

Bericht der Gesellschafter

DEHAGRUPPE 



EIN- BLICK

[2019]

DEHA.DE

ÜBER UNS

Blitzinterview	1
Aufsichts- und Werterat	2
Die DEHA in 20 Folien	4
DEHA Organisation	6
Das neue Logo der DEHA	8
IDEE	33

SYSTEME

TECSELECT	12
Die Welt in Zahlen	13
Key-Account-Management	14
TECWORLD	16
Produktdatenmanagement	18

SORTIMENTE

Gebäudetechnik	20
Industrietechnik	24
Lichttechnik	28
RED	30

DEHA GRUPPE

Adalbert Zajadacz	34
Alexander Bürkle	35
Emil Löffelhardt	36
Hardy Schmitz	37
Obeta	38
DEHA	39
DEHA Standorte	40

ÜBER UNS

BLITZ-INTERVIEW

FRAGEN AN DIE GESCHÄFTSFÜHRUNG

DR. KLAUS SCHMIDT



DR. KLAUS SCHMIDT
GESCHÄFTSFÜHRER SORTIMENTE, WAREN-
GESCHÄFTE & INTERNATIONALISIERUNG

WAS SIND DIE HERAUSFORDERUNGEN VERTIKALER INTEGRATION IN DER DIGITALISIERUNG?

Neue Anbieter treten als Wettbewerber auf. Teilweise sind dies sogenannte Pure Player, die nur preisorientiert sind und damit gegen unsere immer stärker serviceorientierten Gesellschaften stehen. Zudem vernetzen sich Hersteller mit unseren Topkunden. Deshalb müssen wir unsere Positionen überdenken und uns in puncto Wertschöpfungskette neu orientieren. Dabei erfordert die vertikale Integration der Lieferkette stringente Konzepte. Zwischen unseren Partnern und uns, national und international. Unsere Lager sind bereits vernetzt. Zudem setzen wir auf die Marketingtools unseres Omnichannel-Portfolios.

WELCHE ROLLE SPIELT DAS THEMA INTERNATIONALISIERUNG?

Unsere internationalen Lieferantenpartner werden mehr und mehr zu Global Playern. Sie sind auf allen wesentlichen Kontinenten und Märkten aktiv. Hinzu kommen unsere starken IDEE Partner in Europa. Wir vernetzen unsere Marketingaktivitäten landesübergreifend und haben ehrgeizige Wachstumsziele. Deshalb setzen wir auf starke Partner. Sie helfen uns, die zukünftigen Herausforderungen zu meistern.

WELCHE VORTEILE BRINGT DER SYSTEMVERBUND?

Um effizient und stringent zu sein, arbeiten wir in Systemen. Präzision und gute Organisation begünstigen die erfolgreiche Marktbearbeitung aller Gesellschaften der DEHA und der IDEE. /

BIRGIT COLLMER

WAS IST FÜR SIE DER PERFEKTE MITARBEITER?

Der perfekte Mitarbeiter besitzt eine gute Mischung an Skills. Er arbeitet ergebnisorientiert, ist verantwortungsbewusst und empathisch. Er strebt nach Exzellenz und findet im Wandel neue Impulse. Und natürlich teilt er unsere DEHA Werte und identifiziert sich mit ihnen.

WIE WIRD SICH ARBEIT IN ZUKUNFT VERÄNDERN?

Ganze Berufsbilder verändern sich bereits. Es entstehen neue, alte sterben aus. Gerade erleben wir eine rasante Zunahme von mobilem, flexiblem Arbeiten. Dabei macht es uns die fortschreitende Digitalisierung leicht, uns miteinander zu vernetzen.

WELCHE ANTWORTEN HAT DIE DEHA AUF DIESE ENTWICKLUNG?

Wir entwickeln immer neue Angebote zu flexiblen Arbeitszeiten und mobilem Arbeiten. Unterstützt werden wir hier von digitalen Tools, die uns gruppenweit eine besonders effiziente Zusammenarbeit ermöglichen. /



BIRGIT COLLMER
GESCHÄFTSFÜHRERIN FINANZEN,
HR & INTERNE SERVICES

DANIELA BLICKLE

WAS SIND DIE BESONDEREN EIGENSCHAFTEN DER MARKE DEHA?

Sie steht für einen Zusammenschluss von fünf mittelständischen unabhängigen Elektrogroßhändlern und zeichnet sich durch ihre Zukunftsausrichtung und Agilität aus. Wir bezeichnen das als Fast Forward, was bedeutet, dass wir immer vorn dabei sind, uns mit den Herausforderungen der Zukunft beschäftigen und unsere Geschäftsmodelle darauf ausrichten.



DANIELA BLICKLE
GESCHÄFTSFÜHRERIN MARKETING &
SERVICES

WELCHE ROLLE SPIELEN PRODUKTDATEN IM MARKETING?

Produktdaten bilden die Basis für eine Vielzahl an betrieblichen Aktivitäten. Sie sind ein wichtiger Bestandteil des Erfolgs und aus Unternehmensprozessen nicht mehr wegzudenken, insbesondere im Bereich klassische Stammdaten. Ihre Rolle erweitert sich im Bereich Marketing/E-Commerce mit der steigenden Bedeutung des E-Business. Besonders aktuell sehen wir, wie wichtig funktionierende digitale Informationen für die Kundenbeziehung sind.

WAS WAR IHR HIGHLIGHT 2019

Der Relaunch der DEHA Website sowie die Vorbereitung verschiedener neuer Projekte für 2020. Dazu gehört beispielsweise der aktuelle Markenrelaunch. /

UNTERNEHMEN ZUKUNFT

BEWÄHRTEM TREU SEIN UND
NEUES WAGEN



ÜBER UNS

DER WIND DES WANDELS

VERLÄSSLICHE WERTE
GEHÖREN DAZU

Zukunft gemeinsam erfolgreich gestalten – diese Vision war für uns auch 2019 antreibend und richtungsweisend zugleich.



DR. DIRK JANDURA
DEHA AUFSICHTSRAT

So analysierten wir Markt, Gesellschaft und Technologien, um auf Basis dieser Ergebnisse alles Notwendige für den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg der DEHA Unternehmen zu tun. Dazu gehörte die kontinuierliche Ausrichtung auf die Anforderungen des Marktes ebenso wie die konsequente Zukunftsausrichtung des Produktportfolios und der digitalen Prozesse zur Erschließung neuer Vermarktungswege. Wir optimierten unsere internen Abläufe und professionalisierten unsere Zusammenarbeit.

DIE EVOLUTION DES DEHA MARKENAUFTRITTS

Jene intensivste Zusammenarbeit findet sich ebenso in der Evolution des DEHA Markenauftritts wieder: Das seit Jahrzehnten bekannte DEHA Logo wurde modernisiert und weiterentwickelt. Es signalisiert die Zukunftsfähigkeit der Marke und der



RALF MOORMANN
DEHA AUFSICHTSRAT



JAN SCHMITZ
DEHA AUFSICHTSRAT

DEHA Gruppe. Dies drückt sich insbesondere durch das Fast-Forward-Zeichen aus, welches um einen zusätzlichen Pfeil ergänzt wurde. Denn Fast Forward ist es, was jedes einzelne Unternehmen, aber auch die Gruppe in ihrer Gesamtheit nach vorne bringt.

Trotz aller Veränderungen bleiben Werte wie Partnerschaft, Unabhängigkeit und Nachhaltigkeit für die mittelständischen Unternehmen der DEHA Gruppe auch weiterhin maßgeblich für ihr unternehmerisches Handeln. So wird die DEHA selbstverständlich auch in Zukunft ein innovativer und verlässlicher Partner für die Hersteller sein.

Die genannten Werte sind es auch, die die DEHA Gruppe durch die Corona-Zeit tragen und mit denen sie den besonderen Herausforderungen mit besonderen Lösungen begegnet. Die DEHA Unternehmen haben umfangreiche Maßnahmen ergriffen und es ist ihnen gelungen, ihren Geschäftsbetrieb den Umständen entsprechend aufrechtzuerhalten. Zudem als relevant eingestuft, leisten die DEHA Unternehmen auf diese Weise ihren sozioökonomischen Beitrag.

In der Corona-Krise sind die DEHA Unternehmen noch enger zusammengedrückt. Mit außerordentlichem Engagement, maximaler Flexibilität und agilem Handeln meistern sie die sozialen und wirtschaftlichen Herausforderungen exzellent. Ein weiteres Beispiel für gelebte mittelständische Kooperation. /

Werte und Wandel – diese beiden Themen gehören für uns untrennbar zusammen und sind in diesem Berichtsjahr besonders präsent. Denn die DEHA verändert sich auf ihrem Weg in die Zukunft.



MARTIN EGE
DEHA WERTERAT



RAINER ROMMEL
DEHA WERTERAT

Dabei bleiben die gemeinsamen Werte Vertrauen, Respekt, Gleichberechtigung, Verbindlichkeit, Ehrlichkeit, Offenheit sowie Konflikt- und Lösungsfähigkeit das tragfähige Fundament allen Handelns. Dies zeigt sich auch im nun erfolgten Markenrelaunch, in dessen Zuge das bekannte DEHA Logo modernisiert und weiterentwickelt wurde. So wurden die prägnanten Merkmale als Basis beibehalten und um neue zukunftsweisende Elemente ergänzt. Damit bleibt der Wiedererkennungswert hoch und dennoch zeigt sich unmissverständlich die Innovationskraft der DEHA Gruppe.

Unsere verlässlichen Werte sind es, die uns den Weg in die Zukunft ebnen, die ein kontinuierliches Handeln mit realitätskonformen Lösungen zulassen. Das ist es, was die DEHA ausmacht.

Dass unsere Werte für uns zu unverzichtbaren Wegbereitern geworden sind, beweisen sie auch in der aktuellen Corona-Krise. Denn sie geben uns die Stärke, die wir brauchen, um den Unsicherheiten, die unseren Alltag gerade bestimmen, zu begegnen. So trägt die Wiesbadener Erklärung aus dem Jahr 2012 die DEHA Gruppe auch durch diese schweren Zeiten mit ihren speziellen Herausforderungen und bildet eine Leitlinie, der die DEHA Unternehmen ganz bewusst folgen. /



Die DEHA steht für die starke Gemeinschaft der fünf DEHA Unternehmen. Mit den strategischen Kernpunkten Gebäude- und Industrietechnik verfolgt sie ein Ziel: gemeinsam mit engagierten Fachhandwerkern, Industriekunden sowie führenden Herstellern zu zeigen, wie wirkungsvoll ein Verbund unabhängiger Partner im Elektromarkt handeln kann. Lernen Sie die DEHA kennen!

ORGANE 	KOMPETENZFELDER GEBÄUDETECHNIK INDUSTRIE-TECHNIK 	TECWORLD Informationsplattform mit über 70 namhaften Herstellern	TEAMS Arbeitskreise + Projektgruppen = gemeinsames Gestalten	TECSTORE Mit über 135 Standorten direkt am POS
DEHA GRUPPE 5 starke Mitglieder = 1 starke Gruppe 	PRODUKTDATENMANAGEMENT 2,4 Mio Artikel tagesaktuell verfügbar	DIE DEHA KATALOGE 80.000 ARTIKEL 5.300 SEITEN 150 LIEFERANTEN	KALLE Das ganze Jahr beim Kunden präsent.	IDEE 25 JAHRE 22 LÄNDER > 6 MRD UMSATZ
FACHBERATERTAGE #WISSENSTRANSFER #KOMMUNIKATION	TECSELECT TECSELECT >>> Eines der erfolgreichsten Kundenbindungsprogramme der Elektrobranche	TECSELECT JUNIOR Nachwuchs finden, halten, fördern	DEHA TV 172.000 Kontakte direkt zum Kunden 	KEY-ACCOUNT-MANAGEMENT EINFACHER PROZESS EINZIGARTIGER SERVICE
RED WIR-SIND-RED.DE	LICHTIDEEN Licht zum Wohnen und Arbeiten direkt über das Fachhandwerk.	TECWORLD HOMEPAGEBAUKASTEN 	MARKENRELAUNCH DEHAGRUPPE >>> FAST FORWARD – DAS NEUE LOGO DER DEHA Nach vorne gehen, weiterdenken, vorantreiben	COMING SOON Zukunft beginnt jetzt >>>

Über 20 Arbeitskreise, Projektgruppen und Teams der DEHA sind das Herzstück der aktiven Zusammenarbeit. Ihre Mitglieder setzen sich aus Mitarbeitern der DEHA Unternehmen und der DEHA Zentrale zusammen.

**DAHINTER STECKEN VIELE KLUGE KÖPFE**

Die DEHA Gruppe ist eine dynamische Kooperation. Sie lebt von ihren erfolgreichen Mitgliedern, von denen jedes einzelne seine Stärken in das gemeinsame Ganze einbringt. Auf diese Weise entsteht aus fünf kraftvollen Einzelunternehmen eine überdurchschnittlich starke Gemeinschaft. Ihre besonderen Kennzeichen? Extreme Leistungsfähigkeit und maximale Innovationskraft.

Vorausschauen, vorausdenken und aktiv vorgehen sind der Kern. Hier nimmt die Zentrale die Rolle des Impulsgebers, Dienstleisters und aktiven Gestalters der Bündelung ein.

Dabei legt die Zentrale Wert auf maximale Selbstbestimmung und Eigenverantwortung der Mitglieder und nimmt sich den Aufgaben an, die eine gemeinsame Lösung brauchen.

ALLE FÜR EIN GEMEINSAMES ZIEL

Über 20 Arbeitskreise, Projektgruppen und Teams der DEHA sind das Herzstück der aktiven Zusammenarbeit. Ihre Mitglieder

setzen sich aus Mitarbeitern der DEHA Unternehmen und der DEHA Zentrale zusammen. In diesem lebendigen Konstrukt wird das fachliche Know-how der handelnden Köpfe genutzt, werden durch den Austausch neue Erkenntnisse gewonnen und aus der Bündelung der Kräfte gemeinsame Stärken geschaffen.

Längst ist aus der langjährigen konstruktiven Zusammenarbeit ein System aus erfolgreichen Leistungen entstanden, das kontinuierlich weiterentwickelt wird. Das gemeinsame Ziel? Auf Basis eines gesunden und fairen Wettbewerbs schon heute für die Anforderungen von morgen mit Dienstleistungen und Produkten perfekt aufgestellt zu sein. /





Das Logo ist für ein Unternehmen so wichtig wie das Gesicht für einen Menschen. Es erlaubt Rückschlüsse auf Persönlichkeit, Charakter und Eigenschaften. Damit wird es zum Symbol für alles, wofür ein Unternehmen steht. Es transportiert den Markenkern – die Vision, die Werte, die Botschaft.

FAST FORWARD

DAS NEUE LOGO DER DEHA

Das seit Jahrzehnten bekannte DEHA Logo wurde modernisiert und weiterentwickelt, um die Zukunftsfähigkeit der Marke und der DEHA Gruppe zu signalisieren. Auf diese Weise gewinnt das Logo an Prägnanz und Dynamik. Und das drückt sich nicht nur durch den individualisierten Schriftzug der DEHA Gruppe aus, sondern auch durch das Fast-Forward-Zeichen, das durch einen weiteren Pfeil ergänzt wurde.

VORANGEHEN, WEITERDENKEN, VORANTREIBEN

Das neue Logo gibt der DEHA ihr Gesicht. Es symbolisiert die Vorwärtsgewandtheit: vorangehen, weiterdenken, vorantreiben sind die Schlüsselbegriffe dazu. Konkret gemeint ist die Innovationskraft der DEHA Gruppe. Die Kraft, die so wichtig ist, um den Kunden alles zu geben, was sie brauchen, damit sie schon heute für die Herausforderungen der Zukunft gewappnet sind.

FÜNF STARKE MITGLIEDER GLEICH EINE STARKE GRUPPE

Jedes der fünf Unternehmen der Gruppe ist für sich erfolgreich, während alle im Wachstumsstreben, im Vorwärtsdenken und im Kooperationsgedanken vereint sind. Auch im neuen Logo der DEHA ergeben die einzelnen Bestandteile gemeinsam ein starkes Bildzeichen. Geprägt von einem engen Spacing, das den Zusammenhalt der Gruppe zum Ausdruck bringt. Alles steht auf der gleichen Ebene, ist gleichberechtigt. Im Logo wie auch in der DEHA Gruppe.

Fast Forward ist das, was jedes einzelne Unternehmen, aber auch die Gruppe in ihrer Gesamtheit voranbringt. Die Zusammenarbeit ist geprägt von Vertrauen und Stabilität, gerade in Zeiten des digitalen Wandels mit seinen neuen Möglichkeiten und Herausforderungen. So ist auch der Kern der neuen Vision für 2025 die konsequente Zukunftsausrichtung der DEHA. Bestehende Themen werden neu bewertet und neu positioniert sowie neue Themen aufgegriffen. Das ist kontinuierlicher Fortschritt, der sich auch in der neuen Corporate Identity der Unternehmensgruppe wiederfindet. /

DEHAGRUPPE

Dynamik, Veränderung, Gemeinschaft, Individualität – diese Attribute machen die Markenidentität der DEHA aus. Unverwechselbar – wie der Abdruck eines Fingers.

 /zajadacz

 Alexander Bürkle

 Löffelhardt

 HARDY SCHMITZ GRUPPE

 obeta eldis häusler

Das neue DEHA Logo signalisiert die Zukunftsfähigkeit der Marke und der DEHA Gruppe. Zu ihr gehören die Unternehmen Adalbert Zajadacz, Alexander Bürkle, Emil Löffelhardt, Hardy Schmitz und Obeta.

PUNKT FÜR PUNKT

**TECSELECT:
INVESTITION IN
DEN EIGENEN
UNTERNEHMENS-
ERFOLG**

TECSELECT ist eines der erfolgreichsten Kundenbindungssysteme in der Elektrobranche. Es lebt von seiner stetigen Weiterentwicklung und hat bereits heute ein umfangreiches Leistungsportfolio, welches auf die umfassende Unterstützung der TECSELECT Kunden in ihrer täglichen Arbeit ausgerichtet ist.



Die neue TECSELECT Homepage liefert eine Vielzahl an Informationen rund um TECSELECT und die TECSELECT Lieferanten. Auch per Tablet oder mobil.

Am Markt ist das Punktesystem seit zwanzig Jahren und wird von den führenden Herstellern der Elektrobranche unterstützt. Dabei haben sich die Aktionen und Leistungsangebote kontinuierlich weiterentwickelt. Das Grundprinzip ist sich selbst jedoch immer treu geblieben: Jeder Umsatz mit TECSELECT Lieferantenpartnern zählt. Und mit jedem TECSELECT Leistungspunkt investiert der Fachhandwerker in den Erfolg seines Unternehmens. Das ist einmalig in diesem Segment.

Highlight des Jahres 2019 ist der TECWORLD Homepagebaukasten.* Er erlaubt es dem Fachhandwerker, in nur wenigen Minuten einfach und schnell seinen professionellen Onlineauftritt zu erstellen.

Neben diesem Highlight gab es im Jahr 2019 bei TECSELECT aber noch zahlreiche weitere Leistungsanpassungen.

Auch Sonderaktionen gehören zum TECSELECT Programm. Im Jahr 2019 lag der Schwerpunkt auf den Junior-Aktionen. Mit ihnen unterstützt TECSELECT seine Kunden beim Finden und Entwickeln von Auszubildenden und natürlich dabei, junge Fachkräfte im Betrieb zu halten. >>>



TECSELECT bietet eine Vielzahl von Leistungen – von der TECSELECT Junior Aktion bis zu Schulungen

+ über 3.400 Kunden
+ über 40 führende Hersteller
+ über 1.000 Einsatzmöglichkeiten

*Lesen Sie zu diesem Thema auf Seite 16 „TECWORLD: Eine Welt, in der sich sogar eine Homepage in 15 Minuten einrichten lässt.“

PUNKT FÜR PUNKT

**TECSELECT:
INVESTITION IN
DEN EIGENEN
UNTERNEHMENS-
ERFOLG**

”

Viele Leistungen tragen dazu bei, dass sich der TECSELECT Handwerksbetrieb von anderen abheben kann.“

CHRISTINE HERRLER, TEAMLEITERIN MARKETING TECSELECT

„Ein schöner Erfolg war beispielsweise, dass gleich mehrere TECSELECT Kunden mit der Produktion von eigenen Firmenfilmen neue Wege im Bereich Mitarbeitergewinnung gegangen sind“, beschreibt Christine Herrler, Teamleiterin Marketing TECSELECT, die positiven Effekte von TECSELECT.

PUNKTLANDUNG

Beim Punkte-Invest 2019 besonders stark nachgefragt war qualitativ hochwertige, mit dem Firmenbranding versehene Arbeitskleidung. Auch die Fahrzeugbeschriftung ist bei TECSELECT ein Leistungsdauerbrenner. Was immer mehr kommt, ist das Thema Onlinemarketing. Daneben bleiben klassische Werbemaßnahmen und der Bereich Qualifizierung wichtig.

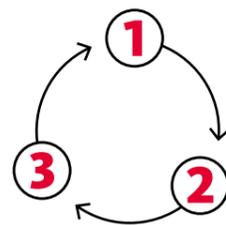
An welchem Punkt die TECSELECT Kunden auch stehen und wo auch immer sie Unterstützung benötigen – TECSELECT hat auf die meisten ihrer Fragen eine gute Antwort.

Und da wo noch Antworten gefunden werden müssen, macht sich TECSELECT auf

den Weg. So wird beispielsweise bereits unter Hochdruck daran gearbeitet, praxisnahe Antworten auf die beiden brennenden Themen „Digitalisierung“ und „Fachkräftemangel“ im Elektrohandwerk zu fin-

den. Was TECSELECT bei der Entwicklung seiner Angebote grundsätzlich wichtig ist? Sie müssen punktgenau auf die Bedürfnisse des Handwerks abgestimmt sein. Das ist immer das erklärte Ziel. /

SO FUNKTIONIERT TECSELECT



1
Mit den Umsätzen auf Produkte von TECSELECT Lieferanten sammelt der Fachhandwerker TECSELECT Leistungspunkte.

2
Jeder Punkt kann bei TECSELECT für Leistungen eingesetzt werden, die den Fachhandwerksbetrieb weiterbringen. Beispielsweise für Werbematerialien, Onlinemarketing, Weiterbildung oder Qualitätsmanagement.

3
Die TECSELECT Leistungen tragen zum Unternehmenserfolg bei. Der Umsatz wächst. Damit steigen auch die TECSELECT Punkte. Und so schließt sich der Erfolgskreislauf.



SYSTEME

DIE WELT IN ZAHLEN

TECSELECT JUNIOR-AKTIONSPAKETE



2019: **150**
seit Start: **350**

TEILNEHMER TECSELECT JUNIOR-AZUBISCHULUNGEN:



Teilnehmer
2018/2019:
rund **200**

LEISTUNGSKATEGORIEN

6 Leistungs-
bereiche **300** Leistungs-
kategorien

1.900 Leistungen
und Artikel

2019 wurden Leistungen/Artikel aus
190 Leistungskategorien abgerechnet

AM MEISTEN GENUTZTE LEISTUNGEN

nach Verbuchungen



Arbeitskleidung

1.533



Anzeigenschaltung

686



Seminare
DEHA Unternehmen

371



Normenwerke

368



Werbeartikel

337

80.000 ARTIKEL IN 24 STUNDEN LIEFERBAR

KEY-ACCOUNT- MANAGEMENT



Durch die vernetzten Lager sind bundesweit 80.000 Artikel verfügbar

Mit ihrem Key-Account-Management bietet die DEHA ihren überregionalen Großkunden eine bundesweite Serviceleistung. Hauptaufgabe des Key-Accounts ist es, individuelle Beschaffungs- und Logistikkonzepte für solche Kunden zu entwickeln. Dabei ist das Key-Account branchenspezifisch aufgestellt. Es hat für jede der beiden großen Zielgruppen – Industrie und Handwerk – ein spezialisiertes Team, das sich um die jeweiligen Kunden, ihre Bedürfnisse und die jeweils passenden Angebote kümmert.

Nicht nur die Zielgruppen, auch die Leistungsschwerpunkte sind unterschiedlich. So geht es im Handwerk vor allem um Sortimente, Serviceleistungen und persönliche Betreuung vor Ort. In der Industrie hingegen geht es neben schlanken Prozessen und individuellen Lösungen wie Kanban und Kitting um den elektronischen Katalog sowie die damit verbundenen Stammdaten.

Die Kunden kommen neben den beiden Hauptsegmenten Industrie und Handwerk auch aus den Bereichen Großinstallation, Gesundheits- und Wohnungswirtschaft sowie aus der Hotellerie.

KERNKOMPETENZEN

Alle Kunden nutzen die Kernkompetenzen der DEHA Unternehmen: Beschaffung von Sortimenten, Verwaltung und Distribution. Das Key-Account optimiert die Kundensortimente, reduziert die Zahl ihrer Lieferanten und somit ihrer Ansprechpartner und vereinfacht die Beschaffungsprozesse. Und das nicht nur in den klassischen Warengruppen der Elektrotechnik, sondern auch für die industriellen Maintenance-Repair-Operations(MRO)-Sortimente.

DAS DEHA EINMALEINS

Was die DEHA Kunden besonders schätzen, ist die persönliche Betreuung durch ihren direkten Ansprechpartner im Key-Account. Er kennt sie und ihren speziellen Bedarf genau. Kein umständliches Fragen nach Details, kein langes Suchen nach Daten und Angaben. Hier wird die „Eins“ zum Dreh- und Angelpunkt des DEHA Key-Account-Konzepts:

Auf Wunsch erhält jeder Kunde einen Vertrag mit der DEHA Gruppe, eine verbindliche Kondition und einen festen Ansprechpartner. Die logistische Betreuung erfolgt dann bundesweit über die fünf DEHA Unternehmen.

Der große Vorteil des DEHA Key-Account-Konzepts? Die Verbindung von zentraler, regionaler Eins-zu-eins-Betreuung vor Ort und der Möglichkeit, über 5 Zentrallager und 136 Standorte der DEHA Unternehmen bundesweit auf insgesamt über 80.000

Lagerartikel zugreifen zu können. Das ist kundennah, effizient und jeder erhält eine optimale Lösung für seinen speziellen Bedarf. Alle Artikel können die Industrie- und Handwerkskunden online über die Shops der DEHA Unternehmen, über einen elektronischen Katalog der DEHA Zentrale oder über den direkten Kontakt telefonisch bei den Spezialisten des Innendienstes bestellen. Darüber hinaus haben die Kunden die Möglichkeit, die Fachberater der Sortimente, 136 Abholniederlassungen und die Fachmärkte zu nutzen.

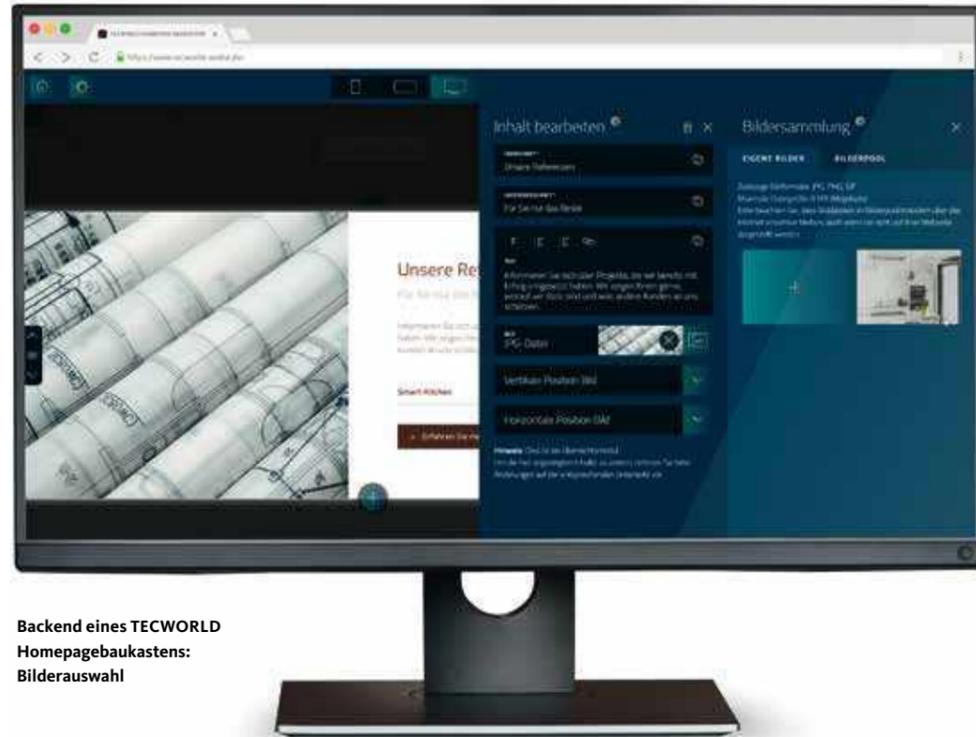
Für die Zukunft hat sich das Key-Account-Management der DEHA wieder einiges vorgenommen: die bestehenden hohen Standards halten, weiterhin ein verlässlicher Partner für seine Kunden zu sein und dabei noch intensiver in den Wettbewerb einzusteigen. /



„
Ein direkter Ansprechpartner vor Ort und bundesweiter Zugriff auf die komplette Betreuungs- und Logistikkompetenz der DEHA – das ist etwas Besonderes in der Branche.“

LJUBOMIR SIMURINA, SORTIMENTSLEITER INDUSTRIETECHNIK/
LEITER KEY-ACCOUNT-MANAGEMENT

16 TECWORLD: EINE WELT, IN DER SICH SOGAR EINE HOMEPAGE IN 15 MINUTEN EINRICHTEN LÄSST.



Backend eines TECWORLD
Homepagebaukastens:
Bilderauswahl



Der Homepagebaukasten ist ein wirklich intelligentes Tool. Dank des Initialisierungswizards hat der Fachhandwerker seine Homepage in nur wenigen Minuten selbst gestaltet und eingerichtet.“

MARLENE REICHELT, LEITERIN MARKETING

Mit dem Informationsportal TECWORLD.com hat die DEHA Gruppe ein Medium geschaffen, das ein breites Angebot an Dienstleistungen und Informationen bereithält. Hier findet der Besucher neben Produktneuheiten aus den drei Bereichen Haus-, Gebäude- und Industrietechnik Informationen und Ratgebertexte zu den unterschiedlichsten Themen wie Beleuchtung, Heizung-, Klima- und Lüftungstechnik. Fast wöchentlich werden auf dem Portal neue Produkte vorgestellt.

Zudem erhält der Besucher mit über 70 Marken- bzw. Herstellerprofilen eine gute Übersicht. Auch hat er die Möglichkeit, aus zahlreichen Infobroschüren zu wählen und sich die für ihn interessanten herunterzuladen. Abgerundet wird das Portal mit einer Fachhandwerkersuche. Über sie kann der Besucher aus über 2.500 Fachhandwerkern den passenden in seiner Nähe finden.

VOM TECHNIK Liebhaber BIS ZUM INDUSTRIEKUNDEN

Die Zielgruppe der TECWORLD ist ebenso vielfältig wie ihr Angebot. So sind Technikliebhaber unter den Besuchern der Website ebenso zu finden wie Renovierer, Architekten, Bauherren und Industriekunden. Das Portal wird kontinuierlich weiterentwickelt. Grund genug für die Besucher, regelmäßig vorbeizuschauen, um immer wieder etwas Neues zu entdecken.

NEUHEIT TECWORLD HOMEPAGEBAUKASTEN

Highlight des Jahres 2019 war die Verknüpfung zwischen TECWORLD.com und dem TECWORLD Homepagebaukasten. Zielgruppe sind Fachhandwerker, die bei ihrer Website großen Wert auf eine professionelle Optik legen, aber wenig Zeit und meist nicht das technische Know-how haben, um sie alleine an den Start zu bringen. Sie bekommen nun mit dem Baukasten ein einfaches und intuitives Tool an die Hand, mit dem sie ihre eigene Homepage mithilfe eines Einrichtungsassistenten in maximal 15 Minuten selbst einrichten. Einfacher ist ein zusätzlicher Kommunikationskanal wohl kaum aufgebaut.

Angeboten wird der Homepagebaukasten in zwei Versionen. In der Variante Basic bietet er eine Webseite inklusive Domain und entsprechende Unterseiten. Wer sich für das Starterpaket entscheidet, erhält einen Onepager, ebenfalls inklusive eigener Domain.

BRANCHENSPEZIFISCHE TEXTE? AUCH DIE SIND KEIN PROBLEM.

An die branchenspezifischen Texte hat das Entwicklungsteam des TECWORLD Homepagebaukastens ebenfalls gedacht. So bekommt jeder Fachhandwerker, der sich für einen Homepagebaukasten entscheidet, drei unterschiedliche suchmaschinenoptimierte Textvorschläge. Auf diese Weise ist die Vielfalt der Texte gesichert und

Duplicate Content gibt es nicht. Eine wichtige Voraussetzung für das Ranking der Website.

„Wenn etwas gut ist, bleiben wir dran, um es in Zukunft noch besser zu machen.“, so Marlene Reichelt, Leiterin Marketing. Der Homepagebaukasten wird kontinuierlich weiterentwickelt. Zukünftig wird es also noch mehr Farbschemata, eine Videomodulintegration und weitere Individualisierungsmöglichkeiten geben. Die Fachhandwerker dürfen schon jetzt gespannt sein, was sie in 2020 erwartet. /

Exemplarische Darstellung einer Webseite im Frontend, welche mit dem TECWORLD Homepagebaukasten erstellt wurde



GUTE PRODUKT- DATEN – MEHR KUNDEN, MEHR UMSATZ



Gute Produktdaten sind ein wichtiger Faktor für ein tolles Einkaufserlebnis im Onlineshop

Die Bedeutung von Produktdaten hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Von der Artikelentstehung über die Vermarktung und Bestellung bis hin zur Logistik: Überall ist eine gute Organisation der Produktdaten die Basis. Dabei braucht es eine Menge an Informationen, um ein Produkt effizient zu verwalten: technische Daten, Bilder, Videos, Marketingtexte, Übersetzungen und Preise.

AN JEDEM TOUCHPOINT DIE OPTIMALE PRODUKTDARSTELLUNG

Was wichtig ist? Dass die Produktdaten korrekt, vollständig, aussagekräftig, ziel-

gruppenrelevant und konsistent über alle Kanäle hinweg verfügbar sind. Sie machen es möglich, über eine gut gepflegte Produktdatenbank verschiedene Anwendungen mit den passenden Produktinformationen zu versorgen. So lassen sich Warenwirtschaftssysteme, Print- und Onlinekataloge, Webshops, Webpublishing und mobile Applikationen befüllen.

PRODUKTDATEN SIND DER TREIBSTOFF IM E-COMMERCE.

Der Kunde profitiert davon, dass er an jedem Touchpoint über die gesamte Customer Journey hinweg die Informationen erhält, die er für seine Kaufentscheidung benötigt.

Hier ist die Qualität der Produktdaten eine entscheidende Voraussetzung für den Verkaufserfolg. Denn sie ist verantwortlich für das Erlebnis, das dem Käufer im Onlineshop mit gut inszenierten Produkten geboten wird.

Auch entscheiden Produktdaten darüber, wie schnell und komfortabel Käufer in Onlineshops zum gewünschten Ergebnis gelangen. Denn eine Suchfunktion, ein Produktfilter oder Produktempfehlungen



funktionieren immer nur so gut, wie die Daten in der Produktdatenbank eine entsprechende Steuerung des Systems ermöglichen.

DIE QUALITÄT VON PRODUKTDATEN IST SO WICHTIG WIE DIE PRODUKTE SELBST.

Um diesen komplexen Ansprüchen heute und in Zukunft gerecht zu werden, entwickelt die DEHA ihre Prozesse im Bereich Produktdatenmanagement kontinuierlich weiter. Ziel ist es, alle relevanten Daten der Lieferanten immer so schnell und automatisiert wie möglich den DEHA Unternehmen zur Verfügung zu stellen. Wichtig sind hier die Nachhaltigkeit der Datenpflege sowie die Datenqualität. Aus diesem Grund misst die DEHA die Qualität aller Produktdaten, die sie von ihren Herstellern erhält, anhand des Qualitätsindex (QI). Dabei bilden spezielle Leitfäden zur Produktdarstellung der DEHA Gruppe die Basis für optimale Daten. Und sollte sich zeigen, dass Produktdaten weiterentwickelt werden müssen, wird dies direkt mit dem jeweiligen Hersteller besprochen.

Ein perfekt aufbereiteter Produktdatenfeed wird noch wichtiger werden als er es heute schon ist, um eine langfristige Käuferbindung sicherzustellen.

Des Weiteren wird es in Zukunft darum gehen, dass Content in unterschiedlichen Formen vorhanden sein muss: als klarer, scanbarer Text, als Audioversion oder als Video. Auch die Bedeutung von Cross- bzw. Upselling wird weiterwachsen. So lassen sich verwandte, ergänzende oder hochwertigere Produkte verkaufen – die Voraussetzung, um den Umsatz pro Auftrag zu erhöhen. /

Das Produktdatenmanagement speichert und verwaltet eine riesige Menge an produktdefinierenden, repräsentierenden und präsentierenden Daten.



ÜBER 1,1 MIO. ETIM-MERKMALE HINTERLEGT



ÜBER 1,1 MIO. ARTIKELLANGTEXTE VERFÜGBAR



ÜBER 1,1 MIO. URSPRUNGLÄNDER BEI ARTIKELN HINTERLEGT

1.100.000
PRODUKTE GELISTET



ÜBER 920.000 ARTIKELBILDER VORHANDEN



1,1 MIO. GTIN/EAN VERFÜGBAR



ÜBER 1,1 MIO. ZOLLTARIFNUMMERN HINTERLEGT

20 DAS STREBEN NACH DEM PERFEKTEN ORT



KLUGE GEBÄUDETECHNIK
BIETET KLUGE LÖSUNGEN

Menschen verbringen 90% ihres Lebens in Gebäuden. Deshalb sollten diese perfekte Orte sein. Orte, in denen Menschen lernen, wachsen und sich entfalten können. Smarte Gebäude sind solche Orte. Hier lösen wir uns von starren, passiven Strukturen und entwickeln ein neues Verständnis für Gebäudetechnik. Mit smarten Gebäuden schaffen wir einen Lebensraum, der intuitiv auf die Bedürfnisse der Menschen reagiert.

Mit smarten Gebäuden schaffen wir einen Lebensraum, der intuitiv auf die Bedürfnisse der Menschen reagiert



Smarte Gebäude interagieren mit ihren Bewohnern, Systemen und ihrer Umgebung. Sie lernen und passen sich letztendlich den Menschen an.

Dabei erzeugen Gebäude eine riesige Menge an Daten, die es zu verstehen gilt. Intelligente Steuerungs-, Sicherheits- und Energiemanagementsysteme helfen, Ressourcen optimal einzusetzen und zu nutzen. Und das bei gleichzeitiger Steigerung von Komfort, Effizienz, Widerstandsfähigkeit und Sicherheit. >>>

SORTIMENTE



22 DAS STREBEN NACH DEM PERFEKTEN ORT



KLUGE GEBÄUDETECHNIK BIETET KLUGE LÖSUNGEN

ZUKUNFT GEMEINSAM GEDACHT

Die Gebäudetechnik-Teams der DEHA haben es sich zur Aufgabe gemacht, den stetig steigenden Anforderungen an eine komplexe und kluge Gebäudetechnik mit ebenso komplexen und klugen Lösungen zu begegnen. So legte die DEHA im Bereich Gebäudetechnik im Jahr 2019 ihr Augenmerk auf die Themen Photovoltaik, Batteriespeicher, Elektromobilität, und Smart Home. Themen, die immer gemeinsam gedacht werden sollten, weil sie zusammenhängen. In einem nachhaltigen System, das sich individuell konfigurieren lassen muss.

PHOTOVOLTAIK – EINST TEURE WELTRAUMTECHNIK, HEUTE POPULÄRE ENERGIEFORM.

Die Photovoltaik hat sich von einer teuren Weltraumtechnik zur günstigsten und populärsten Energieform mit den höchsten Zuwachsraten und Wachstumspotenzialen entwickelt. Sie nimmt heute eine unverzichtbare Schlüsselrolle für das Erreichen der Klimaziele ein. Verfügbare Photovoltaik-Marktpotenziale werden gehoben – von kleinen Aufdach-Anlagen bis hin zu großen Freiflächenanlagen, von der Volleinspeisung bis hin zu zukunftsweisenden Quartiers- und Eigenverbrauchskonzepten. Die Möglichkeiten sind vielschichtig. Deshalb bieten die DEHA Unternehmen den notwendigen Support für das Handwerk, um sowohl im Privat- als auch im Industriekundenbereich von diesen Potenzialen zu profitieren.

Auch **Batteriespeicher** für Photovoltaik werden immer beliebter, um die Energie der Sonne nachhaltig zu speichern und on demand nutzen zu können. Laut Bundesverband Solarwirtschaft e.V. wird jede zweite neu installierte Photovoltaikanlage mit einem Batteriespeicher ausgerüstet. Die DEHA ist hier gut aufgestellt und bietet dem Fachhandwerker unterschiedliche Batteriespeicher an – je nachdem für welchen Einsatzzweck sie benötigt werden.

Die Verbindung von Photovoltaik mit der **Elektromobilität** wird ebenfalls immer wichtiger. Denn die Fahrzeuge werden immer häufiger auch direkt oder indirekt über einen Batteriespeicher mit Solarstrom geladen. So tragen sie als weitere Verbraucher zu einer Steigerung des Eigenverbrauchs des erzeugten Solarstroms bei.

Die Lösungen müssen intelligent und intuitiv sein und sicher zusammenspielen. So wird in einem Smart Home über eine Photovoltaikanlage der eigene Strom erzeugt. Mit diesem wird zum Beispiel eine Wärmepumpe betrieben oder die Batterie des Elektrofahrzeugs geladen.

Die Aufgabe der DEHA im Bereich Gebäudetechnik? Ihre Sortimentspolitik gezielt auf diese Entwicklungen abzustimmen. Mit fünf verschiedenen Sortimentsbereichen. Diese umfassen Produkte und Marken ausgewählter führender Hersteller. Dabei müssen alle Produkte – System- und Standardprodukte – den Kriterien Marktgängigkeit, Qualität und Verfügbarkeit genügen. Was der DEHA wichtig ist? Den Mix ihrer Sortimente so aufeinander abzustimmen, dass System- und Standardprodukte in einem ausgewogenen Mix verfügbar sind, um für ihre Kunden heute und in Zukunft ein attraktiver Partner zu sein. /

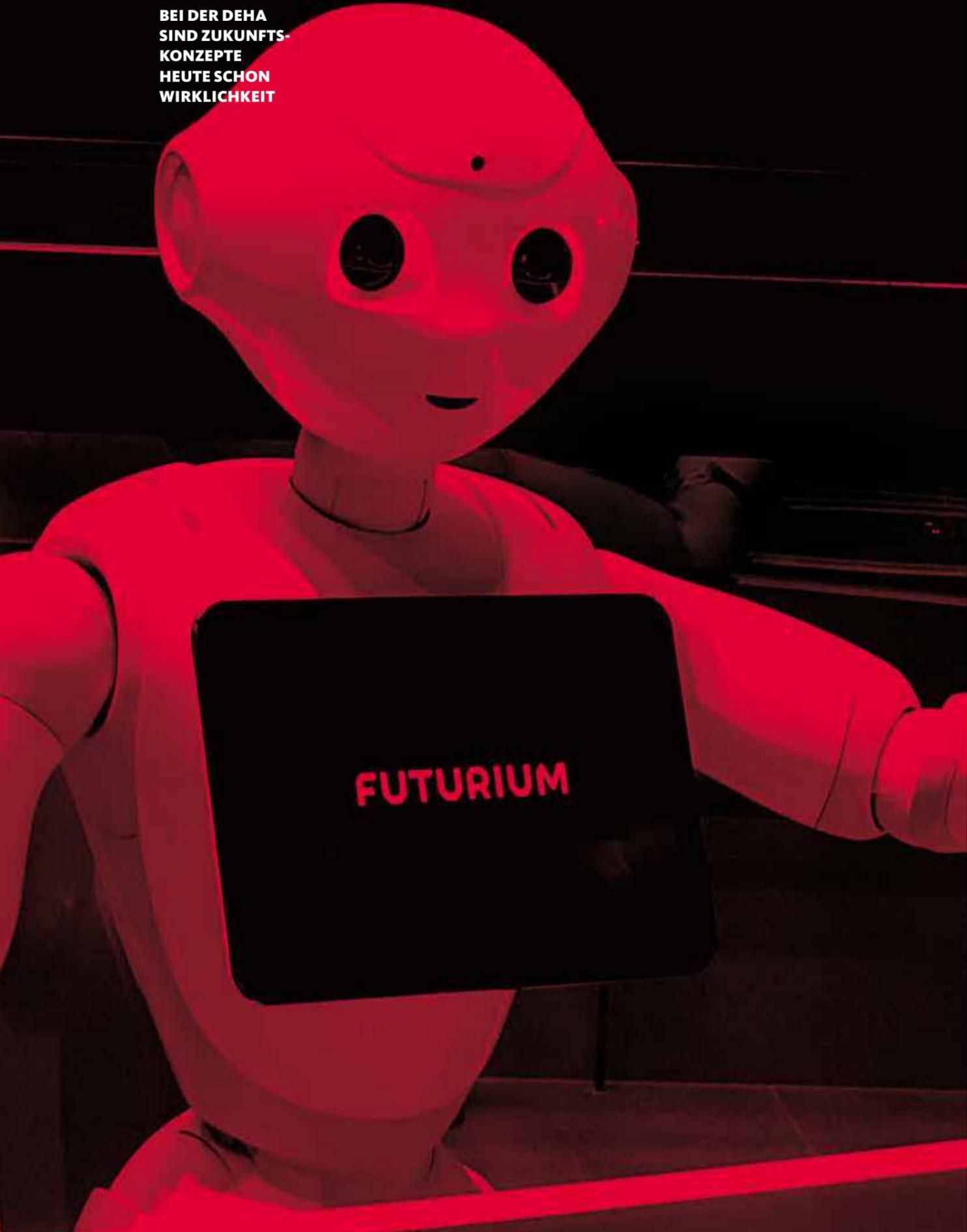


Auch bei der Planung im Bereich Photovoltaik, Batteriespeicher (1 + 2) und Elektromobilität (3) unterstützt die DEHA

SORTIMENTE



BEI DER DEHA
SIND ZUKUNFTS-
KONZEPTE
HEUTE SCHON
WIRKLICHKEIT



Als Technologiedienstleister und Systempartner macht es die DEHA ihren Industriekunden leicht, jeden ihrer Schritte mit maximaler Produktivität zu gehen.



Mensch und Maschine
im Einklang

Dazu bietet die DEHA ihren Kunden eine große Bandbreite an Automatisierungs-, Antriebs-, Schalt- und Steuerungslösungen – auch mit dem Ziel, die Unternehmen auf dem Niveau der Industrie 4.0 umfassend zu unterstützen.

Dabei ist die DEHA ein starker Partner der Industriekunden auf dem Weg durch die digitale Transformation. Sie gibt ihnen die notwendigen Impulse und den Support, den sie benötigen, um auf diesem Weg effizienter zu werden und erfolgreich zu bleiben. Und das gelingt. Bester Beweis: Die DEHA ist im Industriegeschäft unter den Top 3 in Deutschland. Möglich macht dies das innovative und facettenreiche Leistungsspektrum der DEHA mit seinen industrienspezifischen Services und Spezialisten. Dazu gehört die Arbeit mit dem Digitalen Zwilling ebenso wie die sogenannte E-Construction, die bei Engineering und Montage von Schaltanlagen zum Einsatz kommt. Aber auch schlanke Bestell- und Geschäftspro-

zesse über E-Shops und Marktplätze werden für die Smarte Industrie immer wichtiger und sind deshalb Bestandteil des branchenspezifischen Angebots der DEHA.

FIT FÜR DIE INDUSTRIE 4.0

Robotic Solutions, Antriebstechnik, Sensorik, RFID-Lösungen und bildverarbeitende Systeme sind die Bereiche, die Industriekunden heute umtreiben. Die DEHA steht ihren Kunden in diesen Disziplinen mit Rat und Tat zur Seite und macht sie fit für die digitale Zukunft.

Von der Planung über die Programmierung bis hin zur Implementierung der jeweiligen Lösung bietet die DEHA ihren Kunden rund um die Digitalisierung alles an. Der gewünschte Effekt? Steigerung der Effizienz in der Fertigung, Optimierung der Produktionssicherheit sowie kürzere Durchlaufzeiten.

Auch im Bereich der Logistik bietet die DEHA für ihren Kunden aus der Industrie einen hervorragenden Service. Diese sind für eine smarte, effiziente und kostenbewusste Materialwirtschaft sowie für eine verlässliche Just-in-time-Lieferung unverzichtbar.

GEMEINSAM STARK

Die DEHA Unternehmen sind bundesweit vertreten. Auf diese Weise bieten sie ihren Kunden ein ausgezeichnetes Netzwerk. >>>



BEI DER DEHA
SIND ZUKUNFTS-
KONZEPTE
HEUTE SCHON
WIRKLICHKEIT



” *Im Fokus liegt die stetige Analyse und Optimierung der Strategien, Lieferanten und der zukünftigen Ausrichtung.“*

LJUBOMIR SIMURINA

SORTIMENTSLEITER INDUSTRIE-TECHNIK/ LEITER KEY-ACCOUNT-MANAGEMENT

Mit dem Vorteil stets Zugriff auf Experten, leistungsfähige moderne Produkte sowie die besten Lösungen und Dienstleistungen zu haben. Zudem nutzt die DEHA für ihre Industriekunden die Möglichkeit, über Augmented Reality eine Schnittstelle von Mensch zu Maschine zu schaffen. Die Voraussetzung, um schnell und einfach Reparaturen und Wartungstätigkeiten aus der Ferne anzuleiten. Das Ergebnis: beschleunigter Service, höhere Verfügbarkeit und niedrigere Kosten ohne zusätzlichen Einsatz von Ressourcen.

Der DEHA Arbeitskreis Industrie-technik trifft sich regelmäßig. Gesprochen wird bei diesen Zusammentreffen über Lieferanten, Strategien und die zukünftige Ausrichtung. Dabei ist es das Ziel, Lieferanten zu finden, die optimal zur DEHA passen, mit denen sie strategische Partnerschaften eingehen und mit denen die Gruppe wachsen kann.



Mit modernster Robotertechnik stets am Puls der Zeit



28 DAS RICHTIGE LICHT. ZU JEDER ZEIT, IN JEDEM RAUM.



Licht ist ein faszinierendes Element mit vielen Facetten. Dabei geht es längst nicht mehr nur um die Kombination von Lichtfarbe, Helligkeit und Farbtemperatur. Vielmehr nimmt die Entwicklung in der Beleuchtungstechnik seit geraumer Zeit Kurs auf die Vernetzung von Leuchten und Geräten.

GANZ SCHÖN KLUG

So machen intelligente Lichtlösungen ausgefeilte Konzepte möglich – immer abhängig von der Nutzung der jeweiligen Lebens- und Arbeitsräume. Integriert werden die Leuchten in Netzwerke über komplexe elektronische Steuerungen und Sensorik. Dabei sorgen Lichtmanagementsysteme automatisch für eine optimale Lichtatmosphäre: produktivitätssteigernd während der Arbeit, entspannend in der Freizeit.

Datenübertragung in Lichtgeschwindigkeit



LI-FI

BIODYNAMISCH

Basis sind LED-Leuchten. Sie sind mit Sensoren ausgestattet, vernetzt und mobil oder via Sprachbefehl steuerbar. Neuere LED-Produkte bringen mit biodynamischem Licht – Human Centric Lighting (HCL) – eine zusätzliche Komponente in den Alltag. Die Lichtfarbe dieser Leuchten orientiert sich am natürlichen Tagesverlauf des Sonnenlichts. Der Effekt: Das Licht wirkt äußerst bedarfsorientiert auf das menschliche Wohlbefinden.

In diesem Zusammenhang sorgen hohe Blauanteile für die Förderung von Konzentration und Aktivität. Und das hilft Mitarbeitern im Büroalltag oder in der Produktion, sich mit voller Leistungsfähigkeit einzubringen. Warme Lichtfarben wirken beruhigend und sind ideal für die Entspannung in Pausen oder in der privaten Umgebung. Steuern lässt sich das Licht manuell oder automatisiert. Diese Art der künstlichen Beleuchtung stellt eine neue Ära in der Lichttechnik dar.

Neben der gesundheitsfördernden Wirkung des richtigen LED-Lichts dürfen die enormen Energieeinsparpotenziale nicht zu kurz kommen.

Helligkeitssensoren und Präsenzmelder liefern Informationen, netzwerkfähige Geräte analysieren diese und passen sie am einzelnen Lichtpunkt dem Bedarf an. Auf

diese Weise können einzelne Räume oder auch komplette Gebäude energieeffizient beleuchtet werden.

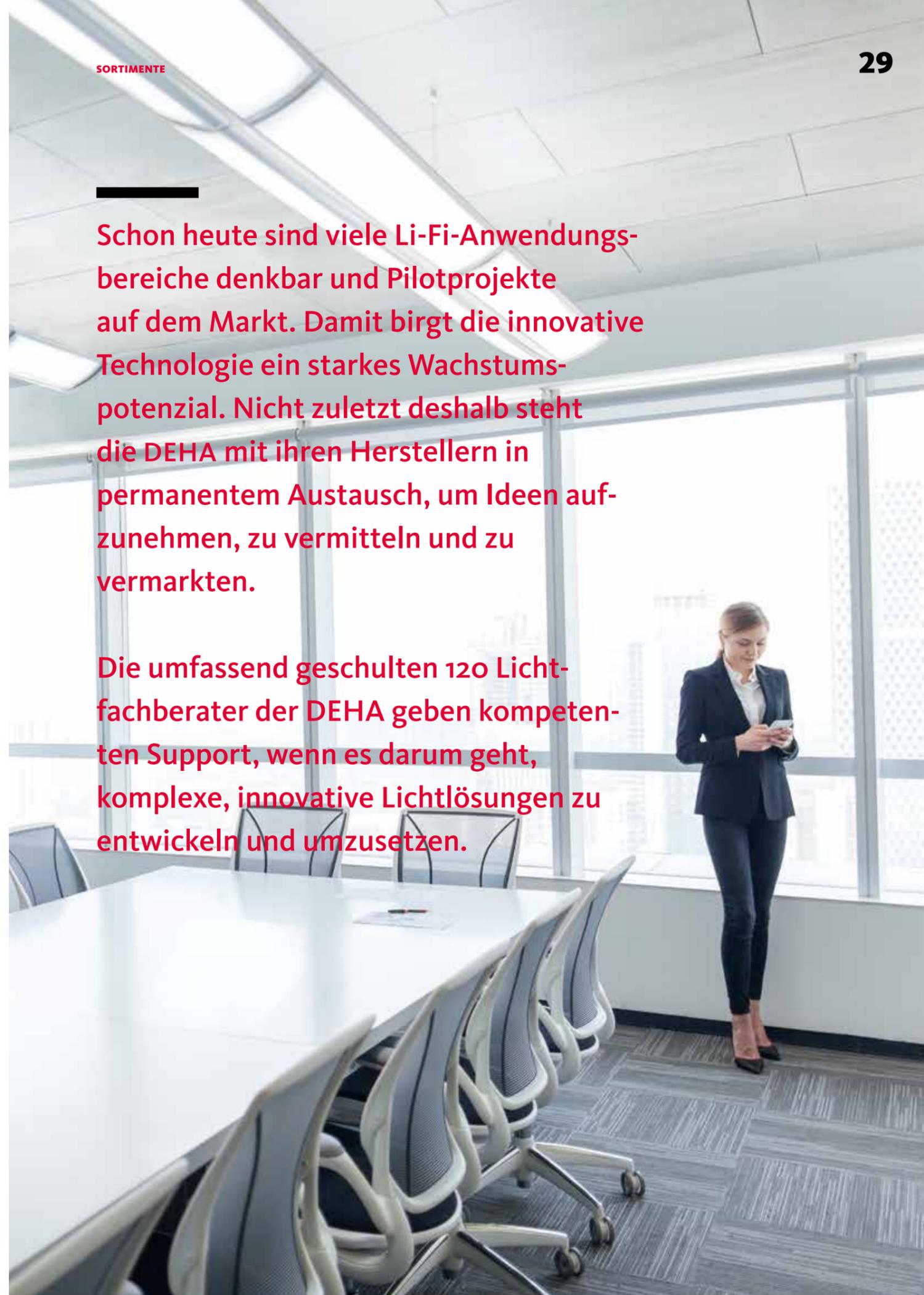
Die Möglichkeiten sind hier nahezu unbegrenzt. Denn über die Beleuchtung hinaus können weitere Anlagen und Geräte, wie Schließanlagen, Aufzüge oder zusätzliche Energiemanagementsysteme, integriert werden. Dabei gestatten mobile Anwendungen, beispielsweise über Tablets und Smartphones, durch spezielle Software jederzeit Einblick in den Status des Gebäudes. Das ist effizient und bringt maximalen Nutzen für den Anwender.

LI-FI WIRD DAS BISHERIGE WLAN ERGÄNZEN

Denn gerade hier werden mehr und mehr Daten produziert, die in Echtzeit in vielen Prozessen eine Schlüsselrolle spielen. Für die aktuellen drahtlosen, funkbasierten Datenübertragungsverfahren ist das vor allem in Städten mit hoher Funkzellendichte oder in hochtechnisierten Büroumgebungen eine Herausforderung. Li-Fi, die optische drahtlose Datenübertragung, kann hier eine interferenzfreie, schnelle und sichere Alternative sein, um die bestehenden und zukünftigen Funknetze zu entlasten. /

Schon heute sind viele Li-Fi-Anwendungsbereiche denkbar und Pilotprojekte auf dem Markt. Damit birgt die innovative Technologie ein starkes Wachstumspotenzial. Nicht zuletzt deshalb steht die DEHA mit ihren Herstellern in permanentem Austausch, um Ideen aufzunehmen, zu vermitteln und zu vermarkten.

Die umfassend geschulten 120 Lichtfachberater der DEHA geben kompetenten Support, wenn es darum geht, komplexe, innovative Lichtlösungen zu entwickeln und umzusetzen.



”

Die Führung einer Marke hat die Aufgabe, das eigene Muster zu finden, es zu beschreiben und zu entfalten – bei RED ist uns das gelungen. Und das ist für eine Eigenmarke ungewöhnlich.“

MARLENE REICHELT, LEITERIN MARKETING

RED

RED – AUFFALLEND ANDERS

Die DEHA Eigenmarke RED wurde 2017 auf den Weg gebracht. Seitdem hat sich das kleine Pflänzchen vom Geheimtipp zur jungen aufstrebenden Marke entwickelt. Dabei war insbesondere das Jahr 2019 ein echter Meilenstein. Mit dem Push der Marke wurde ein starkes Produktportfolio auf den Markt gebracht. Der Effekt: Mindestens 50 Prozent der Handwerker haben bisher einmal mit einem RED Produkt Berührung gehabt. Ein Wachstum, das sich sehen lassen kann.

Das Erfolgsrezept dahinter sind einfache, erklärungsfreie Produkte für den täglichen Bedarf. Der Elektrohandwerker probiert die RED Produkte aus, überzeugt sich und entscheidet sich dann immer wieder für sie. Auch Vertrauen spielt bei der Vermarktung der DEHA Eigenmarke eine große Rolle. Das wird über die Mitarbeiter der DEHA aufgebaut – an der Verkaufstheke, am Telefon und weiteren Berührungspunkten. Der Elektrohandwerkskunde kennt die Mitarbeiter, er kennt das Unternehmen und weiß, dass er sich auf beides verlassen kann.

DIE VERPACKUNG ALS MARKEN- BOTSCHAFTER

In den Abholmärkten präsentieren sich die Produkte in ihren rot-schwarzen Verpackungen auffallend anders. Sie sind ein wenig lauter als andere Marken, fallen ins Auge und überzeugen durch ihr sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis.

Dabei steht die Qualität bei RED eindeutig im Vordergrund. Sie wird über die eigens entwickelten Siegel sichtbar gemacht, die die RED Produkte mit einer 5- oder sogar einer 10-Jahres-Garantie bzw. einer 5-jährigen Gewährleistung auszeichnen. Auch damit hebt sich RED immer wieder vom Wettbewerb ab.



Die FLUXX® Baustrahler-Familie im noch jungen Sortiment der Marke RED

In den Standorten werden die Produkte unterschiedlich präsentiert. Hier gewährt die DEHA ihren Gesellschaften freie Hand.

Die Verpackung ist der Marketingbotschafter der Zukunft. Neugierde, Qualität, Informationen – all das kann die RED Verpackung transportieren. Ein besonderes Merkmal ist der QR-Code, der sich auf jeder Verpackung findet. Er leitet den Kunden direkt auf die Website mit weiteren Informationen und den Produkten.

INDIVIDUALITÄT ZÄHLT

In den Abholmärkten werden die Produkte unterschiedlich präsentiert. Hier haben die DEHA Unternehmen freie Hand. So finden sich die RED Produkte sowohl in Regalen als auch in POS-Displays.

„Wir unterstützen die Individualität der Standorte, soweit die Präsentation zur Marke passt und das CI eingehalten wird. Das gehört für uns zum Zeitgeist, stützt die Stringenz der Markenführung und gibt den DEHA Unternehmen die Möglichkeit, sich mit dem Produkt zu identifizieren und das kann für RED nur gut sein,“ so Stefan Wiech, Sortimentsleiter der Handelsmarke zum Gestaltungsspielraum der Unternehmen. >>>



„
Es ist gut,
an eine Idee
zu glauben
und sie trotz
Gegenwind
auf den Weg
zu bringen.“

STEFAN WIECH
SORTIMENTSLEITER DER
HANDELSMARKE



Jedes Produkt, jede Markteinführung hat ihre eigene Story. Wie die Kabeltrommeln made in Germany. Um sie gab es anfänglich ein längeres Hin und Her.

„Wollen wir in diesem Segment ein Produkt aus Fernost oder aus Deutschland?“, war die Frage, die es zu beantworten galt. Am Ende haben sich die Verantwortlichen für die Kabeltrommeln made in Germany entschieden und alle waren überrascht von dem Erfolg.

„Diese kleine Geschichte zeigt, wie gut es ist, an seine Ideen zu glauben und sie trotz Gegenwind auf den Weg zu bringen,“ sagt Stefan Wiech, Sortimentsleiter der Handelsmarke. Für ihn ist auch die Notleuchte Fol-

Die Verpackung hat eine der wichtigsten Botschafterrollen bei RED inne. Innerhalb des Leuchten-Portfolios arbeiten wir ausschließlich mit Consumer-Verpackungen, die an den Standorten auffallen.

low Me® aus dem RED Sortiment ein High-light. Sie hat ein schönes, schlichtes Design und wird containerweise gekauft. Damit ist die Notleuchte der Top-Rennerartikel im gesamten Sortiment.

„WIR WOLLEN AUFFALLEN. UND DAS TUN WIR AUCH.“

Auffallend anders präsentiert sich auch das RED BOOK – der Produktkatalog, der zugleich etwas von einem Kundenmagazin hat. Denn jede Ausgabe folgt einem technischen Schwerpunktthema. Das heißt, neben der großflächigen und genauen Darstellung der Produkte gibt es interessante Stories, z. B. über Handwerksmanufakturen, die die RED Produkte herstellen. Warum? Weil das RED Team weiß: Kundenmagazine sind ein wichtiges Tool, um Produkte „an den Mann zu bringen“. /

25 JAHRE ERFOLG-
REICHE STRATEGISCHE
ALLIANZ

Auch der Elektrogroßhandel ist international. Deshalb wurde 1994 die IDEE – International Distributors of Electrical Material Europe – ins Leben gerufen, mit dem Ziel, die Position der konzernunabhängigen Elektrogroßhandelshäuser zu stärken.



Gemeinsames Handeln auf internationaler Ebene zeichnet die besondere Stärke der IDEE aus

Die Initiative ging damals von der DEHA Gruppe aus. Ein Engagement, von dem Lieferanten und Gesellschafter der IDEE bis heute profitieren. Dabei folgt die europäische Kooperation unabhängiger Elektrogroßhändler mit Sitz bei Stuttgart der gemeinsam erarbeiteten Vision 2025 und den darin formulierten strategischen Zielen und Werten.

Unter dem Motto „Next Level“ wurden auf einer Fachtagung in Rom die Ergebnisse der gemeinsamen Arbeit präsentiert. Daraus wurden die Kernelemente des zukünftigen Erfolgs abgeleitet: Intensivierung der Partnerschaft mit den Schlüssellieferanten, Digitalisierung und Qualifizierung. Bei der Umsetzung dieser Themen helfen die regionale Marktnähe sowie die enge Ausrichtung auf die Kunden.

EIN INTERNATIONALES NETZWERK REGIONALER MARKTFÜHRER

Durch ihre dezentrale Struktur konnte sich die IDEE 2019 in den meisten Fällen erneut besser entwickeln als der Markt. Ein klares Zeichen, dass die Konzepte passen und den

Kunden Mehrwert bieten. Dabei sind die Nähe zum Kunden durch viele familiengeführte Unternehmen mit der dazugehörigen Motivation und Fachkompetenz in Kombination mit dem gemeinsamen Handeln auf internationaler Ebene die Dinge, die die besondere Handlungsfähigkeit der IDEE ausmachen.

Neben vielen anderen Projekten wurde 2019 das Projekt IDEE futurelab umgesetzt. Das Ziel: die Gesellschafter im Bereich Digitalisierung zu unterstützen, die richtigen strategischen Entscheidungen für ihre Unternehmen zu treffen, damit sie auch weiterhin im Wettbewerbsumfeld die Nase vorn haben.

Kommuniziert wurden die Ergebnisse in Zusammenarbeit mit der Business School SDA Bocconi. Unter anderem im September 2019 im IDEE futureforum in Rom, bei dem neben der Fachtagung auch das 25-jährige Jubiläum der IDEE im festlichen Rahmen gefeiert wurde.

12 GESELLSCHAFTEN IN 23 LÄNDERN

Die starken Gesellschafterunternehmen stehen für die Stärke der IDEE. Dazu gehören heute 12 Großhandelsunternehmen/-gruppen in 22 Ländern. Insgesamt repräsentiert die IDEE im Jahr 2019 eine Umsatzgröße von über 6 Milliarden Euro. Auch in Zukunft wird die Allianz weiter an Schlagkraft gewinnen. Nicht zuletzt, da Ende 2019 mit ETM – dem führenden inhabergeführten Unternehmen in Russland – ein weiteres Unternehmen für die IDEE hinzugewonnen werden konnte. /



/zajadacz

**ADALBERT ZAJADACZ
GMBH & CO. KG
NEU WULMSTORF / HAMBURG
ZAJADACZ.DE**

AUF ERFOLGSKURS

Auch 2019 konnte Zajadacz an die positive Entwicklung der letzten Jahre anknüpfen. Durch den Ausbau digitaler Kompetenz sowie der flexiblen Neuinterpretation der Rolle als EGH im dreistufigen Vertriebsprozess hin zum Ideengeber und Anbieter für wertschöpfende Dienstleistungen konnte Zajadacz mit 260 Mio. Euro Umsatz nochmals eine deutliche Umsatzsteigerung erzielen.

Der seit Jahren konsequent um kundenorientierte Servicefunktionen und Schnittstellen angereicherte und zu einer eigenen Plattform weiterentwickelte Onlineshop sorgt mittlerweile dafür, dass jeder dritte Auftrag auf digitalem Weg eingeht.

Ebenfalls sehr erfolgreich begegnete Zajadacz dem Trend zur Vernetzung einzelner Komponenten unterschiedlicher Hersteller im Smart Home.

**Das Prinzip von Zajadacz:
Dank intelligenter Services und kundenindividueller Lösungen ist Zajadacz mehr als nur ein Großhandel.
Ideenreich, verbindlich und nahbar.**

Für ausgesuchte Lebensräume-Fachpartner wurden Gemeinschaftsmessestände auf verschiedenen Smart Home Endverbraucher messen organisiert.

Auch die weitere Spezialisierung im Bereich Industrieprodukte trug entscheidend zum Unternehmenserfolg bei. Seit 2019 ist Zajadacz Siemens Value Added Reseller und zählt damit zu den von Siemens offiziell als strategische »Approved Partner« ausgezeichneten und zertifizierten Unternehmen.

Das am Markt bekannte AZ wich zur Mitte des Jahres 2019 dem neuen /z. Zajadacz hat sein optisches Erscheinungsbild modernisiert. Mit einem neuen Logo, einem komplett neu entwickelten Corporate Design und dem neuen Claim „Ideen gehören zum Sortiment“ wird der Wandel von Zajadacz auch optisch wahrnehmbar. /



MEHR ALS ELEKTROGROSSHANDEL

Um dem Anspruch eines umfassenden Technologiedienstleisters gerecht zu werden, erweitert die Alexander Bürkle-Gruppe stetig ihr Leistungsportfolio: Die 2018 erworbene BEKO Blitz-Elektro-Kabelkonfektion Offingen GmbH, ein Spezialist für Kabelkonfektionen und -technik, wurde in die Gruppe integriert. Des Weiteren konnte sich die Unternehmensgruppe 2019 mehrheitlich an der CNC Automation Würfel GmbH in Singen beteiligen. Beide Unternehmen unterstützen dabei den Unternehmensbereich „smart industries“. Um die seit längerem angestrebte Ein-Marken-Strategie zu finalisieren, erhielten zum 1. Juli 2019 auch alle Produktionsgesellschaften neue Namen und wurden der Alexander Bürkle Corporate Identity angepasst.

SCHALTANLAGEN- UND STEUERUNGSTECHNIK

Die ISTAB GmbH in Freiburg wurde zur Alexander Bürkle panel solutions GmbH, die elotec Elektrotechnik GmbH in Mainhausen zur Alexander Bürkle panel solutions Mainhausen GmbH.

KABELKONFEKTION UND -TECHNIK

Die BEKO Blitz-Elektro-Kabelkonfektion Offingen GmbH in Offingen wurde zur Alexander Bürkle cable solutions GmbH.

ROBOTIK

Die CNC Würfel Automation GmbH in Singen wurde zur Alexander Bürkle robotic solutions GmbH.

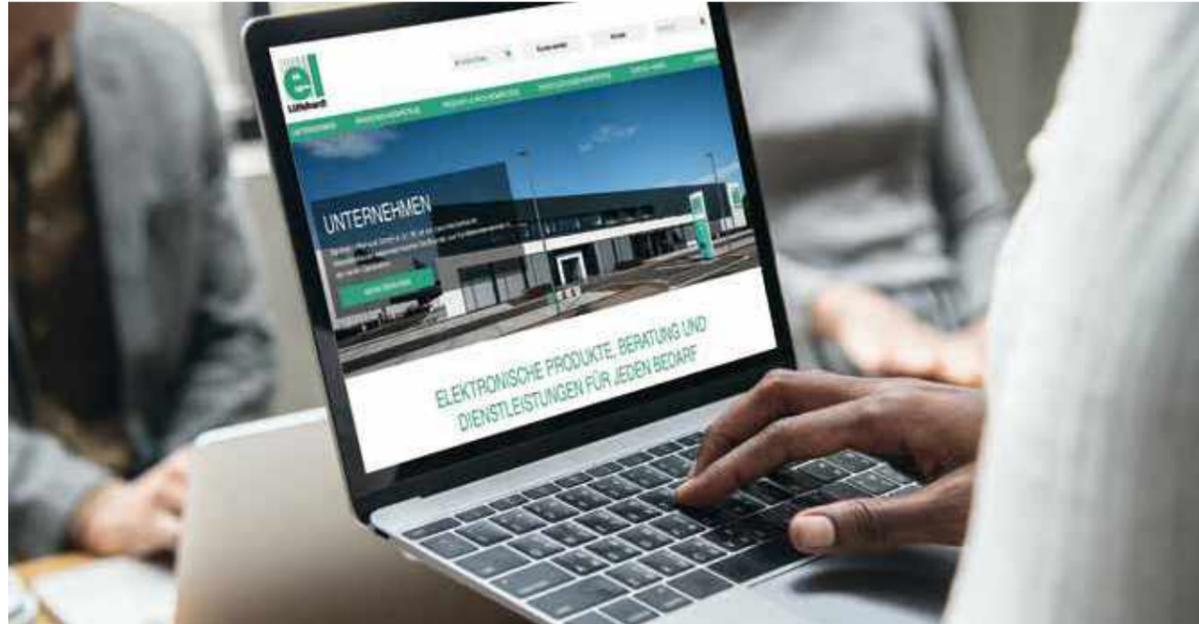
Ein weiterer Baustein in der Weiterentwicklung war die Schärfung der Digitalstrategie. Durch die digitale Transformation kann die Wertschöpfungskette zu den Partnern weiter optimiert werden, um die Herausforderungen mit Innovationskraft und Weitblick anzunehmen.

Wichtiges Feedback hierzu gab der Partner tag am 23. Oktober 2019 mit über 50 strategischen Lieferanten. Hier wurde präsentiert, was Alexander Bürkle im Bereich Digitalisierung für die für Hersteller und Kunden wichtigen Gebiete entwickelt hat.

Weiterhin nennenswert war der Bezug eines neuen Bürogebäudes für den Unternehmensbereich Industrietechnik (smart industries) in Malterdingen bei Freiburg. Und auch das Projekt Logistik 2035 wurde fortgeführt – mit der Grundsteinlegung für ein weiteres automatisches Kleinteilelager am zentralen Logistikstandort Freiburg. /

Ⓢ Alexander Bürkle

**ALEXANDER BÜRKLE
GMBH & CO. KG
FREIBURG
ALEXANDER-BUERKLE.DE**



**EMIL LÖFFELHARDT
GMBH & CO. KG
SCHORN DORF**
LOEFFELHARDT.DE
LOEFFELHARDT.KUECHEN.DE

VIEL BEWEGUNG BEI EMIL LÖFFELHARDT

Das Jahr 2019 war bei Löffelhardt ebenso bewegt wie das Jahr zuvor. So zog die Firmenzentrale im April 2019 mit über 300 Mitarbeitern und dem kompletten Zentrallager nach Schorndorf. Das bedeutete unter anderem den schrittweisen Umzug von über 33.000 Artikeln sowie die sukzessive Inbetriebnahme des neuen, hochautomatisierten Zentralagers. Durch die Gründung einer Löffelhardt-Filiale in Fellbach wurde der Standort erhalten. Damit ist Löffelhardt nun an deutschlandweit 19 Standorten vertreten. Eine bemerkenswerte Leistung, die weitere Neuerungen mit sich brachte – beispielsweise die unternehmensweite Umstellung auf Windows 10 und Office 365 sowie die Einführung der IP-Telefonanlagentechnologie. Auch die Disponenten im Einkauf wurden im Jahr 2019 zu einem Bereich „Zentrale Disposition“ zusammengeführt.

Ein weiteres Highlight war der Launch der neuen Homepage in neuer CI: Modern, großzügig und inhaltstief findet hier jeder intuitiv und schnell die Informationen, die er sucht.

Viel Bewegung, viele Neuigkeiten und damit viele Gründe zum Feiern – mit jeweils einer tollen Hocketse an allen 19 Löffelhardt-Standorten.

Bewegt bleibt es auch 2020: mit einer neuen Filiale in Bamberg, dem 20sten Löffelhardt Standort, der Fachmesse Automatisierungstechnik AUTel und der Fachmesse für Fachhandwerk und Fachhandel Informa. Darüber hinaus wird die neue CI step-by-step weiter umgesetzt und die Umsetzung des neuen Onlineshops forciert. /



DIE ERFOLGSGESCHICHTE GEHT WEITER

Das Jahr 2019 stand bei Hardy Schmitz – ebenso wie das Jahr zuvor – im Zeichen des Erfolgs. Getrübt wurde der Start ins Erfolgsgeschäft jedoch vom Tod des Seniorchefs Eberhard Schmitz. Der Seniorchef war von 1952 bis zu seinem Tod am 07. Februar Gesellschafter der Unternehmensgruppe. Er verstarb im Alter von 89 Jahren.

OPTIMIERUNG AUF DER GANZEN LINIE

Passend zum Schwerpunktthema Produktion & IT des Netzwerktreffens der EMS-Achse am 07. und 08. Mai 2019 stellte Hardy Schmitz seinen Systemvertrieb und den Schaltanlagenbau in den Fokus. Die präsentierten Systemlösungen, wie beispielsweise Kabelkonfektionierung und Gehäusevorbereitung, weckten das Interesse der rund 250 Besucher. Sie informierten sich insbesondere zu den Themen Produktionsoptimierung und Arbeitsvorbereitung.

GRUND ZUM FEIERN

Ein weiteres Highlight folgte im September 2019 mit der Ernennung zum Siemens „Approved Partner“ in der Kategorie „Value Added Reseller“. Damit gehört Hardy Schmitz zum exklusiven Kreis von nur fünf Großhändlern in Deutschland, die diesen

Status bisher erreicht haben. Die Krönung der mittlerweile fast 20-jährigen Zusammenarbeit mit Siemens. Gefeierte wurde auch am 06. und 07. September anlässlich des 20sten Geburtstags von Yello NetCom. 31 Yello Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erleben das besondere Ereignis auf einer tollen Jubiläumsfahrt nach Hamburg. Im November zeigte Hardy Schmitz im Rahmen der HardyTec 2019 Industrie 4.0 in der Anwendung. Schwerpunkt bildete die intelligente Vernetzung von Maschinen und Anlagen sowie die umfassende Digitalisierung der industriellen Produktion.

Im Oktober ging Hardy Schmitz im Bereich Smart Home einen großen Schritt weiter. Seine Elektroinstallateurekunden können seitdem gemeinsam mit dem Endkunden das eigene Smart Home online im Lebensräume-Showroom konfigurieren. Hier besteht darüber hinaus die Möglichkeit, live zu begreifen, welche Potenziale Smart Home in Sachen Komfort, Sicherheit, Energie, Licht und Entertainment in einem vernetzten Zuhause bietet.

Auch für 2020 hat sich das Unternehmen wieder einiges auf die Agenda gesetzt. Wir dürfen also schon jetzt gespannt auf zahlreiche Neuigkeiten sein. /



**HARDY SCHMITZ GMBH
RHEINE**
HARDY-SCHMITZ.DE



**OBETA – OSKAR BÖTTCHER
GMBH & CO. KG
BERLIN
OBETA.DE**

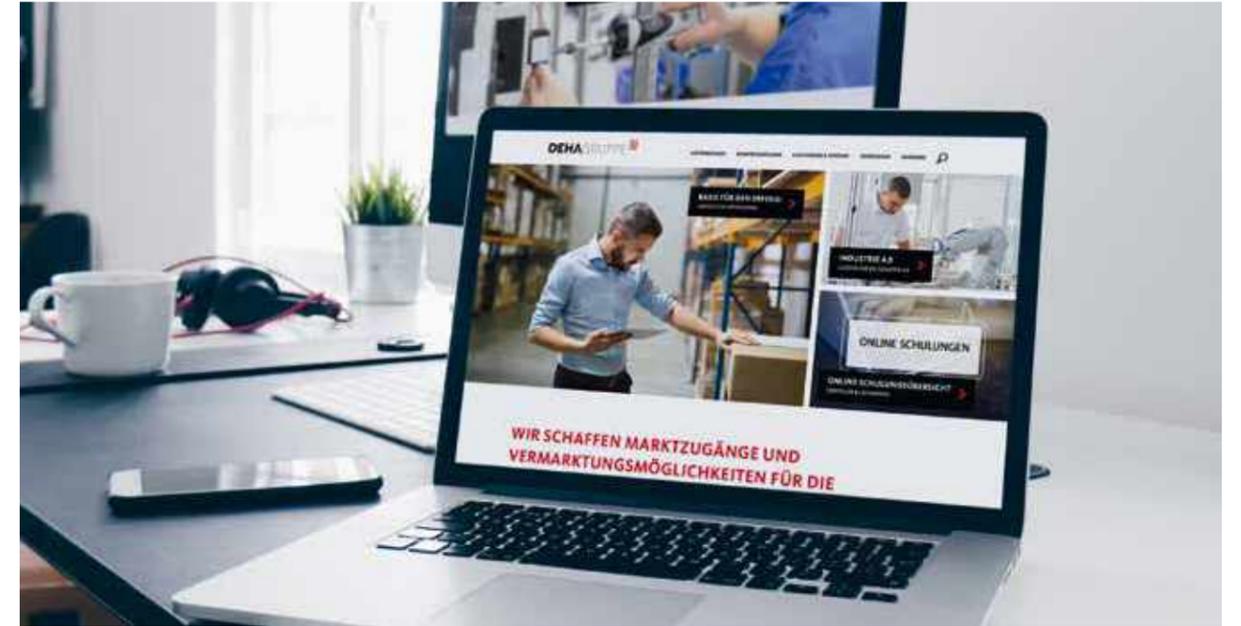
WAREN UND WIRTSCHAFT IM GRIFF

Eine dynamische Marktentwicklung und Technologietrends wie Big Data, IoT und Industrie 4.0 entlocken dem Elektrogroßhandel kontinuierlich Innovationen. 2019 stand daher bei Obeta ganz unter der Überschrift Zukunft(-sfähigkeit). Angesichts seines schnellen Wachstums wagte der traditionsreiche Elektrogroßhändler mit Hauptsitz in Berlin den großen Schritt und führte – zunächst bei seinen Tochterunternehmen Eldis und Heinrich Häusler – ein neues Warenwirtschaftssystem (SAP) ein. Dabei ging das Projekt nach akribischer Planungsphase in die erwartungsgemäß zeit- und personalaufwendigen Realisierungs- und Stabilisierungsphasen über. Nach finalen Justierungen wird der Geschäftsalltag nun mit deutlich verbesserter Performance und Skalierbarkeit in sämtlichen Geschäftsbereichen bestritten. Infolgedessen bereitet man derzeit den Einsatz bei Obeta selbst vor.

Mit seinem weltweit einzigartigen selbstlernenden Kommissionierroboter stellte Obeta auch in der Logistik eine strategische Weiche für die digitale Zukunft zur effizienten Auftragsbearbeitung.

Durch sogenanntes „Reinforcement Learning“, eine Art extremes Ausprobieren, optimiert der Roboter sein Kommissionierverhalten selbstständig und erweitert sein Artikelspektrum kontinuierlich.

Das jeweils Erlernte steht weiteren Robotern gleichermaßen zur Verfügung (Shared Intelligence). Die eigens hierfür entwickelte künstliche Intelligenz erwies sich als bahnbrechend in der Robotik und so sorgte das Projekt auch innerhalb der Wissenschaft für Furore. /



2019 war für die DEHA ein gutes Jahr, in dem sich das dynamische Wachstum fortsetzen konnte. Dies zeigt sich an der Entwicklung der Standorte und an der erneut deutlichen Umsatzsteigerung. Berücksichtigt man dabei den stark umkämpften Markt mit seinem eher geringen Wachstum, ist der positive, nachhaltige Trend der DEHA umso bedeutsamer.

Spannend war das vergangene Jahr auch deshalb, weil sich die DEHA Unternehmen mit einer Vielzahl an interessanten Projekten weiterentwickelt haben. Sie haben sich an den Herausforderungen der Zukunft ausgerichtet und sie erfolgreich angenommen. Darüber hinaus hat die DEHA ihre Kompetenzfelder Gebäude- und Industrie-

technik weiter strategisch ausgebaut und die Professionalisierung der Vermarktungssysteme vorangetrieben.

So gab es im Jahr 2019 zahlreiche Themen, an denen engagiert und mit fokussiertem Blick auf die Zukunft gearbeitet wurde.

Über diese Ergebnisse sowie viele weitere interessante Themen konnten Sie sich bereits auf den vorangegangenen Seiten detailliert informieren. /

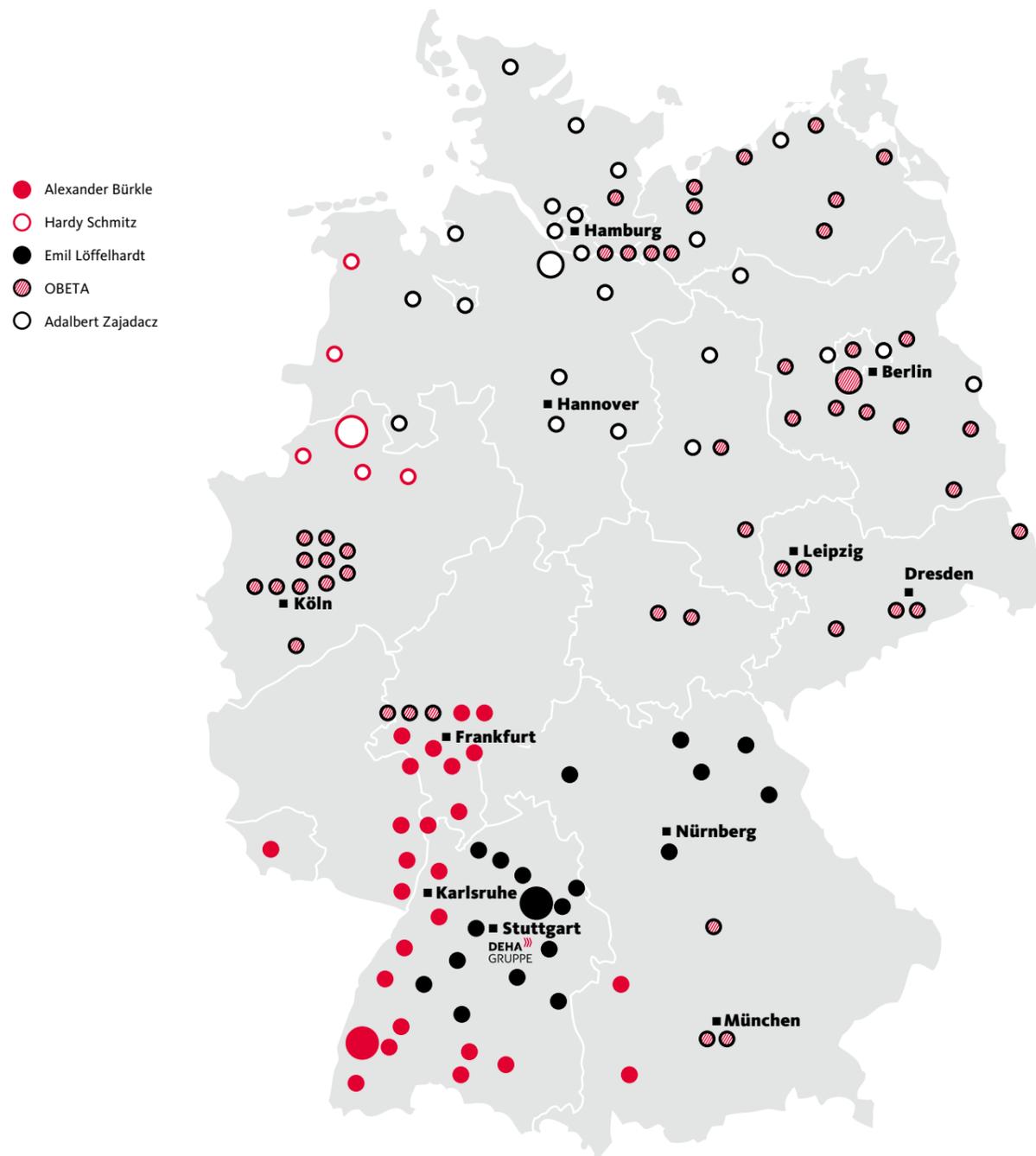
DEHAGRUPPE »

**DEHA ELEKTROHANDELS-
GESELLSCHAFT MBH & CO. KG
GERLINGEN
DEHA.DE**

AN ALLEN STANDORTEN ERFOLGREICH



Die DEHA Unternehmen sind deutschlandweit an 136 Standorten für ihre Kunden da. Die beste Verbindung von kurzen Wegen und maximaler Effizienz.



IMPRESSUM

© by DEHA Elektrohandels-
gesellschaft mbH & Co. KG
Weilimdorfer Str. 74/2
70839 Gerlingen

Aus Gründen der besseren
Lesbarkeit wird auf die
gleichzeitige Verwendung
männlicher und weiblicher
Sprachformen verzichtet.
Sämtliche Personen-
bezeichnungen gelten für
alle Geschlechter.

Gestaltung und Layout:
.brandcom Köln, brandcom.de

Bilder: Adobe Stock
Freepik Company
Getty Images, iStockphoto
Shutterstock, Unsplash

Herausgeber: DEHA
Elektrohandelsgesellschaft
mbH & Co. KG
Weilimdorfer Str. 74/2
70839 Gerlingen

Druck: Komeso GmbH
Wielandstr. 25, 70193 Stuttgart

