

Personalie

Dieter Ludwig

Vertriebsleiter im Geschäftsbereich Mittelstand der IBM Deutschland GmbH, Region Berlin/Leipzig

Dieter Ludwig, Jahrgang 1960, ist Vertriebsleiter im IBM Geschäftsbereich Mittelstand (Small and Medium Business/ SMB) für die Region Berlin/Leipzig. In dieser Funktion ist er für den Vertrieb von IBM Lösungen für mittelständische Kunden, Stadtwerke und Energieversorger in den Bundesländern Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen - sowie in der Region Oberfranken verantwortlich. Gleichzeitig ist er Leiter der IBM Niederlassung in Leipzig.

Nach seinem Studium der Informationstechnik an der TU Ilmenau, das er als Diplomingenieur abschloss, startete Dieter Ludwig seine Karriere 1987 als Entwicklungsingenieur in einem mittelständischen Unternehmen der Maschinenbaubranche. 1988 übernahm er die Aufgabe des RZ-Leiters im gleichen Unternehmen.

1990 wechselte Dieter Ludwig zu IBM und arbeitete bis 1993 als Systemberater für Unix-Lösungen in der IBM Niederlassung Erfurt. 1993 wurde ihm die Vertriebsverantwortung für die Region Thüringen übertragen.

1996 übernahm Dieter Ludwig die Leitung der IBM Niederlassung Leipzig und wurde als Vertriebsleiter für die Keyaccount-Kunden der IBM im Bereich Sachsen und Thüringen zuständig. 1997 wurde diese Verantwortung auf das Vertriebsgebiet Nürnberg erweitert.

Mit der Einführung des Regionalkonzeptes 1999 übernahm Dieter Ludwig das Vertriebsgebiet Leipzig, das die Länder Sachsen, Thüringen sowie Teile von Sachsen-Anhalt und Bayern umfasst. Im Januar 2001 wurde diese Verantwortung auf das Vertriebsgebiet Berlin erweitert.

Dieter Ludwig ist verheiratet und hat zwei Kinder

Hintergrundinformation

e-business für den Mittelstand in Berlin und den neuen Bundesländern

Der IBM Vertrieb Berlin/Leipzig betreut mittelständische Unternehmen in Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Brandenburg, Berlin, Sachsen und Thüringen sowie Oberfranken

Der IBM Vertrieb Berlin/Leipzig liefert mittelständischen Unternehmen in Berlin und den neuen Bundesländern maßgeschneiderte e-business Lösungen. Sie umfassen Beratung, Hardware, Software und Dienstleistungen wie Schulungen und Finanzierungsservices. IBM passt alle Lösungen individuell an die Bedürfnisse der mittelständischen Betriebe an. In der Region wird das IBM Vertriebsteam dabei durch 40 IBM Business Partner unterstützt. Sie bieten zum Beispiel Software an, die speziell für einzelne Branchen entwickelt wurde und implementieren die Lösung beim Kunden vor Ort. Ein Großteil der Kunden in diesem Vertriebsgebiet gehört den Branchen Fertigung und Dienstleistung an.

Nah am Kunden trotz großer Entfernungen

Kleine und mittlere Betriebe mit ihren gewachsenen Unternehmensstrukturen legen großen Wert auf eingehende Beratung und individuelle e-business Lösungen. IBM ist daher besonders darauf bedacht, mittelständische Unternehmen in Deutschland vor Ort zu betreuen und hat das gesamte Bundesgebiet deshalb in 15 Vertriebsgebiete, die so genannten Territories, gegliedert. Der IBM Vertrieb Berlin/Leipzig ist für das größte der IBM Vertriebsgebiete zuständig: für die Bundesländer Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Brandenburg, Berlin, Sachsen und Thüringen sowie für die Region Oberfranken. „Unser Vertriebsgebiet reicht von Rostock bis Bayreuth mit den Zentren in Berlin, Mitteldeutschland und Oberfranken“, sagt Dieter Ludwig, IBM Vertriebsleiter Berlin/Leipzig. „Dieses Territory ist ungewöhnlich weitläufig und vielfältig. Doch mit unseren Partnerfirmen vor Ort sorgen wir dafür, dass sich unsere Kunden aus allen Regionen gut aufgehoben fühlen.“

IBM arbeitet dabei mit 40 Business Partnern zusammen und kooperiert mit unabhängigen Softwarehäusern (Independent Software Vendors) vor Ort. Zu den IBM Business Partnern zählen beispielsweise die Bechtle GmbH in Berlin, GEHAG DSK GmbH in Berlin, die Mount10 Deutschland GmbH in Dresden, die Profi AG in Berlin, die PSI AG in Berlin, r.z.w. cimdata AG in Weimar, die Sysdat GmbH in Berlin und Halle sowie die update GmbH & Co. KG in Kulmbach. „Unsere Business Partner sind ein enormer Wachstumsmotor für unser Geschäft, denn sie können flexibel auf die

Hintergrundinformation

Bedürfnisse kleinerer Unternehmen eingehen. Dadurch sprechen sie gezielt den Mittelstandsmarkt an“, sagt Dieter Ludwig.

Neben dem engmaschigen Netz von IBM Geschäftspartnern ist die IBM in der Region besonders stark mit ihren Tochtergesellschaften präsent. In der Sercon GmbH, der IT Service and Solution GmbH sowie der CSG in den Standorten Berlin, Erfurt, Chemnitz und Leipzig sind etwa 1300 IT-Berater beschäftigt, um gemeinsam mit den Kunden e-business Geschäftsstrategien bei den Kunden vor Ort umzusetzen.

Über e-business informiert IBM im persönlichen Gespräch, aber auch bei Schulungen, Seminaren und Vorträgen. Beispielsweise organisiert IBM die „e-focus Tage“ zu den Themen IT-Sicherheit, IBM Speicherlösungen und Dokumentenmanagement. Über aktuelle Veranstaltungshinweise informiert die IBM Niederlassung Berlin/Leipzig im Internet unter <http://www.ibm.com/access/de/berlin-leipzig>. Informationen zu aktuellen Produktangeboten für den Mittelstand, lokale Kundenbeispiele sowie Buchtipps sind hier beispielsweise zu finden.

Lösungen für jede Branche

In den Regionen des IBM Vertriebsgebiets Berlin/Leipzig ist die Palette der Branchen von Elektronik und Automobilbau über die optische und chemische Industrie bis hin zur Wohnungswirtschaft und dem Dienstleistungssektor breit gefächert. Lokale Schwerpunkte bilden Berlin mit Handel und Dienstleistungen, Mecklenburg-Vorpommern mit der Wertbranche, Halle-Bitterfeld mit der Chemieindustrie sowie Chemnitz, Leipzig, Eisenach und Dresden mit dem Automobilbau.

Wichtiger Wirtschaftsmotor in Ostdeutschland ist neben der Fertigungsbranche der Dienstleistungssektor. Hier konzentriert sich IBM insbesondere auf den Handel, der vor allem Lösungen für Customer Relationship Management (CRM) nachfragt.

Ein Beispiel für die IBM Unterstützung eines Dienstleisters im öffentlichen Bereich ist das Studentenwerk Berlin. Diese Einrichtung versorgt etwa 130.000 Studierende mit Wohnheimplätzen, Informationen rund um das Studium und mit Essen. Noch bis vor kurzem fehlte den 60 Mitarbeitern in der Zentrale und weiteren 190 in den Außenstellen eine einheitliche IT-Infrastruktur für den Datenaustausch. Zuständig für die Installation war das Berliner Systemhaus GEHAG DSK GmbH, das dem Studentenwerk auch nach Projektschluss mit fachlichem Rat zur Seite steht.

Hintergrundinformation

Wettbewerbsfaktor e-business

Mit Lösungen für Supply Chain Management (SCM) lässt sich die Zulieferkette via Internet am Computer genau überwachen. So kann zum richtigen Zeitpunkt Produktionsmaterial nachbestellt werden, was Lagerkosten reduziert. Ist die Ware produziert, kann sie über den eigenen Online-Shop vertrieben werden, der mit Shop-Lösungen von IBM wie der WebSphere Commerce Suite aufgebaut wird. E-Commerce erweitert den Kreis potenzieller Kunden und verhilft dazu, sogar internationale Märkte zu erschließen.

Auch das Thema IT-Sicherheit wird für kleine und mittlere Unternehmen immer wichtiger. Durch unbefugten Zugriff auf vertrauliche Unternehmensdaten von außen durch Hacker oder von innen durch unbedachte Mitarbeiter droht wirtschaftlicher Schaden. Das gilt auch, wenn das IT-System ausfällt und die Produktion zum Erliegen kommt. IBM in Leipzig bietet daher ein Rund-um-Paket für IT-Sicherheit im Mittelstand, das Beratung, Hardware, Software, Webhosting und Finanzierungsdienstleistungen von IBM und Business Partnern umfasst.

Viele der Unternehmen stehen jedoch vor der Frage, wie sie mit einem oftmals knappen IT-Budget optimale Ergebnisse erzielen können. Entsprechend hoch ist der Beratungsbedarf. IBM hat daher in Zusammenarbeit mit dem Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität Münster die drei wissenschaftlich fundierten Analysemethoden IT21, e-biz21 und Web21 entwickelt. Mit diesem Trio wird der Investitionsbedarf an IT-Systemen und speziell an e-business Lösungen bei mittelständischen Unternehmen genau bestimmt. Die IT21-Analyse zeigt auf, wie effizient die eingesetzte Informationstechnologie ist und wo Verbesserungsbedarf besteht. Mehr als 900 Unternehmen haben sich seit dem Start im Jahr 1998 bereits analysieren lassen. Die ebiz21-Analyse ermittelt darüber hinaus, welche Geschäftsabläufe in einem Unternehmen für die Umstellung auf e-business Lösungen geeignet sind und mit welchen Kosten hier zu rechnen ist. Unternehmen, die ihre Website attraktiver machen möchten, können schließlich auf Web21 zurückgreifen, ein Instrument zur Analyse und optimalen Gestaltung des Internetauftritts.

„Wenn sich Unternehmen für eine IT-Investition entschließen, können sie die vielfältige Finanzierungsmodelle wie Leasing oder Darlehen für IT-Produkte und -Dienstleistungen von IBM nutzen“, sagt Dieter Ludwig. „Der Kunde kann direkt zu uns kommen und erhält von uns eine individuelle Beratung, die alle geeigneten IBM Leistungen berücksichtigt.“ Auf diese Weise erhalten

Hintergrundinformation

mittelständische Betriebe IT-Lösungen von IBM zu transparent kalkulierbaren Preisen.

Über IBM Small and Medium Business:

Seit mehr als 25 Jahren entwickelt IBM Komplettlösungen aus Software, Hardware und Services speziell für kleine und mittlere Unternehmen. Der IBM Geschäftsbereich Mittelstand (IBM Small and Medium Business) arbeitet weltweit mit über 45.000 IBM Business Partnern zusammen. Weitere Informationen finden Sie auf der Homepage des IBM Geschäftsbereichs Mittelstand unter <http://www.ibm.com/de/mittelstand> oder im Portal für kleine und mittlere Unternehmen unter <http://www.ibm.com/businesscenter/de>.

IBM Presseinformationen und Fotos stehen Ihnen auch im Internet-Pressroom zur Verfügung unter: <http://www.ibm.com/de/pressroom>

Weitere Informationen:

IBM Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Geschäftsbereich Mittelstand
Maureen Jakob
Pascalstraße 100
70569 Stuttgart

Telefon: (0711) 785-1609
Telefax: (0711) 785-4119
E-Mail: majakob@de.ibm.com

Hintergrundinformation

IBM Know-how für den Mittelstand

IBM bietet kleinen und mittleren Unternehmen maßgeschneiderte und branchenspezifische Beratung, Hardware, Software und Services

Seit mehr als 25 Jahren entwickelt IBM Produkte für kleine und mittlere Unternehmen und ist heute weltweit führender Anbieter für IT-Lösungen im Mittelstand. Der IBM Bereich Small and Medium Business (SMB) bietet mittelständischen Unternehmen effizient und einfach einzusetzende Lösungspakete aus Hardware, Software und Dienstleistungen, darunter Schulungen, Finanzierungsservices und Leasingangebote. Mit dem dreigeteilten Analyseinstrumentarium x21 bewertet IBM die mittelständischen Unternehmen und empfiehlt ihnen konkrete Investitionen. Als Geschäftsbereich mit Kundenverantwortung für das mittelständische Marktsegment greift SMB dabei auf die relevanten Produkte und Services aller übrigen IBM Geschäftsbereiche zurück.

Nah am Kunden

„In Deutschland haben wir rund 30.000 mittelständische Kunden aller Branchen. Dabei legen wir Wert auf die Nähe zum Kunden“, sagt Stefan Bürkli, Direktor IBM Small and Medium Business, Central Region. „In 21 Vertriebsregionen in Deutschland, Österreich und die Schweiz betreuen Vertriebsleiter mit ihren Teams kleine und mittlere Unternehmen vor Ort.“ Zudem veranstaltet IBM regelmäßig Fachkongresse und Schulungen auf lokaler und regionaler Ebene.

Mittelstandsgeschäft ist Partnergeschäft

Für das Mittelstandsgeschäft spielt das **Geschäftspartnerkonzept** der IBM eine zentrale Rolle: Weltweit arbeitet IBM mit rund 45.000 Geschäftspartnern zusammen. Allein in Deutschland sind es rund 1.500 Business Partner, die über Branchen-Know-how verfügen, bei allen Komponenten der IBM Produktpalette beraten können und beim Kunden vor Ort präsent sind.

Hinzu kommen allein in Deutschland etwa 1.000 unabhängige **Software-Häuser** (Independent Software Vendors / ISVs), die in die Kooperation mit IBM ihre auf bestimmte Branchen zugeschnittenen Software-

Hintergrundinformation

Lösungen einbringen. Ziel ist es, mittelständischen Unternehmen branchenspezifische Anwendungen anzubieten, die in ein maßgeschneidertes IT-Paket von IBM integriert sind. Der Geschäftsbereich Mittelstand kooperiert dazu mit den als führend identifizierten Unternehmen am Markt:

- *Enterprise Resource Planning (ERP)*: Bei der Optimierung und Lenkung von Geschäftsprozessen durch Software-Tools arbeitet IBM beispielsweise mit Unternehmen wie SAP oder Baan zusammen. Speziell für Maschinenbau und Fertigung bietet der Geschäftsbereich Mittelstand zusammen mit den zehn Softwarehäusern Bison, Brain, infor, Intentia, JDEdwards, Mapics, Navision, Ordat, Psipenta und update das „Industry Solutions Portfolio“ an. Es umfasst individuell zusammengestellte branchenspezifische Lösungen aus Hardware, Software und Services für e-business und ERP. Das Industry Solutions Portfolio soll 2002 auf die Elektronik- und Automobilbranche ausgeweitet werden. (www.ibm.com/de/mittelstand/fertigung)
- *Supply Chain Management*: IBM bietet zusammen mit Software-Partnern wie SAP, i2, Wassermann oder Synquest Anwendungen an, die mittelständische Firmen bei der computergestützten Optimierung ihrer Wertschöpfungsketten unterstützen.
- *Customer Relationship Management (CRM)-Lösungen* tragen dazu bei, die Bedürfnisse der Kunden mit den richtigen Angeboten zum richtigen Zeitpunkt zu erfüllen und so die Kundenzufriedenheit und -bindung zu erhöhen. So können beispielsweise auf Basis der gesammelten Daten über Kaufverhalten oder persönliche Vorlieben individuelle Angebote automatisch zusammengestellt und übermittelt werden. Hier kooperiert IBM mit Unternehmen wie Siebel, SAP, Relavis und Gedys.
- *E-Commerce-Lösungen* von IBM wie die WebSphere Commerce Suite oder Partnerlösungen von Softwarehäusern wie GUS Group oder Openshop sind optimal auf den Bedarf mittelständischer Unternehmen zugeschnitten.
- *E-Security-Lösungen* schützen kleine und mittlere Unternehmen vor wirtschaftlichem Schaden durch IT-Ausfälle oder unbefugtem Zugriff auf vertrauliche Unternehmensdaten durch Hacker oder eigene Mitarbeiter. IBM bietet ein Rund-um-Paket für IT-Sicherheit im

Hintergrundinformation

Mittelstand, das Beratung, Hardware, Software, Webhosting und Finanzierungsdienstleistungen von IBM sowie Anwendungen von Business Partnern umfasst. (www.ibm.com/de/mittelstand/security)

ibm.com: T-Sites für den Mittelstand

Zentrale Anlaufstelle für den Mittelstand ist die Webadresse **ibm.com**, die rund um die Uhr zu 14.000 IBM Produkten und Services Informationen bereithält und deren direkten Einkauf ermöglicht. Zudem ist **ibm.com** in das weltweite Call-Center-Netz von IBM integriert. Nur wenige Minuten nach dem Klick auf den Button „Call me now“ wird der Kunde von einem der 8000 IBM Produktspezialisten des TeleWeb-Teams zurückgerufen. Auf die regionalen Bedürfnisse des Mittelstandes und lokale Besonderheiten gehen die so genannten „T-Sites“ bei **ibm.com** ein. Das „T“ steht für Territory und öffnet den direkten Weg zu regionalen Ansprechpartnern oder einem der IBM Business Partner in unmittelbarer Nähe. Insgesamt 15 T-Sites für Deutschland liefern Informationen über schnellen technischen Support, lokale Veranstaltungen und Produkte sowie spezielle Angebote, Kundenmagazine und Buchtipps.

IBM Produkte und Analysen für den Mittelstand

So bietet IBM über Business Partner und **ibm.com** kleinen und mittleren Unternehmen maßgeschneiderte e-business Lösungen. Eingesetzt wird dabei das gesamte IBM Produktportfolio: Von der **Hardware** wie die IBM eServer, Speicherlösungen, Drucker- und PC-Produkte über **Software** wie beispielsweise die e-business Plattform WebSphere, Datenbanken oder die Teamarbeits- und Groupware-Lösung Notes/Domino bis hin zur **IT-Beratung und -Dienstleistung** reicht dabei das Angebot von IBM für mittelständische Unternehmen.

Da mittelständische Firmen häufig vor der Frage stehen, wie sie mit einem knappen IT-Budget optimale Ergebnisse erzielen können, hat IBM in Zusammenarbeit mit dem Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität Münster das wissenschaftlich fundierte **Analyseinstrumentarium x21 entwickelt**. Die untersuchten Firmen erhalten einen individuellen Bericht, der unter anderem eine Bewertung ihres Unternehmens im Branchenvergleich sowie konkrete Investitionsempfehlungen umfasst:

- Die **IT21 Analyse** untersucht, wie effizient die eingesetzte IT-

Hintergrundinformation

Infrastruktur die betrieblichen Prozesse im Unternehmen tatsächlich unterstützt. Seit dem Start im Jahr 1998 wurden bereits mehr als 900 Unternehmen analysiert. (www.ibm.com/de/mittelstand/it21)

- Mit der **e-biz21 Analyse** erfahren mittlere Unternehmen, welche ihrer Geschäftsprozesse sich durch den Einsatz von e-business wie verbessern lassen. Ein individueller „Fahrplan ins e-business“ zeigt ihnen, ob sie beispielsweise ihre Kundenbeziehungen via Internet effizienter gestalten oder ihre Lieferkette optimieren sollten.
- Unternehmen, die ihre Website attraktiver machen möchten, können schließlich auf **Web21** zurückgreifen, ein Tool zur Analyse und optimalen Gestaltung des Internetauftritts.

Die vielfältigen **Finanzierungsmodelle** für IT-Produkte und -Services von IBM wie Leasing, Darlehen, Sale & Lease Back erleichtern kleinen und mittleren Betrieben die Investition in IT. Außerdem bietet IBM auch an, zertifizierte gebrauchte Hardware zu erwerben. Auf diese Weise schonen mittelständische Unternehmen ihr oft knappes IT-Budget. Vorteile bietet das Leasing auch, weil auf diese Weise hohe Anfangsinvestitionen entfallen und sich die planbaren monatlichen Raten inklusive enthaltener Zinsen steuerlich voll absetzen lassen.

Weitere Informationen finden Sie auf der Homepage des IBM Geschäftsbereichs Mittelstand unter <http://www.ibm.com/de/mittelstand>.

IBM Presseinformationen und Fotos stehen Ihnen auch im Internet Pressroom zur Verfügung unter <http://www.ibm.com/de/pressroom>.

Weitere Informationen:
IBM Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Geschäftsbereich Mittelstand
Katja Speckner
Telefon: (0711) 785-4071
Telefax: (0711) 785-4119
E-Mail: speckner@de.ibm.com