

DiTech Eigenmarke **dimotion** konnte sich laut Marktforscher GfK auf Platz 2 der heimischen PC-Verkaufscharts platzieren

„Fokussieren auf ein stark abgegrenztes Sortiment“

DiTech-Gründer **Damian Izdebski** hält kompetente Beratung für einen wesentlichen Erfolgsfaktor.

CHRISTOPH FELLNER

Wien. Im Consumer-Bereich ist der Elektrohandel neben dem Computer-Fachhandel eine wichtige Vertriebsgröße. Allerdings scheint bei einigen Konsumenten ein Umdenken stattgefunden zu haben: Sie setzen verstärkt auf die Beratung von ausgebildeten Verkäufern und weniger auf ein Produktsortiment, das vom Ladyshave bis zum USB-Stick reicht. Diese Tendenz schlägt sich in einer aktuellen Studie des Marktforschungsunternehmens GfK Austria zur Entwicklung des heimischen Computerhandels nieder. Demnach hat der Elektrohandel im Jahr 2010 bei beratungsintensiven IT-Produkten im Vergleich zu Computerfachhändlern an Marktanteilen verloren.

„Computerfachhändler konnten 2010 den Umsatz mit Notebooks und Tablet PCs um 21 Prozent steigern, während der Elektrohandel einen Rückgang von vier Prozent verzeichnete“, sagt Brigitta Liebenberger, Division Manager bei GfK Austria. „Noch etwas deutlicher zeigte sich diese Tendenz bei Desktop-PCs, also Standgeräten. Hier legte der auf Computer spezialisierte Fachhandel um 22 Prozent an Umsätzen zu, während der Elektrohandel ein Minus von sechs Prozent hinnehmen musste.“

Abgegrenztes Sortiment

Für **Damian Izdebski**, Geschäftsführer von **DiTech**, sind die GfK-Zahlen eine Bestätigung seiner Firmenstrategie. Beratung gehört zum Erfolgsrezept des Unternehmens, das im Vorjahr knapp 100 Mio. € umgesetzt hat. Anders als im klassischen (Elektro-)Store kann man sich in den Geschäften des IT-Händlers nicht durch Ware



Die **DiTech-Gründer** **Damian Izdebski** und **Aleksandra Izdebska**: mit Konsequenz den 2. Platz am heimischen PC-Markt erreicht.

wählen, sondern wird vom Anfang an durch einen Berater betreut. „Die Marktzahlen beweisen eindrucksvoll, wovon wir seit Jahren zutiefst überzeugt sind: Das **DiTech-Handelskonzept** ist wegweisend, insbesondere durch die strenge Fokussierung auf ein sehr scharf abgegrenztes Sortiment und damit höchste Kompetenz im Bereich Computer“, sagt **Damian Izdebski**. Diverse Marketingkampagnen haben den Namen **DiTech** darüber hinaus nachhaltig ins Volk gestreut, sodass der Bekanntheitsgrad der Marke gegenüber 2009 von 19% auf fast 40% verdoppelt werden konnte.

„Durch die Kombination der intensiven persönlichen Beratung am Verkaufspult mit der laufend

weiterentwickelten Internet-Verkaufsplattform, über die wir bereits fast 40 Prozent des Umsatzes generieren, treffen wir genau die Erwartungen, die Kunden heute bei beratungsintensiven Produkten wie Computern haben.“

Individuelle Geräte

In ihrer Studie bestätigte die GfK Austria auch den hohen Stellenwert von **DiTech** als Hersteller, der in Wien maßgeschneidert Computer produziert. „Die Marktdaten aus 2010 zeigen, dass sich die **DiTech** Eigenmarke **dimotion** als klare Nummer zwei unter den in Österreich vertriebenen Desktop PCs etabliert hat. Gemessen an den 2010 hierzulande verkauften

Desktop PCs deckt **dimotion** gemeinsam mit dem Marktführer die Hälfte des österreichischen Markts ab“, fasst Liebenberger zusammen.

DiTech hat im vergangenen Jahr rund 51.000 Computer verkauft, der Großteil davon – 34.500 Stück – unter der Eigenmarke **dimotion**. „Die eigene Produktion in Wien ermöglicht uns, wie kein anderer Anbieter auf individuelle Kundenwünsche einzugehen“, sagt Firmengründerin **Aleksandra Izdebska**. „Durchschnittlich stellen wir alle 15 Minuten einen an die Bedürfnisse des Kunden zugeschnittenen Computer her.“ Die Tochterfirma **dimotion** fertigt seit dem Jahr 2007 Desktop PCs, Notebooks und Server in Wien. www.ditech.at