

opfert und ver-
qualifizierte Be-
maschinenparks
tätten „stillge-
—, weil kein
a ist, anderer-
gründungen im
chtechnologien
teln „subventio-
öhne daß damit
tem Umfang Ar-
stehen würden.
tehen, dann ge-
die Beschäftig-
engeschtelten
strukturschwa-
n „freigesetzt“

l will zukünftig
von Belegschaft-
blichen Interes-
die Unterneh-
cklich fordern,
uen Techniken
ancen endlich
Wir werden
Mitglieder, Ver-
nd Betriebsräte
angelegten Auf-
Qualifizierungs-
befähigen,
chte und sozial
Arbeits- und
ung in den Be-
setzen.

den Betrieben
chte Arbeitsbe-
sozial verträg-
ken mit dem
Belegschaften
erden, stellt das
unterschätzende
dar, die auch
e Wirkungen
owohl bei den
n Hard- wie soft-
er Entwicklung



Die Computertechnik schlägt auf alle Lebensbereiche durch:
Gestern ... heute ...

Von Nane & Tschap

Meinungen

Betrifft CW Nr. 34 vom 23. August 1985, Seite 6: „Handel macht seinem Ärger über Big Blue Luft“

Sie haben in ihrem Beitrag einen Artikel der Mitgliederzeitung des Bundesverbandes Bürowirtschaft e.V. (BBW) aufgegriffen, in dem einige Punkte angesprochen werden, die so nicht den Tatsachen entsprechen.

Für die Erschließung neuer Märkte, wie sie sich mit dem Personal Computer für die IBM öffneten, war es notwendig, den traditionellen IBM-Direkt-

ung die Integration des PCs in bestehende DV-Konzeptionen sicherzustellen. Die neun IBM-Läden dagegen vertreiben den IBM PC an kleine und mittlere Kunden.

Die IBM-Vertragshändler sind als eigenständige Unternehmen in ihrer Preis- und Angebotsgestaltung frei und unterliegen lediglich den allgemeinen Wettbewerbsgesetzen. Die Vertrags- und Preisbedingungen sind so gestaltet, daß sie einen fairen Wettbewerb erlauben. Die Händlerbedingungen sind so ausgelegt,

cher Beweis für die gute Zusammenarbeit zwischen der IBM und ihren Handelspartnern. Die Erfahrung zeigt, daß ein abgerundetes Verkaufskonzept aus Hardware, Software und Beratung die beste Voraussetzung für ein profitables Händlerkonzept darstellt. Der erfolgreiche IBM-Handelspartner bietet heute Komplettlösungen an und nicht nur reine Hardware.

Wir sind bemüht, durch eine hochwertige und breite Produktpalette, eine intensive Betreuung sowie faire Vertragsbedingungen unseren Partnern

Kolumne

Früher machten die IBM-Marketiers ihren Kollegen bei der Konkurrenz vor, wie Kundenbeziehungen funktionieren, damit die Anwender auf dem Pfad der Migrationstugend bleiben. Jetzt zeichnet sich eine Trendwende ab: Die „Kleinen“ beginnen Big Blue zu zeigen, wie's gemacht wird.

Sehr aufschlußreich ist das Beispiel „Ate Bremsen“, bei dem eine Amdahl-Installation auf der Kippe stand (Seite 1: „Bei Amdahl-Dumpingpreis muß Siemens passen“): Vorbei am DV-Management, das an der Zukunftsperspektive des PCM-Anbieters zweifelte, intervenierte der US-Steckerkompatible bei der amerikanischen Bremsen-Mutter ITT — ein kluger Schachzug, denn der Niedrigpreis allein hätte wohl kaum den Ausschlag gegeben.

Durchhalten um jeden Preis

Dieter Eckbauer

Damit soll nicht gesagt werden, daß die deutsche Amdahl nun aus dem Schneider sei. Mit den Durchhalte-Konditionen muß sie leben (wovon eigentlich?). Das ist die eine Seite. Auf der anderen stehen Vorbehalte der DV-Abteilung beim Anwender. Über die Nachwirkungen bei der Ate-Bremsen-Crew können zwar nur Vermutungen angestellt werden, doch hier ticken ein paar Zeitbomben von sehr lästiger Sprengkraft.

Sei's drum. Der Auftrag ist unter Dach und Fach — und nach ein paar Monaten fragt niemand mehr, wie er zustande kam. Das eben hat Amdahl von IBM gelernt. Der Kunde, dies nicht zu vergessen, kann in der nächsten Zeit mit bil-

04025