

Wachstum trotz schwieriger Rahmenbedingungen



Im Bild v.l.n.r.: Damian Izdebski und Aleksandra Izdebska.

Credit: DiTech/Marin Lazarov

Fotograf: Marin Lazarov

Wien (OTS) -

- Nettoumsatz + 9% auf EUR 105 Mio., 20 zusätzliche Mitarbeiter
- Handelskonzept von DiTech ist zeitgemäßer als das der Elektro-Retailer
- DiTech 2012 weiter auf Wachstumskurs - auch im B2B-Bereich

Als hätten die ohnehin schweren Wirtschaftsbedingungen im Jahr 2011 nicht gereicht, stand die IT-Branche zusätzlich im Bann zweier Katastrophen. Im März brach die schlimmste Natur- und Reaktorkatastrophe in der Geschichte des Landes über Japan herein und zerstörte die Produktionsstätten zahlreicher Computerzulieferer. Lieferengpässe und Preiserhöhungen bei Notebooks und Hardwarekomponenten waren die Folge. Kaum hatte die Branche sich einigermaßen stabilisiert, verwüstete im Herbst ein Hochwasser Thailand und die großen Werke der dort ansässigen, internationalen Festplattenhersteller. Der Preis für die noch wenigen, am Markt verfügbaren Festplatten schnellte in die Höhe. Trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen in der IT-Branche ist es DiTech gelungen, den Umsatz um 9 % auf EUR 105 Mio. zu steigern und damit erstmals die Umsatzgrenze von 100 Mio. zu durchbrechen. 20 neue Arbeitsplätze konnten 2011 geschaffen werden.

Neue Produktgruppen und 3 neue DiTech-Shops

"Wir haben letztes Jahr große Anstrengungen unternommen, um dieses gute Ergebnis trotz der erschwerten Rahmenbedingungen zu erreichen", zeigt sich Aleksandra Izdebska, DiTech-Gründerin stolz. "Wir konnten 2,11 Mio. Produkte verkaufen. Das bedeutet eine Steigerung gegenüber

2010 um 6,1%. Bei den Computern (PCs, Notebooks und Server) verzeichnen wir sogar einen Zuwachs von 8,1 %. Fast die Hälfte davon mit unserer Eigenmarke dimotion", so Izdebska. Dieses gute Geschäftsergebnis lässt sich nicht nur auf die Eröffnung drei neuer DiTech-Shops im letzten Jahr zurückführen. Es wurden auch neue Produktgruppen eingeführt: So gingen 2011 bei DiTech fast 17.000 vertragsfreie Smartphones und rund 8.000 Tablets über den Ladentisch. Die Einführung von Apple ins Sortiment trug mit EUR 3,5 Mio. und fast 10.000 verkauften Apple Produkten ebenfalls positiv zum Gesamtergebnis bei.

Klare Fokussierung

Dass DiTech am heimischen PC-Markt weitere Marktanteile erobern konnte, ist für DiTech-Geschäftsführer Damian Izdebski vor allem der Fokussierung auf Computer und dem einzigartige Multichannel-Vertriebskonzept zu verdanken. "Wenn ein Verkäufer gleichzeitig bei Computern, Stereoanlagen, Kühlschränken und Staubsaugern kompetent beraten soll, kann ich nur lachen. Die Zeiten, in denen diese Gemischtwaren-Konzepte funktioniert haben sind vorbei. Die Kunden sind zwar informierter denn je, oft aber durch die Komplexität der Produkte in ihrer Kaufentscheidung überfordert. Bei uns werden die Kunden nicht vor endlosen Selbstbedienungsregalen sich selbst überlassen. Nur die Fokussierung auf einen Kernbereich ermöglicht das entsprechende Beratungsniveau, ohne welches man heute keine Computer erfolgreich verkaufen kann. Das Eingehen auf die Bedürfnisse der Kunden zeichnet uns aus.", so Izdebski.

Wesentlicher Bestandteil des Vertriebskonzepts ist einer der besten Onlineshops der Branche und die ausgefeilte Logistik, die dahinter steht. Mehr als 12 Jahre Erfahrung im Onlinehandel ermöglichten es dem Unternehmen im vergangenen Jahr, mehr als 33 % des Gesamtumsatzes über das Internet zu erwirtschaften. Große Produkttiefe, hohe Verfügbarkeit, Lagerstandanzeige jeder einzelnen Filiale online und österreichweite Lieferung innerhalb von 24h sind dabei die Vorteile, die auch 2011 wieder 82.000 neu registrierte Kunden zu DiTech geführt haben.

"Erfreulich ist weiters, dass immer mehr Businesskunden, mit denen wir schon jetzt knapp die Hälfte unseres Umsatzes erwirtschaften, diese Vorteile für ihr Unternehmen entdecken und nutzen. Darum haben wir in den letzten Monaten massiv in den Ausbau unserer Business-Abteilung investiert. Wir wissen, dass gewerbliche Kunden

anders ticken als Privatkunden, eine andere Art von Betreuung und spezielle Konditionen erwarten. Wir haben auf diese Anforderungen reagiert und sind nun auch als Hardwarelieferant für Businesskunden optimal aufgestellt." sagt Izdebski.

DiTech 2012 weiter auf Wachstumskurs

Auch heuer setzt DiTech klar auf Wachstumskurs. "Unser Umsatzziel für 2012 liegt bei EUR 120 Mio. - das ist ambitioniert aber machbar", meint Izdebski. Das Wachstum soll einerseits auf Kosten der großen Retailer gehen, die laut DiTech-Geschäftsführer weniger auf Beratung und Produktspezialisierung als auf Selbstbedienung und unseriöse Lockangebote setzen. Zum anderen will der Computerspezialist, der bereits große, aber auch kleine und mittlere Unternehmen zu seinen insgesamt 100.000 gewerblichen Kunden zählt, zusätzliche Anteile im B2B-Segment gewinnen.

Über DiTech

DiTech wurde vor 13 Jahren von Aleksandra und Damian Izdebski gegründet. Ihr Erfolgskonzept: Die Gründer haben das Wort "Personal Computer" ernst genommen und Computer nicht als Massenware mit Selbstbedienungscharakter angeboten, sondern auf Fachkompetenz und Service gesetzt. DiTech beschäftigt aktuell knapp 300 Mitarbeiter an 19 Standorten österreichweit, produziert unter der Eigenmarke dimotion in Wien und erwirtschaftete 2011 einen Umsatz von EUR 105 Mio. Laut Studie des Österreichischen Gallup-Instituts 2009 ist DiTech das beste Computergeschäft Österreichs.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis:

~

Mag. Rüdiger Wanzenböck
Leitung Marketing & PR
Tel.: +43 (0)59 555 - 820
E-Mail: rw@ditech.at

Dr. Mario Gündl
PR
Tel: +43 (0)676 - 3846310
E-Mail: mario.guendl@ditech.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/4166/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0006 2012-01-11/08:03

110803 Jän 12

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20120111_OTS0006