|  |  |
| --- | --- |
|  |   |
|  |
| Pressemitteilung |
|  |  |
| 400 Teilnehmer beim Partnerkongress 2018 von dormakaba  |
|  |

Ennepetal, 20.02.2018 - Digitale Transformation und Vernetzung waren die Hauptthemen des diesjährigen Partnerkongresses von dormakaba mit rund 400 Teilnehmern. Die Partner erfuhren hier, wie sich das Unternehmen digital weiterentwickelt und konnten in der begleitenden Ausstellung innovative Produkte und Lösungen live erleben. Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand – neben vielen interessanten Vorträgen und Workshops – aber auch der Austausch unter den Partnern.

Geschäftsführer Michael Hensel gab ein klares Bekenntnis zum mehrstufigen Vertrieb ab und betonte: “Eine starke Partnerschaft führt zu gemeinsamen Erfolg. Er stellte ausführlich die Organisation Deutschland vor und zeigte interessante Vermarktungsmaßnahmen, die auch die Partner nutzen können. Statt eines Vortrages stellte sich Riet Cadonau, CEO der dormakaba Gruppe, den Fragen der Partner zur zukünftigen Ausrichtung von dormakaba. „Was die digitale Transformation angeht, so verbinden wir Produkte, das Unternehmen und unsere Kunden miteinander und machen den nächsten Technologiesprung von der Elektronik zu cloudbasierten Systemen, wobei mechanische, elektronische und cloudbasierte Systeme weiterhin koexistent sein werden“, erklärte Riet Cadonau. Danach stellte sich Alwin Berninger als neuer COO AS DACH den Partnern vor. Von der Firma KUKA kommend sei er beeindruckt von der Marktposition von dormakaba, den Möglichkeiten des Cross Sellings und dem Servicepotenzial durch die digitale Vernetzung der Produkte.

Innovationsvorstand Dr. Andreas Häberli zeigte den Teilnehmern eindrücklich auf, wie der digitale Wandel rasant Einzug in den Alltag eines Jeden nimmt und natürlich auch die Geschäftsprozesse und Business Modelle von Partnern und dormakaba nachhaltig verändert. Er betonte: „Wir wollen Konnektivität als digitalen Zwilling zu den Hardware-Produkten anbieten und entwickeln neue digitale Services mit Kundenmehrwert.“ Uwe Eisele, Leiter Marketing Deutschland, nannte in seinem Vortrag über Marketing 4.0 Artificial Intelligence, Maschine Learning und Big Data als Treiber des digitalen Wandels.

Am zweiten Tag erläuterte Barbara Lemke, die Partnerprogramm Managerin, wie erfolgreich sich das dormakaba leadership partner program im ersten Jahr entwickelt hat und stellte neue Partner-Leistungen vor. Fachwissen konnten die Partner in den produkt- und lösungsbezogenen Marktplätzen vertiefen, die thematisch von Türtechnik über Automatiktüren, Flucht- und Rettungswege, Sicherheits- und Zutrittslösungen, Glasbeschlagslösungen bis hin zu Zeiterfassung reichten. Insgesamt war der Partnerkongress 2018 von dormakaba eine sehr erfolgreiche Veranstaltung, die von den Partnern als Informations- und Networkingplattform hoch geschätzt wird.

Weitere Informationen: Petra Eisenbeis-Trinkle

 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

 Albertistraße 3

 78056 Villingen-Schwenningen

 T: +49 6103 9907 455

 petra.eisenbeis-trinkle@dormakaba.com

 www.dormakaba.de

Die dormakaba Gruppe ist einer der Top-3-Anbieter im globalen Markt für Zutritts- und Sicherheitslösungen. Mit starken Marken wie Dorma und Kaba im Portfolio bietet das Unternehmen Produkte, Lösungen und Services rund um die Türe und sicheren Zutritt zu Gebäuden und Räumen aus einer Hand. dormakaba ist mit eigenen Aktivitäten und zahlreichen Kooperationspartnern in über 130 Ländern weltweit vertreten. In Deutschland arbeiten ca.3.800 Mitarbeiter für dormakaba. Die dormakaba Gruppe ist an der SIX Swiss Exchange notiert, hat ihren Sitz in Rümlang (Zürich/Schweiz) und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2016/2017 mit knapp 16.000 Mitarbeitenden einen Umsatz von mehr als CHF 2,5 Mrd.

SIX Swiss Exchange: DOKA (vormals: KABN / KABNE)

Mehr Informationen unter [www.dormakaba.com](http://www.dormakaba.com)

**Disclaimer**
Diese Kommunikation enthält bestimmte, in die Zukunft gerichtete Aussagen, z.B., aber nicht nur, Angaben unter Verwendung der Worte "glaubt", "geht davon aus", "erwartet" oder Formulierungen ähnlicher Art. Solche in die Zukunft gerichteten Aussagen werden auf der Grundlage von Annahmen und Erwartungen gemacht, von denen die Gesellschaft ausgeht, dass sie begründet sind, die sich aber als falsch herausstellen können. Sie sind mit der gebotenen Vorsicht zur Kenntnis zu nehmen, da sie naturgemäss bekannten und unbekannten Risiken, Ungewissheiten und anderen Faktoren unterliegen, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Finanzlage, die Entwicklung oder die Performance der Gesellschaft bzw. der Gruppe wesentlich von denjenigen abweichen, die in diesen Aussagen ausdrücklich oder implizit angenommen werden. Zu diesen Faktoren gehören unter anderem, aber nicht nur:
die allgemeine Wirtschaftslage,
der Wettbewerb mit anderen Unternehmen,
die Auswirkungen und Risiken neuer Technologien,
die laufenden Kapitalbedürfnisse der Gesellschaft,
die Finanzierungskosten,
Verzögerungen bei der Integration des Zusammenschlusses oder von Akquisitionen,
die Änderungen des Betriebsaufwands,
Währungsschwankungen und Schwankungen bei Rohstoffpreisen,
die Gewinnung und das Halten qualifizierter Mitarbeitender,
politische Risiken in Ländern, in denen das Unternehmen tätig ist,
Änderungen des anwendbaren Rechts,
die Realisierung von Synergien
und sonstige in dieser Kommunikation genannte Faktoren.
Sollten sich eines oder mehrere dieser Risiken, Ungewissheiten oder anderen Faktoren verwirklichen, oder sollte sich eine der zugrunde liegenden Annahmen oder Erwartungen als falsch herausstellen, können die Ergebnisse massgeblich von den angegebenen abweichen. Vor dem Hintergrund dieser Risiken, Ungewissheiten oder anderen Faktoren sollte sich der Leser nicht auf derartige in die Zukunft gerichtete Aussagen verlassen. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei über das Gesetz hinausgehende Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren oder zu revidieren oder an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen. Die Gesellschaft weist darauf hin, dass die Ergebnisse in der Vergangenheit nicht aussagekräftig bezüglich zukünftiger Ergebnisse sind. Zu beachten ist zudem, dass Zwischenergebnisse nicht zwingend indikativ für die Jahresendergebnisse sind. Leser sollten sich an einen unabhängigen Finanzberater wenden. Diese Kommunikation ist weder ein Angebot noch eine Aufforderung zum Verkauf oder Kauf von Effekten der dormakaba in irgendeinem Rechtssystem. dormakaba®, dorma-kaba®, Kaba®, DORMA®, Com-ID®, Ilco®, La Gard®, LEGIC®, SAFLOK®, Silca® usw. sind geschützte Marken der dormakaba Gruppe. Aufgrund länderspezifischer Anforderungen oder aus Vermarktungsüberlegungen sind nicht sämtliche Produkte in allen Ländern erhältlich.