

DEG
DEUTSCHE ELEKTRO GRUPPE

DATZER
HTF
THU
Valentin Klein

Kompetenz Kundennähe
100 Jahre



Zur besseren Lesbarkeit der Texte verwenden wir für Personen bzw. Personenkreise die männliche Form. Diese schließt weibliche Personen ausdrücklich mit ein.



Die beiden Pioniere des Elektrogroßhandels Wilhelm Stadlinger und Franz Rauh haben sich auf den Weg gemacht in einer Zeit, in der völlig ungewiss war, wohin die Reise gehen wird. Sie hatten die Zeichen ihrer Zeit erkannt, sie glaubten an ihre Vision und ließen sich dabei weder von der Inflation noch von der Weltwirtschaftskrise nach dem ersten Weltkrieg beirren. Selbst die vollkommene Zerstörung der Firmengebäude in Nürnberg während des zweiten Weltkriegs war für unser Stammhaus Stara kein Grund, um aufzugeben.

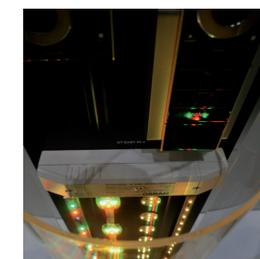
Geschäftsführung und Mitarbeiter passten sich den Gegebenheiten an, sie waren stets offen für neue Entwicklungen und bewiesen zu jeder Zeit den Mut, sich auf unbekanntes Terrain zu begeben. Sie meisterten die anstehenden Krisen, stellten sich neuen Herausforderungen und verloren auch angesichts unruhiger Fahrwasser nie ihr gemeinsames Ziel aus den Augen: den Dienst am Kunden.



100 Jahre unter Strom

Dem Pioniergeist und der Innovationskraft dieser Menschen ist der so überaus erfolgreiche Aufstieg unseres Stammhauses Stara vom regionalen Handelsunternehmen zur global vernetzten Großhandelsgesellschaft – der DEG Mitte-Ost in ihrer heutigen Form – zu verdanken. Tief verwurzelt in dieser bewährten Tradition, auf Augenhöhe mit den Menschen und immer am Puls der Zeit brechen wir heute auf in ein neues, ebenso erfolgversprechendes Jahrhundert – voll Energie und Optimismus, Mut und positiven Visionen.

Auch Sie haben ein Stück unserer Erfolgsgeschichte mitgeschrieben - unsere Mitarbeiter, unsere Lieferanten und unsere Kunden, die der DEG über so viele Jahre hinweg die Treue gehalten haben. Dafür wollen wir uns herzlich bedanken. Denn Sie sind der Garant für unsere Tradition der Innovation - auch in Zukunft.



Geschichte des Unternehmens DEG

100 Jahre Elektrogroßhandel



Mit viel Mut und ...

... Optimismus setzen die Pioniere des Elektrogroßhandels Wilhelm Stadlinger und Franz Rauh auf die Elektrizität und gründen 1912 die Firma Stara. Seine enge Verbundenheit mit der Stadt Nürnberg dokumentierte das Unternehmen im Firmenlogo, hinterlegt mit einer Silhouette der Nürnberger Kaiserburg. Die Elektrotechnik steckte zu dieser Zeit noch in den Kinderschuhen – die rasanten Entwicklungen auf diesem Gebiet waren keineswegs vorherzusehen.



seit 1912



Seit 1926 – mit dem Ausscheiden von Wilhelm Stadlinger – lag die Verantwortung auf den Schultern von Franz Rauh, der bis 1991 tatkräftig an der Geschichte seines Unternehmens mitschrieb sowie dessen Kultur durch seine eigene Persönlichkeit entscheidend prägte.

Als das Stammhaus in Nürnberg sich als feste Größe im mittelbayerischen Raum etabliert hatte, setzte Rauh auf Expansion und gründete 1938 eine Niederlassung in Passau. Er folgte damit auch dem Wunsch seiner Lieferanten, die eine möglichst flächen-deckende geografische Versorgung mit Waren anstrebten.



1943 wurden die Geschäftsräume in Nürnberg durch zwei Bombenangriffe vollkommen zerstört, die Geschäfte kamen zum Erliegen.

Nach dem Krieg bewies Franz Rauh erneut Pioniergeist, Mut und Energie: Er baute das Unternehmen in Nürnberg aus den Ruinen wieder auf und setzte die Erfolgsgeschichte fort – es folgten weitere Neugründungen 1956 in Bamberg und 1963 in Eggenfelden.

In den 60er Jahren gehörte die Firma Stara längst zu den bedeutendsten Unternehmen der Branche. Dank des großen persönlichen Engagements von Firmengründer Franz Rauh wird Stara bei der Reorganisation der Umsatzsteuer in Deutschland als Musterfirma geführt.

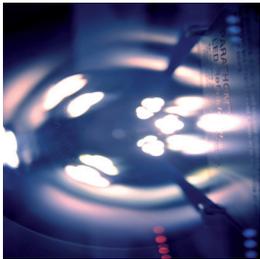
1969 übergab Franz Rauh an seine Söhne: Das Stammhaus in Nürnberg mit der Niederlassung Bamberg übernahm Sohn Alfred Rauh.

Die Filiale Bamberg entwickelte sich so erfolgreich, dass sie 1977 in einen weitaus größeren Neubau im Industriegebiet Hallstadt umgesiedelt wurde, um dem Bedarf





des stetig wachsenden Kundenstamms weiterhin gerecht zu werden. Auch das Stammhaus Nürnberg in der Singerstraße konnte bald darauf mit der hohen Nachfrage nicht mehr mithalten und wurde durch einen modernen Neubau im Nürnberger Hafengebiet – dem heutigen Sitz der DEG - abgelöst.



Eine finanzielle Beteiligung der Elektro-Union ließ die Stara im Jahre 1986 weiter erstarren, ohne dass das Unternehmen an Eigenständigkeit einbüßte. Der Elektrogroßhandel kam in dieser Formation der angestrebten optimalen flächendeckenden Versorgung der Kunden wieder ein Stück näher.



Ein Jahr später – im Jahr 1987 - feierte Stara ihr 75jähriges Bestehen zusammen mit über 100 Mitarbeitern. Sie alle verbindet seit der Gründung des Hauses 1912 bis heute eine Gemeinsamkeit: die überdurchschnittlich langen Betriebszugehörigkeiten. Ein eindrucksvoller Beleg für die menschliche und soziale Einstellung eines Unternehmens und dessen gesamter Belegschaft bis hin zur Geschäftsleitung.



Nur 5 Jahre später hatte sich der Umsatz mit ca. 90 Millionen DM verdoppelt und eine weitere Filiale in Görlitz bereicherte die Landkarte des deutschen Elektrogroßhandels. Auch im Ausland war man mittlerweile auf das erfolgreiche Unternehmen aufmerksam geworden, und so entschloss sich das französische Unternehmen CDME 1992 zu einer Beteiligung an der leistungsstarken Firmengruppe Stara/Elektro-Union. Diese



erreichte damit den Status eines Global Players. Die CDME wurde ein Jahr später umbenannt in Rexel S. A.

In den Folgejahren konnte das Unternehmen Stara/Elektro-Union ein enormes Wachstum verbuchen. Das Unternehmen ging mit weiteren Filialen in den neuen Bundesländern erfolgreich an den Start - Geschäftsführung und Mitarbeiter bewiesen damit erneut den Pioniergeist der Gründer.



Gleichzeitig akquirierte REXEL weitere Großhandlungen in Deutschland - die bekanntesten darunter waren HTF, THU und Valentin Klein. 2002 wurden sämtliche Gesellschaften zur REXEL Deutschland Elektrofachgroßhandel GmbH verschmolzen.

Im Jahr 2008 erfolgte die gemeinsame Übernahme des Konkurrenten Hagemeyer durch die beiden Elektrogroßhandelskon-

zerne Sonepar und REXEL. Im Zuge dieser Transaktion übernahm Sonepar REXEL Deutschland und den norddeutschen Teil von Hagemeyer. Der verbleibende Teil von Hagemeyer ging an REXEL S. A.

Seit der Übernahme firmiert die ehemalige REXEL Deutschland Organisation unter dem Namen DEG Deutsche Elektro-Gruppe Elektrogroßhandel GmbH.

Während ein Teil der DEG-Filialen aus logistischen Gründen den nahegelegenen Sonepar-Gesellschaften zugeordnet wurde, bilden die Niederlassungen der ehemaligen Stara/Elektro-Union sowie die Firma Datzer organisatorisch eine eigenständige Gesellschaft – die DEG Mitte-Ost - mit eigenem Zentrallager in Hof.

Mit der Unternehmensnachfolge übernahm die DEG auch die bewährten Traditionen des Stammhauses Stara/Elektro-Union: *Wir sind mit neuem Pioniergeist auf einem guten Weg in die Zukunft - als fairer und verlässlicher Partner zwischen Industrie, Handwerk und Fachhändlern ebenso wie als verantwortungsvoller und sozialer Arbeitgeber für jene Menschen, die durch ihr persönliches Engagement und ihre Innovationskraft die Geschichte des Unternehmens bis heute mitgetragen und damit die Kultur des Hauses geprägt haben.*



DEG

die Marke

Mit über 60 Standorten ist die Deutsche Elektro-Gruppe GmbH, kurz DEG, in Deutschland stark vertreten. Wir denken global - organisatorisch gehört die DEG zur familiengeführten Sonepar-Gruppe, die weltweit in 36 Ländern aktiv ist. Als Sonepar-Tochter sind wir selbstständig und eigenverantwortlich und handeln regional: Die DEG Mitte-Ost mit insgesamt 23 Niederlassungen verdankt ihren Erfolg der Konzentration auf die Region Mittel- und Ostdeutschland.

Mit Franz Rauh und Wilhelm Stadlinger haben sich 1912 zwei Pioniere auf den Weg gemacht, den Elektrogroßhandel Stara in dieser Region

zu begründen. Zwei Wegbereiter führen heute das Nachfolgeunternehmen DEG Mitte-Ost in alter Tradition und mit neuem Pioniergeist in die Zukunft: die Geschäftsführer Hans-Peter Laukin und Reinhold Lausch.

Tradition und Innovati-

on verbinden sich auch in der inneren Struktur: Die zeitgemäße Hierarchie der DEG Mitte-Ost ist flach, flexibel und kooperativ, die Führung orientiert sich am Team. Über all die Jahre geblieben sind Menschlichkeit und Zusammenhalt.

Die Kultur des Vertrauens, der Fairness und Offenheit gegenüber den Mitarbeitern macht sich bezahlt, denn die Menschen, die mit uns arbeiten - ihre Fähigkeiten und Talente -, sind das größte Kapital der DEG Mitte-Ost. Gemeinsam verwirklichen wir die Unternehmensziele, meistern Herausforderungen und wachsen daran.

Als Elektro-Großhändler bleiben wir am Puls der Zeit. Wir entwickeln uns weiter und nutzen alle Möglichkeiten des technologischen Fortschritts, doch wir bleiben Menschen. Wir leben und wir lieben Kundennähe. Die guten und vertrauensvollen Kontakte zu unseren Kunden und Lieferanten liegen uns am Herzen. Auch in Zukunft.



Wolfgang Endres (58), Groß- und Außenhandelskaufmann ist seit 2009 bei der DEG als Leiter der Vertriebsregion Nordbayern für 7 Niederlassungen verantwortlich.

Die DEG Mitte-Ost ging 2009 aus der Verschmelzung verschiedener Gesellschaften darunter der DATZER GmbH mit Sitz in Schweinfurt hervor, die seit 2001 zur Sonepar Deutschland Unternehmensgruppe gehört. Die Neuorganisation war auch für die Vertriebsregion Nordbayern mit zahlreichen Herausforderungen verbunden, die wir dank des großen Engagements unserer Mitarbeiter mit Bravour meistern konnten. Sie brachte zudem erhebliche Vorteile mit sich: Wir können nun ebenfalls auf das Zentrallager in Hof zugreifen und unsere Kunden täglich beliefern. Aus den Veränderungen sind wir gestärkt hervor gegangen und blicken optimistisch in die Zukunft!

Wolfgang Endres



Frank Gerlach (46), Groß- und Außenhandelskaufmann, Handels- und Vertriebswirt (VWA) Funktion, Leiter der Vertriebsregion DEG Mitte-Ost seit 2010

So vieles hat sich in den letzten 100 Jahren verändert - die Logistik, der Einkauf, die EDV und vor allem die Kommunikationswege. Ich erinnere mich noch gut an das erste Fax, an Kommissionierplätze, beschriftet mit Wochentagen, und das in einer Zeit, in der wir unsere Kunden nur wöchentlich belieferten.

Die Entwicklung ist seither in rasantem Tempo fortgeschritten. Technologien wie KNX, Daten-Netzwerktechnik oder Photovoltaik sind heute selbstverständlich. Und dennoch - einige Dinge



haben sich in unserem Unternehmen kaum verändert, zum Beispiel die Menschen. Jene Mitarbeiter, mit denen Sie über viele Jahre vertrauensvolle Partnerschaften aufgebaut haben. Manche von ihnen haben ein ganzes Leben lang für eine unserer Niederlassungen gearbeitet.

Auf diese Tradition sind wir stolz. Auf Menschen, die sich mit ihrer Arbeit, ihrem Unternehmen identifizieren. Auf Mitarbeiter, die gerne bei uns arbeiten und vor allem auf ihre langen Betriebszugehörigkeiten. Auch unsere jungen Kollegen sind ein wesentlicher Bestandteil unseres Erfolges - hier treffen Erfahrung und Kreativität, Souveränität und Ideenreichtum aufeinander.

100 Jahre DEG - das ist Tradition mit Zukunft, Kontinuität und Veränderung zugleich. Ich bin stolz darauf, ein DEGler zu sein und ich freue mich darüber, dass Sie zu unseren Kunden zählen.

Frank Gerlach

Menschlichkeit hat Tradition

Drei Generationen erzählen

Zwischen Kabeltrommeln und mechanischen Schreibmaschinen

Gailer: Während meiner Ausbildung haben wir 42 Stunden pro Woche gearbeitet, teilweise auch am Wochenende, denn damals war der Verkauf bis Samstagmittag geöffnet. Wir frankierten die Post noch mit der Hand und brachten sie dann selbst weg. Morgens, noch vor der Arbeit, holte ich die Post ab und sortierte sie. Erst dann begann meine reguläre Arbeitszeit. Ich habe um 8.00 Uhr angefangen, bin aber nie vor 18.30 Uhr heimgekommen. Die Preise haben wir damals händisch aus dem Katalog herausgesucht, die Rechnungen manuell geprüft. Die Angebote wurden mit einer mechanischen Schreibmaschine getippt und wir hatten große Tischrechner mit Papierstreifen.

Nützel: Bis Anfang der 80er Jahre wurden alle Lagerbestellungen schriftlich erledigt. Es hat etwa eine Woche gedauert, bis die Ware da war. Der Außendienst sammelte die ganze Woche lang Aufträge und hat sie dann am Freitag abgegeben. Geliefert wurde nur einmal, später zweimal die Woche - heute zweimal am Tag.

Gailer: Wenn wir früher Kabel abzumessen hatten, haben wir die auf der Straße aus der Trommel gezogen und mit einem Metermaß

abgemessen. Abrollmaschinen gab es ja noch nicht. Ein Mitarbeiter schob die Trommel, der andere zog am Kabel und bei 20 Metern rief er „Stopp!“

Die EDV kommt – der Mensch bleibt

Gailer: Die ersten größeren Veränderungen kamen dann Mitte der 80er Jahre mit dem Fax und der Umstellung auf EDV. Mit dem Fax kam auch ein größerer Preiskampf auf, denn die Preise wurden vergleichbarer und das hat heute mit dem Internet noch erheblich zugenommen.

Haar: Ich arbeite mit dem Computer, seit ich zehn Jahre alt bin. Ich kann mir überhaupt nicht vorstellen, wie das ohne Computer war. Ich glaube, ich könnte nicht einmal eine elektrische Schreibmaschine bedienen ...

Heckel: Durch die EDV hat sich enorm viel verändert, aber der persönliche Kontakt zum Kunden war immer unser größtes Kapital.

Nützel: Bei den Mitarbeitern ist einfach das Wissen da, die Kompetenz. Das ist auch der Grund dafür, dass sich viele Kunden heute noch gerne am Telefon beraten lassen.



Menschlichkeit hat Tradition ...

Gailer: Das ist sowieso das Wichtigste: das Menschliche, der Zusammenhalt. Wir haben immer alle zusammengeholfen. Es war ein sehr humorvolles, kollegiales Miteinander - auch mit den Vorgesetzten. Da haben alle an einem Strang gezogen, und deswegen sind wir auch so erfolgreich. Wir waren immer wie eine große Familie.

Heckel: Für mich ist das Wichtigste das Vertrauen, das über die ganzen Jahre hinweg in der Firma geherrscht hat. Die Leute konnten sich auf uns verlassen und wir uns auf sie. Die Leute haben mitgezogen, weil sie wussten: Nur so haben wir Erfolg.

Haar: Das ist auch heute noch so. Ich war zum Beispiel nie „die Neue“, sondern ich wurde von Anfang an mit einbezogen. Ich gehe gerne zur Arbeit und erledige auch meine Aufgaben gerne. Ich weiß, zu wem ich gehen kann, wenn ich etwas wissen will und bekomme immer freundliche Antworten. Ich glaube, auch das hat Tradition, dass jeder sein Wissen weitergibt. Zum Beispiel hat sich unser Ausbilder einmal pro Woche mit uns zusammengesetzt, um für die Prüfungen mit uns zu lernen. Wir wurden wirklich sehr unterstützt.



Ursula Gailer (65), Großhandelskauffrau, bei der DEG als „Kabelfachfrau“ im I-Vertrieb beschäftigt. Sie ist seit 1963 – also beinahe ein halbes Jahrhundert - im Elektrogroßhandel tätig.

Hans Heckel (77), Großhandelskaufmann, Geschäftsführer der Elektro-Union und Mit-Geschäftsführer der Stara (1981 – 2001), lenkte das Unternehmen erfolgreich durch mitunter stürmische Zeiten.

Margarete Haar (20), arbeitet nach erfolgreichem Abschluss ihrer Ausbildung zur Kauffrau für Groß- und Außenhandel in der LV-Abteilung und bearbeitet dort den Bereich Installation.

... und macht uns stark für die Zukunft!

Nützel: Wir haben viele Veränderungen hinter uns gebracht und auch unruhige Zeiten erlebt, aber wir haben das gemeistert, weil wir immer zusammen gehalten haben und - wir sind immer noch da! Vielleicht sogar stärker als zuvor ...

Heckel: Das liegt auch an der Geschäftsführung. Sie kann das Wesentliche nach innen übersetzen und nach außen vertreten. Das ist entscheidend. Sie ist geradlinig im Auftreten, sieht die Chancen auf dem Markt, kennt aber auch ihre Grenzen. Solange die DEG die enge Bindung zum Kunden beibehält ist es gut bestellt für die Zukunft.

Fritz Nützel (55), Großhandelskaufmann, seit 1976 im Elektrogroßhandel tätig, ist heute Außendienstmitarbeiter der DEG. Nützel über seine Arbeit: „Ich bereichere die Oberpfalz.“

Unser Gütesiegel

Kompetenz & Kundennähe

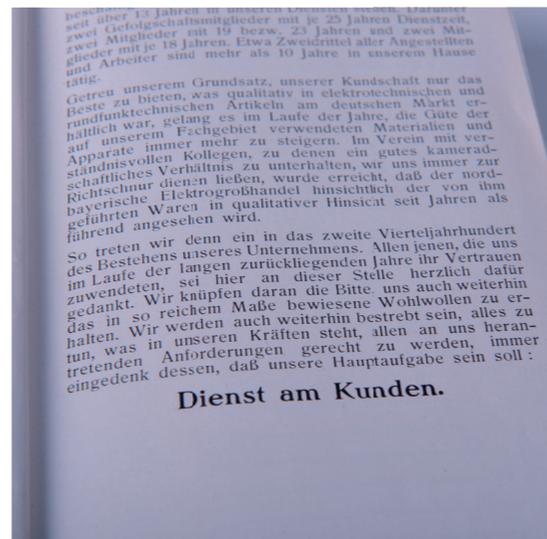
„Immer eingedenk dessen, was unsere Hauptaufgabe sein soll: Dienst am Kunden“

(Firmengründer Franz Rauh)

Kundennähe, Kompetenz und hochwertige Markenprodukte – dafür steht die DEG als dienstleistungsorientierter Elektrofachgroßhandel. Unser Sortiment ist kurzfristig verfügbar und erfüllt auch die anspruchsvollsten Bedürfnisse. Von unseren Leistungen profitieren Kunden aus Elektrohandwerk, Elektrofachhandel, Industrie und öffentlicher Hand. Wir leben Kundennähe: Qualifizierte und freundliche Mitarbeiter stehen unseren Kunden ganz persönlich zur Verfügung - als kompetente Ansprechpartner mit Herz und Verstand. Gemeinsam finden wir die passende Lösung, flexibel und schnell.

Neue Impulse für innovative Perspektiven

Das kostenlose DEG-Kundenmagazin IMPULS! informiert unsere Kunden regelmäßig über Artikelneuheiten, attraktive Angebote, Produkte und Dienstleistungen sowie über unsere Aktivitäten im E-PARTNER-Bereich.



Wir koordinieren Ihren Erfolg

Unsere Kunden erwarten höchste Qualität und modernste Technik. Wir liefern bundesweit: zeitnah, vollständig und absolut zuverlässig. Unsere Lager und Logistikzentren sind gut gefüllt mit über 30.000 tagesaktuell verfügbaren Produkten führender deutscher und europäischer Hersteller. Eine Warenverfügbarkeit von 97 Prozent und die vernetzte Logistikorganisation tragen dazu bei, die Lagerhaltungskosten für unsere Kunden zu verringern. Wir pflegen beste Beziehungen zu unseren Lieferanten – Sie als Kunde profitieren davon in Form einer großen Produktvielfalt und im Hinblick auf klare Preisvorteile.

Qualität ist, wenn die Leistung stimmt

Wir planen und realisieren unsere Dienstleistungen zuverlässig:

- Wir legen schon beim Einkauf großen Wert auf die Auswahl der angebotenen Produkte.
- Im Sinne unserer Kunden durchläuft jedes Produkt von der Auftragsannahme über die Bereitstellung bis hin zum Versand solide Qualitätskontrollen.
- Wir erfüllen die Standards der Qualitätssicherung nach DIN EN ISO 9001:2000 und KTA 1401.

Ihre beste Adresse: www.deutsche-elektro-gruppe.de

Auch online sind wir nah am Kunden: 300.000 Artikel mit detaillierten Produktinformationen, eine komfortable Suchfunktion und exakten Angaben zur aktuellen Verfügbarkeit sämtlicher Artikel machen unseren Shop zum Bestseller. Mittels einer OCI-Schnittstelle gelangen Sie aus ihrer gewohnten Arbeitsumgebung bequem in das DEG-Online-Bestellsystem und können ohne zusätzlichen Aufwand eigene Daten wie zum Beispiel Freigabeverfahren und Kostenstellenzuordnung in ihre Bestellanforderung übernehmen. Dabei sind alle unsere

Waren und –dank unserer Shop App - zu jeder Zeit und an jedem Ort verfügbar.

Zu den vielen Annehmlichkeiten, die wir bieten können, gehört auch die Bestellabwicklung per Barcode-Scan. Die Erfassung und Übertragung der Daten an die DEG erfolgt in Sekundenschnelle, der Bestellvorgang wird dadurch wesentlich erleichtert.

Die DEG - ein starker Partner

Unsere Kunden bleiben dank qualifizierter Schulungsprogramme immer am Puls der Zeit. Hauseigene Spezialisten erarbeiten zusammen mit unseren innovativsten Partnern aus der Industrie anspruchsvolle Qualifizierungskonzepte zu neuen Technologien und Produktinnovationen; zusätzlich vermitteln wir praxisorientiertes Knowhow in den Bereichen Marketing und Betriebswirtschaft.

Für optimalen Workflow bei minimalem Aufwand steht unser E-PARTNER-Konzept. Wir sichern die wirtschaftliche Position unserer Kunden, steigern ihre Wettbewerbsfähigkeit und verbessern ihre fachliche Qualifikation zu fairen Konditionen.

Statements

Lieferanten



„Ich arbeite gerne mit der DEG, da sich in der täglich gelebten Partnerschaft eine Zuverlässige und Vertrauensvolle Zusammenarbeit entwickelt hat. Aufgrund Ihrer ausgeprägten Nähe zum Kunden und zum Markt, werden Trends oft weit im Voraus erkannt und umgesetzt. Wir gratulieren herzlich zu 100 Jahren STARA/ DEG und freuen uns auf die nächsten 100 Jahre.“

Josef Ludwig, OSRAM



100 Jahre DEG? Kenn' ich doch, na logo, denn 100 Jahre ist auch OBO. 100 Jahre packen längst nicht alle, denn eines gilt in diesem Falle: 100 Jahre brauchen Schwung, Begeisterung für Veränderung.

Wer 100 Jahre nutzt mit Schwung, der bleibt auch 100 Jahre jung. Bleibt jung und frisch in alter Kraft, damit ihr dann die 200 auch schafft.

Andreas Bettermann
Geschäftsführer OBO Bettermann, Menden

Mit Stara in Nürnberg feiert in diesem Jahr das Stammhaus der erfolgreichen DEG 100-jähriges Jubiläum. Es gibt daher allen Grund, diesen Meilenstein nicht zu übergehen, sondern kräftig zu feiern.

Wir bei Gira schätzen DEG als starken und verlässlichen Vermarktungspartner im Profi-Vertriebsweg für Gebäudetechnik.

Wir freuen uns auf die Fortsetzung der Erfolgsgeschichte auf dem Weg zu 125 Jahren und wünschen viel Erfolg und das Glück des Tüchtigen, das vieles im

Leben ein bisschen leichter macht.

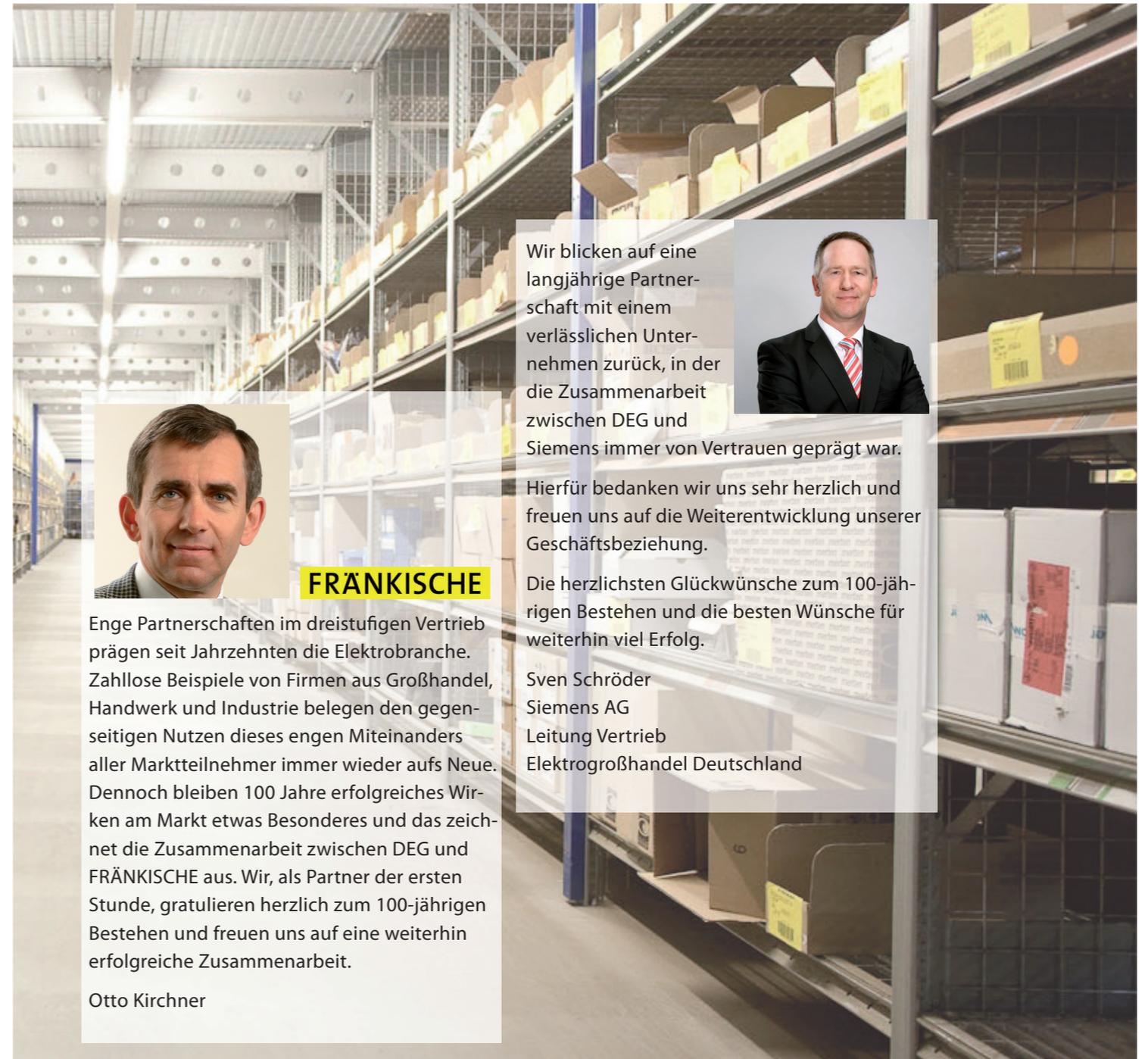
Ganz herzliche Grüße
aus Radevormwald

Dirk Giersiepen

Gira Giersiepen GmbH
& Co. KG



GIRA



FRÄNKISCHE

Enge Partnerschaften im dreistufigen Vertrieb prägen seit Jahrzehnten die Elektrobranche. Zahllose Beispiele von Firmen aus Großhandel, Handwerk und Industrie belegen den gegenseitigen Nutzen dieses engen Miteinanders aller Marktteilnehmer immer wieder aufs Neue. Dennoch bleiben 100 Jahre erfolgreiches Wirken am Markt etwas Besonderes und das zeichnet die Zusammenarbeit zwischen DEG und FRÄNKISCHE aus. Wir, als Partner der ersten Stunde, gratulieren herzlich zum 100-jährigen Bestehen und freuen uns auf eine weiterhin erfolgreiche Zusammenarbeit.

Otto Kirchner



Wir blicken auf eine langjährige Partnerschaft mit einem verlässlichen Unternehmen zurück, in der die Zusammenarbeit zwischen DEG und Siemens immer von Vertrauen geprägt war.

Hierfür bedanken wir uns sehr herzlich und freuen uns auf die Weiterentwicklung unserer Geschäftsbeziehung.

Die herzlichsten Glückwünsche zum 100-jährigen Bestehen und die besten Wünsche für weiterhin viel Erfolg.

Sven Schröder
Siemens AG
Leitung Vertrieb
Elektrogroßhandel Deutschland

Statements

Lieferanten



MENNEKES®
Plugs for the world

Jetzt hilft kein Zetern, kein Gejammer:
Ich sag's mit dem Verseschmiedehammer.
Verehrte Deutsche Elektro Gruppe -
Sie sind mir überhaupt nicht schnuppe.
Sie sind, das sag' ich unumwunden,
eine von unseren Spitzenkunden:
Sie leihen uns - das komml ja vor,
stets aufmerksam Ihr wohl geneigtes Ohr.
Wir liefern gern und immer wieder -
und pünktlich kommt die Kohle rüber.
In punkto Zuverlässigkeit sind Sie
- wie wir - empfindlich,
Versprochenes ist für Sie
- und uns - verbindlich.
Drum will die DEG ich preisen -
nichts soll von ihr mal los uns eisen!
Das sei nicht nur daher gesagt, nein:
ich bekenne es.
Herzlich Ihr Sieckermacher
Walter Mennekes.



:hager

100 Jahre – eine stolze Zeitspanne, immerhin
einige Generationen umfassend. Diesen Weg
geht ein Unternehmen nicht einfach so.

Dahinter stecken immer eine Menge Leistung,
Leidenschaft und vor allem ständige Innovati-
onsbereitschaft.

Das können wir von Hager in Ihrem Fall be-
stätigen. Ob es sich um die Umsetzung ge-
meinsamer Innovationsthemen im Markt oder
einfach um die Einführung von elektronischen
Bestellabläufen handelt – wir arbeiten gerne
mit Ihnen zusammen.

Die Elektrobranche ist ein Wachstumsfeld, das
gerade in den nächsten Jahren exzellente Ent-
wicklungsmöglichkeiten bieten wird. Um diese
Zukunftschancen gemeinsam zu nutzen, setzen
wir auch weiterhin auf die Marktgemeinschaft
von Elektrogroßhandel, Elektrohandwerk und
Herstellern. In diesem Sinne gratulieren Ihnen
herzlich die Mitarbeiter und die Geschäftslei-
tung von Hager und wünschen der DEG eine
elektrisierende Zukunft, alles Gute und viel
Erfolg.

Torsten Schulz, Geschäftsführer Hager Ver-
triebsgesellschaft mbh & Co. KG, Blieskastel



ABB

100 Jahre DEG sind ein stolzes Jubiläum. Dazu
gratuliere ich im Namen der ABB-Gruppe
ganz herzlich. Im Laufe der Jahre hat sich die
inzwischen zur Sonepar Deutschland ge-
hörende DEG zu einem Vollsortimenter mit
59 Standorten und über 1.000 Mitarbeitern
entwickelt. Eine beeindruckende Entwicklung.
Der Dienstleistungsgedanke ist bei der DEG
seit jeher stark ausgeprägt – Partnerschaft zum
Handwerk und zu den Lieferanten wird groß
geschrieben. Auch dafür herzlichen Dank. Für
die Zukunft wünschen wir der DEG alles Gute,
viel Erfolg und weiterhin gesundes Wachstum
in allen Bereichen.

Hans-Georg Krabbe, Mitglied des Vorstandes
der deutschen ABB.



Mehr Energieeffizienz, mehr Leistung, mehr Komfort

Die Zukunft hat bereits begonnen

„Fan sein heißt, die Dinge mit Begeisterung und Leidenschaft anzugehen.“

Wir als Elektrogroßhändler beschäftigen uns heute schon mit den Fragen, die morgen die Welt bewegen werden: Wie gestalten wir die Zukunft komfortabler? Wie gelangen wir einfacher und schneller zu noch mehr Lebensqualität? Und wie setzen wir die vorhandenen Energieressourcen noch effizienter ein? Die DEG ist bereits auf dem Weg in eine bessere Zukunft – in drei klassischen Kernbereichen stehen alle Zeichen auf Innovation:

Intelligente Haustechnik: Von der Installation zur Gestaltungskunst

Als die Pioniere des Elektrogroßhandels das Unternehmen Stara ins Leben riefen hatten nur wenige Menschen Strom und noch vor 30 Jahren gab es im Handel lediglich weiße und braune Schalter. Heute dagegen ist Installation gleichzusetzen mit kreativer Gestaltungskunst, der Schalter ist inzwischen ein Designelement. Und auch dies wird sich in den nächsten Jahren dramatisch ändern, denn Schalter haben jetzt schon nahezu ausgedient. Die IP-Steuerung übernimmt das Kommando in der hauseigenen Schaltzentrale: Intelligente KNX/EIB-Gebüdeteknik setzt auf Präsenzmelder und tageszeitenabhängige Steuerung von Lichtszenen ganz nach den individuellen Vorlieben der Kun-

den. Mobile Endgeräte ermöglichen zu jeder Zeit und an jedem Ort die volle Kontrolle über Hauseigentum, Yacht oder Wohnwagen. Bilder der Überwachungskamera via Smartphone einsehen, Haustechnik per Mobilfunk steuern – das alles ist längst keine Zukunftsmusik mehr.

Licht lockt Leute

Der Shop-Bereich ist der derzeit innovativste Sektor bei den modernen Lichtkonzepten, denn Shop-Betreiber wissen: Mit Licht lockt man Leute in die Verkaufsräume. Auch auf diesem Gebiet sind Kreativität und intelligente Technologien stark gefragt. Die Beleuchtung soll freundlich, farbecht und hell sein: hier stoßen herkömmliche Beleuchtungssysteme an ihre Grenzen. Bei konventioneller Beleuchtung im Shop-Bereich wird eine hohe Wärmeentwicklung erzeugt, die gleichzeitig eine Klimatisierung der Verkaufsräume erfordert. Energieeffiziente Systeme werden in Zukunft mit Lösungen auf Basis der LED-Technologie den Markt erobern. Sie werden heute schon als Ersatz in herkömmlichen Leuchten eingesetzt und bald in Form von Tapeten, Fenstern oder ähnlichen Anwendungen in den Raum integriert sein. Sie bieten erhebliche Vorteile: Ihre Lebensdauer ist fünfmal länger, die Wärmeent-

wicklung kann optimal geregelt werden, der Einfluss des Leuchtmittels auf die Qualität der so in Szene gesetzten Ware ist weitaus geringer und sie erreichen vor allem eine deutlich bessere Energieeffizienz.

Schon heute ist es möglich, mit Hilfe der Nuancen vom Warmton bis zum kalten Weiß unterschiedliche Lichtstimmungen zu erzeugen. So kann zum Beispiel der Sonnenstand im Tagesverlauf lichttechnisch inszeniert werden, um den Kunden länger im Shop zu halten und ihn so zu mehr Konsum anzuregen. Auch im Industriebereich ist Energieersparnis ein wichtiges Thema – erste Großprojekte mit LED-Technik haben wir bereits realisiert und konnten so den Energieverbrauch der betreffenden Unternehmen um immerhin 40 Prozent reduzieren.

Die Energiewende: sonnige Aussichten für die Elektrobranche

Deutschland steht im Bereich der Energiewirtschaft vor großen Veränderungen. Die Politik setzt auf erneuerbare Energien und gerade mittelständische Unternehmen haben ausgezeichnete Chancen, von dieser Wende zu profitieren. Windkraft, Photovoltaik, E-Mobilität, Netzausbau und Wärmedämmung werden die großen

Themen der nächsten Jahrzehnte sein. Die DEG beschäftigt sich derzeit insbesondere mit der Photovoltaik in Kombination mit Wärmepumpen, denn wir gehen davon aus, dass die Verbraucher in Zukunft den Strom, den sie für die Heizung benötigen, auch selbst erzeugen werden. Mit der Energiewende wird auch das Zusammenspiel von Erzeugung, Speicherung, Energiemanagement und Verbrauch zunehmend an Bedeutung gewinnen. Wind und Sonne sind schwankungsanfällige Energiequellen - intelligente Zähler werden den Strom in Zukunft aus der jeweils günstigsten verfügbaren Quelle auswählen. Energie, die im Moment nicht benötigt wird, kann gespeichert und bei Bedarf abgegeben werden.



Reinhold Lausch (54), Groß- und Außenhandelskaufmann, ist mehr als 35 Jahre bei der Sonepar Deutschland tätig und seit 2011 Geschäftsführer der DEG, verantwortlich für die Bereiche Finanzen, IT, Qualitätsmanagement, Einkauf, Dispo und Produktmanagement

Dienstleistung ist unser Auftrag Ihr Erfolg ist unser Ziel

„ Ohne konkrete Zielsetzung überlassen wir unser Glück und unseren Erfolg dem Zufall!“

Die Gesellschaft ist im Wandel und die DEG ist vorne mit dabei

Selten zuvor musste die globale Gesellschaft so viele Veränderungen gleichzeitig meistern wie heute: Der technologische Wandel schreitet unaufhaltsam voran, die Energiewende wird unser Leben revolutionieren und zugleich meistern wir in vielen Sektoren wie zum Beispiel im Bereich der Dienstleistungsgesellschaft durch das Internet große Veränderungen.

Unser zentrales Anliegen als Großhändler besteht darin, unsere Kunden bei diesen Anpassungsprozessen optimal zu unterstützen. Unsere Kernaufgabe ist dabei die Koordination der Vertriebswege zwischen Lieferanten und Kunden. Deswegen arbeiten wir kontinuierlich an der Anpassung und qualitativen Verbesserung unseres Service- und Dienstleistungsangebotes. Die Optimierung der Kundendienstprozesse in unserem Hause wird auch in Zukunft einen großen Stellenwert einnehmen.



Zwei Wege – ein gemeinsames Ziel: der Dienst am Kunden

Wir setzen bei der Betreuung unserer Kunden auf zwei Wege, die auch in Zukunft gleichberechtigt nebeneinander bestehen bleiben: Wir bauen digitale und mobile Anwendungen aus und konzentrieren gleichzeitig alle Ressourcen, die auf diese Weise in unserem Hause frei werden, auf den persönlichen Servicebereich.

Der persönliche Kontakt zum Menschen ist das Gütesiegel der DEG; er ist aus unserer Sicht unersetzlich und wird auch in Zukunft stark gefragt sein. Wir werden also auch weiterhin die klassischen Kommunikationswege intensiv pflegen: Die Mitarbeiter der DEG stehen unseren Kunden in guter alter Tradition telefonisch und vor allem in der persönlichen Kundenberatung als hoch qualifizierte, kompetente und freundliche Ansprechpartner zur Verfügung.

E-Business: Wir machen mobil für die Zukunft

Den qualitativen Sprung in die Zukunft haben wir bereits geschafft - die DEG bietet heute schon den Komfort, der morgen Standard sein wird. Online-Shop und mobile Anwendungen ermöglichen unseren Kunden die einfache und übersichtliche Navigation durch unser umfangreiches Warenangebot. Schneller und effektiver als online kann man nicht bestellen – an jedem Ort, zu jeder Zeit. Die DEG App macht unsere wichtigsten Kataloge und Broschüren sowie die E-PARTNER-Sortimente zusätzlich auf dem iPad verfügbar. Auch eine Version für Android Tablet-PCs ist bereits in Entstehung. Und wir entwickeln uns auch bei der Optimierung unserer E-Business-Anwendungen ständig fort: Ein erweiterter Kundenbereich wird für noch mehr Übersichtlichkeit und Komfort sorgen und durch die Personalisierung des Online-Shops können wir unseren Kunden künftig auch individuell zugeschnittene Angebote unterbreiten.

Als dienstleistungsorientiertes Unternehmen bleiben wir bei technischen Innovationen am Puls der Zeit und nutzen - zum Beispiel im Bereich moderner Bestellsysteme - die gesamte Bandbreite mobiler Endgeräte. So wird es für unsere Kunden bald möglich sein, noch



auf der Baustelle per Scan über den QR-Code ihre Bestellwünsche sofort zu ordern. Auch im Bereich der Sendungsverfolgung entwickeln wir derzeit eine Anwendung, die noch mehr Transparenz in die Versandabwicklung bringt. Die Nachverfolgung einzelner Sendungen wird so erheblich verbessert. DEG-Kunden haben künftig in jeder Situation Zugriff auf die gewünschten Informationen. Nach dem Versand ist zu jedem Zeitpunkt feststellbar – sei es beim Beladen, während des Transits oder beim Verteiler – wo sich die Ware befindet. Ganz im Sinne unserer Kunden können wir so das Risiko von Verzögerungen bei der Lieferung erheblich reduzieren und noch mehr Sicherheit bei der Versendung gewährleisten.

Erich Kornberger (53), Leiter Vertriebsregion und Industrie-vertrieb der DEG, ist Groß- und Außenhandelskaufmann und Handelsfachwirt und seit 1987 im Elektrogroßhandel tätig.



„Das Klima an sich passt einfach!“ Junge Mitarbeiter der DEG im Gespräch

Im Elektrogroßhandel sind Innovationen an der Tagesordnung – da wird von den Mitarbeitern bestimmt viel Flexibilität erwartet?

Trompell: Auf jeden Fall. Man muss sich ständig Input holen, was die Neuheiten betrifft, um immer up to date zu sein und den Kunden etwas Neues verkaufen zu können.

Fink: Gerade auch in meinem Fachbereich ist das eminent wichtig. Der Onlineshop wächst permanent, es kommen ständig Innovationen dazu und da muss man am Ball bleiben. Das macht aber auch Spaß.

Popp: Als angehender Kaufmann muss ich mich schließlich auch in der Materie auskennen, sonst kann ich die Kunden nicht kompetent beraten. Deswegen brauche ich bestimmte Kenntnisse über das Elektrohandwerk.

Verraten Sie uns Ihre beruflichen Träume?

Bethmann: Ich würde total gerne einmal im Außendienst Erfahrungen machen. Auch die Verwaltung interessiert mich. Und ich will auch nicht auf meiner jetzigen Position stehenbleiben.

Popp: Ich bin ja noch in der Ausbildung. Aber Abteilungsleiter zu sein, das würde mich schon reizen. Weiter wage ich noch gar nicht zu denken.



Christian Trompell, 28,
Elektroinstallateur,
Mitarbeiter im Vertrieb, Wei-
den, bei der DEG seit 2005

Trompell: Niederlassungsleiter, ja das würde mich schon sehr interessieren. Ich bilde mich ständig weiter und schaffe mir ein weiteres Standbein, indem ich mir zu meiner handwerklichen Ausbildung auch kaufmännische Kenntnisse auf der Abendschule aneigne.

Wie sehen Ihre Zukunftswünsche in Bezug auf die DEG aus?

Bethmann: Ich wünsche mir, dass die Sonepar die Zwei-Marken-Strategie auch zukünftig beibehält, denn es scheint sich einfach zu rentieren. Und dass die demographische Lücke geschlossen wird. Die Altersgruppe zwischen 30 und 45 ist unterrepräsentiert.

Popp: Mir ist vor allem wichtig, dass das Arbeitsklima so gut bleibt wie es ist. Und ich glaube auch, dass es wichtig ist, dass die DEG eine eigene Marke bleibt.

Bethmann: Ich wünsche mir, dass noch mehr gemeinsame Weiterbildungen, z.B. Englischkurse, angeboten werden. Denn so was schweißt die Kollegen noch mehr zusammen. Oder dass einem auch als junger Mitarbeiter angeboten wird, Ausbilder zu werden.



Stefanie Fink, 28,
Groß- und Außenhandels-
kauffrau,
E-Business-Mitarbeiterin,
Nürnberg,
bei der DEG seit 2001

Und was ist aus Ihrer Sicht das Besondere an der DEG?

Popp: Dass hier keiner zu gestresst erscheint, das finde ich persönlich wichtig. Und auch dass hier keiner entweder bei zu viel oder zu wenig Arbeit unerträglich wird. Das Arbeitsklima stimmt, finde ich.

Fink: Ich würde das auch definitiv an den Leuten festmachen. Das Klima an sich passt einfach.

Bethmann: Wir sind eine eingeschworene Gemeinschaft. Man kennt seine direkten Vorgesetzten auf persönlicher Ebene und kann auch Scherze miteinander machen. Und auch offen sagen, wenn etwas nicht passt. Auch die Geschäftsführer interessieren sich persönlich für einen und fragen auch schon einmal, ob alles okay ist.

Popp: Wenn ich etwas nicht weiß oder unsicher bin, kann ich jeden fragen und niemand ist böse. **(Alle stimmen zu)**



Christina Bethmann, 20,
Groß- und Außenhandels-
kauffrau,
Mitarbeiterin im Vertrieb,
Sennfeld,
bei der DEG seit 2007

Bethmann: Ich finde es toll, dass man sogar die Vorgesetzten auf den höheren Hierarchieebenen kennen lernt und dass sie auch bei den verschiedenen Events persönlich erscheinen. Die Führungskräfte der DEG schauen regelmäßig in den Niederlassungen vorbei. Und wenn was ist, kann man sie jederzeit anrufen. Die Vorgesetzten sind Mensch geblieben und man sieht, dass sie sich tatsächlich mit unseren Problemen beschäftigen.

Trompell: Einmal ist Herr Laukin bei einer Kundenveranstaltung, die wir mit einem Grillfest verbunden haben, in unserer kleinen Niederlassung in Weiden aufgetaucht. Das war unangekündigt und schön. Da wusste man, dass sich die Geschäftsführer um alle Niederlassungen kümmern.

Das Interview führte Patrick Schirmer (30). Er studiert Soziologie und Wirtschaftswissenschaften.



Marcel Popp, 16,
Auszubildender Groß- und
Einzelhandelskaufmann im
ersten Lehrjahr,
Nürnberg,
bei der DEG seit 2011



Mehr als nur ein Job:

Entfaltungschancen & Gestaltungsmöglichkeiten

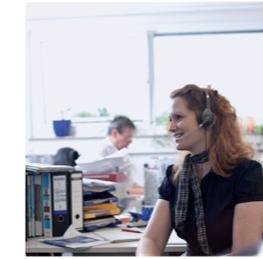
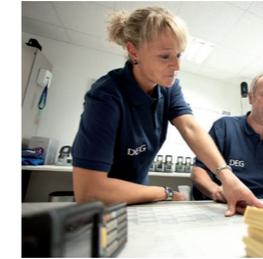
„ ... ich führe so,
wie ich geführt
werden möchte!“

Kultur der Innovation

Unsere Mitarbeiter sind unser Potenzial, von ihnen werden unsere Innovationen gemacht. Innovationen sind die Grundlage unseres unternehmerischen Erfolgs und damit auch unserer Wettbewerbsfähigkeit - sie sichern Beschäftigung. Deswegen fördern wir die Innovationsfähigkeit unserer Mitarbeiter auf allen Ebenen durch kontinuierliche Weiterbildungsangebote. Wer diese Entfaltungschancen wahrnimmt, kann sich selbst im Beruf besser verwirklichen. Es wird in Zukunft immer wichtiger, die Fähigkeiten der Mitarbeiter zu erkennen, sie gezielt zu entwickeln und einzusetzen. Das setzt auf beiden Seiten ein hohes Bewusstsein und eine große Lernbereitschaft voraus: Unser Ziel ist es, den Personalbedarf genau zu planen, Talente zu erkennen und mit einer guten Unternehmenspolitik an uns zu binden. Von unseren Mitarbeitern erwarten wir im Gegenzug die Bereitschaft, sich während ihres Berufslebens immer wieder auf neues Terrain zu begeben. Und wir haben gleichzeitig ein großes Interesse daran, die Menschen mit ihrem Wissen zu halten.

Werte schaffen Mehrwert

Verantwortung und Vertrauen sind die Grundfesten für ein langfristiges Bestehen unseres Unternehmens auf dem Markt. Wir setzen bei der Mitarbeiterführung auf Integrität und Nachhaltigkeit. Die Führungskräfte und Vorgesetzten der DEG stehen für einen glaubwürdig vorgelebten Wertekanon. Wir wollen allen Mitarbeitern vermitteln, dass und auf welche Weise Werte im Unternehmen gelebt werden können. Wir legen Wert auf offene Kommunikation, zum Beispiel wenn es um den gemeinsamen Erfolg geht: Die Umsatzentwicklungen unseres Hauses sind für jeden Mitarbeiter einsehbar.



Gemeinsam sind wir stark

Jeder Mitarbeiter ist ganz persönlich wichtig für den gemeinsamen Unternehmenserfolg. Ob Lagermitarbeiter oder Führungskraft - wir begegnen jedem Kollegen auf Augenhöhe und mit Respekt. Statusdenken oder Individualismus im Sinne von Alleinentscheidungen sind nicht unser Stil. Aus diesem Grund streben wir größtmögliche Transparenz an: Unternehmerische Probleme und Herausforderungen, die zu meistern sind, werden ganz klar offen gelegt, Konflikte wenn ausgetragen, wenn es erforderlich ist. Möglich wird das durch unsere flachen Hierarchien, in denen jede Ebene zugänglich ist und es keine Barrieren gibt. Arbeit ist ein wichtiger Teil der Lebenswelt eines jeden Mitarbeiters, deswegen ist ein gutes internes Klima für uns von besonderer Bedeutung. Und es macht sich bezahlt: Die überdurchschnittlich langen Betriebszugehörigkeiten unserer Mitarbeiter sprechen für sich.

Fit für die Zukunft

Damit die DEG auch in Zukunft gut aufgestellt bleibt, kümmern wir uns schon heute um unsere Mitarbeiter von morgen: Im Rahmen unserer Ausbildungsinitiative wollen wir kontinuierlich jedes Jahr Auszubildende für uns gewinnen. Und wir können ihnen im Gegensatz zu vielen anderen Unternehmen ein Umfeld bieten, in dem sie sich nach ihren eigenen Vorstellungen optimal entfalten können. Wir verfügen dank unserer Muttergesellschaft Sonepar über ein großes und flexibles Netzwerk mit zahlreichen Chancen und Möglichkeiten: Unseren Mitarbeitern steht es offen – ganz nach ihren individuellen Vorstellungen –, in vielen Ländern dieser Welt zu arbeiten oder an speziellen Entwicklungsprogrammen teilzunehmen. Sie sind nicht auf irgendeine einmal ausgeübte Tätigkeit fest gelegt, sondern sie können sich in verschiedenen Arbeitsfeldern ausprobieren.

Sonja Scharl (44), Bürokauffrau, Personalkauffrau IHK, Fernstudium Coaching, ist seit 2009 Personalleiterin der DEG und versteht sich selbst als „Dienstleister zwischen Mitarbeitern und Unternehmen.“



Ist Zukunft Zufall?

Wenn Visionen wahr werden

Was haben uns Zukunftsforscher, Wahrsager und selbst ernannte Visionäre nicht schon alles versprochen? Einige malen regelmäßig Weltuntergangsszenarien an die Wand, andere träumen von Technologien, die die Welt revolutionieren werden. Think Tanks, Philosophen und ein Heer von Ingenieuren – sie alle arbeiten an der Zukunft. Ist Zukunft blinder Zufall oder liegt ihre Gestaltung in unserer Hand?

Aristoteles stellte bereits die entscheidende Frage die Zukunft betreffend. Er argumentiert, dass sich der Wahrheitsgehalt einer Aussage wie „Morgen wird eine Seeschlacht stattfinden“ erst am Abend des morgigen Tages erweisen wird. Vorher ist er schlichtweg nicht feststellbar. Jede Prognose kann also nur im Nachhinein bewertet werden.

Nehmen wir ein Beispiel: Die Illustrierte „stern“ präsentierte ihren Lesern 1960 ein mit Stadtplanern und Architekten erstelltes Modell für die „Stadt von morgen“:

Die kreisförmig angelegte Metropole ist für 10 Millionen Einwohner konzipiert. Im Zentrum steht ein riesiger Sendeturm, direkt darunter

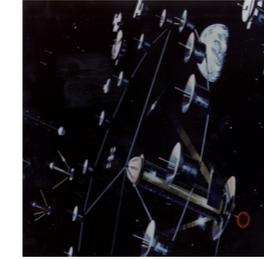


liegt ein unterirdisches Wasserstoffkraftwerk. Industrie-, Handels-, Verwaltungs- und Vergnügungszonen schließen sich an, die Wohngebiete liegen - abgetrennt durch einen Grüngürtel - an der Peripherie. Ein künstliches Ringgebirge umgibt die Metropole und sorgt für gemäßigte Wetterbedingungen. Der gesamte Verkehrsstrom wird kreuzungsfrei auf mehreren Ebenen in und durch die Stadt geleitet.

Von Flugautos und Mars Expeditionen

Selbstfahrende Fahrzeuge, teils schwebend auf mehreren Ebenen, Roboter im Haushalt, Mondkolonien und Mars Expeditionen - all das hielt man in den 60ern nicht nur für möglich, sondern für beinahe selbstverständlich. Experten waren überzeugt, dass unsere Autos heute schnell und elegant durch die Lüfte fliegen würden. Sie kannten sogar schon die Kosten für das erste Flugauto – es sollte 2011 zu einem Preis von etwa 200.000 Dollar ausgeliefert werden.

Nicht besser erging es manch anderer Utopie wie zum Beispiel dem Hochgeschwindigkeitszug mit Düsentriebwerk oder dem Kraftwerk in der Antarktis, das seinen Strom aus dem Temperaturunterschied zwischen Wasser und Luft gewinnen wird.



Beam me up, Scotty!

Manches haben die Zukunftsflüsterer treffend vorhergesehen wie etwa die rasante Entwicklung der individuellen Verkehrsmittel und des Massentransports. Und gelegentlich kam Science-Fiction der Realität sogar sehr nahe - die Macher von „Star Trek“ erwiesen sich als wahre Visionäre unter den Utopisten.

Beherrzte Motorola-Ingenieure nahmen sich den Communicator zum Vorbild – er inspirierte sie zur Entwicklung des ersten Mobiltelefons, das heute als universales Kommunikationsmittel aus unserem Leben nicht mehr weg zu denken ist. Auf den Warp-Antrieb werden wir allerdings noch eine Weile warten müssen, ebenso wie auf die Möglichkeit des Beamens. Obwohl: Anton Zeilingers Versuch war zumindest schon einmal erfolgversprechend – wenn auch nur im Kleinen. Im Laborversuch gelang es dem Quantenphysiker, Lichtteilchen zu beamen.

Was die teils abenteuerlichen Prognosen der 60er dagegen nicht voraussahen, war das Internet. Die endlosen Weiten des digitalen Universums und die damit verbundene enorme Wirtschaftskraft kamen in den Zukunftsszenarien schlichtweg nicht vor.



Zukunftswissen ist Gold wert

Sollte indessen der Eindruck entstanden sein, dass Zukunftsforschung per se sinnlos ist, weil die Prognosen oft danebenliegen, dann wäre dies ein großes Missverständnis.

Das Wissen über die Welt von morgen ist Gold wert. Ganze Organisationen widmen sich heute diesem Ziel – sie schauen für Unternehmen in die Zukunft. Diese wiederum richten ihre langfristigen Strategien nach den Orakeln der Visionäre aus. Wer weiß, wie die Welt von morgen aussieht, hat klare Vorteile. Wozu in teure Produktentwicklungen investieren, wenn diese ohnehin den Markt verfehlen würden? Die Gewinner der Zukunft sind jene Unternehmen, die die Zeichen ihrer Zeit richtig zu deuten wissen.

Fest steht: Wir brauchen Gesellschaftsmodelle, die dem demografischen Wandel Rechnung tragen, und nachhaltige Entwicklungskonzepte für die Wirtschaft; wir benötigen zukunftsorientierte Unternehmens- und Wettbewerbsstrategien ebenso wie innovationsorientierte Technikfolgenabschätzung, Technikbewertung und Technikgestaltung. Zukunftswissen ist ein kostbarer Wirtschaftsfaktor - intensiv an Geld und Manpower - doch diese Investition wird sich in Zukunft rechnen.

Hilmar Fütterer (51), Politologe M. A. und Journalist, zuletzt u. a. tätig für des Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS Erlangen



Schon in den 60er- und 70er-Jahren träumten US-Forscher davon, Solarkraftwerke ins All zu verlegen. Riesige Solarzellensegel sollten die Erde umkreisen und ihre geballte Energie gebündelt als Mikrowellenstrahl nach unten leiten. Dort fangen Antennen den Strahl auf und wandeln ihn um in elektrischen Strom. Klingt gut und ganz nach „grüner“ Technologie. Wenn wir heute über zukünftige Entwicklungen nachdenken, werden wir vermutlich ein wenig bescheidener sein. Wir werden regenerative Energiekonzepte vorantreiben, energieeffizienter leben und die Ressourcen schonen müssen. Wir werden also die Solaranlagen – ebenso wie Wind-, geothermische und Wasser-Kraftwerke - nicht ins All schießen, sondern verstärkt hier auf unserem Planeten bauen.



Anleitung zum Zukunfts-Optimismus:

Warum die Welt nicht schlechter wird

von Matthias Horx

Die Lage der Zukunft scheint verheerend: Die Umwelt ist in höchster Gefahr, der Kapitalismus böse, Europa steckt in der Krise und die Globalisierung ist eine Katastrophe. Doch hinter solchen Ansichten stecken Ideologien, verzerrte Weltbilder und Ängste. Wir räumen auf mit dem grassierenden Zukunfts-Pessimismus.

Angst-Epidemie...

Nur zwölf Prozent der Deutschen glauben, dass die Zukunft besser werden könnte als die Vergangenheit. Eine chronische Angst-Epidemie geht um. Gefahren werden überzeichnet und Risiken verzerrt. Angst-Hysterien haben fatale Nebenwirkungen: Sie können notwendige Innovation verhindern und zu falschen Investitionen führen. Doch wie entstehen diese Ängste? Lassen Sie uns einige Phänomene näher betrachten:

Menschen beurteilen die Welt und ihre Gefahren entlang kulturbedingter Muster. Zu diesen Mustern gehört in der westlichen Kultur zum Beispiel die Romantisierung der Natur, - zur Grundwahrnehmung der deutschsprachigen Länder eine generell negative Einstellung zu

allem Ökonomischen. Auch sind wir es gewohnt, Prognosen in einer linearen Logik zu erstellen: Man verlängert Trends linear von A über B in die Zukunft, ohne veränderte Technologien und Lernprozesse mit einzubeziehen. Diese undifferenzierten Wahrnehmungsmuster werden weiter verstärkt durch das heute vorherrschende brutale Konkurrenz-Klima in der Medienwelt. Tradierte Regeln journalistischer Arbeit kommen kaum noch zur Anwendung - es geht längst nicht mehr um rationale Auseinandersetzungen, sondern nur noch um die Erzeugung von Sensationen. Die Folge sind Falschdarstellungen und ideologische Polemik.

So kommt es trotz relativen Wohlstands und obwohl viele Lebensrisiken sogar abgenommen haben zu erheblichen Fehleinschätzungen. Es bestehen irrationale Zukunftsängste und ein ausgeprägter Pessimismus nach dem Motto: „Uns geht es eigentlich gut, aber die Welt geht den Bach herunter.“ Der Philosoph Odo Marquard bezeichnet dies als Fahrstuhl-effekt: „Während der Fahrstuhl der Ansprüche nach oben fährt, fährt die Welt aus der Sicht der Fahrstuhlpassagiere nach unten.“

...und Wirklichkeit

Wie sieht dagegen eine differenzierte Betrachtung der Wirklichkeit aus? Nehmen wir uns einige der klassischen Angst-Gerüchte vor:

Klimakatastrophe

Der Anstieg der Erdtemperatur durch menschliche Einflüsse sollte nicht darüber hinwegtäuschen, dass Klimawandel eine historische Konstante ist. Überschwemmungen, Dürren, Stürme, Erdbeben, gehören zur Menschheitsgeschichte, sie können Kooperation und Innovation befördern. Ein Energiewechsel in Richtung Erneuerbare Energien wird den nächsten Aufschwung bringen.

Demographische Katastrophe

Ein moderater Bevölkerungsverlust hat bei steigender Produktivität eher einen positiven Effekt. Und die Geburtenrate wird in den nächsten Jahren wieder steigen, wenn Reformen in der Work-Life-Balance greifen – in anderen Ländern zeigt sich dieser Effekt bereits.

Matthias Horx gilt als einflussreichster Trend- und Zukunftsforscher im deutschsprachigen Raum. und leitet das Zukunftsinstitut in Wien.



Verdummung

Weltweit lässt sich eine massive Steigerung der Schulbeteiligung feststellen: 76 Prozent der Erwachsenen können heute lesen, 1990 waren es erst 64, in den 60er Jahren nur 42 Prozent. Auch in Deutschland steigt die Bildungsrate generell an. Die viel gescholtenen elektronischen Medien haben einen „Bildungs-Kollateraleffekt“, der Menschen auf lange Sicht klüger und kompetenter macht.

Das solide Fundament unserer Zukunft:

Optimismus, Innovation und Werte

„Das Leben findet heute statt.“

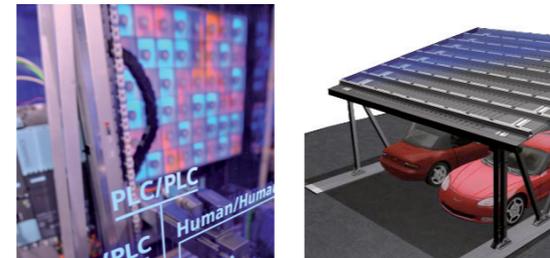
Die Zukunft der Elektrobranche wird angesichts der globalen Entwicklungen von großen Veränderungen geprägt sein, doch Zukunftsforscher Matthias Horx bringt es auf den Punkt: Komplexe Fragestellungen, wie zum Beispiel der Klimawandel, müssen nicht notwendigerweise zu einer pessimistischen Grundeinstellung verleiten.

Wir stehen vor großen Herausforderungen. Diese resultieren vor allem aus knapper werdenden Ressourcen und einem stetig steigenden Energiebedarf. Doch wenn wir die Zeichen der Zeit richtig erkennen und mit Verstand und Voraussicht lösungsorientierte Perspektiven schaffen, können wir gerade diese Entwicklungen in attraktive Chancen für Hersteller, Handel und Handwerk ummünzen. Und die jüngsten Investitionen und Entwicklungen, zum Beispiel im Bereich der erneuerbaren Energien, aber auch im Hinblick auf intelligentes Energiemanagement und hocheffiziente Lösungen bei der Energieeinsparung, zeugen von einer enormen Innovationskraft auf Seiten unserer Lieferanten.

Es sind vor allem unsere Kunden, die diese Produkt- und Anwendungsinnovationen einfordern, um den steigenden Ansprüchen auf dem Markt gerecht zu werden. Auch wenn es um die Entwicklung neuer und anspruchsvoller

Dienstleistungen geht, die weit über das hinausgehen, was noch vor wenigen Jahren zum Standard gehörte, sind unsere Kunden die treibende Kraft. So erschien uns noch vor wenigen Jahren ein Sortiment von 10.000 Artikeln in unseren Lagern als durchaus beeindruckend – heute hat sich unsere Angebotspalette auf rund 30.000 Artikel ausgeweitet, und in naher Zukunft ist ein Sortiment von 100.000 Artikeln greifbar und realistisch. Artikel, die jederzeit und an jedem Ort verfügbar sein werden – mobil geordert wird die Ware zuverlässig am nächsten Morgen auf die Baustelle geliefert. Die Abwicklung der Standardbestellung erfolgt heute schon weitgehend online, Verkaufs- und Beratungsgespräche konzentrieren sich dagegen zunehmend auf anspruchsvolle Fragestellungen und die Entwicklung von maßgeschneiderten Rundum-Sorglos-Paketen für unsere Kunden. Und wir entwickeln uns kontinuierlich weiter. Wir arbeiten bereits heute an Lösungen, um die Welt von morgen im Sinne unserer Kunden noch komfortabler zu gestalten.

Die Gründer der DEG konnten sich vor 100 Jahren kaum vorstellen, wie gewaltig sich die Elektrobranche in nur wenigen Jahrzehnten verändern würde – die Produkt- und Dienstleistungspalette, über die wir heute verfügen, war damals noch vollkommen unvorstellbar.



Dennoch haben sie sich optimistisch auf den Weg gemacht und waren mit ihrer mutigen Vision überaus erfolgreich. Auch wir können heute nur in groben Zügen erahnen, was in den nächsten zehn Jahren auf uns zukommen wird. Darüber hinaus in eine noch fernere Zukunft zu blicken ist, wie schon zu Zeiten der Pioniere, angesichts der hohen Dynamik in unserem Umfeld nur sehr bedingt möglich.

Doch 100 Jahre Erfahrung im Elektrogroßhandel zahlen sich aus, denn die DEG kann auf Konstanten bauen – auf das solide Fundament einer über ein Jahrhundert gepflegten Unternehmenskultur. Unsere Zukunftschancen erwachsen gerade aus der Treue zu unseren bisherigen Grundsätzen, die sich in der langen Geschichte und Tradition unseres Unternehmens heraus kristallisiert haben:

- der gelebten Nähe zu unseren Kunden,
- einer hohen Innovations- und Anpassungsfähigkeit und dem
- respektvollen und wertschätzenden Umgang mit unseren Mitarbeitern und Geschäftspartnern.

Vor diesem Hintergrund können wir getrost optimistisch in die Zukunft blicken. Wir sehen neugierig den Entwicklungen der nächsten



Jahre entgegen, sind bereit, den spannenden Herausforderungen, die sich daraus ergeben, kreativ und tatkräftig zu begegnen und wir freuen uns darauf, zusammen mit Ihnen neue Wege zu gehen und gemeinsame Werte zu schaffen.

Hans-Peter Laukin (55) war als Diplom-Kaufmann zunächst für die Unternehmensberatung Arthur D. Little tätig und wechselte 1991 in den Elektrogroßhandel. Seit 2009 ist er als Geschäftsführer der DEG verantwortlich für die Bereiche Vertrieb, Logistik, Personal, Marketing und E-Business

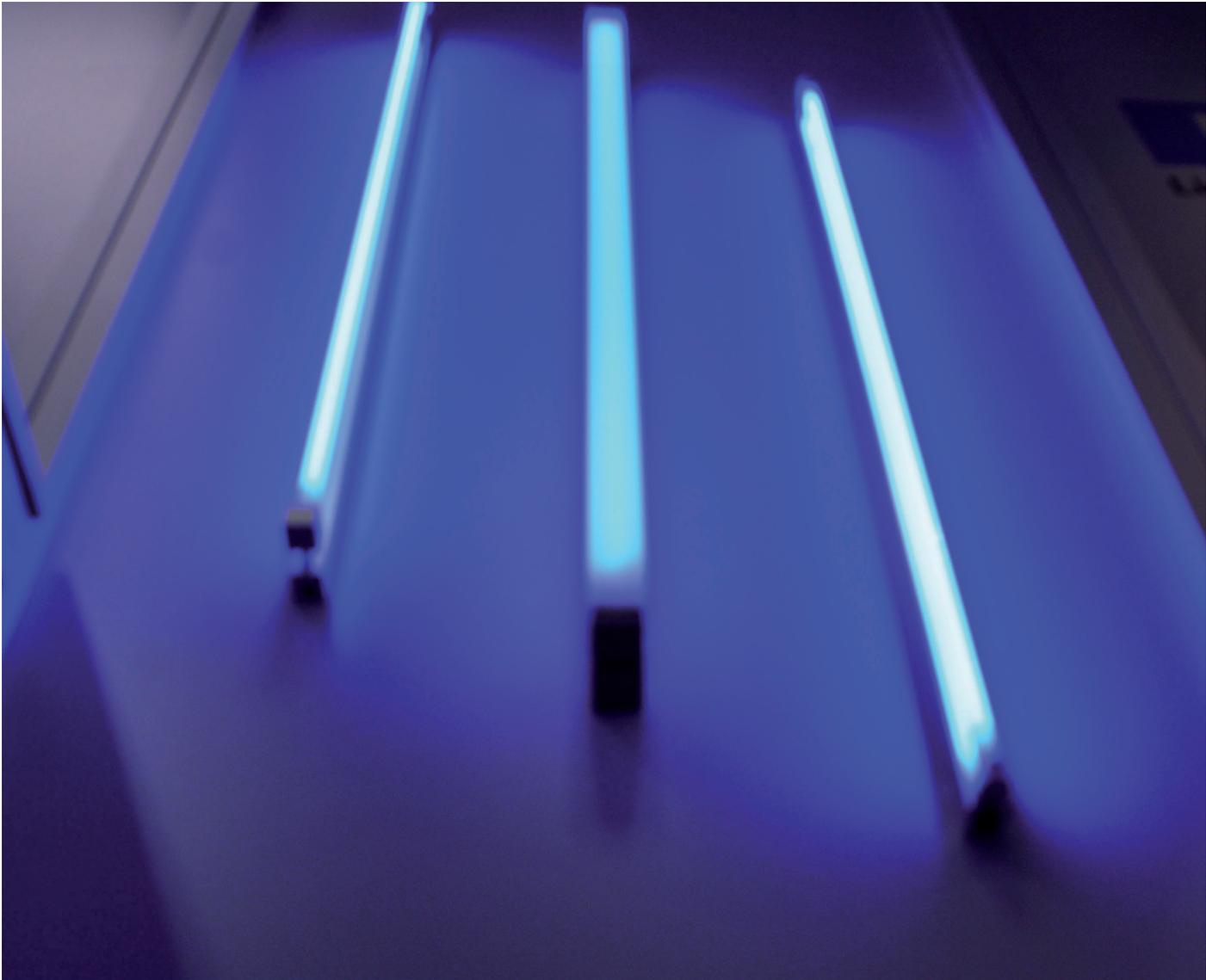


IMPRESSUM

Herausgeber:
DEG Deutsche Elektro-Gruppe
Elektrogroßhandel GmbH
Bremer Str. 25, 90451 Nürnberg
www.deutsche-elektro-gruppe.de
Auflage: 10.000 Exemplare

Das Redaktionsteam:
Redaktion: Hans-Peter Laukin (V. i. S. d. P.)
Realisation und Gestaltung:
Christine Kammerer
Redaktionsassistentz: Patrick Schirmer





DEG
DEUTSCHE ELEKTRO GRUPPE

DATZER
HTF
THU
Valentin Klein