



## Die Technik von DiTech

Mit welchem Konzept es DiTech schaffte, zum anerkannten Computerspezialisten zu avancieren.

Es ist die raffinierte Kombination von Beratung und Verkauf über den Ladentisch, Online-Handel, Reparaturservice und Firmenkundengeschäft, die dazu führt, dass DiTech im vergangenen Geschäftsjahr einen Nettoumsatz von 96,2 Millionen Euro erwirtschaftete. Das entspricht einer Steigerung von 31 Prozent im Vergleich zu 2009 – dem stärksten Wachstum seit der Gründung im März 1999. Ein Großteil des Zuwachses basiert auf der Eröffnung von fünf neuen Filialen im Jahr 2010, doch auch flächenbereinigt betrug das Wachstum 16,7 Prozent.

48,5 Prozent wurden dabei von 91.000 gewerblichen Kunden erwirtschaftet, zu denen bekannte Firmen wie Siemens, Magna, ÖBB oder der TV-Sender ATV zählen; 38,3 Prozent wurden über den Online-Shop abgewickelt.

Als eine der Säulen des Erfolgs bezeichnet DiTech-Gründer Damian Izdebski die Online-Darstellung des Lagerbestands für jede Filiale: „Der Schritt zu dieser völligen Transparenz war schon eine große Überwindung, aber sie hilft dem Kunden zu disponieren.“ Das größte Unterscheidungsmerkmal zu den Elektronikgroßmärkten ist aber die intensive Beratung der Kunden vor Ort. Jede der inzwischen 16 Filialen ist nur 300 bis 500 Quadratmeter groß, das Kernstück sind die Beratungspulte mit speziellen Info-Displays für die Präsentation der infrage kommenden Produkte. So könne auf jeden Wunsch der Kunden individuell eingegangen werden, sagt Izdebski. „Es reicht heute nicht mehr, PCs oder Laptops zwischen Waschmaschinen und Staubsaugern auszustellen.“ Dazu seien die Geräte zu komplex geworden. „Ein 30 Jahre altes Selbstbedienungskonzept, wie viele unserer Mitbewerber im Elektro-Gemischtwarenhandel es anbieten, hat da ausgedient.“ Auch der Service nach dem Kauf gehört dazu: Reparaturen werden vor Ort durchgeführt, die Geräte müssen nicht für Wochen eingeschickt werden.

Insgesamt verkaufte DiTech 2010 zwei Millionen Einzelprodukte, neben Zubehör waren dies 51.000 Computer, darunter 34.500 Stück der Eigenmarke dimotion. Der Vorteil: Die Kunden können sich ihren PC von einem Fachberater maßschneidern lassen – vom Büro-Desktop bis zum High-End-Gaming-Boliden.