



## TECHNICAL COMPONENTS

Der Dätwyler Konzernbereich Technical Components ist einer der führenden High-Service-Distributoren Europas mit lokaler Präsenz, modernem Omni-Channel-Angebot und einer attraktiven Produktpalette. Er besteht aus den drei spezialisierten Marken Distrelec, Reichelt und Nedis. Insgesamt bietet der Konzernbereich Technical Components ein erweitertes Sortiment von bis zu 500'000 Produkten für Custom Production of Electromechanical Goods, Wartung, Automation, Elektronik, ICT und Home/Consumer Electronics mit hoher Verfügbarkeit und kurzen Lieferzeiten an.





### **Angesprochener Kundenkreis**

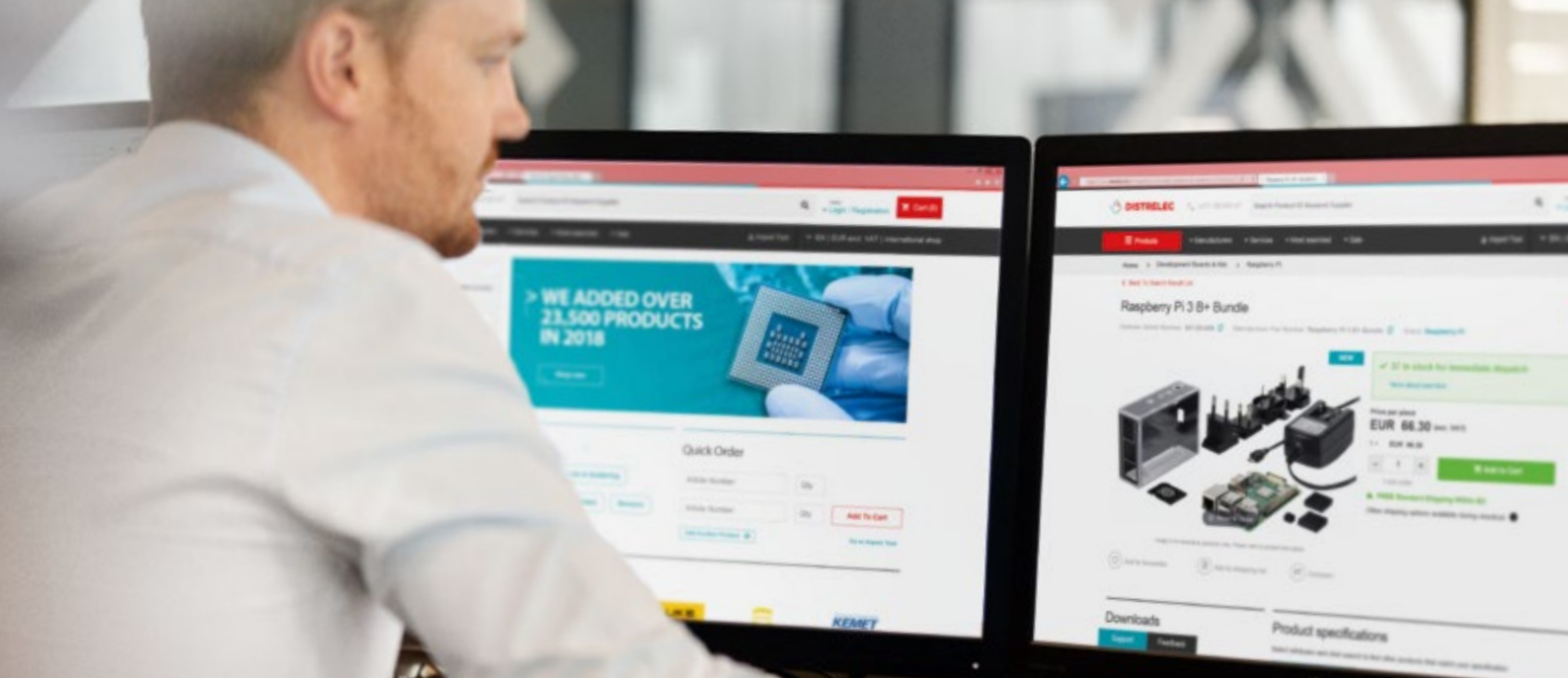
- Custom Production of Electromechanical Goods (CPE)
- Wartung, Reparatur und Unterhalt (MRO)
- Automation
- Electronic Design Engineers (EDE)
- Online- und Detailhandel für Home und Consumer Electronics

### **Bearbeitete Märkte**

- Europa

### **Leistungsangebot**

- Wartung und Sicherheit
- Elektronik-Komponenten und -Zubehör
- Automation
- Elektronische Bauteile und Verbindungstechnik
- Elektrotechnik
- Messtechnik
- Netzwerktechnik
- ICT-Komponenten und -Zubehör
- Haustechnik und Hausautomation
- Alarm- und Sicherheitstechnik



Distrelec hat die Performance ihres Webshops weiter verbessert und verfügt nun über eine der schnellsten und kundenfreundlichsten Lösungen der Branche.

## Gezielte Massnahmen zur Ankurbelung des organischen Wachstums

### Umsatz und Ertrag

- Der Konzernbereich Technical Components erarbeitete eine Umsatzsteigerung von 2.6% auf CHF 470.5 Mio. (Vorjahr CHF 458.6 Mio.). Bereinigt um die positiven Währungseffekte entspricht dies organisch einem gehaltenen Umsatz. Pro Handelstag hat der Umsatz um 0.6% zugenommen.
- Während Reichelt dank der internationalen Expansion und dem verstärkten Fokus auf Business-to-Business-Kunden überproportional zum Umsatzwachstum beigetragen hat, hat Nedis im Grosshandel für Home/Consumer Electronics zur Margenverbesserung das Sortiment weiter bereinigt und damit bewusst Umsatzrückgänge hingenommen.
- Dank konsequenter Kostenkontrolle hat sich das Betriebsergebnis (EBIT) auf CHF 14.5 Mio. (Vorjahr CHF 11.0 Mio.) verbessert. Dies trotz Einmalkosten für die Umsetzung der Ein-Marken-Strategie von Nedis.
- Durch den verstärkten Fokus auf attraktivere Kundensegmente hat sich die EBIT-Marge auf 3.1% verbessert (Vorjahr 2.4%).

### Wichtige Entwicklungen 2018

- Distrelec hat in Manchester die Zusammenarbeit des Beschaffungs-, Produkt-, Category- und Marketingmanagements weiter verbessert. Der zentrale Enterprise Hub steigert kontinuierlich die operative Leistung, was sich in verbesserten Key-Performance-Indikatoren zum Service, zur Kundenzufriedenheit und zum Webshop zeigt.
- Reichelt hat die internationale Expansion mit Webshops in den lokalen Sprachen im Berichtsjahr weiter vorangetrieben. Dies ohne den Heimmarkt zu vernachlässigen, was in der Wahl zum «Elektronik-Distributor des Jahres» der deutschen Fachzeitschrift «Elektronik» zum Ausdruck kommt.
- Nedis hat an der IFA in Berlin erfolgreich die neue Ein-Marken-Strategie lanciert. Gleichzeitig hat das Unternehmen die Produktqualität gestärkt, das Produktmanagement optimiert und die Verkaufseffizienz verbessert.

### Aktuelle Prioritäten

- Durch die Nutzung modernster digitaler Technologien stärkt Dätwyler in der Online-Distribution die vorausschauende Analyse. Dadurch können Distrelec und Reichelt ihre Zielkunden mit immer personalisierteren Angeboten ansprechen. Basierend auf den durchgeführten Marktanalysen fokussiert Distrelec neu auf die sogenannte Custom Production of Electromechanical Goods (CPE). Dabei handelt es sich um ein attraktives Segment von mittelgrossen Unternehmen, die technologieintensive Produkte in relativ kleinen Serien produzieren, sich durch überdurchschnittliche Bestellwerte auszeichnen und nicht durch die Massenanbieter abgedeckt werden. Die von CPE-Kunden favorisierten Produktkategorien haben in den vergangenen drei Jahren ein Umsatzwachstum verzeichnet.
- Reichelt plant 2019 die Lancierung von drei neuen Webshops in lokalen Sprachen in Italien, Belgien und Spanien. Parallel zur internationalen Expansion intensiviert das Unternehmen mit neuen Produkten und Marketingaktivitäten die Fokussierung auf das margenstärkere Business-to-Business-Geschäft.
- Nedis nutzt die neue Ein-Marken-Strategie und arbeitet an der Erschliessung neuer Kundengruppen wie beispielsweise den grossen Internethändlern oder der Werbeartikelbranche.
- Ausbau der gemeinsamen Beschaffung. Insbesondere das wachsende Sortiment der Eigenmarken RND und Nedis wird von allen drei Distributionsunternehmen vertrieben.

### Ausblick

- Im Vordergrund stehen die kontinuierliche Verbesserung des Einkaufserlebnisses, die Fokussierung auf Business-to-Business-Kunden, die Erweiterung des Sortiments und die Ankurbelung des organischen Wachstums. Die diversen eingeleiteten Massnahmen bilden die Basis dazu.
- Eine höhere Auslastung der Distributionszentren, gepaart mit einer konsequenten Kostenkontrolle, wird die Margen und die Profitabilität positiv beeinflussen.

## KENNZAHLEN TECHNICAL COMPONENTS

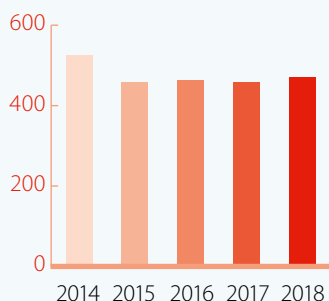
in Mio. CHF	2018	2017
Nettoumsatz	470.5	458.6
Betriebsergebnis (EBIT)	14.5	11.0
Betriebsergebnis in % des Nettoumsatzes	3.1%	2.4%
ROCE in %	6.7%	5.2%
Durchschnittlich eingesetztes Kapital	217.4	210.7
Investitionen	3.4	7.1
Personeneinheiten (Ende Jahr)	1'113	1'112



**471 Mio.**  
Umsatz in CHF

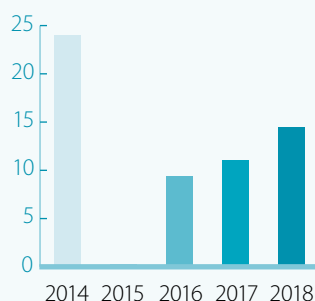
### NETTOUMSATZ

in Mio. CHF



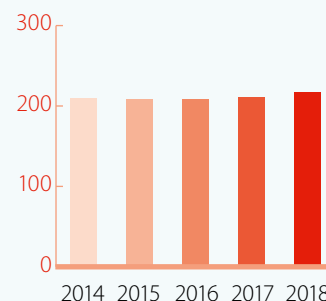
### BETRIEBSERGEBNIS (EBIT)

in Mio. CHF



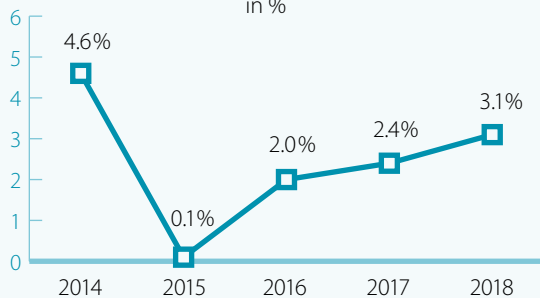
### EINGESETZTES KAPITAL

durchschnittlich in Mio. CHF



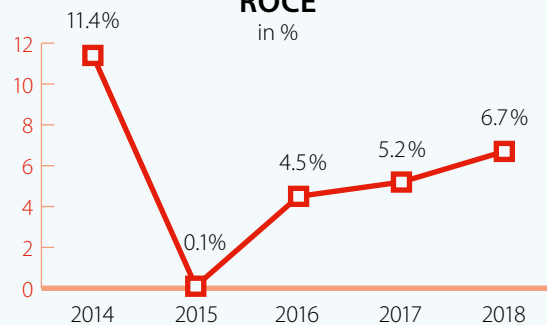
### EBIT-MARGE

in %



### ROCE

in %

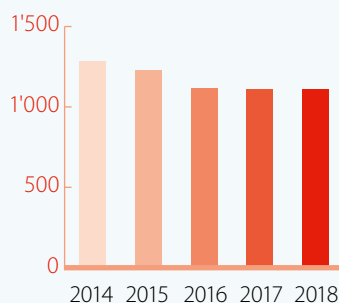


**250'000**

Produkte an Lager

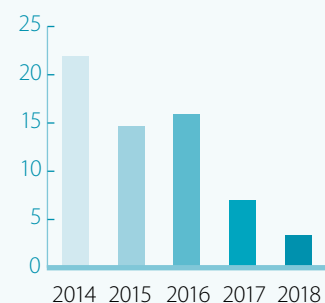
### PERSONALEINHEITEN

Ende Jahr



### INVESTITIONEN

in Mio. CHF



**1'100**

Personeneinheiten

2014 weitergeführte Geschäftstätigkeit (ohne Maagtechnik)