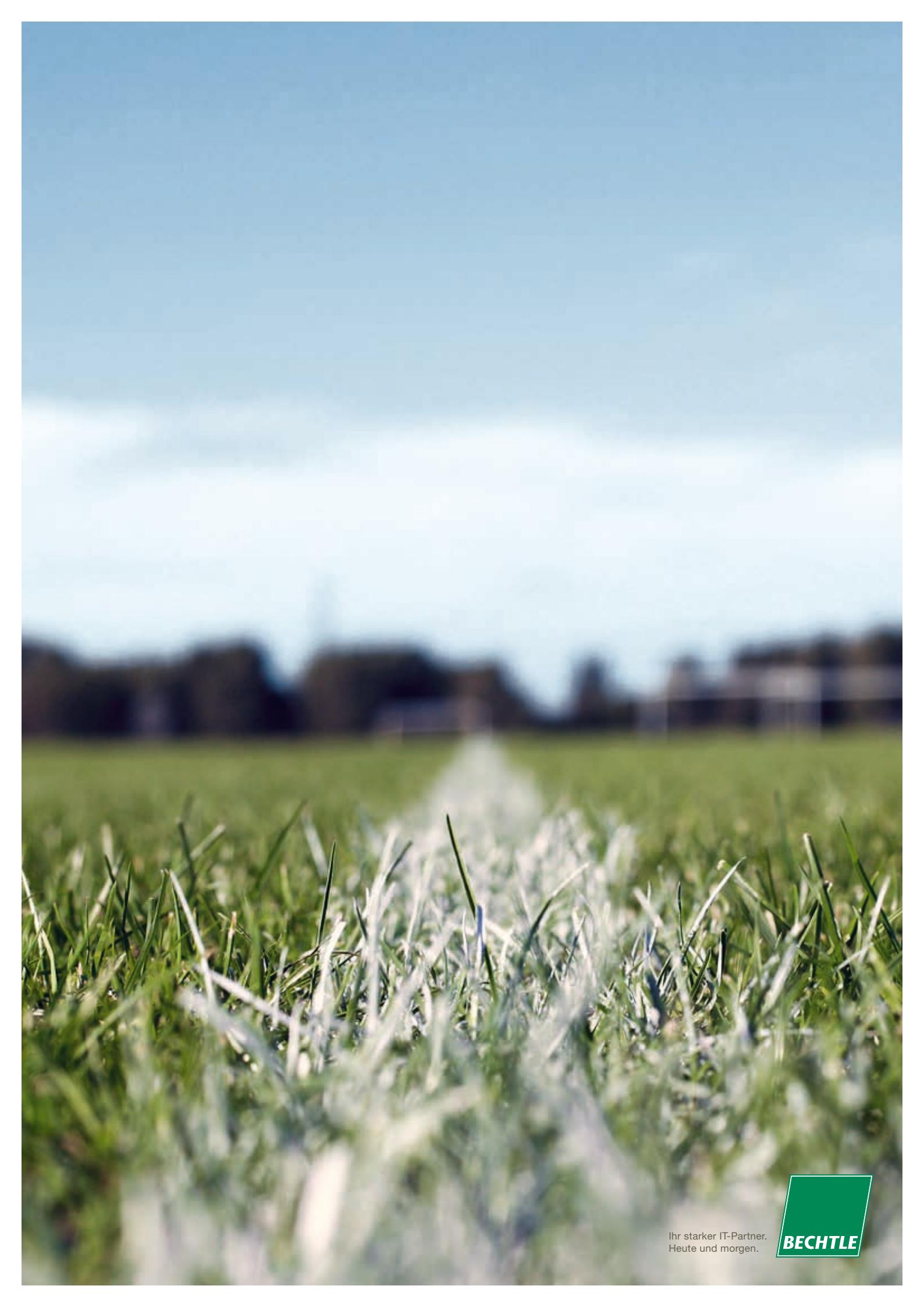
WILLKOMMEN IM TEAM

Akquisition in Norddeutschland: iits gehört jetzt zu Bechtle.

Seit Ende Mai ist die Systemhausgruppe iits Teil der Bechtle AG. Das Unternehmen hat im Geschäftsjahr 2009 mit 66 Mitarbeitern einen Umsatz von rund 40 Millionen Euro erzielt und zählt damit zu den fünf größten IT-Systemhäusern in Norddeutschland. Neben dem Unternehmenssitz in Oldenburg ist die iits auch in Bremen, Cloppenburg und Hannover vertreten. Bechtle setzt mit der Akquisition die Strategie einer flächendeckenden Präsenz im deutschsprachigen Raum erfolgreich fort.



Michael Uffelmann und Thomas Gäbelein, geschäftsführende Gesellschafter der Systemhausgruppe iits



Ihr starker IT-Partner.
Heute und morgen.

BECHTLE