

30
JAHRE

Bechtle AG
1983-2013

Rasant gewachsen.
Auf Kurs geblieben.



Ihr starker IT-Partner.
Heute und morgen.

BECHTLE

30 Jahre Bechtle. 30 Jahre Zukunft. Immer geradeaus.

Von dem französischen Schriftsteller André Malraux stammt der Satz: „Wer in der Zukunft lesen will, muss in der Vergangenheit blättern.“ Ein Jubiläum ist ein schöner Anlass, genau das zu tun. Spannend an der Rückschau ist dabei die Frage, welche Erfolgsfaktoren von gestern auch die Zukunft bestimmen und den Weg zur Vision 2020 prägen.

Unglaublich zielstrebig – das ist wohl das Erste, was langjährigen Weggefährten einfällt, wenn sie Bechtle charakterisieren. Sehr früh, als kleines Unternehmen bereits, formulierten die Unternehmensgründer große Visionen. Immer messbar, immer offen kommuniziert. Und diese ehrgeizigen Ziele wurden bemerkenswert geradlinig verfolgt. Kein großes Ausscheren nach rechts und links. Keine Diversifikation in diese und jene Richtung. Bei aller Entwicklung und bei vollem Tempo ist Bechtle auf Kurs geblieben. Immer geradeaus. Dieser kurze, prägnante Satz trifft ins Schwarze, will man die Entwicklung von 30 Jahren auf den Punkt bringen.

„Immer“ beinhaltet Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Es beschreibt die Kontinuität, die Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner an Bechtle schätzen und erwarten. „Geradeaus“ drückt Bewegung, Richtung und Haltung aus: das Streben nach großen Zielen. Zu Beginn war es die Vision 2000, später die Vision 2010, die als Leitsterne die Richtung wiesen. Eben weiter nach vorn. „Immer geradeaus“ begleitete Bechtle im Jubiläumsjahr 2013 und darüber hinaus – auf dem Weg zur Vision 2020.

POINT
LÄSSIGKEIT
MPETENZ
ENZIAL
SECURITY
MANAGEMENT
LAN
STORAGE
LOGISTIK
WLAN
PORTFOLIO
INSTALLATION
SERIOSITÄT
KUNDENNÄHE



DAS GEHT DOCH BESSER.

Wie das manchmal so ist. Da denkt sich einer: Mensch, so kann das doch nicht weitergehen. Das ist ja wie früher. Heute gibt es doch modernere Methoden! Ob es dann bei der Entrüstung bleibt oder tatsächlich Aktion folgt, ist eine Typ-Frage. Die Bechtle Story jedenfalls beginnt mit einem, der handelt. Anfang 1982. Ein Unternehmer ist (neben seinem Kerngeschäft) auch für 18 Kinobetriebe – unter anderem im schwäbischen Heilbronn – zuständig. An der Kinokasse werden damals wie heute Süßigkeiten verkauft. Verwaltet werden die Gummibärchen, Drops und Schokoriegel mit einem mehr oder minder strukturierten Karteikartensystem. Auch in den 80er-Jahren war das eine bereits etwas angestaubte Methode, Nachfrage und Einkauf in Einklang zu bringen. Effizientere Ansätze waren durchaus vorstellbar, aber noch nicht an jeder Straßenecke erhältlich. Also wendet sich oben erwähnter Unternehmer an den „Technischen Beratungsdienst“ der Fachhochschule Heilbronn. Damals ein gern gewählter Problemlöser für technische Fragestellungen. Hier kommt ein Professor ins Spiel. Man kennt sich, hat schon gemeinsam Diplomanden betreut. Ein Student wird gesucht, der clever genug ist, eine Verwaltungssoftware zu schreiben. Die Wahl fällt auf einen Maschinenbaustudenten. 24 Jahre alt, von Computern fasziniert. Wenige Wochen später steht das Programm. Es funktioniert. Wie wäre es, denkt sich der Professor, ein Geschäft zu gründen, das Software vermarktet. Genauer: technische Berechnungssoftware. Neuland sozusagen, denn am Markt gibt es so etwas zur damaligen Zeit noch nicht. Nur in den Laboren der Fachhochschule. Die drei Männer – Unternehmer, Professor und Student – sind überzeugt, dass Computer die Zukunft sind. Eine Geschäftschance? Warum nicht, denkt der Unternehmer. Und der Professor. Der Student sowieso. Kaufmännischer Sachverstand, technischer Intellekt und unverbraucher Ehrgeiz. Gerhard Schick, Professor Klaus von Jan, Ralf Klenk. Gründer von Bechtle. Das war 1983.

WIE SOLL ES DENN HEISSEN?

Eine Geschäftsidee zu haben ist prima. Aber höchstens die halbe Miete. Das Kind braucht auch einen Namen. Da fängt der Stress schon an. Die eigenen Namen? Klenk-Schick-von Jan GmbH. Zu kompliziert. Dann vielleicht nur die ersten Buchstaben KSJ? Oder doch JKS? Ach ... eher nicht. Vielleicht ein Fantasienamen, total modern und kreativ? Na also bitte – auf keinen Fall! Es sind die einfachen Dinge, die den Unterschied machen. Das war schon immer so. Die Kriterien, die einen perfekten Namen auszeichnen, sind (in diesem Fall) schnell zusammengefasst: Ein Familienname wäre gut, das schafft Vertrauen. Und schwäbisch soll er klingen. Schließlich sind die Gründer Schwaben, die Kunden werden es auch sein. Außerdem muss der Name weit vorn im Alphabet stehen. Wichtig, um im Branchenbuch schnell gefunden zu werden. Bei den Lieferanten ganz oben stehen ist auch kein Fehler. Also nimmt sich der pragmatisch orientierte Unternehmer Gerhard Schick die Personalliste seiner Firma. Die Buchstaben A und B genügen. Bei Hans-Joachim Bechtle bleibt der Finger stehen. Ein Mitarbeiter der Kinobetriebe. Das passt. Erledigt. Name gefunden. Perfektion kann so einfach sein. Und so stehen am 21. Juli 1983 um 9 Uhr vier Männer beim Notar. Für wenige Minuten ist der Namensgeber auch Gesellschafter. Das deutsche Recht verlangt es so bei einem Familiennamen als Firmierung. Dann erhält Hans-Joachim Bechtle die zuvor vereinbarten 1.000 DM Honorar – und ist fortan nicht mehr Teil der Bechtle GmbH. Eine besondere Rolle spielt er aber doch: Er ist nämlich erster Kunde des neu gegründeten Unternehmens. Noch vor der Eröffnung des Ladengeschäfts im Heilbronner City Süd-Center kauft er am 26. September 1983 zehn Disketten 1 DSS S 1/1" zum Preis von 60,53 DM plus 14 Prozent Mehrwertsteuer. Viel später arbeitet er auch als Servicetechniker bei Bechtle. Der Apple IIe, auf dem das in Teil 1 „Das geht doch besser“ erwähnte Süßwarenverwaltungsprogramm seit 1982 läuft, steht bis heute in seinem Arbeitszimmer.

Das Porträt von Hans-Joachim Bechtle sehen Sie übrigens auf Seite 2.

B



IMMER WEITER DENKEN.

Es muss ja nicht gleich von Anfang an laufen wie eine Eins. Man muss nur konsequent seine Ziele verfolgen. Das Geschäftsmodell von Bechtle fußt auf einer Marktlücke. An der Hochschule wird Software entwickelt, die niemand vermarktet. Und der Siegeszug des Computers ist klar erkennbar. Software hier, Hardware dort. Da ist in der Mitte Platz für einen, der beides miteinander verbindet. Zu Beginn konzentriert sich Bechtle auf die Erstellung und Vermarktung von Berechnungssoftware im technischen Bereich. Da gibt es beispielsweise eine speziell für Sägewerke entwickelte Anwendung, die verkauft werden soll. Das Programm ist hochkomplex, es ist teuer – und damit unverkäuflich. Es folgt eine Softwarelösung für die Werkzeugverwaltung. Bis ins Detail durchdacht, mit intelligenten, überzeugenden Funktionen, in der Anwendung aber kompliziert, ihrer Zeit vielleicht einfach voraus – ein Flop. Aller guten Dinge sind drei. Und tatsächlich: Die „Bechtle Praktiker Software“, kurz BPS, hat Erfolg. Sie berechnet unter anderem Zahnräder, Wellen und Schrauben. Das Produkt ist ausgereift, es verkauft sich gut. Aber nicht so gut wie das zweite Standbein von Bechtle. Der eigentliche Durchbruch gelingt mit dem Vertrieb von Hardware. Der ursprünglich nur als „Nebenerwerbsquelle“ vorgesehene Verkauf von Computern, Monitoren, Druckern, Zubehör und Standardsoftware sprudelt und sprudelt. Es ist der Beginn des PC-Zeitalters. Der Markt entwickelt sich rasant und mit ihm Bechtle. Goldgräberzeit. Die Nachfrage kennt keine Grenzen. Zur richtigen Zeit in der richtigen Branche und ein unbändiger Wille zum Erfolg. Bechtle startet durch.

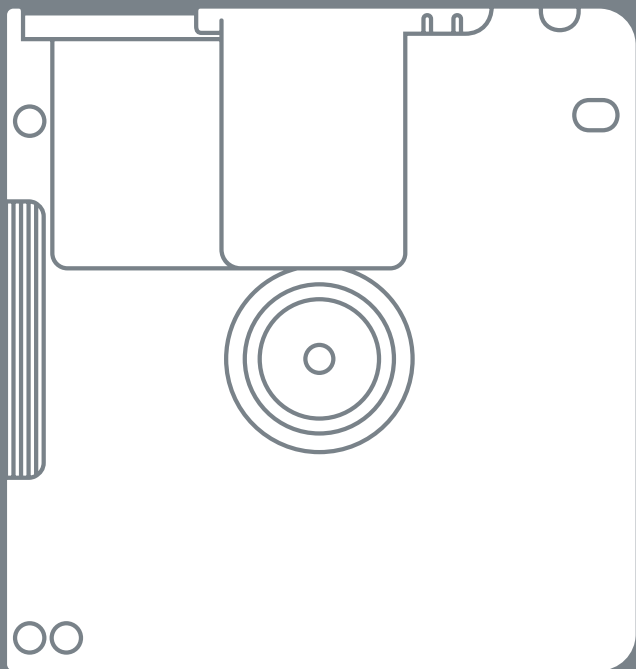


BIG BLUE. STARKER PARTNER GESTERN UND HEUTE.

Mitte der 80er-Jahre kommt man in der Computerbranche an IBM nicht vorbei. Wer Vertragshändler wird, hat Glück. Einfach ist es nicht. Aber Beharrlichkeit war schon immer eine Bechtle Tugend. Mit drei Mitarbeitern erfüllt Bechtle die Auflagen des Händlerkonzepts von IBM – vorsichtig formuliert – nicht ganz. In der Waagschale liegen 1985: ein 70-m²-Ladengeschäft, mit Gerhard Schick ein erfahrener Kaufmann, ein genialer Techniker und ein bis zum Anschlag motivierter 2-Mann-Vertrieb. Am Ende aber ist es die nicht zu unterschätzende Geschäftsverbindung von Gerhard Schicks damaligem Arbeitgeber, der Bott GmbH & Co. KG,



zu IBM, die eine Kontaktaufnahme erst ermöglicht. Das ist gut, aber „Big Blue“ nicht genug. Drei Bedingungen stellt der Hersteller: Kapital mit Bankbürgschaft, Qualifizierung der Mitarbeiter in Technik und Vertrieb sowie größere, repräsentative Geschäftsräume. Das ist machbar. Und Bechtle ist drin im Geschäft mit IBM. Ein Meilenstein, ohne Frage. Der Türöffner zu Großkunden. Den Erfolg der Partnerschaft dokumentiert früh ein Hattrick: 1987, 1988 und 1989 zeichnet der Hersteller Bechtle als Nummer eins der IBM-Qualitätshändler aus. Bis heute verbindet beide Unternehmen eine starke Partnerschaft.

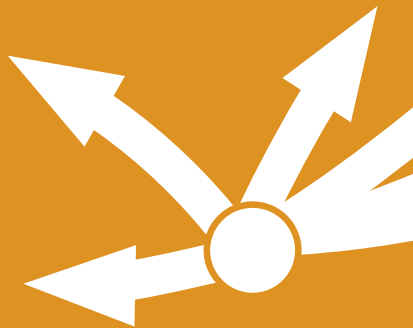


DER OTTO IN DER IT.

Ein Katalog? Als Systemhaus? Wer soll denn so einkaufen? Wir sind doch nicht Otto oder Quelle! Gerhard Schick glaubt dennoch an die Idee vieler Produkte zwischen zwei Pappdeckeln. Er lässt ein erstes Exemplar produzieren. Gegen Widerstände im eigenen Haus. Er ist überzeugt, dass sich so mehr Geschäft machen lässt. Und er will einen überregionalen Markt adressieren. 1991 holt Bechtle das kleine Team einer Telefonmarketingagentur an Bord. Zwei Studentinnen beginnen zudem mit Preisvergleichen bei den beiden großen EDV-Versandhandelsunternehmen Secomp und Misco. Der Bechtle Katalog beschränkt sich zunächst auf Zubehör und Software. Dafür wird nicht viel Lagerfläche benötigt und die Gewinnspanne beeindruckt: Für eine Mark eingekaufte Kleinteile lassen sich für 13 Mark verkaufen. Das erste Sortiment besteht aus 216 Produkten auf 32 Seiten. 5.000 Kataloge werden schwarz-weiß gedruckt: Mäuse, TrackMan, Disketten, Floppy-Würfel, Adapter, Kabel, Textverarbeitungs- und Grafikprogramme auf ziemlich dünnen Seiten. Es ist der Anfang eines zweiten Standbeins, dessen Entwicklung schon drei Jahre später mit dem Bechtle Online-Shop an Dynamik gewinnt. Die Sparte IT-E-Commerce hat hier ihre Wurzeln.

ERFOLG MULTIPLIZIEREN.

Nur mal angenommen: Ein Unternehmen hat sich in der Region bestens etabliert, es konnte prächtig wachsen. Zukunftsfähig das Geschäftsmodell, visionär die Unternehmenslenker. Was tun, wenn das Marktpotenzial riesig und die Perspektiven vielversprechend sind? Man multipliziert den Erfolg. Durch Zukäufe und Neugründungen. Das denken sich auch Ralf Klenk und Gerhard Schick Anfang der Neunziger. Zehn Jahre nach Gründung beginnt die dynamische Phase des Wachstums jenseits des Gründungsstandorts Heilbronn. Den Start machen 1993 Würzburg und Chemnitz, ein Jahr später kommen Mannheim und Dresden dazu, dann Karlsruhe und Leipzig. In der zweiten Unternehmensdekade wird aus dem Heilbronner Systemhaus, seinen 85 Mitarbeitern und einem Umsatz von knapp zwölf Millionen Euro eine respektable Unternehmensgruppe: mit 2.254 Beschäftigten, einem Umsatz von 752 Millionen Euro und 43 Standorten. Eine solche Schlagzahl schafft nur ein starkes Team – mit viel Herzblut, klugen Köpfen, großen Visionen und einer starken Kultur.





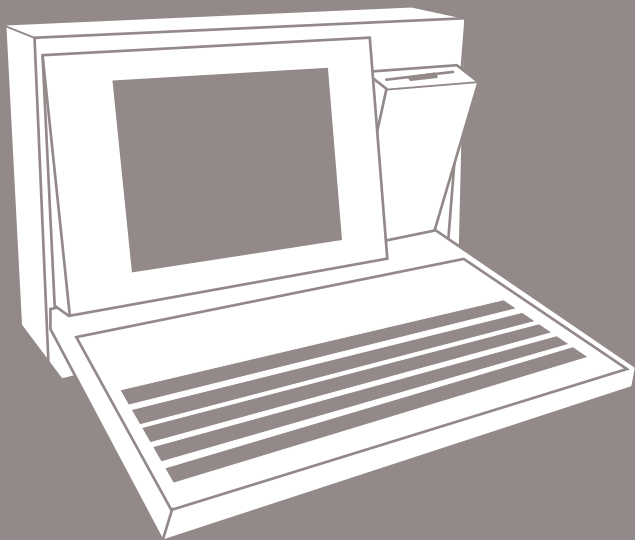


WENN NICHT DIE, DANN WIR.

Nach der Goldgräberzeit der 80er Jahre trennte sich unter den IT-Unternehmen die Spreu vom Weizen. Erste Firmen gerieten in Schieflage oder meldeten Insolvenz an. Zugleich nahm die Spezialisierung zu. Die Zeit des Jeder-macht-alles ging zu Ende. Auch Handel und Dienstleistung – zuvor noch untrennbar miteinander verbunden – waren nicht mehr zwei Seiten derselben Medaille. Im Gegenteil: Das Handelsgeschäft galt als Klotz am Bein. Einhellige Meinung: Im Handel ist nichts mehr zu verdienen. Statt in den Abgesang einzustimmen, fragten sich die Unternehmenslenker bei Bechtle: Wenn alle gehen, wer macht dann das Geschäft? Die Antwort gaben sie 1991 mit der Gründung der Handelssparte. In der zweiten Unternehmensdekade zeigte sich, was heute unverändert für das Geschäftsmodell gilt: Es ist die Kombination aus Dienstleistung und Handel, die Bechtle Stabilität verleiht. Zugleich markierte 1998 der Umzug des Bechtle Lagers in die „Böllinger Höfe“ mit 6.000 Quadratmeter Logistikfläche die bewusste Entscheidung, Logistik zu einer Kernkompetenz zu entwickeln. Das Lager wurde zur zentralen, hochprofessionellen Drehscheibe des europaweiten Handelsgeschäfts. Nach dem erneuten Umzug 2004 verfügt Bechtle am Neckarsulmer Unternehmenssitz über modernste Förder-technologie und beeindruckende 23.650 Quadratmeter Logistikfläche – das entspricht der Größe von sieben Fußballfeldern.

DER PC BEKOMMT BEINE.

In den frühen 90ern kommt ein Gerät auf den Markt, das die Augen von IT-Profis zum Strahlen bringt. Es heißt PS/2 Model P70, sieht aus wie eine tragbare Singer-Nähmaschine, kommt von IBM, kostet mit 19.000 US-Dollar so viel wie ein Kleinwagen und ist ein sogenannter Koffer-PC. So schwerfällig und wenig attraktiv der Name, so das Gerät. Zumindest aus heutiger Sicht. Vor 20 Jahren war diese zweite Generation der PCs eine Offenbarung. Netzwerktechniker liebten ihn wegen seiner Slots für Microchannel-Adapter. Die P-Modelle offenbarten eine nie gekannte Flexibilität bei Kundeneinsätzen. Es war der Beginn der Mobility.

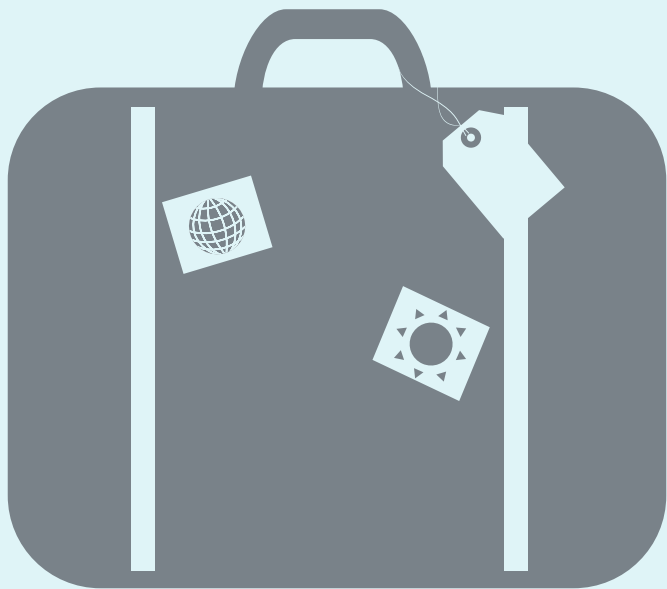


24/7



RUND UM DIE UHR SHOPPEN.

1995 dreht die IT-Industrie auf und zeigt, was sie kann. Multimedia wird Wort des Jahres. Microsoft veröffentlicht Windows 95. In Los Angeles widmet sich die Electronic Entertainment Expo ganz den Video- und Computerspielen. Ward Cunningham stellt mit dem Portland Pattern Repository das erste Wiki online. Der Vorläufer von Google – BackRub – wird entwickelt. Das Web gewinnt rasend schnell an Bedeutung. Dabei ist das von Spezialisten des amerikanischen Militärs entwickelte Internet erst seit 1993 auch für Normalbürger nutzbar. Völlig neue Möglichkeiten eröffnen sich. Auch jenseits des Atlantiks. Im Softwarelabor der Fachhochschule Heilbronn kommen Vertreter von Audi, Bechtle, der Bausparkasse Schwäbisch Hall und Würth zusammen. Ihr Erfahrungsaustausch mündet in ein gemeinsames Projekt: Studenten sollen eine Onlineplattform entwickeln, über die Interessenten Produkte kaufen können. Parallel arbeitet ein Student bei Bechtle an einer dynamischen Lösung, die den Kunden Produktinformationen und tagesaktuelle Preise liefert. Es tut sich viel im Markt: Im Juli 1995 verkauft Amazon das erste Buch im Online-Bookstore, am 13. Oktober 1995 wird eBay als „AuctionWeb“ gegründet – und am selben Tag geht Bechtle mit 150 Produkten online. Es dauert noch bis Anfang 1997, bevor ein funktionsfähiges Onlinebestellsystem mit Einkaufskorbfunktion und tagesaktuellen Preisen betriebsbereit ist. Am 21. März 1997 trifft um exakt 13:05:43 Uhr die erste Onlinebestellung ein. Der Kunde ist die Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen, die für 72,50 DM ein LSA-Plus Anlegewerkzeug von Quante kauft. Übrigens ist das Produkt auch heute noch über bechtle.de zu erwerben. Und auch Michael Schürlein, der Student, der den ersten Web-Shop von Bechtle entwickelte, ist unverändert an Bord – als Anwendungsentwickler im Webteam.



NEULAND – BETRETEN ERLAUBT.

Scheinbar mühelos gelingt Bechtle in der zweiten Unternehmensdekade neben enormem Umsatzwachstum und einer sagenhaft schnellen Expansion der Systemhausstandorte auch die Internationalisierung: Erstes Land ist 1996 die Schweiz. Ein Übungsterrain. Handel über Grenzen hinweg, eine andere Währung, am gewählten Standort Fehraltorf nahe Zürich zwar noch ohne Sprachbarriere, das Land indes viersprachig. Die guten Erfahrungen führen schon ein Jahr später zur Gründung von Bechtle direct Großbritannien. Hier ist noch mehr Aufbauarbeit gefragt. Niemand wartet dort auf Bechtle – die deutsche Firma mit unaussprechlichem Namen. Katalog und Shop müssen übersetzt, Hersteller für das Vorhaben gewonnen und erste Kunden überzeugt werden. Es gelingt. Mit Beharrlichkeit, Kreativität und Spaß. Auch wenn das Direktgeschäft stark prozessorientiert ist, ohne Menschen, die ihre Ziele mit Biss verfolgen, hat auch E-Commerce keine Chance auf Erfolg. Es folgten 1998 die Niederlande, Italien und Österreich, zwei Jahre später Frankreich und Belgien, 2001 kommt Spanien hinzu. In dieser Zeit gilt, was auch heute noch den Reiz der internationalen Marktpräsenz ausmacht: Läuft es in dem einen Markt mal nicht so gut, gleichen das Erfolge in anderen aus. Wie vieles bei Bechtle ist auch die Internationalisierung eine Fortsetzungsgeschichte – umgesetzt in der dritten Dekade und heute weiter Teil der Vision 2020.



BC8.DE ZWÖLFFACH ÜBERZEICHNET.

Eine spontane Idee ist es nicht. Auch wenn das Timing fast zu perfekt erscheint, um als langfristiger Plan durchzugehen. Doch es ist nicht der maßlos überzogene Hype des Neuen Markts, der die Bechtle Lenker verführt. Vielmehr schrieben sie bereits 1988 in ihre Vision 2000: Gang an die Börse mit 100 Millionen Mark Umsatz. Typisch Bechtle ist dabei, mit welcher Präzision große Ziele Realität werden. Nur beim Umsatz liegt die Vision daneben. Statt 100 stehen zum Börsengang 773 Millionen Mark in der Bilanz. Doch mit solchen Ungenauigkeiten lässt sich leben. Wichtigster Grund für das Going- public ist die Möglichkeit, das Unternehmen finanziell unabhängig von Einzelpersonen zu machen. Die Gründerfamilien wollen Unternehmensanteile abgeben, um Kapital zur langfristigen Unternehmenssicherung und weiteren Wachstumsfinanzierung zu beschaffen. Ein glückliches Händchen beweisen Gerhard Schick und Ralf Klenk bei der Wahl des Zeitpunkts: Der Börsenboom erreicht zum Ende des ersten Quartals 2000 seinen absoluten Höhepunkt. Am 30. März 2000 erzielt die Bechtle Aktie einen Ausgabepreis von 27 Euro, ist zwölfmal überzeichnet und ruft eine Erstnotierung von 30 Euro auf. Auf dem Parkett startet BC8.DE* damit planmäßig solide.

*BC8.DE ist das Börsenkürzel der Bechtle AG.



- **ARP**
- **Buyitdirect.com**
- **Coma Services**
- **Comsoft**
- **Gate Informatic**
- **HanseVision**
- **HCV Data Management**
- **HTH Consulting**
- **ITZ Informationstechnologie**
- **PP 2000**
- **PSB IT-Service**
- **Redmond Integrators**
- **Sitexs-Databusiness**
- **SolidLine**
- **Solidpro**
- **Solid Solutions**

MARKEN-ABC.

Es war nur eine Frage der Zeit. Und im Jahr 2000 war es so weit. Erstmals war klar, dass nach einer Akquisition eine weitere Marke neben Bechtle weitergeführt werden würde. Comsoft direct agiert bis heute als der Softwarespezialist von Bechtle. Und das in mittlerweile acht europäischen Ländern. 2003/04 kam ARP dazu – mit Aktivitäten in derzeit fünf Ländern. Für das Segment IT-E-Commerce gilt seitdem das Prinzip der Mehrmarkenstrategie. ARP, Bechtle direct und Comsoft direct. Teil der Strategie ist es, in allen 14 Ländern, in denen Bechtle direct bereits aktiv ist, sukzessive mit den beiden flankierenden Marken zu folgen. 2013 vereint die Bechtle Gruppe 16 aktive Marken unter einem Dach.

WEITER,
NUR SCHNELLER.



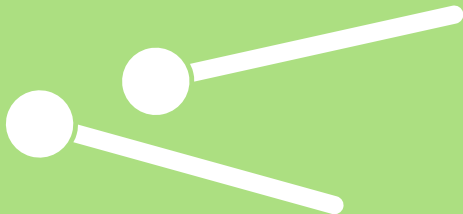
Nachdem Bechtle im März 2000 mit der letzten Welle des Neuen Markts an die Börse gegangen war, lief eigentlich alles weiter wie bisher. Nur schneller. Im Rückblick war das IPO für Bechtle der Turbo, der die Unternehmensentwicklung in beachtlichem Tempo voranbrachte. Die Akquisitionen nahmen zu, die Neugründungen ebenfalls. In beiden Segmenten, im In- und Ausland. 2001 wurde die Umsatzmilliarde erstmals geknackt (in DM), 2004 zum zweiten Mal (in Euro). Allein von 2001 auf 2002 wuchs die Zahl der Systemhäuser von 33 auf 43. Innerhalb der vorhandenen Büro- und Logistikflächen am Gründungsstandort Heilbronn wurde es eng. Auf vier Standorte verteilten sich die Aktivitäten im Stadtgebiet. Das



erschwerte die Kommunikation – und das Zusammengehörigkeitsgefühl. Zudem brauchte Bechtle – gerade wegen der Dezentralität des Unternehmens – einen Heimathafen. Weniger eine Zentrale als vielmehr einen zentralen Ort, an dem sich Kolleginnen und Kollegen aller in- und ausländischen Standorte regelmäßig zusammenfinden können. In Neckarsulm stand Fläche mit ausreichend Kapazität und perfekter Verkehrsanbindung zur Verfügung. Im September 2002 fand der Spatenstich auf dem 40.134 Quadratmeter großen Areal statt, das die programmatische Adresse Bechtle Platz 1 trägt. Ein Willkommensgeschenk der Stadtverwaltung Neckarsulm. Eine Zielmarke für das Unternehmen.



PAUKENSCHLAG ZUM 20.



2003. Bechtle feierte 20-jähriges Bestehen. Party? Festakt? Jubiläumsschrift? Fehlanzeige. Für Paukenschläge sorgte das Wachstum. Erst die Mehrheitsbeteiligung an der PSB AG, dann die Übernahme der Schweizer ARP-Datacon-Gruppe und schließlich die Anbahnung des Kaufs der Also Comsy AG, der im Februar 2004 spruchreif wurde. Damit kam binnen zwölf Monaten die beeindruckende Zahl von 1.100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu Bechtle. 50 Prozent Wachstum. Eine große Aufgabe der Integration und viel Verantwortung für die Zukunft. Die Börsen Zeitung hielt am 24. Dezember 2003 fest, dass Bechtle durch die großen Akquisitionen die Marktstellung gekonnt ausgebaut habe, und zitierte Gerhard Schick mit Blick auf die kommenden Jahre: „Die Schwungmasse für weiteres Wachstum ist vorhanden.“

€

€

€

€

€

€

€

WECHSELJAHR,-

Im März 2004 zog Bechtle nach eineinhalb Jahren Bauzeit mit rund 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in die neue Firmenzentrale am Neckarsulmer Bechtle Platz 1. Mit seinen 14.500 Quadratmetern Büro- und 11.450 Quadratmetern Logistikfläche markierte der Bau einen beeindruckenden Meilenstein der Unternehmensgeschichte. Auch formal wechselte der Firmensitz von Gaildorf nach Neckarsulm. Gründungsgesellschafter Ralf Klenk übernahm den Vorstandsvorsitz von Gerhard Schick, der seinerseits an die Spitze des Aufsichtsrats wechselte. Und wenn sich die Dinge gerade allerorten so schön fügten, dann am besten auch an der Börse. Und so rückte Bechtle am 3. September 2004 in den TecDAX – den Auswahlindex der 30 wichtigsten börsennotierten Technologiefirmen in Deutschland – auf. Ein weiterer Meilenstein. Die Aufnahme in den Index weckte das Interesse auch großer, internationaler Investoren und Fondsgesellschaften und auch die Wirtschafts- und Finanzmedien nahmen fortan verstärkt Kenntnis. Dass Bechtle im selben Jahr zum zweiten Mal die Umsatzmilliarde knackte, verdankte das Unternehmen ebenfalls einem Wechsel – dem von Mark auf Euro.



POTENZIAL NUTZEN: ÖFFENTLICHE AUFTRAGGEBER, EUROPAWEIT.

Bechtle gründete 2004 den Geschäftsbereich Öffentliche Auftraggeber (ÖA). Kein neues Terrain, denn die Bechtle Systemhäuser hatten schon zuvor öffentliche Auftraggeber betreut. Bei der Gründung des Geschäftsbereichs ging es darum, Know-how und Erfahrung in diesem spezifischen Marktsegment zu bündeln – insbesondere was Ausschreibungskompetenz betrifft. Die Besonderheit: Alle Bechtle Systemhäuser greifen bei Bedarf auf die Branchenexperten zu, die über exzellentes Know-how in Bereichen wie Gesundheitswesen, Kommunen oder Forschung und Lehre verfügen. Die Konzentration auf den Geschäftsbereich lohnt sich: Lag der Umsatzanteil öffentlicher Auftraggeber 2008 noch bei 15%, waren es fünf Jahre später bereits knapp 30%. Die Betreuung der öffentlichen Kunden erfolgt dezentral durch die Bechtle IT-Systemhäuser. So wird beispielsweise Dataport vom Bechtle IT-Systemhaus Hamburg, die Bundeswehr vom Bechtle IT-Systemhaus Bonn oder die Universität in Freiburg vom Bechtle IT-Systemhaus Freiburg betreut. Die regionale Nähe spielt auch bei öffentlichen Kunden eine Rolle. Der Vorteil von Bechtle: Bei Bedarf wird die Zentrale hinzugezogen. Also etwa für Einkauf, Logistik, Managed Services oder Projektmanagement. 2012 kam dann das Vertriebsbüro in Brüssel hinzu, das öffentliche Auftraggeber auf EU-Ebene adressiert. Mit Erfolg, wie die jüngst gewonnenen Ausschreibungen der Europäischen Kommission eindrucksvoll zeigen. Ganz konsequent gibt es auch im E-Commerce eine eigens auf das Kundensegment spezialisierte Gesellschaft: Bechtle ÖA direct. Ebenfalls seit 2004.



GRÖSSE BRAUCHT STRUKTUR.

Führungsstrukturen wachsen eine ganze Weile mit einem Unternehmen. Aber auch sie erreichen irgendwann ihre Grenzen. Bechtle zog 2006 die Konsequenz aus dem rasanten Wachstum der Vorjahre und etablierte eine neue Managementebene. Es ist organisatorisch die größte Veränderung seit AG-Gründung. Der entstandenen Unternehmensgröße angemessen, ergänzen Bereichsvorstände den damals noch zweiköpfigen Vorstand. Erklärtes Ziel war, Bechtle auch weiterhin mit der notwendigen Effizienz und gebotenen Verantwortung zu führen. „Gerade weil wir nachhaltig wertorientiert wachsen wollen, müssen wir dafür sorgen, dass auch die gesamte Organisation auf künftiges Wachstum ausgerichtet ist. Nur so wird es uns gelingen, unsere Chancen in einem wettbewerbsintensiven Markt auch künftig schnell zu realisieren“, schrieb der damalige Vorstandsvorsitzende Ralf Klenk an die Mitarbeiter. Die neue Führungsstruktur stärkte einen der wichtigsten Erfolgsfaktoren von Bechtle – die Dezentralität. Bereichsvorstände tragen seitdem die operative Verantwortung für klar definierte Regionen und Geschäftsbereiche, während die strategische Verantwortung weiterhin der Konzernvorstand wahrnimmt. Gemeinsam bilden sie das Führungsteam.

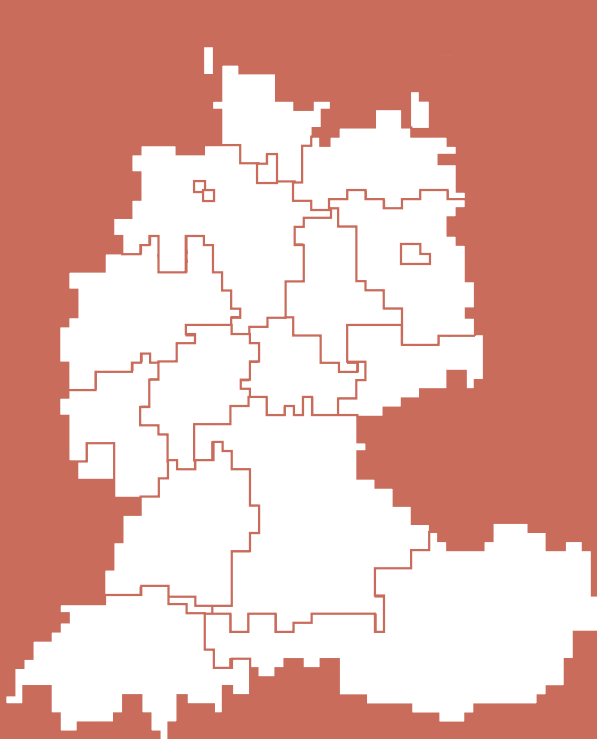
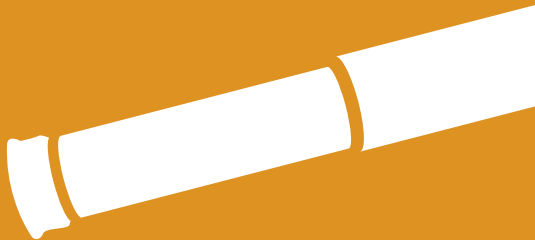
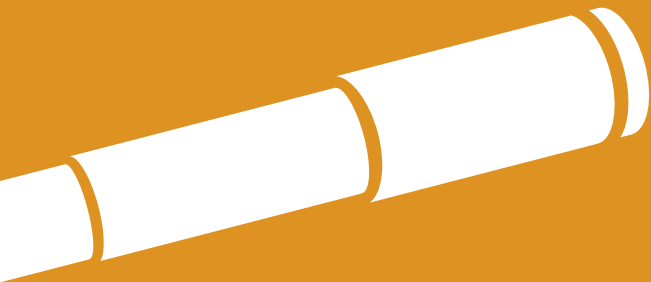


Fig. 1. Sampling stations for the 1997-1998 cruise in the North Sea and Skagerrak.

IMMER GERADEAUS: VON VISIONEN ZU ERFOLGEN.



Leitsterne helfen Unternehmen, weil sie Orientierung bieten und im besten Fall motivieren und inspirieren. In 30 Jahren Bechtle führten drei sehr konkret formulierte Zukunftsentwürfe zu einer herausragenden Unternehmensgeschichte. 1988 entwarfen die Unternehmensgründer Ralf Klenk und Gerhard Schick die Vision 2000. Sie sah 100 Millionen Mark Umsatz und den Gang an die Börse vor. Zehn Jahre später folgte die Vision 2010. Sie steckte mit 5.000 Mitarbeitern und einer Umsatzsteigerung auf zwei Milliarden Euro anspruchsvolle Ziele. Auch die flächendeckende Präsenz in Deutschland, Österreich und der Schweiz war in dem Leitstern



formuliert, genauso wie der Anspruch, die Nummer 1 im europaweiten IT-Direktvertrieb und führend in IT-Infrastruktur und IT-Betrieb zu sein. 2008 feierte Bechtle nicht nur 25-jähriges Bestehen unter dem Motto „Von Visionen zu Erfolgen“, sondern blieb auch dem bewährten Rhythmus treu, sich neue, messbare Ziele zu setzen. Die Vision 2020 sieht 10.000 Mitarbeiter und einen Umsatz von fünf Milliarden Euro vor. Der Gedanke an die Zielstrebigkeit, mit der Bechtle unbeirrt voranschreitet, führte zu dem Claim, der das Jubiläumsjahr 2013 begleitete: Immer geradeaus.

MENSCH, MENSCH, MENSCH.



Es war einmal ein junger Mann. Er arbeitete für Bechtle. Zunächst allein. Das war 1983. Der Rest ist Geschichte. Drei Jahre später wurde die Mitarbeiterzahl zweistellig. Zehn Jahre nach Gründung wurde die erste magische Grenze überschritten: 100 Mitarbeiter. 1999 sind es 1.000. Den nächsten Meilenstein erreicht Bechtle 2011 mit 5.000 Menschen (diese Zahl sah die Vision 2010 vor!). Zwei Jahre später sind es bereits 6.000. PC hin, iPad her. IT ist und bleibt People Business. Sagenhaft.



Bodenhaftung

Wir können gar nicht tief fallen, ...



... weil wir immer auf dem Boden bleiben –
trotz Erfolg.

Beharrlichkeit

Geht nicht ...



... gibt's bei uns nicht!

MAN KANN ES DREHEN UND
WENDEN WIE MAN WILL.

Was andere verzweifeln lässt, ...



... lösen wir mit viel Leidenschaft.

Begeisterungs-
fähigkeit

Wenn wir etwas zusagen, ...



... schließen wir es auch erfolgreich ab!

Zuverlässigkeit

Menschen legen Wert auf Werte. Aus diesem Grund ist eine ausgeprägte Wertekultur ein entscheidender Faktor für den Erfolg eines Unternehmens. Sie ist die stabile Basis tragfähiger, dauerhafter Beziehungen. Bei Bechtle bestimmen Bodenhaftung, Beharrlichkeit, Zuverlässigkeit und Begeisterungsfähigkeit das Handeln. Die vier Grundwerte sind Maßstab und Orientierung zugleich. Vor über zwei Jahrzehnten festgelegt und seitdem in der Firmenphilosophie verankert. Immer hilfreich, von Kunden geschätzt und vielfach bewährt. Auch in Zukunft ein Kompass.

WEGE +

ZIELE

- Wir sind kompetenter und zuverlässiger Partner unserer Kunden.
- Wir erzielen Wachstum und Gewinne durch zufriedene Kunden.
- Wir sind seriöser Geschäftspartner unserer Lieferanten.
- Wir sind Marktführer an unseren Standorten.
- Durch eine klare Strategie und deren konsequente Umsetzung erreichen wir unsere Ziele.
- Unsere Mitarbeiter sollen die Besten sein.

VISION

2020

BECHTLE

- Bis 2020 erzielen wir mit 10.000 Mitarbeitern einen Umsatz von 5 Milliarden Euro.

IT-SYSTEMHAUS & MANAGED SERVICES

- Führender IT-Partner für Geschäftskunden und öffentliche Auftraggeber.
- Flächendeckend in der D-A-CH-Region vertreten.

IT-E-COMMERCE

- Die Nummer 1 in Europa.
- Fortsetzung der Internationalisierung.

www.bechtle.com

November 2013

Ihr starker IT-Partner.
Heute und morgen.

BECHTLE