

[EINBLICK]

**ZWANZIG
GIZNWMZ**

Bericht der Gesellschafter

DEHAGRUPPE 

INHALT



20 07

ÜBER UNS

Blitzinterview	1
Aufsichts- und Werterat	2
Die Erfolgsfaktoren der DEHA	4
Die Organisation der DEHA	6

SYSTEME

TECSTORE	8
TECSELECT	10
Key-Account-Management	12
TECWORLD	14
Produktdatenmanagement	16

SORTIMENTE

Gebäudetechnik	18
Industrietechnik	20
Lichttechnik	22
RED	24

INTERNATIONAL

IDEE	27
------	----

DEHA-GRUPPE

Adalbert Zajadacz	28
Alexander Bürkle	30
Emil Löffelhardt	32
Hardy Schmitz	34
Obeta	36
DEHA	38
DEHA-Standorte	40

BLITZ-INTERVIEW

FRAGEN AN DIE GESCHÄFTSFÜHRUNG

ALS NEUER GESCHÄFTSFÜHRER DER DEHA MÖCHTEN WIR SIE GERNE NÄHER KENNENLERNEN, HERR HOFFMANN. WAS WAREN BISHER IHRE THEMEN?

Ulrich Hoffmann: Ich war 21 Jahre lang in den Bereichen Einkauf und Global Sourcing tätig. Dabei gab es eine große Schnittmenge mit Supply Chain Management und Logistik und damit die ständige Notwendigkeit, Prozesse zu optimieren oder neu zu denken. Zudem habe ich vier Jahre intern und extern für Einkaufskooperationen gearbeitet. Insbesondere bei meinem letzten Arbeitgeber widmete ich einen Großteil meiner Zeit dem Change Management.

WELCHE IDEEN HABEN SIE FÜR DIE DEHA MITGEBRACHT?

UH: Für mich sind eine offene und faire Kommunikation sowie ein Commitment zwischen den verschiedenen Stakeholdern der Schlüssel einer erfolgreichen Kooperation. Inhaltlich habe ich mir vorgenommen, die starke Vernetzung mit unseren Lieferanten zu intensivieren, mit dem Ziel, Informationen und Wissen permanent und

frühzeitig zu teilen. So können wir dem Wettbewerb immer einen guten Schritt voraus sein.

FRAU COLLMER, DAS PANDEMIEJAHR 2020 WAR EIN BESONDERES JAHR. WIE HAT ES SICH AUF DIE ARBEITSWEISE AUSGEWIRKT?

Birgit Collmer: Die Digitalisierung ist deutlich schneller vorangeschritten. Und wir sind stolz darauf, dass wir innerhalb kürzester Zeit fast allen Mitarbeitern die Möglichkeit für Mobiles Arbeiten anbieten konnten. Präsenztreffen werden jedoch auch zukünftig für Kreativität und strategische Themen unerlässlich sein.

WELCHE AUSWIRKUNGEN HABEN DIE ERFAHRUNGEN AUS 2020 FÜR DIE ZUKÜNFTIGE ARBEIT?

BC: Der Wunsch, auch nach der Pandemie mobil zu arbeiten, ist ganz klar da. Häufigere und kürzere virtuelle Meetings zur schnelleren Abstimmung werden wir sicherlich auch in Zukunft beibehalten. Wir

werden nicht einfach zum ursprünglichen Modell zurückkehren, sondern die positiven Learnings in unsere Arbeitsweisen und Strukturen integrieren.

FRAU BLICKLE, WAS WAREN DIE KERNTHEMEN DER DEHA IM VERGANGENEN JAHR?

Daniela Blickle: Eins unserer Kernthemen war die Evolution der DEHA in den Bereichen Marketing und Services. So haben wir bei TECSELECT und TECSELECT NEXT eine Weiterentwicklung vorgenommen, die wir den Kunden aktuell anbieten. Zudem haben wir im Bereich Produktdatenmanagement die Prozessoptimierung weiter vorangetrieben.

WAS IST IHNEN AUS 2020 IN GUTER ERINNERUNG GEBLIEBEN?

DB: Generell blicke ich auf alle Themen gerne zurück. Sie sind in ihren jeweiligen Ausprägungen wichtig und bringen uns weiter voran. Insbesondere die gemeinsame Entstehung und Entwicklung der Themen in der Gruppe in Verbindung mit dem dazugehörigen Austausch empfinde ich als sehr bereichernd und als eine Stärke der DEHA. /

DANIELA BLICKLE
GESCHÄFTSFÜHRERIN
MARKETING & SERVICES

BIRGIT COLLMER
GESCHÄFTSFÜHRERIN
FINANZEN, HR & INTERNE
SERVICES

ULRICH HOFFMANN
GESCHÄFTSFÜHRER
EINKAUF & SORTIMENTE





JAN SCHMITZ
DEHA-AUFSICHTSRAT



DR. DIRK JANDURA
DEHA-AUFSICHTSRAT

Für uns ist es heute wichtiger denn je, vorausschauend zu planen und zu handeln und dabei den Blick für die Gegenwart zu behalten.

So können wir auf unserem Weg in die Zukunft auch auf spontane Ereignisse und sich ändernde Gegebenheiten reagieren, ohne das Ziel aus den Augen zu verlieren.

EIN FUNDAMENT, DAS TRÄGT

Dabei bildet in all unserem Tun eine handlungsfähige Geschäftsführung das unverzichtbare Fundament. Aus diesem Grund haben wir die Nachfolge von Dr. Klaus Schmidt langfristig geplant und freuen uns, nun Ulrich Hoffmann in der Geschäftsführung begrüßen zu dürfen. Er wird als Geschäftsführer Einkauf & Sortimente seinen wesentlichen Teil dazu beitragen, dass wir als DEHA uns auch zukünftig durch unsere geschätzte Kontinuität auszeichnen. Damit verbunden bedanken wir uns für die ausgezeichnete und langjährige Zusammenarbeit bei Herrn Dr. Schmidt. Als Visionär, Impulsgeber und geschätzter Partner hat er die DEHA stets gestaltend begleitet und nach vorne entwickelt. Wir wünschen ihm für die Zukunft alles Gute und werden ihm herzlich verbunden bleiben.



RALF MOORMANN
DEHA-AUFSICHTSRAT

GROSSER DANK

Die Entwicklung der DEHA war trotz des schwierigen Jahres 2020 mit seinen unerwarteten Herausforderungen positiv. Hier gilt der große Dank allen Mitarbeitern, die dieses Ausnahmejahr grandios gemeistert haben. Dabei sind uns die damit einhergehenden Belastungen bewusst. Wir sehen, wie viel zusätzliche Energie jeder Einzelne investiert hat. Durch die hohe Flexibilität aller Mitarbeiter konnte der Geschäftsbetrieb in vollem Umfang weitergeführt werden. Ein großartiger Einsatz, den wir sehr zu schätzen wissen.

GEMEINSAM STARK

Diese Herausforderungen haben uns als Gruppe weiter vorangebracht. Jeder Tag beweist, dass wir durch das Nutzen von Synergien und durch unser gemeinschaftliches Handeln überdurchschnittlich viel erreichen. Das Jahr 2020 hat uns erneut gezeigt, dass wir mit unseren Partnern an der Seite auf dem richtigen Weg sind. Auch wenn es gilt, das Schiff in stürmischeren Zeiten auf Kurs zu halten. /

Unsere Zeit ist von Innovationen und tiefgreifenden Veränderungen geprägt. Unsere gemeinsamen Werte geben uns jetzt Halt und weisen die Richtung vor.



MARTIN EGE
DEHA-WERTERAT



RAINER ROMMEL
DEHA-WERTERAT

Unsere gemeinsamen Werte sind wichtiger als je zuvor. Sie stiften Sinn und geben unserem Handeln, auch wenn vieles in Bewegung ist, Kontinuität.

Vertrauen, Lösungsfähigkeit, Verbindlichkeit und Ehrlichkeit gehören zu den zentralen Werten, die für uns in dieser herausfordernden Situation, die wir durch die Pandemie haben, besonders wichtig sind.

Sie verleihen uns unsere gemeinschaftliche Identität. Und so beweist sich unser kleines, feines Netzwerk, das wir mit der DEHA vor vielen Jahren geschaffen haben, gerade jetzt als äußerst wertvoll.

NÄHER ALS JE ZUVOR

Jeder von uns profitiert davon, dass wir uns gegenseitig stärken, inspirieren und uns auf unserem erfolgreichen Weg in die Zukunft fördern und fordern. Aufgrund von Social Distancing konnten wir uns in den vergangenen Monaten kaum persönlich sehen. Und dennoch ist es uns gelungen, Nähe durch unsere authentisch gelebten Werte nicht nur zu schaffen, sondern diese sogar zu intensivieren.

Durch diese gemeinsame Nähe können wir auch in diesen Zeiten unsere Strategien weiterentwickeln und unsere Ideen fortführen. Wir wachsen an den Herausforderungen, die uns begegnen. Gemeinsam sind wir stark und blicken vertrauensvoll in eine gute Zukunft. /

DIE ERFOLGS- FAKTOREN DER DEHA



ÜBER UNS, UNSERE THEMEN
UND UNSERE ERFOLGE

TEAM- GEIST

Ob es um Lieferanten, Gesellschafter oder Dienstleister geht – partnerschaftliche Zusammenarbeit findet sich bei uns auf allen Ebenen. Dabei ist gegenseitiges Vertrauen und gemeinsames Vorwärtsgen die unverzichtbare Basis all unseres Handelns.

ZUKUNFT

Wir gestalten Zukunft. Partnerschaftlich, verlässlich und mit innovativen Ideen.

INTERNATIONALISIERUNG

Gemeinsames Handeln auf internationaler Ebene zeichnet die besondere Stärke der IDEE aus. Ihre Ziele? Die Partnerschaft mit den Schlüssellieferanten zu intensivieren sowie die Themen Digitalisierung und Qualifizierung weiter voranzutreiben. Und wir sind ein Teil davon.

NACHWUCHS FÖRDERN

Nachwuchsförderung ist ein wichtiges Element unserer Zukunftsorientierung. Mit der hohen Ausbildungsquote legt die DEHA-Gruppe nachhaltig den entsprechenden Grundstein für die Zukunft.

Zukunft erfolgreich gestalten – das ist es, was wir in der DEHA-Gruppe jeden Tag tun. Dazu bringt jeder seine Fähigkeiten gewinnbringend für das gemeinsame Ganze ein.

ERFOLG

Die DEHA steht für nachhaltigen Erfolg. Diesen treiben wir mit der stetigen Evolution weiter voran. So konnten wir auch 2020 eine deutliche Umsatzsteigerung erzielen.

PERFEKTE PROZESSE

Mit perfekten Prozessen kommen wir effizient und nachhaltig an die Ziele, die wir uns vornehmen. Deshalb ist es für uns so wichtig, dieses Thema im Fokus zu haben, um unsere Prozesse kontinuierlich weiterzuentwickeln und zu optimieren.“

GEMEINSAM GESTALTEN

Über 20 Arbeitskreise, Projektgruppen und Teams sind der Motor unserer aktiven Zusammenarbeit. Hier kümmern wir uns um die gemeinsame Gestaltung der Themen der DEHA. Und wir sind immer wieder begeistert, wie konstruktiv der lebendige Austausch von Know-how und Kompetenz in dieser ganz DEHA-eigenen Form ist.

Mit den Kundensystemen TECSELECT, TECWORLD und dem Key-Account-Management ist die DEHA-Gruppe für jede ihrer Zielgruppen richtig aufgestellt. Perfekt, um ihre Kunden aus den beiden Kernbereichen Gebäude- und Industrietechnik genau da zu unterstützen, wo sie Support brauchen.

WERTE & KULTUR

Die gelebten Werte und die gemeinsame Kultur stärken die DEHA-Gruppe in allen Situationen. Beides ist Basis, Besonderheit und Erfolgsrezept der DEHA.

SORTIMENTE

Die DEHA hat ihre Kompetenzfelder mit den Schwerpunkten Gebäude- und Industrietechnik fest definiert. Weitere Akzente im Markt setzen wir mit unserer Handelsmarke RED.

Fünf kraftvolle Einzelunternehmen bilden mit der DEHA eine überdurchschnittlich starke Gemeinschaft.

DIGITALES

Digitale Themen stehen bei uns als Innovations-treiber ganz oben auf der Agenda. Umgesetzt haben wir sie beispielsweise mit Tools wie der Plattform TECWORLD.com oder dem einfach zu bedienenden TECWORLD-Homepage-Baukasten.



VIELE KLUGE KÖPFE FÜR VIELE GUTE IDEEN

Die besondere Organisation der DEHA-Gruppe ist die Basis ihrer Innovationskraft. Kern sind die Arbeitskreise, Projektgruppen und Teams. Sie arbeiten gemeinsam an neuen, tragfähigen Ideen, die alles mitbringen, um Gegenwart und Zukunft erfolgreich zu gestalten.

DIE ORGANISATION DER DEHA

EIN LEBENDIGES KONSTRUKT

Die DEHA-Gruppe ist eine dynamische Kooperation. Sie lebt durch ihre erfolgreichen Mitglieder, wobei jedes Mitglied seine individuellen Fähigkeiten einbringt. So wird aus fünf starken Einzelunternehmen eine kraftvolle Gemeinschaft, die ihre Ziele im Sinne aller mit maximalem Innovations-schub erreicht.

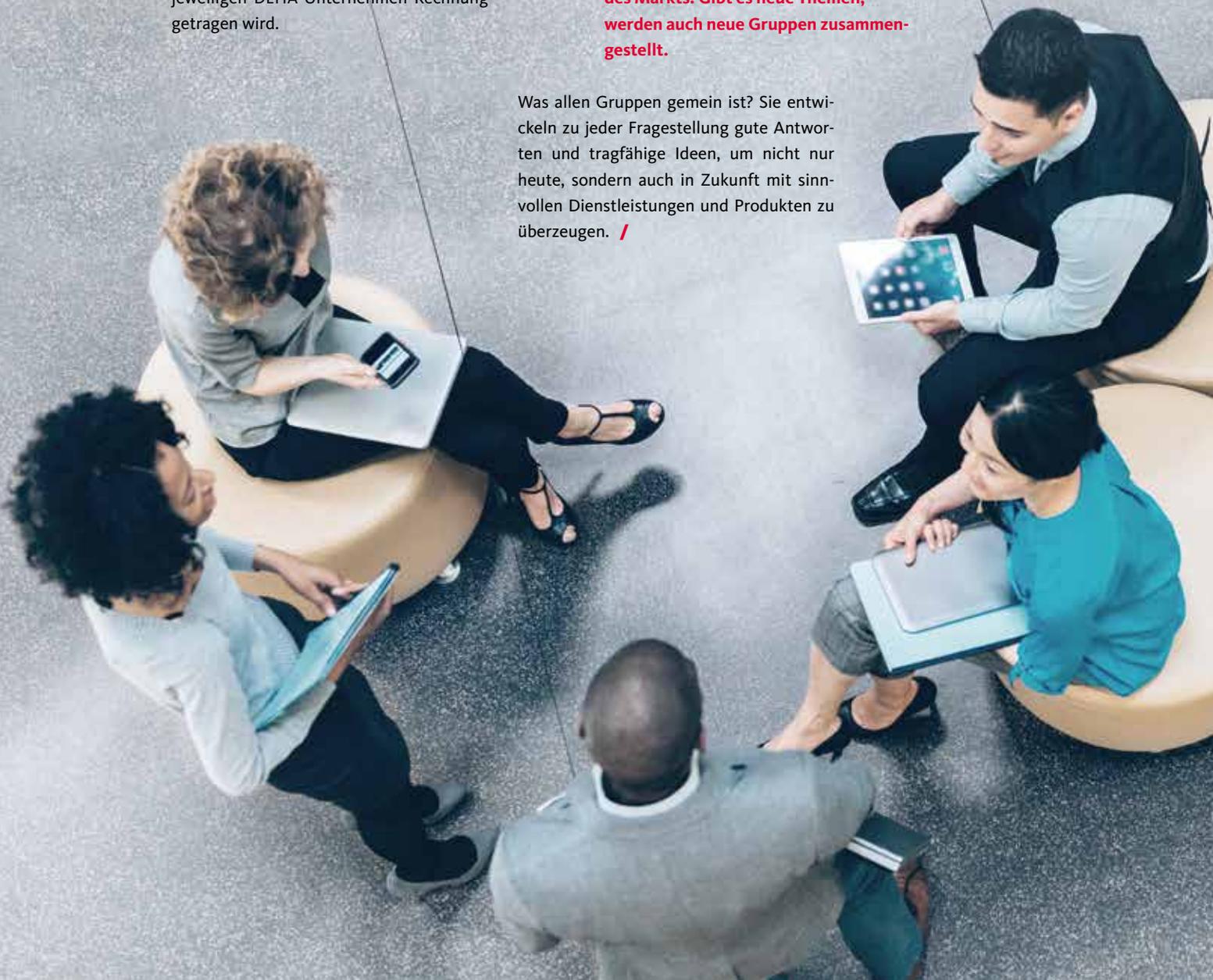
Und immer da, wo gemeinsame Lösungen gebraucht werden, nimmt sie die Fäden auf. Besonders wichtig ist dabei, dass im Prozess der Lösungsentwicklung der Unabhängigkeit und Eigenverantwortlichkeit der jeweiligen DEHA-Unternehmen Rechnung getragen wird.

MIT GUTEN IDEEN GEMEINSAM IN DIE ZUKUNFT

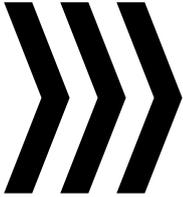
Kern der aktiven Zusammenarbeit sind über 20 Arbeitskreise, Projektgruppen und Teams der DEHA. Ihre Mitglieder setzen sich aus Mitarbeitern der DEHA-Unternehmen und der DEHA-Zentrale zusammen. Ein rühriges Konstrukt, das sich durch höchste Professionalität, Offenheit, Engagement und Beweglichkeit auszeichnet und somit die beste Basis, um auch ambitionierte Vorhaben in die Tat umzusetzen.

Die Arbeitskreise und Projektgruppen beschäftigen sich mit aktuellen Themen des Markts. Gibt es neue Themen, werden auch neue Gruppen zusammengestellt.

Was allen Gruppen gemein ist? Sie entwickeln zu jeder Fragestellung gute Antworten und tragfähige Ideen, um nicht nur heute, sondern auch in Zukunft mit sinnvollen Dienstleistungen und Produkten zu überzeugen. /



Mit rund 140 Standorten bietet die DEHA-Gruppe eine bundesweite Infrastruktur für die schnelle Versorgung des Elektrohandwerks und der Industrie. Dabei sind die SB-orientierten Niederlassungen der DEHA-Unternehmen nicht nur Warenschnittstelle für den täglichen Bedarf, sondern auch Anlaufpunkte für persönliche Fachberatung und Präsentationsfläche für neue Produkte.



PERFEKT PLATZIERTES INFORMATIONSNETZWERK

Vor diesem Hintergrund entstand vor vielen Jahren die kluge Idee, Lieferanten über TECSTORE die Möglichkeit zu geben, ihre Produkte dort zu bewerben, wo Kunden ihren Bedarf decken – in den Niederlassungen selbst. Hier fungiert TECSTORE als perfekt platziertes Informationsnetzwerk zwischen Lieferanten und Kunden aus Elektrohandwerk und Industrie.

Zur Verfügung stehen dazu beispielsweise Bodenaufkleber, Bannerdisplays und DEHA TE-V, das als letztes hinzugekommen ist. Dabei ist DEHA TE-V der jüngste TECSTORE-Baustein. Es präsentiert über ein zentral gesteuertes Programm die Produkte der Lieferanten – toll aufgemacht und kombiniert mit Infotainmentelementen wie Wetterbericht, Sport und News.

„Der Charme liegt darin, dass die Screens dort sind, wo die Kunden sich am längsten aufhalten. So haben sie die Möglichkeit, viele Informationen über neue und spannende Produkte zu bekommen“, so Jörg Rieger, Sortimentsleiter Gebäudetechnik.

SICHTBAR, WO DIE KUNDEN SIND

EXKLUSIVITÄT WIRD GROSSGESCHRIEBEN

Exklusivität wird beim Bespielen der einzelnen Medien großgeschrieben. Auf den Fußbodenklebern und den Bannern wird immer nur ein Lieferant beworben. Im DEHA TE-V bekommt eine Auswahl an Lieferanten die Möglichkeit, sich mit ihren Produkten zu präsentieren.

Und obwohl die Online-Bestellungen im Jahr 2020 stark zugenommen haben, beweist sich TECSTORE auch weiterhin als erfolgreiches Vermarktungssystem, das von Lieferanten und Kunden gleichermaßen gut angenommen wird. Bereits seit Anfang 2021 ist es nahezu ausgebucht.

Die Branche boomt, die Zahlen explodieren und die Niederlassungen sind geöffnet. So können sich die Handwerker komfortabel mit der Ware eindecken, die sie benötigen. Der persönliche Kontakt ist nach wie vor wichtig und wird in Zukunft noch wichtiger werden. /

DEHA TE-V – die sehenswerte Kombination aus Produktwerbung und Infotainment



Das Kundensystem TECSELECT ist ein echtes Multitalent. Denn es bietet den Fachhandwerkern und Industriekunden der Elektrobranche mit seinem sich stetig weiterentwickelnden Leistungsportfolio in vielerlei Hinsicht einen enormen Mehrwert.

Ausblick – 2021 feiert TECSELECT einen runden Geburtstag. Das erfolgreiche Kundensystem wird 20 Jahre alt



Die TECSELECT-Leistungen detailliert und übersichtlich darzustellen, war eine der großen Fokusaufgaben im Jahr 2020. Herausgekommen ist die erste Ausgabe der TECSELECT-Leistungsbroschüre, die in Zukunft regelmäßig aktualisiert erscheinen wird. Modern, informativ und aufgeräumt bildet die Broschüre erstmalig das komplette TECSELECT-Angebot ab – von der Unterstützung in den Bereichen Werbung und Marketing, über den Support im Segment Internet und E-Business bis hin zu den Themen Qualifizierung und Fachwissen.

DIE ERSTE AUSGABE DER TECSELECT-LEISTUNGSBROSCHÜRE IST AM START

Im Entstehungsprozess waren alle Verantwortlichen für TECSELECT wie beispielsweise die TECSELECT-Koordinatoren der Unternehmen mit im Boot. Am Ende des konstruktiven und effizienten Prozesses stand dann die umfangreiche Broschüre in sechs Versionen: eine allgemeine Version plus fünf individualisierte Varianten für die fünf DEHA-Unternehmen.

Die Broschüre ist der sichtbare Beweis einer fruchtbaren Zusammenarbeit. So werden alle TECSELECT-Möglichkeiten übersichtlich und detailliert dargestellt. Es ist ein Medium entstanden, das bei allen Partnern von TECSELECT – seien es Kunden oder Lieferanten – einen guten Eindruck über das breite Leistungsspektrum von TECSELECT hinterlässt.



Auftakt: 2020 ging die erste Ausgabe der TECSELECT-Leistungsbroschüre an den Start. Sie zeigt alle aktuellen TECSELECT-Leistungen

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN TECSELECT

3.650
KUNDEN

90 %

der TECSELECT-Punkte werden direkt in den Markterfolg investiert

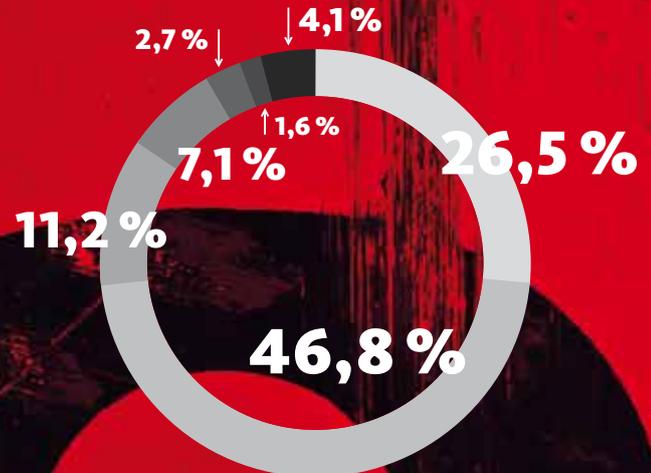
AUCH DIE TECSELECT-HOMEPAGE IST NEU

Die Leistungsbrochure ist nicht das einzige Highlight in 2020. Bereits in den ersten Monaten des vergangenen Jahres ging die neue Homepage tecselect.de live. Neue Optik, neue Funktionen und optimierte Abwicklung sind nur einige der bemerkenswerten Features, mit denen die moderne Homepage aufwartet. Sie informiert über News und Aktionen und erklärt die Möglichkeiten von TECSELECT. Darüber hinaus lassen sich über den integrierten Shop TECSELECT-Werbeartikel, -Werbetextilien und vieles andere mehr sehr komfortabel bestellen.

„Wir haben im Jahr 2020 den Schwerpunkt gesetzt, das, was wir haben, entsprechend zu präsentieren. Das ist uns mit unserer neuen TECSELECT-Homepage und der Leistungsbrochure wirklich gut gelungen. Beides zeigt, dass die Zusammenarbeit, die TECSELECT ausmacht, fantastisch funktioniert“, sagt Christine Herrler, Teamleiterin Marketing TECSELECT.

AUF DEM WEG IN DIE ZUKUNFT MIT TECSELECT NEXT

TECSELECT hat die Zukunft im Blick und entwickelt das bestehende Leistungsportfolio fortwährend weiter. So bekommen TECSELECT-Kunden mit TECSELECT NEXT in 2021 ein vollkommen neues, ergänzendes Leistungsmodul hinzu – mit Leistungen, die die Fachhandwerksbetriebe genau in den beiden Bereichen unterstützen, die für sie am wichtigsten sind: Digitalisierung und Fachkräftemangel. Auf diese Weise gut gerüstet, können Unternehmer den erfolgreichen Weg Richtung Zukunft gehen. /



- Werbung & Marketing
- Präsentation & Verkauf
- Qualifikation & Fachwissen
- Internet & E-Business
- Dienstleistung & Services
- Organisation & Personal
- Jahresgebühr

ÜBER
10.000

Investitionen der TECSELECT-Kunden in ihre Zukunft

KEY-ACCOUNT- MANAGEMENT



TIEF IN DEN THEMEN
DER KUNDEN VERANKERT



Im Key-Account-Management bündeln die fünf DEHA-Gesellschaften ihre Stärken. Besonders wenn es darum geht, dem Kunden unkompliziert und schnell die für ihn beste Lösung zu erarbeiten.

”

Jeder Kunde erhält eine Eins-zu-eins-Betreuung vor Ort. Zudem kann er über die rund 140 Standorte der DEHA-Gesellschaften auf insgesamt über 80.000 Lagerartikel zugreifen. Das ist kundennah, effizient und jeder Kunde kann seinen speziellen Bedarf abdecken.“

LJUBOMIR SIMURINA, LEITER KEY-ACCOUNT-MANAGEMENT

Die Nähe zum Kunden zeichnet das überregionale Key-Account-Management der DEHA-Gruppe – kurz KAM – aus. Möglich machen dies die beiden Key-Account-Teams KAM Industrie und KAM Handwerk. Mit ihrem ausgezeichneten Fachwissen und ihrer tiefen Verankerung in den Themen ihrer Kunden verstehen sie die Bedürfnisse ihrer Kunden. Die beste Basis, um ihnen über ihren jeweiligen direkten Ansprechpartner mit perfekt passenden, individuellen Lösungen zu begegnen.

Das Konzept hat sich bewährt und ist seit vielen Jahren erfolgreich. Beweis dafür sind die zahlreichen Kunden, die das Key-Account-Management bereits betreut. Auch die Vielzahl an Kunden, die im vergangenen Jahr hinzugewonnen werden konnten, spricht für sich. Bis heute besteht enormes Wachstumspotenzial. Und das ist der Grund, warum das Thema Neukundenakquise nach wie vor im Fokus ist.

JEDER KUNDE ERHÄLT SEINE INDIVIDUELLE LÖSUNG

So unterschiedlich die beiden Zielgruppen, so unterschiedlich sind die Kundenerwartungen und die Leistungsschwerpunkte in den jeweiligen Branchen. Im Segment Industrie stehen die Prozesse im Mittelpunkt. Hier dreht sich alles um Arbeitsab-

läufe und die Möglichkeiten der elektronischen Anbindung und Kommunikation. Die Kunden aus dem Bereich Handwerk hingegen erwarten eine persönliche Betreuung vor Ort und im Projektfall attraktive Projektkonditionen, Lieferperformance, Sortimente und Serviceleistungen.

Jeder Kunde erhält einen persönlichen Ansprechpartner. Die logistische Betreuungs- und Beratungskompetenz erfolgt bundesweit über die fünf DEHA-Gesellschaften.

Der große Vorteil dieses Konzepts? Jeder Kunde erhält eine Eins-zu-eins-Betreuung vor Ort. Zudem kann er über die rund 140 Standorte der DEHA-Gesellschaften auf insgesamt über 80.000 Lagerartikel zugreifen. Das ist kundennah, effizient und jeder Kunde kann seinen speziellen Bedarf abdecken. Aus Sicht des Kunden eine klare Win-win-Situation.

Im Key-Account-Management bündeln die fünf DEHA-Gesellschaften ihre Stärken. Besonders wenn es darum geht, unkompliziert und schnell die für den Kunden beste Lösung zu erarbeiten. Das kann die Präsentation von Produkten sein oder auch die Erarbeitung einzigartiger und kundenspezifischer Beschaffungs- und Logistikkonzepte, die das Key-Account-Management kundenindividuell entwickelt. Mit diesem starken Konzept wird das Key-Account-

Management der DEHA weiter in Richtung Zukunft gehen. Unser Ziel ist, alles dafür zu tun, stets äußerst nah am Kunden und in allen Belangen der perfekte Partner zu sein. /

BRANCHEN DER BEIDEN KEY-ACCOUNT-MANAGEMENT-BEREICHE

INDUSTRIE

Maschinenbau,
Windkraft, Luftfahrt,
Automotive,
Schaltanlagenbau,
Chemie, Pharma,
Öl, Gas, Kohle, Food,
Energie, Stahl, Holz,
Papier

HANDWERK

Großinstallationen,
Facility Management,
Wasser- & Abwasser-
versorgung, Hotellerie,
Hoch- und Tiefbau,
Gesundheitswesen

Die TECWORLD konnte 2020 eine Viertelmillion Besucher verzeichnen – dies zeigt, wie groß der Bedarf an dieser Plattform mit ihrem breiten Angebot an Dienstleistungen und Informationen ist.



TECWORLD.com – das Informationsportal

Neben Produktneuheiten aus den Bereichen Haus-, Gebäude- und Industrietechnik finden sich auf TECWORLD.com Informationen, Ratgebertexte und redaktionelle Beiträge zu den unterschiedlichsten Themen, beispielsweise zu den großen Innovationsthemen Smart Home und Elektromobilität.

ALL INCLUSIVE – DER HOMEPAGE-BAUKASTEN

Ein weiteres Highlight ist der TECWORLD-Homepage-Baukasten, der seit 2019 Kunden eine tolle Möglichkeit bietet, schnell und unkompliziert eine eigene Website zu erstellen. Er erfreut sich bei den Fachhandwerkern wachsender Beliebtheit. Denn viele wissen mittlerweile um die Bedeutung ihrer Präsenz in der digitalen Welt. Dabei macht es ihnen der Baukasten leicht, ihre eigene professionelle Homepage in maximal 15 Minuten selbst zu erstellen.

Um jederzeit State of the Art zu sein, wird der Homepage-Baukasten kontinuierlich weiterentwickelt und um neue Features ergänzt.

So gibt es inzwischen die Möglichkeit, beim Look der eigenen Website auf eine breite Farbpalette zurückzugreifen und zwischen unterschiedlichen Farbthemen

zu wählen. Ebenfalls neu sind flexible und individuell einsetzbare Module. Mit ihnen können Texte selbst geschrieben sowie Galerien oder Alben eingefügt werden. Das gibt der Firmenwebsite eine deutlich individuellere Note.

DESIGN UND FUNKTIONALITÄTEN WERDEN KONTINUIERLICH WEITERENTWICKELT

Neben dem Look wurde auch an den Funktionalitäten gearbeitet. Unter anderem wurde die Bedienbarkeit optimiert. Damit ist es für Fachhandwerker nun noch komfortabler, ihre Firmenwebsite nach eigenen Wünschen zu gestalten und Änderungen vorzunehmen. Selbstverständlich beinhaltet der Homepage-Baukasten auch alle modernen Komponenten, die es für ein responsives Design braucht.

Ein individueller Webauftritt ist heute unverzichtbar. Das wissen die Köpfe der TECWORLD. Deshalb geben sie den Fachhandwerkern mit dem Homepage-Baukasten ein All-in-Paket an die Hand. Es enthält alles, was für eine moderne, hochfunktionale Website benötigt wird. Und damit das so bleibt, entwickeln Webdesigner, Programmierer, Content-Marketer und SEO-Spezialisten den Homepage-Baukasten beständig weiter. So bringt er den Fachhandwerkern den größtmöglichen Nutzen, um den Weg in die digitale Zukunft auch weiterhin erfolgreich zu beschreiten. /

”

*Das Informationsportal
TECWORLD.com ist für die
DEHA-Lieferanten längst
zu einem unverzichtbaren
Instrument geworden.
Denn hier können sie ihre
Produktneuheiten einer
großen Zielgruppe präsen-
tieren. Eine Möglichkeit,
die im Jahr 2020 – als
Präsenzmessen plötzlich
wegfielen – noch einmal
eine ganz neue Bedeu-
tung bekam.“*

**HERZSTÜCK DER
DIGITALEN
TRANSFORMATION**

Ohne eine gute Organisation der Produktdaten geht heute nichts mehr – von der Artikelentstehung über die Vermarktung und Bestellung bis hin zu Logistik und After-Sales. In all diesen Bereichen wird eine Vielzahl an Informationen benötigt, um ein Produkt effizient zu verwalten. Technische Daten, Videos, Marketingtexte, PDF-Dokumente und Preise gehören dazu.



Bei den Produktdaten geht es nicht nur um das Produkt an sich, sondern auch um Features, die einen Mehrwert über das Produkt hinaus bieten: zum Beispiel Daten zu Zubehör und Ersatzteilen oder nachträgliche Informationen wie Bedienungs- und Montageanleitungen.

PROZESSOPTIMIERUNG IM FOKUS

Um den immer höher und komplexer werdenden Anforderungen an Produktdaten gerecht zu werden, optimiert die DEHA ihre Prozesse im Bereich Produktdatenmanagement kontinuierlich. So war es auch im Jahr 2020. Ziel war, die Daten noch zügiger zu harmonisieren und ins System zu importieren, damit die DEHA-Unternehmen schnellstmöglich mit Produkten und entsprechendem Content beliefert werden können.

In der ersten Stufe wurden dazu die Herstellerdaten vor dem Import per Vorlage mit den DEHA-Daten abgeglichen und im Anschluss in das System eingespielt. In der zweiten Ausbaustufe wurde dann ein vollautomatischer Produktdatenabgleich initiiert. Das heißt, dass nun die Originaldaten der Hersteller direkt mit dem DEHA-System abgeglichen und importiert werden.

Auch für 2021 ist die Weiterentwicklung der Ausbaustufe ein Fokusthema im DEHA-Produktdatenmanagement.

Die Grundlagen einer digitalisierten Welt geben vor, was heute zählt: Flexibilität, Schnelligkeit und herausragender Content.

CONTENT ALS FOKUSTHEMA FÜR 2021

Ein weiteres Fokusthema für 2021 ist das Thema Content. Denn alle Daten, die Produkte beschreiben, aufladen, interessant machen und im Bereich SEO dafür sorgen, dass sie auch gefunden werden, sind ein wesentlicher Treiber für die Produktsichtbarkeit im Netz. Es wird also zukünftig mehr und mehr darum gehen, schnell und in höchster Qualität relevanten Content zu generieren. Denn je mehr Content zu einem Produkt verfügbar ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass es auch gekauft wird. /

”
Produktdaten sind ein wichtiger Teil der Marketingkommunikation im E-Commerce. Ihre Qualität ist daher ein wichtiger Faktor für den Verkaufserfolg.“

CHRISTIAN HERMS,
LEITER PRODUKTDATENMANAGEMENT



Denn je mehr Content zu einem Produkt verfügbar ist, desto besser ist das Einkaufserlebnis und somit die Wahrscheinlichkeit, dass es auch gekauft wird

Für das Handwerk war 2020 ein richtig gutes Jahr mit einem dicken Plus. Noch nie war die Bereitschaft so hoch, ins eigene Gebäude zu investieren.



Sonnige Aussichten mit Photovoltaik

2020 standen die Themen Photovoltaik, Batteriespeicher und Elektromobilität besonders weit oben auf der Prioritätenliste. Befeuert wurde diese Entwicklung auch durch Veränderungen der Rahmenbedingungen. So wurde es im vergangenen Jahr aus vielen Gründen noch attraktiver, sich für nachhaltige Systeme und Lösungen zu entscheiden.

NOVELLIERUNG DES ERNEUERBARE-ENERGIEN-GESETZES (EEG) BEFEUERT DIE ENTWICKLUNG IM BEREICH PHOTOVOLTAIK

Im Bereich Photovoltaik gab es zwei große Änderungen. Eine davon war die Abschaffung des Solardeckels im Juli 2020. Gerade noch rechtzeitig. Denn im Spätsommer wäre die 52-Gigawatt-Obergrenze der Photovoltaik-Erzeugung erreicht worden. Und das hätte der Vergütung von Strom aus neuen Solaranlagen ein Ende gesetzt. Mit der Abschaffung des Solardeckels jedoch gab es den Startschuss für mehr saubere Energien und damit für weiteres Umsatzpotenzial.

Die zweite Änderung war die Novellierung des EEG zum Ende des Jahres 2020. Damit traten zum 1. Januar 2021 neue Förderbestimmungen für Ökostrom in Kraft. Für den privaten wie auch den geschäftlichen Bereich bedeutet dies, dass der Eigenver-

brauch von regenerativer Energie nun noch mehr gefördert wird. So müssen Betreiber von neuen Photovoltaik-Anlagen mit einer Größe von bis zu 30 Kilowatt keine EEG-Umlage auf den selbst verbrauchten Strom zahlen, wenn die Eigenverbrauchsmenge pro Jahr 30 Megawattstunden nicht überschreitet. Diese Novellierung wird vor allem das Segment der gewerblichen Dachanlagen beflügeln.

Darüber hinaus wurde die Pflicht zur Teilnahme an einer Ausschreibung bei Solardachanlagen wieder auf die Grenze von 750 Kilowatt angehoben. Damit sollen die bisher ungenutzten Dächer von großen Gebäuden aktiviert werden.

Um so viel selbst erzeugten, günstigen Sonnenstrom wie möglich zu nutzen, sind Batteriespeicher eine sinnvolle Investition. Dies haben mittlerweile viele Menschen erkannt. Und so erlebten Batteriespeicher im vergangenen Jahr einen echten Boom. Die Nachfrage war riesig, die Ware knapp und das Lager der DEHA-Gruppe wurde lediglich als Umschlagplatz genutzt.

Interessant ist der Kauf eines Batteriespeichers aber nicht nur für neue Photovoltaikanlagen, sondern auch für ältere Solaranlagen. Die meisten Betreiber speisen ihren Strom komplett ins Stromnetz ein und beziehen die Einspeisevergütung über das EEG. Diese Förderung lief jedoch für die ersten Anlagen Ende 2020 aus. Sollen die Systeme weiter betrieben werden, ist es also sinnvoll, möglichst viel Strom selbst zu verbrauchen.

DREAMTEAM: PHOTOVOLTAIK, BATTERIE-SPEICHER UND ELEKTROMOBILITÄT

Besonders zielführend ist es dann, eine Photovoltaik-Anlage mit anderen Technologien zu verknüpfen – zum Beispiel mit einem stationären Batteriespeicher und Elektromobilität verbunden mit einer intelligenten Haussteuerung. Die Idee dahinter? Ein maximal autarkes Haus, das über ein strategisch durchdachtes Smart-Home-System den individuellen Bedürfnissen seiner Bewohner entspricht und dabei nur ein Minimum an Energie verbraucht.

Dabei ist die Kunst, Produkte so zu wählen und Lösungen so zu konzipieren, dass alles perfekt ineinandergreift. Damit dies gelingt, befinden sich die Fachberater der DEHA-Unternehmen kontinuierlich in engem Austausch mit den Herstellern. Alles für ein modernes, energieeffizientes Rundum-sorglos-Paket und zufriedene Kunden.

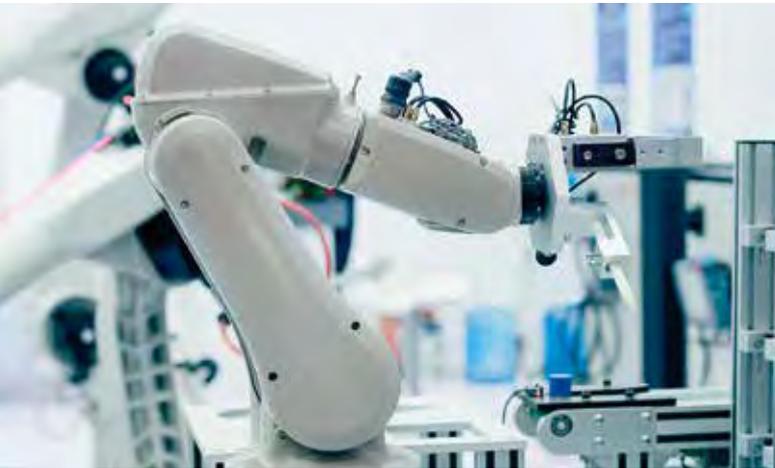
„Die Menge an Ware, die wir für die ersten Monate des Jahres 2021 bestellt haben, ist dieselbe wie die, die wir im gesamten Jahr 2020 verkauft haben“, so Jörg Rieger, Sortimentsleiter Gebäudetechnik.

Aber nicht nur das sehr gute Angebot, auch die umfangreichen Fördermöglichkeiten haben im vergangenen Jahr dafür gesorgt, dass die Themen Photovoltaik, Batteriespeicher und Smart Home richtig Fahrt aufgenommen haben. Das zeigt sich auch an

den Zahlen. So ist der Umsatz im Bereich Photovoltaik 2020 um 50 Prozent gestiegen und im Bereich Elektromobilität sogar um satte 150 Prozent. Es lässt sich schon jetzt absehen, dass hier das Ende der Fahnenstange noch lange nicht erreicht ist. Die Zukunftsaussichten sind also mehr als gut. /

Nachhaltige Energiegewinnung im System





In der Produktion der Zukunft existieren und arbeiten Mensch und Roboter Seite an Seite

Das Jahr 2020 war ein herausforderndes Jahr. Denn mit Beginn der Pandemie war von heute auf morgen alles anders: Der erste Shutdown schränkte das öffentliche Leben sowie große Teile der industriellen Produktion ein. Zahlreiche Betriebe erlitten Produktionseinbrüche oder waren von Liefer Schwierigkeiten betroffen.

In dieser Situation zeigte die DEHA als erfahrener Technologiedienstleister und Systempartner ihre besondere Stärke. Sie unterstützte Industriebetriebe mit ihrem Leistungsportfolio dabei, ihre Produktionsabläufe schnellstmöglich neu zu planen, zu organisieren und der Situation anzupassen. So haben viele der DEHA-Industriekunden im Jahr 2020 bereits neue digitale Lösungen eingeführt. Und sie haben vor, auch in Zukunft ihren Fokus auf die Weiterentwicklung dieser Lösungen zu legen.

DIGITALE ZUKUNFT GEMEINSAM GESTALTEN

In diesem beschleunigten digitalen Transformationsprozess ist die DEHA für ihre Industriekunden heute mehr denn je ein unverzichtbarer strategischer Partner. Sie

gibt ihnen die Impulse und den Support, den sie brauchen, um jetzt und in Zukunft gut aufgestellt zu sein.

Im Zentrum stehen hier die Themen Antriebstechnik, Sensorik, Robotics, Schaltschrankbau, Elektrokonstruktion, RFID-Lösungen und bildverarbeitende Systeme. Dabei umfasst das facettenreiche Portfolio der DEHA alles, was von der Beratung und

Planung, über die Programmierung bis hin zur Implementierung der jeweiligen Lösung vonnöten ist.

AUCH IM KUNDENKONTAKT DIGITAL

Auch die Kommunikation zwischen der DEHA und ihren Industriekunden hat sich verändert. Technologien, die bereits vor der Pandemie im Einsatz waren, sind gefragter denn je und machen es möglich, digital genauso nah am Kunden und seinen Bedürfnissen zu sein wie zuvor. Möglich macht dies die Nutzung digitaler Kommunikationsplattformen, cloudbasierter Dienste oder Live-Chats. Schon jetzt ist für die meisten DEHA-Kunden eine geschäftliche Zukunft ohne digitale Technologien nicht mehr vorstellbar.

„Wir merken, dass das Digitale bei unseren Kunden eine immer größere Rolle spielt. Corona ist ein Treiber für die Digitalisierung und setzt neue Impulse,“ so Ljubomir Simurina, Sortimentsleiter Industrietechnik. /

”

*Mit Mut und
guten Ideen
motiviert nach
vorne zu gehen,
ist das Gebot
der Stunde.“*

LJUBOMIR SIMURINA,
SORTIMENTSLEITER INDUSTRIE-
TECHNIK

Die DEHA sieht es als ihre Aufgabe an, ihren Kunden in jeder Wirtschaftslage ein noch stärkerer Partner zu sein. Dabei gilt es, auch zukünftig Trends schnell zu erkennen und zeitnah strategisch auf sie zu reagieren. In diesem Zusammenhang setzt die DEHA auch auf ihre strategischen Lieferanten. Zudem ist sie auf der Suche nach weiteren Lieferanten, um ihre Schlagkraft auszubauen.

Im Jahr 2020 bekam das Thema Luft- und Oberflächen-desinfektion plötzlich eine ganz besondere Bedeutung.

Mit dem Auftreten des hochinfektiösen Covid-19-Virus machte man sich weltweit auf die Suche nach wirksamen Lösungen, um Viren Einhalt zu gebieten und das menschliche Zusammenleben wieder sorgenfrei möglich zu machen. Auf dieser Suche haben Leuchtenhersteller ein bewährtes Mittel zur Entkeimung wiederentdeckt und ihm zu neuer Bedeutung verholfen: UV-C-Licht. Die Technologie der Entkeimung durch UV-C-Strahlung bewährt sich bereits seit vielen Jahren in unterschiedlichsten Einsatzbereichen. So werden Viren und Bakterien in Räumen, auf Oberflächen und im Wasser erfolgreich mit UV-C-Licht bekämpft. Das Ergebnis: in der Luft wird das Infektionsrisiko durch Tröpfchen oder Aerosole nachweislich reduziert.

DIE ERBINFORMATION DER KEIME WIRD ZERSTÖRT UND SO DIE WEITERE VERMEHRUNG VERHINDERT

Bis das Coronavirus sich weltweit ausbreitete, wurde die etablierte Technologie vor allem in der Lebensmittelindustrie, in Krankenhäusern und zur Trinkwasseraufbereitung verwendet. In diesen Bereichen wirken die UV-C-Strahlen keimabtötend, zerstören die Erbinformation der Keime und verhindern ihre Vermehrung. Weitere Sicherheit bringen UV-C-Strahlen, da gegen sie keine Resistenzen aufgebaut werden können. Aktuelle Labortests von Herstellern zeigen die hohe Wirksamkeit der UV-C-Lichtquellen, die bis zu 99 Prozent des



SAUBERE LUFT DURCH LICHT

UV-C-LICHT HILFT BEI DER DESINFEKTION VON ATEMLUFT

aktuellen SARS-CoV-2-Virus auf Oberflächen unwirksam machen können.*

DIE EINSATZMÖGLICHKEITEN FÜR DIE ENTKEIMUNG SIND NAHEZU UNBEGRENZT.

UV-C-Leuchten finden nicht nur in Reinräumen ihre Anwendung, sondern auch in Arztpraxen, Pflege- und Senioreneinrichtungen sowie überall dort, wo sich Risikogruppen aufhalten, die von keimfreier, gereinigter Luft profitieren. Doch nicht nur Risikogruppen finden besonderen Schutz in UV-C-desinfizierten Räumen. Jeder, der sich in diesen Räumen aufhält, genießt den Vorteil, einem besonders niedrigen Infektionsrisiko ausgesetzt zu sein. Aus diesem

”

Die DEHA-Gesellschaften legen bei allen UV-C-Leuchten höchsten Wert auf Sicherheit.“

CLAUDIA EFFMERT,
SORTIMENTSLEITERIN LICHTTECHNIK

Grund ist es sinnvoll, auch stark frequentierte Räume in öffentlichen Einrichtungen, Behörden, Ladengeschäften, Restaurants, Sportstätten und kulturelle Einrichtungen mit UV-C-Leuchten auszustatten. Supermärkte haben dies bereits getan. Schulen, Hotels und der öffentliche Nah- und Fernverkehr könnten folgen. Ein Szenario, mit dem eine schnelle Rückkehr in einen normalen Alltag und mit dem das gesellschaftliche Leben in einem dem Infektionsgeschehen angemessenen Rahmen wieder möglich werden könnte.

Hersteller von UV-C-Leuchten arbeiten unter Hochdruck und bringen nach und nach unterschiedliche Produkte auf den Markt. Sie nutzen die Nachfrage als Chance zur Erweiterung ihres Portfolios. Ob fürs Homeoffice oder für professionelle Anwendungen – für jeden Bereich bieten Hersteller heute eine passende Lösung.

HOHE SICHERHEIT IST EIN UNVERZICHT- BARES MUSS

Der UV-C-Schutz wird großgeschrieben. So sind viele der stationären Leuchten mit speziellen Sensoren und Steuerungssystemen ausgestattet. Damit wird sichergestellt, dass die Leuchten nur in der Abwesenheit von Menschen und Tieren in Betrieb sind.

Es gibt aber auch Geräte zur Raumluftentkeimung, die in Anwesenheit von Personen anwendbar sind. Um den maximalen Schutz der sich im Raum befindlichen Personen sicherzustellen, ist es wichtig, dass die Leuchten von zertifizierten Fachbetrieben integriert werden.



Durch UV-C-Licht wird das Infektionsrisiko in Räumen reduziert.

Installationshöhe, Abschirmung und Luftströmung sind unter anderem für das kontinuierliche Durchströmen der Geräte wichtig und müssen beachtet werden.

Mit innovativen Produkten begleiten die DEHA-Gesellschaften ihre Kunden auf dem Weg in die neue Normalität. Dabei ist die Entkeimung über UV-C-Licht sicherlich kein Allheilmittel. In jedem Falle aber erhöht sie auf effiziente Weise die Sicherheit in Räumlichkeiten, in denen sich viele Personen aufhalten. Somit wird die Gesundheit jedes Einzelnen besser geschützt. /

*Boston University
<https://www.researchsquare.com/article/rs-65742/v1>
DOI:10.21203/rs-65742/v1

Eine Handelsmarke, die als „echte“ Marke wahrgenommen wird? Die kontinuierlich mit starken neuen Produkten aufwartet? Die mit einer sehr guten Lieferzeit überzeugt und eine verschwindend geringe Reklamationsquote hat? All das ist RED.



„Unser DOBBYY® – der Industriesauger ist das erste Produkt dieser Größe im RED-Sortiment

Die Handelsmarke der DEHA hat sich in nur fünf Jahren als junge Marke im Markt etabliert. Gründe dafür gibt es viele. Ein starker Vertrieb, vorausschauendes Handeln sowie enge, vertrauensvolle Beziehungen zu den Lieferantenpartnern, Flexibilität und maximaler Qualitätsanspruch gehören dazu.

GUT GEMEISTERT

Mit dieser Erfolgskombination konnte selbst das Ausnahmejahr 2020 der roten Handelsmarke nichts anhaben. Ganz im Gegenteil. RED war so gut aufgestellt, dass im laufenden Jahr keinerlei Lieferengpässe zu verzeichnen waren. „Wir haben es geschafft, laufend lieferfähig zu sein,“ beschreibt Stefan Wiech, Sortimentsleiter Handelsmarke RED, die Liefersituation.

STARKE NEUE PRODUKTE

2020 gab es wie in jedem Jahr ein paar wirklich starke neue Produkte. Die SPLIXX® Leuchtenserie sowie der Baustellenstaubsauger DOBBYY® sind zwei davon. Der Industriesauger ist das erste Produkt dieser Größe, das RED bisher auf den Markt gebracht hat.

Bei allen RED-Produkten hat die Qualität oberste Priorität. Das zeigt sich auch in der Reklamationsquote. Sie ist mit 0,0003 Prozent so gering, dass sie kaum der Rede wert ist. Dennoch wurde der Rückgabeprozess für das Elektrohandwerk weiter vereinfacht. „Wir setzen auf herausragende Qualität. Davon wollen wir auch in Zukunft keinen Millimeter abweichen,“ betont Wiech den hohen Qualitätsanspruch.

“

*In RED steckt
viel Herzblut.
Das macht den
Unterschied.“*

MARLENE REICHEL,
LEITERIN MARKETING



Ein kleiner Auszug aus dem RED-Produktportfolio

Derzeit hat RED 18 Produzenten unter Vertrag und die Zahl wächst kontinuierlich weiter.

Besonders die sehr gute Zusammenarbeit zwischen den Sortiments-Arbeitskreisen sowie den Produzenten führt zu einer erfolgreichen Sortimentspolitik. Das sehenswerte Ergebnis: Zum Jahresende 2020 umfasste das RED-Sortiment 376 Produkte.

Im vergangenen Jahr war RED dann auch erstmals im Bereich Netzwerktechnik unterwegs und hat sich in diesem Segment ebenfalls gut positioniert. Das ist einer der Gründe, warum dieser Bereich 2021 erweitert wird. „Es macht Spaß, die tägliche Entwicklung von RED zu verfolgen,“ sagt Stefan Wiech.

RED WIRD ALS ECHE M ARKE WAH R- GENOMMEN

In einer von RED beauftragten repräsentativen Marktstudie zeigte sich, dass sieben von zehn Unternehmen aus dem Elektrohandwerk Handelsmarken kaufen. Dabei legen die Unternehmen großen Wert auf die Qualität der Produkte. Kein Wunder also, dass RED im Blick auf die Markenbekanntheit bei den Handelsmarken im Elektrogroßhandel in Deutschland mittlerweile von Platz 5 auf Platz 3 vorgerückt ist. Der Elektrohandwerker probiert die RED-Produkte aus, überzeugt sich und entscheidet sich dann immer wieder für sie. /

NACHHALTIG IN DIE ZUKUNFT

Seit Herbst letzten Jahres stellt RED seine Verpackungen Stück für Stück um. Das heißt, überall da, wo es geht, wird nach und nach auf den Einsatz von Plastik verzichtet. Zudem wird das RED BOOK klimaneutral gedruckt. Das Herzensthema Nachhaltigkeit wird 2021 weiter ausgearbeitet.

MORE RED LESS PLASTIC

RED BOOK ALS JAHRESKATALOG

Ab 2021 wird das RED BOOK nur noch einmal im Jahr erscheinen. Mit deutlich über 100 Seiten, aber immer noch mit redaktionellen Beiträgen und Gewinnspielen. In Ergänzung dazu wird es regelmäßig Neuheftenbroschüren geben.

FORUM RED #1

Das RED Forum ist der Eigenmarkentreff mit Mehrwert. Mit spannenden Themen, interessanten Fachvorträgen sowie interaktiven Podiumsdiskussionen setzt RED so ein Zeichen in der Branche. Produzenten, Dienstleister und DEHA-Unternehmen lassen sich von Referenten inspirieren und tauschen sich über das große Thema Handelsmarke aus.

376

Produkte im Sortiment

45

Prozent
Abholgeschäft

Die hohe Qualität der RED-
Produkte zeigt sich in der
geringen Reklamationsquote
von

0,0003

PROZENT

+54,08 Prozent
Einkaufsentwicklung

8.800.000

Euro Außenumsatz –
eine Steigerung zum Vor-
jahr um 85 Prozent

Produkte, die bereits 2019 im
Sortiment waren, konnten ihren
Umsatz 2020 um weitere

22

Prozent steigern

ZIEL 2021:

12.000.000

Euro Außenumsatz

RED hat sich in nur

5 JAHREN

als junge Handelsmarke im Markt etabliert

Das starke Fundament der IDEE bilden ihre kraftvollen Gesellschafterunternehmen. Zu ihnen gehören 12 Großhandelsunternehmen bzw. Großhandelsgruppen in 16 Ländern.

Durch ihre dezentrale Struktur entwickelte sich die IDEE (International Distributors of Electrical material Europe) – ebenso wie in den vorangegangenen Jahren – besser als der Markt. „Wir performen in allen Bereichen gut. Das untermauern auch unsere guten Zahlen. So blicken wir 2020 auf eine Umsatzgröße von 5,7 Milliarden Euro,“ äußert sich Heinrich Thye, Managing Director IDEE.

Glücklicherweise hatte die Pandemie keine großen Auswirkungen auf diese nachhaltig positive Entwicklung. Nicht zuletzt deshalb, da die Gesellschafterunternehmen der IDEE gleich zu Beginn ein spezielles „Covid-Paket“ geschnürt hatten. Dazu gehörte es unter anderem, sich monatlich mit allen Lieferanten virtuell an einen Tisch zu setzen, sich auszutauschen und gemeinsame Entscheidungen zu treffen. Mit dieser weitsichtigen Vorgehensweise ist es über die Monate gelungen, die Supply Chain aufrechtzuerhalten und Lieferengpässe zu vermeiden. Zudem bekamen Lieferanten über die regelmäßigen digitalen Meetings die Gelegenheit, ihre Neuheiten zu präsentieren.

GEMEINSAMKEIT ZÄHLT

Basis der besonderen Handlungsfähigkeit der IDEE ist die Nähe zum Kunden durch

die große Zahl familiengeführter Unternehmen in Verbindung mit dem gemeinsamen Agieren auf internationaler Ebene. Die Familienunternehmen sind einfach näher am Markt und haben somit den Vorteil, flexiblere Entscheidungen treffen zu können.

„Wir leben die ursprüngliche Idee, familiengeführte Unternehmen zu stützen. Das ist für uns Mittelstandsförderung, wie wir sie verstehen. Absolut authentisch und glaubwürdig,“ betont Heinrich Thye.

Die IDEE sieht sich als großes Team, für das der Know-how-Austausch und gegenseitige Unterstützung an oberster Stelle stehen. So wird Zukunft erfolgreich gemeinsam gestaltet. /

Basis der besonderen Handlungsfähigkeit der IDEE ist die Nähe zum Kunden durch die große Zahl familiengeführter Unternehmen in Verbindung mit dem gemeinsamen Agieren auf internationaler Ebene

DIE IDEE

Um die Position der konzernunabhängigen Elektrogroßhandelshäuser international zu stärken, wurde vor über 25 Jahren die IDEE ins Leben gerufen. Die europäische Kooperation mit Sitz in der Nähe von Stuttgart folgt heute der Vision 2025, in der die gemeinsamen strategischen Ziele und Werte festgelegt sind. Im Fokus stehen dabei die wichtigen Themen Digitalisierung, Qualifizierung sowie Intensivierung der Zusammenarbeit mit den Schlüssellieferanten.



Digitalisierung war 2020 mehr denn je ein entscheidender Faktor für Zajadacz, um weiterhin auf Erfolgskurs bleiben zu können.

/zajadacz

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

Die frühzeitige, erfolgreiche Umsetzung von im Einzelhandel bereits bewährten Corona-Schutzmaßnahmen führte dazu, dass auch der Abholverkauf aller Niederlassungen während des ganzen Jahrs geöffnet bleiben konnte. Diese und viele andere weitsichtige Weichenstellungen trugen dazu bei, dass der Umsatz um 13 Prozent auf fast 290 Mio. Euro gesteigert werden konnte.

DIGITALE SERVICES ALS MOTOR

Die Entwicklung der über den Onlineshop den Kunden zur Verfügung gestellten Zusatzfunktionen gewann 2020 weiter an Bedeutung. Mehr als jeder dritte Auftrag ging im vergangenen Jahr auf digitalem Weg bei Zajadacz ein. Insbesondere die Einbindung von mittlerweile 45 Herstellerkonfiguratoren und der schlanke Prozess zur Anbindung von Kunden-ERP-Systemen (über OCI und IDS) hatten entscheidenden Anteil daran, dass der „digitale Klimawandel“ bei Zajadacz seit Jahren positiv verläuft.



Selbst die Bestellung und Bearbeitung von Leistungsverzeichnissen ist für Zajadacz-Kunden seit 2020 vollständig digital möglich. Mit innovativen, größtenteils digitalen Lösungen konnten Fach-Einzelhandelskunden, deren Geschäfte Lockdown-bedingt geschlossen bleiben mussten, erfolgreich unterstützt werden. Zudem ist Zajadacz seit vorigem Jahr „Elbridge-2.0-ready“ und damit bestens für die digitalen Herausforderungen im dreistufigen Elektrovertrieb gerüstet.

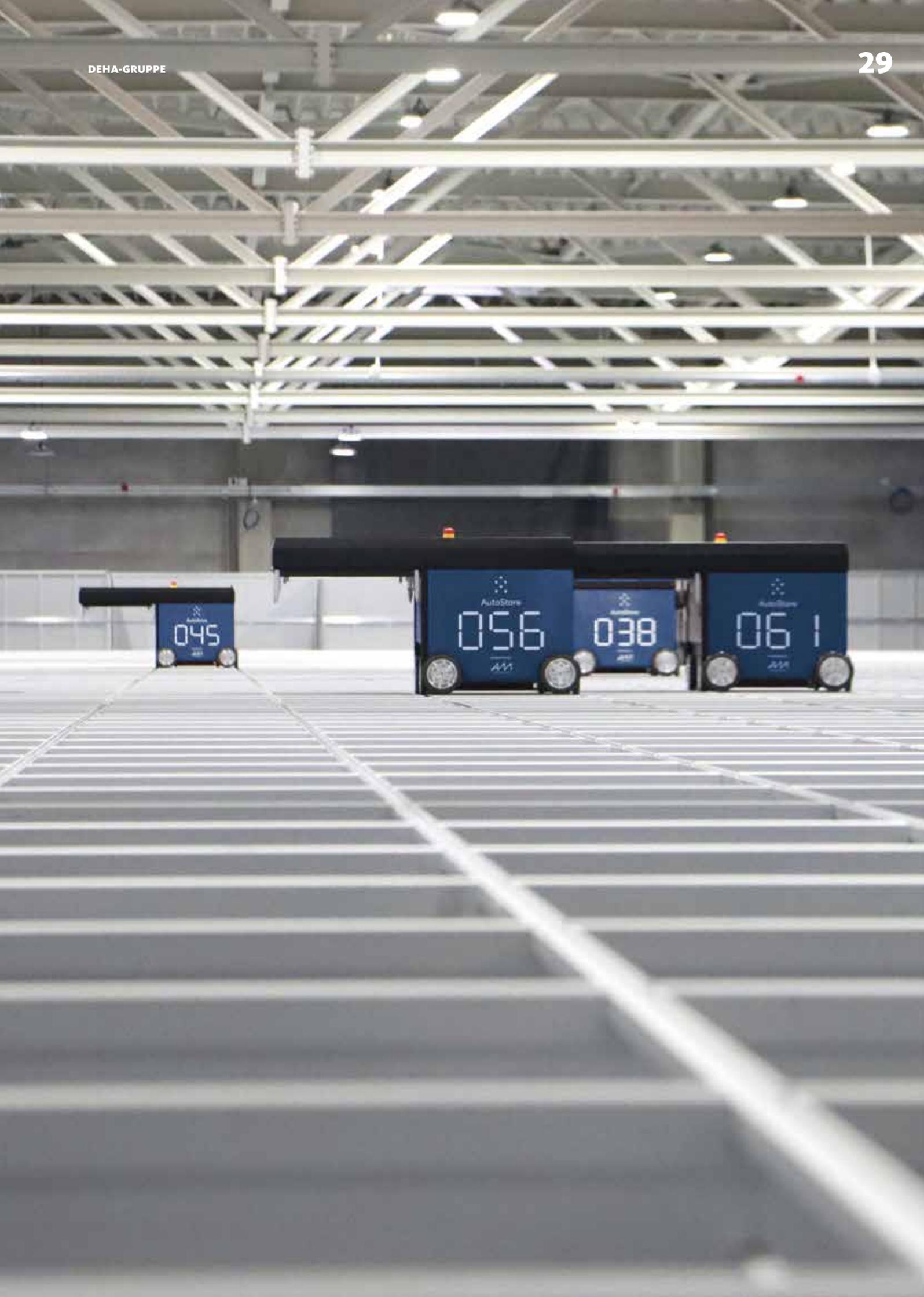
NACHHALTIGE WACHSTUMSTRATEGIE

Das kontinuierliche Umsatzwachstum der vergangenen Jahre führte dazu, dass auch die räumlichen Gegebenheiten – insbesondere in der Logistik – einer Erweiterung bedurften. Mitte 2020 wurden daher Baumaßnahmen aufgenommen, um die Logistik am Zentralstandort in Neu Wulmstorf auf über 30.000 m² zu vergrößern und zu automatisieren sowie in diesem Zuge auch weitere moderne Büroflächen zu schaffen.

Dies geschah mit dem Fokus darauf, 2021 mit zusätzlichen Auslieferungstouren, kürzeren Durchlaufzeiten im Wareneingang und -ausgang sowie einer vollautomatisierten AutoStore-Anlage die Marktpräsenz und das Niederlassungsnetz noch auszuweiten.

DEN KUNDEN IM FOKUS

Zajadacz hat 2020 unter Beweis gestellt, dass mit Ideenreichtum, Verbindlichkeit und Nahbarkeit, kundenindividuellen Lösungen sowie dem konsequenten Einsatz von digitalen Medien zur Kundenkommunikation auch neue Herausforderungen erfolgreich gemeistert werden können. /



045

056

038

061



Roboter-Helfer am Werk:
Ein automatisiertes
Kleinteilelager entsteht

Ein Neubau und ein
erweiterter Maschinenpark für
die Kabelkonfektion



Beratungsportfolio erweitert:
die „digitalwandler“, unsere
Dienstleistungsgesellschaft

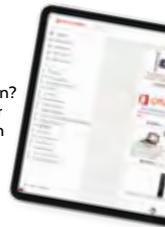
 digitalwandler

Wie Sie von der Digitalisierung
profitieren, ohne Buzzword
Bingo zu spielen?

**ZWEI FLIEGEN MIT EINER
LKW-LADEKLAPPE**

**SCHLAGEN SIE JETZT ZU IM NEUEN
IT-SHOP!**

Headset, Tinte, Tastatur –
oder soll's gleich die volle
Homeoffice-Ausstattung
für Sie und die Kollegen sein?
Wir erweitern unser Lager
um eine breite Auswahl von
IT-Produkten. Mehr dazu:



 Alexander Bürkle

**CO₂
SCHON
GECHECKT?**

Wir checken Ihren energetischen
CO₂-Fußabdruck.



Auf neuem Stand:
das „Lebensräume“-Marketing



Geschäftsfeld ausgebaut:
Robotik für Mittelständler

Alexander Bürkle konsequent weiter auf dem Weg zu dem Technologiedienstleister in der Elektrotechnik.

Das Jahr 2020 hat weltweit durch räumliche Distanz schlagartig die alltäglichen Abläufe auf die Probe gestellt. Auch Alexander Bürkle hat seine Kommunikation ins Netz verlagert – was schnell und reibungslos gelang! Denn das Unternehmen befindet sich heute in der zweiten Phase der digitalen Transformation und hat sich mit neuen, agilen Arbeitsweisen schon vor einigen Jahren vertraut gemacht. Eine gute Vorbereitung auf diese Situation!

Auch der Vertrieb hat den digitalen Weg eingeschlagen. Die Nähe zum Kunden bleibt jedoch wichtig. So richtet das Unternehmen im Projekt „Vertrieb der Zukunft“ den Austausch, mittels des eingeführten CRM-Systems Salesforce, noch systematischer auf Kundenbedürfnisse aus.



Alexander Bürkle

ALEXANDER BÜRKLE
GMBH & CO. KG
FREIBURG
ALEXANDER-BUERKLE.COM

Auch die Geschäftsführung verändert sich: Frank Schoberer hat zum März 2021 mit 55 Jahren das Unternehmen verlassen, um sich neuen Aufgaben und Herzensanliegen zu widmen. So hatte er es mit seinem Einstieg vor 22 Jahren bereits angekündigt. Seine Ressorts wurden neu aufgeteilt: Simon Straub, der 2018 von Zalando zu Alexander Bürkle kam, verantwortet seit 1. Januar 2021 die Logistik und IT, Marcus Mauch übernimmt die Unternehmensbereiche smart buildings & smart consumers. Er kommt vom Technologieunternehmen Ricoh Deutschland, wo er die digitale Transformation vorangetrieben hatte.

Trotz der Ausnahmesituation war 2020 ein zufriedenstellendes Jahr für Alexander Bürkle. Der Fachhandel lief weiterhin sehr gut, die Bauwirtschaft ebenfalls, lediglich in der Industrie gab es leichte Rückgänge.

Bei den Produktions- und Dienstleistungsgesellschaften Alexander Bürkle cable solutions und in Verbindung mit Alexander Bürkle panel solutions verlief das Jahr sehr erfolgreich. Gemeinsam mit der Alexander Bürkle robotic solutions konnte Alexander Bürkle in den letzten beiden Jahren sein Portfolio sukzessive erweitern und entlang der elektrotechnischen Wertschöpfungskette ausbauen. /

v. l. n. r.:
Frank Schoberer,
Simon Straub,
Andreas Ege,
Marcus Mauch,
Klemens Isenmann

**DIE ERFOLGSKURVE ZEIGT
NACH OBEN**

Kurz vor Corona hatte Löffelhardt das große Glück, seine Fachmesse AUTel wie geplant mit über 60 Ausstellern und mehr als 1.200 Besuchern durchführen zu können.



**EMIL LÖFFELHARDT
GMBH & CO. KG
SCHORNDORF
LOEFFELHARDT.DE
LOEFFELHARDT.KUECHEN.DE**

Dabei wurde mit der Automatisierungsmesse ein neuer Besucherrekord erzielt. Im April wurde dann mit einer neuen Filiale in Bamberg der zwanzigste Standort mit Logistikumschlagshub eröffnet und in Betrieb genommen. Somit konnte Löffelhardt seine Zulieferqualität im Vertriebsgebiet Franken weiter steigern.

Ein weiteres Highlight des Jahres 2020 war der neue Onlineshop, der in der Beta-Version im Oktober an den Markt ging. Fertigstellung und offizieller Start sind für das zweite Quartal 2021 geplant.

ELEKTROGROSSHANDEL 4.0

Löffelhardt zeigt, dass Herausforderungen da sind, um angenommen zu werden. So hat das Unternehmen im vergangenen Jahr einen großen Logistik-Imagefilm sowie

kleinere Einzelfilme der Automatiklager gedreht. Auf diese Weise konnte Löffelhardt die pandemiebedingt ausgefallenen Eröffnungen der Unternehmenszentrale kompensieren und Mitarbeitern, Kunden und Lieferantenpartnern das Neuentstandene filmisch nahebringen. So zeigt sich innovative Logistik im Elektrogroßhandel – EGH 4.0.

Was Löffelhardt ebenfalls wichtig ist: In der neuen Zentrale sowie im neuen hochmodernen Zentrallager lassen sich die Hygienekonzepte zur Bekämpfung der Pandemie sehr gut umsetzen.

Zu den weiteren Maßnahmen, die im Zuge der Pandemie 2020 realisiert wurden, gehört der intensive und schnelle Ausbau von Webseminaren, die Einführung digitaler Besprechungen sowie ein virtueller Azubimessestand.

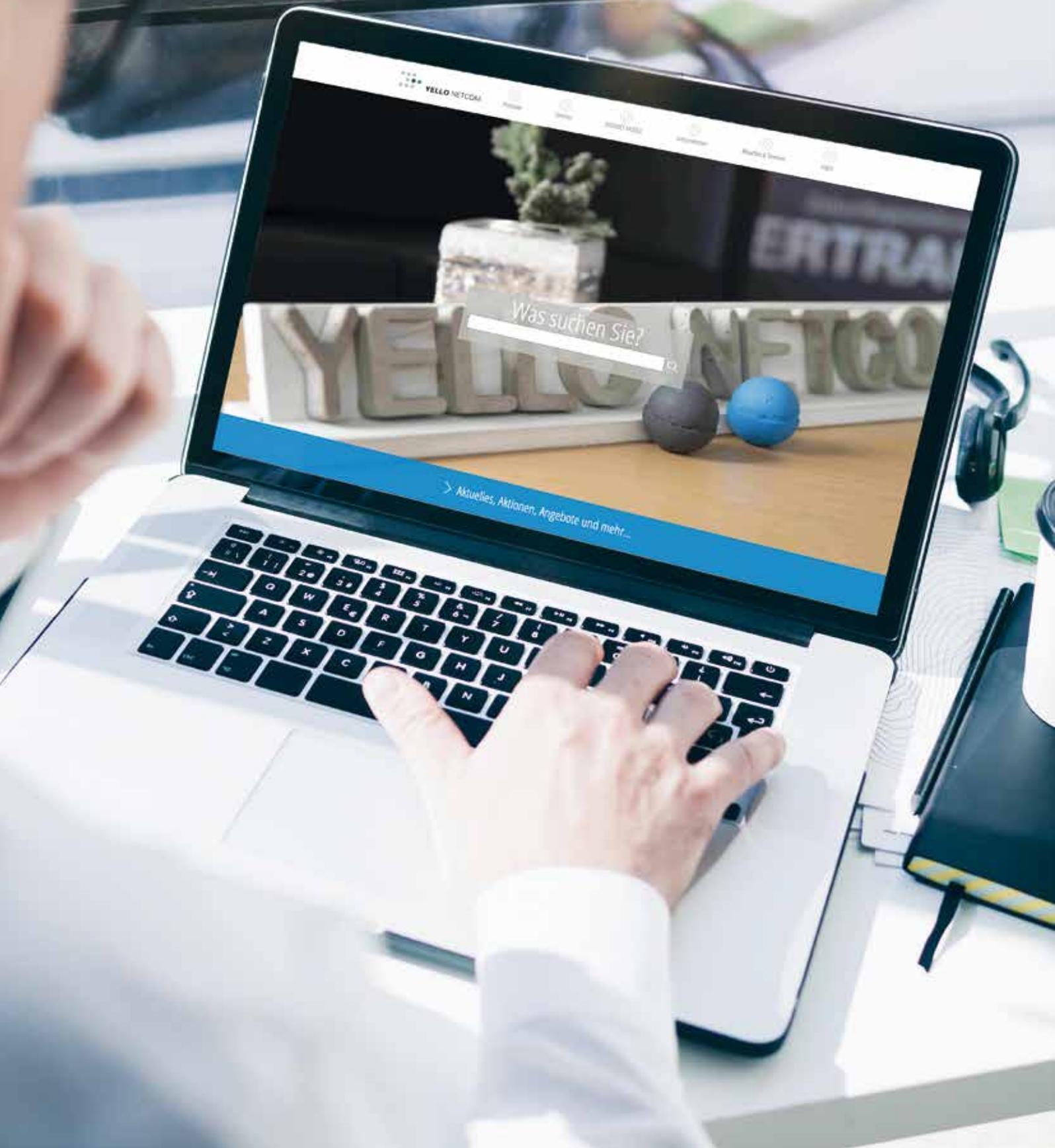
Eine Augenweide sind die schönen Außenanlagen in Schorndorf. Und auch die neu gestaltete Imagebroschüre sowie die überarbeitete Homepage ziehen nun alle Blicke auf sich. Wobei Letztere auch durch weiterentwickelte Funktionalitäten aufwartet.

VIEL NEUES AUCH FÜR 2021/2022

2021 wird die unternehmensweite IP-Telefonanlagentechnologie auch für die weiteren Standorte nutzbar gemacht. Ziel ist, nur noch eine digitale Plattform über alle 20 Standorte zu haben. Zudem soll ein neues Bewerbermanagementsystem eingeführt werden. Für das Jahr 2022 ist die Umsetzung der Neustrukturierung des Industrievertriebs geplant. Die Vorbereitungen dazu sind in vollem Gange. /







Gute Ideen gestalten Zukunft. Und von diesen hatte Hardy Schmitz 2020 viele. Photovoltaik-Forum, Sales-Booster-Trainings und eine Prä- senzmesse gehörten dazu.

SONNIGER JAHRESSTART

Auftakt des Jahres 2020 war das 9. Hardy Schmitz Photovoltaik-Forum mit Michael Vogtmann, dem Vorsitzenden der deutschen Gesellschaft für Sonnenenergie (DGS). Seine spannenden Vorträge zum Thema „Auf dem Weg in die Autarkie – wirtschaftlich tragfähige Lösungen in der Photovoltaik“ führten die Teilnehmer sinnbildlich auf die Sonnenseite der Energie.

PUSH FÜR DEN VERTRIEB

Im September bekamen die Vertriebler von Hardy Schmitz dann im Rahmen eines zweitägigen Sales-Booster-Trainings exklusiv für Siemens Partner neue Denkanstöße und Tipps zur Steigerung der Verkaufskom-

petenz. Die Ideen wurden im Nachgang direkt in der Praxis umgesetzt. Perfekt, damit das Verkaufsteam noch stärker und souveräner vorangehen kann.

HIGHLIGHT PRÄSENZMESSE

Ebenfalls im September präsentierte sich die YELLO NETCOM auf der all about automation (AAA).

Dabei machte es ein ausgeklügeltes und umfassendes Hygienekonzept Veranstaltern, Ausstellern sowie Teilnehmern erstmals in Zeiten der Pandemie wieder möglich, physisch an einer Messe teilzunehmen.



Die durch und durch gelungene Veranstaltung zeigte, wie wichtig Präsenzmessen sind: Sie machen Freude, bringen Kontakte, ermöglichen wertvolle Gespräche und fördern das unverzichtbare Miteinander. /

Marktgespür und Innovationsfreude prägen das Tun des Berliner Unternehmens: Voraussetzungen, dass auch ein besonders herausforderndes Jahr wie 2020 mit durchweg positiven Ergebnissen aufwarten kann.



obeta
eldis
häusler

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

OBETA 2020

Auch angesichts ungeahnter Widrigkeiten agierte Obeta im Jahr 2020 äußerst erfolgreich. So bewiesen die Berliner trotz besonderer Herausforderungen ihr unerschütterliches Marktgespür und gewährleisteten ein beeindruckendes Maß an Stabilität innerhalb der Branche. Dank Innovationsfreude und maximal flexibler Prozesse blickt das Berliner Urgestein auf ein letztlich unerwartet positives Geschäftsjahr.

Den ohnehin ausgeprägten Kundenfokus noch einmal verstärkend lancierte man mit „Spannungserhalt“ ein initiatives Online-Portal, mittels dessen das Handwerk untereinander vernetzt wurde, um freie Kapazitäten nicht ungenutzt zu lassen.

Hauptaugenmerk aber lag auf dem Filialnetz und dies nicht nur aus quantitativer Sicht. Neben Darmstadt als neuestem Standort der noch jungen Region Hessen dachten die Berliner ihr bewährtes Filialkonzept komplett neu und errichteten in Berlin-Marienfelde eine Art begehbare Markenerlebnis. Nach vollständigem Umbau der dortigen Filiale schreibt man sich vor Ort einmal mehr die Flexibilisierung des Handwerks auf die Fahne und lässt den Einkauf zum Event werden.

Dafür sorgen die 24/7-Abholmöglichkeit oder der integrierte Co-Working-Space, der mit mehreren voll ausgestatteten Arbeitsplätzen und Sommerterrasse aufwartet. Gleichzeitig setzt man mit Lösungen wie Lift & Learn, Touch Table und LED-Fenstern auch technisch auf Standards, die erst noch welche werden müssen. /







DEHAGRUPPE »»»

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

Ein Jahr, das alles auf den Kopf gestellt hat, liegt hinter uns. ZWANZIG ZWANZIG wird uns als besonderes Jahr im Gedächtnis bleiben und hat uns in vielen Bereichen zu neuen Verhaltensweisen und Ideen gebracht.

ZWANZIG ZWANZIG hat viel Neues gebracht – auch für die DEHA-Gruppe: So haben sich neue Kommunikationsformen etabliert. Unser Miteinander hat sich grundlegend verändert. Und es ist immer noch vieles in Bewegung. Es zeigt sich schon jetzt: Unsere Kultur wird sich nachhaltig wandeln.

ZUKUNFT GESTALTEN

Trotz der herausfordernden Situation haben wir uns nicht nur als Gruppe, sondern hat sich auch jedes DEHA-Unternehmen für sich – eingebettet in den Gesamtkontext – weiterentwickelt. Wie auf den vor-

herigen Seiten nachzulesen ist, stand dabei das Thema Effizienz in Form von Prozessoptimierung und Weiterentwicklung im Bereich der Systeme im Vordergrund.

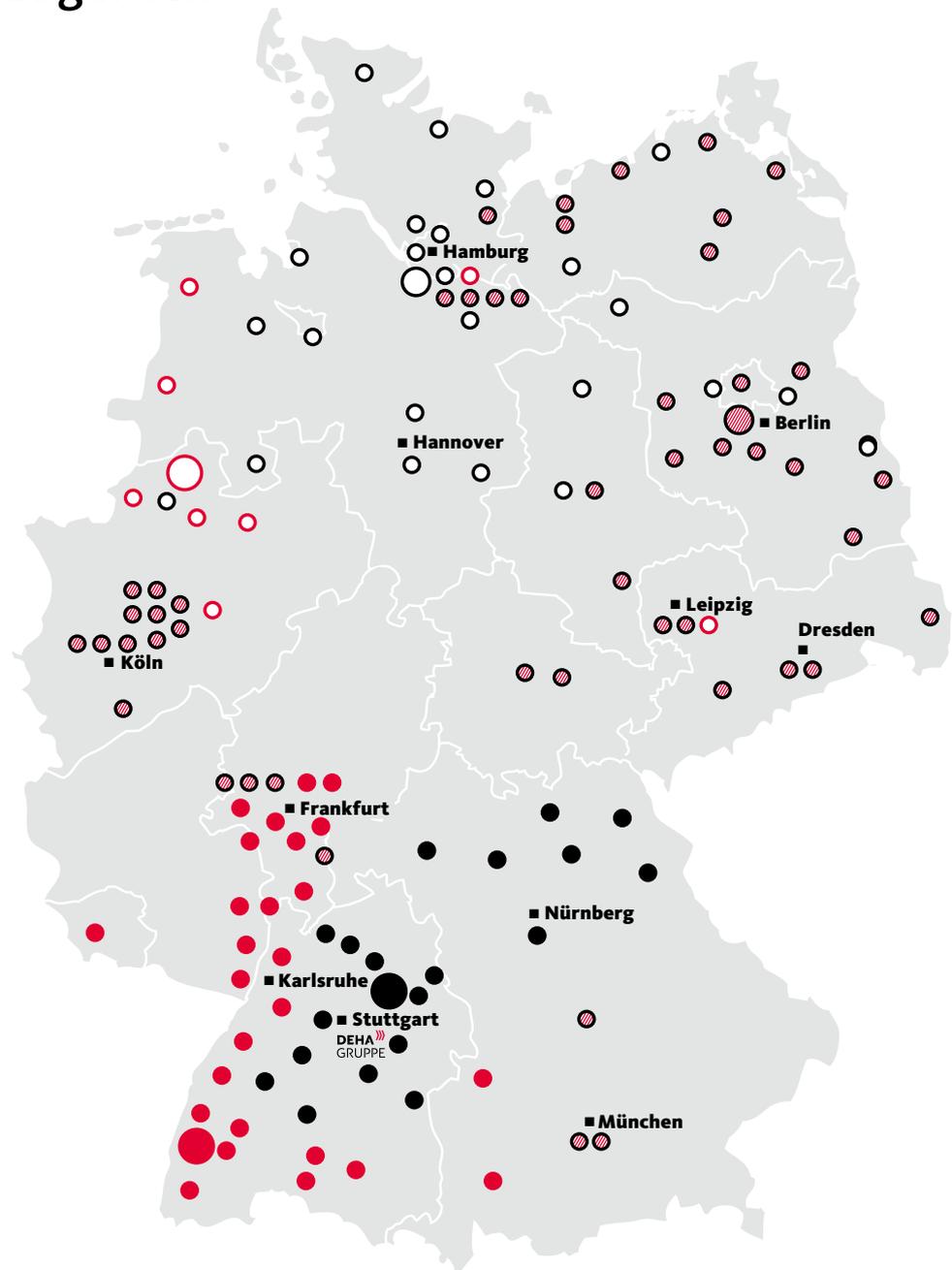
Darüber hinaus forcierten wir unter der Maxime „Fast Forward“ unsere Zukunftsausrichtung und Agilität. Damit sind wir auf dem richtigen Weg wie das Wachstum der DEHA-Gruppe und die Vielzahl der realisierten Projekte in den jeweiligen DEHA-Unternehmen, die gerade im Jahr 2020 besonders beeindruckend war, zeigt. Unter den Bedingungen des vergangenen Jahres eine herausragende Leistung.

Insgesamt blicken wir auf ein bewegtes und gutes Jahr zurück, aus dem wir gestärkt hervorgehen. Die beste Voraussetzung, um mit Freude und Engagement unsere Zukunft weiterhin gemeinsam erfolgreich zu gestalten. /



Über die rund 140 Standorte der DEHA-Unternehmen genießen Kunden die Möglichkeit, auf insgesamt über 80.000 Lagerartikel zugreifen zu können. Das ist kundennah, effizient und jeder wird bei seinem speziellen Bedarf abgeholt.

- Adalbert Zajadacz
- Alexander Bürkle
- Emil Löffelhardt
- Hardy Schmitz
- OBETA



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,
Getty Images, iStockphoto,
Unsplash

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

Druck: Komeso GmbH
Rebhalde 7, 70191 Stuttgart



