

Wir sind
Vordenker
für Sicherheit



MARKENHANDBUCH



1—	<u>DEKRA</u> <u>HISTORIE</u>	S. 2
2—	<u>VISION</u> <u>2025</u>	S. 4
3—	<u>MARKEN</u> <u>STRATEGIE</u>	S. 6
4—	<u>MARKEN</u> <u>PLATTFORM</u>	S. 8
5—	<u>MARKE</u> <u>AUF CONNECT</u>	S. 12

MARKENHANDBUCH

Wir denken Sicherheit vor

Welche Markenwerte zeichnen uns aus? Wie möchten wir nach innen und außen wirken? Und was macht DEKRA einzigartig? Die Antworten auf diese Fragen gibt Ihnen unser Markenhandbuch. Jeder Einzelne von uns ist mit seinem Handeln und Auftreten Vorbild für Kollegen, Kunden, Partner und auch für die Familie. Was unser Markenanspruch genau bedeutet und wie er von Mitarbeitern weltweit gelebt wird, lesen Sie auf den folgenden Seiten. Teilen und leben Sie weiterhin unsere Werte, damit wir auch in Zukunft als starke Marke mit einzigartigem Charakter wahrgenommen werden.

Gemeinsam
– für eine sichere Welt.

1 — DEKRA Historie

Die ERFOLGSGESCHICHTE unserer Marke.

Unsere Gründung im Jahr 1925 war der Startschuss zu einer beeindruckenden Entwicklung, in der wir vom reinen Automobil-Prüfdienstleister zu einer der weltweit führenden Expertenorganisationen geworden sind. Der zunehmenden Internationalisierung begegnen wir kompetent mit einer weltweit einheitlichen Ein-Marken-Strategie. Damit leistet die Marke DEKRA einen signifikanten Beitrag zur Erhöhung des Unternehmenswertes.

1925

Gründung von DEKRA
als eingetragener
Verein in Berlin

1946

Stuttgart wird neuer
Sitz der Zentrale

1960

Anerkennung als
Fahrzeugüberwachungs-
organisation

1973

Einführung Berufskraftfahrer-
schulungen

1974

Gründung der DEKRA
Akademie für Aus- und
Weiterbildungsaktivitäten

1980

Zulassung als Prüfstelle
für Gerätesicherheit

1988

Fahrzeugprüfungen in
europäischen Nachbarländern

1990

Beauftragung als technische
Prüfstelle in den neuen
Bundesländern

HISTORISCHE ENTWICKLUNG DES DEKRA LOGOS



1991

Gründung DEKRA ETS
mit Aufgaben in den
Bereichen: Technische
Sicherheit, Materialprüfung
und Bau

2003

Eröffnung
Technology Center
am Lausitzring

2005

Aufbau des
Industrieprüfgeschäfts

2009

Einstieg in die
Produktzertifizierung

2012

Ausbau Beratungs-
geschäft für
Organisations- und
Prozesssicherheit

2015

Markteinstieg EMV-/
Wireless-Prüfungen

2017

Kauf Lausitzring:
Gründung eines Zentrums
für automatisiertes
und vernetztes Fahren



Günter Raupp

Niederlassungsleiter 1974-2001
Stuttgart, Deutschland



„Wir sind stetig gewachsen, da wir schnell und lösungsorientiert auf neue Anforderungen reagiert haben. So haben wir uns einen Namen gemacht. Wir geben Kunden das Gefühl, sich auf uns verlassen zu können. „DEKRA-jederzeit und überall“: Den damaligen Anspruch könnte ich heute noch unterschreiben.“

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Günter Raupp'.

GÜNTER RAUPP

2— **Vision
2025**

Wir werden
DER GLOBALE PARTNER
für eine
sichere Welt.

IN DEN DREI
LEBENSBEREICHEN

— IM VERKEHR —



— BEI DER ARBEIT —



— ZU HAUSE —



MISSION



WIR SCHAFFEN SICHERHEIT

DURCH DAS ZUSAMMENSPIEL VON

**Technologie
& Ausrüstung**

Durch die Unterstützung der Entwicklung, Spezifizierung, Nutzung und Instandhaltung von technischen Geräten und Anlagen.

**Standards
& Richtlinien**

Durch die Entwicklung und Verbesserung von Standards und Richtlinien, die eine optimale Sicherheitsleistung gewährleisten.

**Einstellung
& Verhalten**

Durch das Fördern von Sicherheitsbewusstsein, Sicherheitswissen und sicherheitsorientiertem Verhalten.

WIR KONZENTRIEREN UNS DARAUF



**Unfällen
vorzubeugen,
um Leben
zu schützen**

**Globale
Partnerschaften
mit allen
Stakeholdern zu
pflegen**

**Globaler
Vordenker
für
Sicherheit
zu sein**



WEIL SICH SICHERHEIT AUSZAHLT



Matthias Witte

Geschäftsführer
Frankfurt, Deutschland



„Bei DEKRA kümmern wir uns als Experten darum, dass wir in einer sicheren Umgebung leben und arbeiten. Damit nicht nur meine Arbeit zur Sicherheit beiträgt, nehme ich an einem Erste-Hilfe-Kurs teil. So kann ich im Ernstfall helfen.“

MATTHIAS WITTE

3— Marken Strategie

DEKRA als
FÜHRENDE MARKE
für Sicherheit
etablieren.

Die Marke ist das entscheidende Differenzierungsmerkmal unseres Unternehmens und zugleich die Triebfeder für unser Wachstum. Unsere Kunden müssen die Marke DEKRA an jedem Punkt, an dem sie mit ihr in Berührung kommen, eindeutig und einmalig erleben. Die DEKRA Markenstrategie ist dabei unser Masterplan.

- ▼ Wir verfolgen weltweit eine einheitliche Ein-Marken-Strategie.
- ▼ Die Markenpositionierung bestimmt die Leitlinien für unser Verhalten, unser Erscheinungsbild und unseren Anspruch.
- ▼ Ein emotional geprägter Auftritt unseres Unternehmens ist das zentrale Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb.
- ▼ Die Marke DEKRA leistet einen signifikanten Beitrag zur Erhöhung des Unternehmenswertes.



Pinky
Li

Manager
Guangzhou, China



„DEKRA - ein zuverlässiger und engagierter Partner, bei dem jeder Mitarbeiter persönlich für Sicherheit entsteht. Für mich sind es wir DEKRAianer, die unsere Marke so einzigartig machen.“

Pinky Li
PINKY LI

4— Marken Plattform

Die Haltung,
die uns
EINZIGARTIG
macht.

Unsere Markenplattform beruht auf unserer Haltung, mit der wir Kunden, Partnern und Kollegen begegnen, dem Markenversprechen, dass wir „alles in den grünen Bereich“ bringen, und den Markenwerten, nach denen wir leben und arbeiten.

Wir sind der
verlässliche Partner
für ein gutes
Gefühl im Leben.



UNSERE
HALTUNG

UNSER
MARKENVERSPRECHEN



Alles
im
grünen
Bereich.



Lubomir
Ochotnický

Geschäftsführer
Bratislava, Slowakei



„Sich sicher zu fühlen bei dem, was man tut, ist wichtig, denn nur in einer stabilen und sicheren Umgebung kann man gute Leistung erbringen. Ich als Jogger trage daher Reflektoren an den Beinen, um frühzeitig von Autofahrern erkannt zu werden.“



LUBOMIR OCHOTNICKÝ

Die relevanten
Eigenschaften,
die unser
Handeln
bestimmen.



Markenwerte



Um unsere Vision glaubhaft und relevant zu kommunizieren, handeln wir alle im Sinne der Marke und treten als überzeugende Markenbotschafter auf. Daher leiten sich unsere Markenwerte direkt aus unseren Mitarbeiterwerten ab. Die Mitarbeiterwerte sind in der Visionsbroschüre näher beschrieben.

MITARBEITERWERT
VERANTWORTUNG FÜR SICHERHEIT



MARKENWERT
Sicherheitsbewusst

Wir sind Vorbilder für ein sicherheitsbewusstes Verhalten
– während der Arbeit und darüber hinaus.

MITARBEITERWERT
KUNDENORIENTIERUNG



MARKENWERT
Lösungsorientiert

Wir beantworten jede
Kundenanfrage zeitnah
und suchen für jede
Aufgabe eine Lösung.

MITARBEITERWERT
UNTERNEHMERTUM



MARKENWERT
Wegweisend

Wir sind proaktiv und
ergreifen die Initiative.

MITARBEITERWERT
TEAMGEIST



MARKENWERT
Partnerschaftlich

Wir arbeiten miteinander,
unterstützen uns
gegenseitig und
teilen unser Wissen.

MITARBEITERWERT
INTEGRITÄT



MARKENWERT
Gewissenhaft

Wir verhalten uns
aufrichtig und ehrlich.



Karin Pacci

Verwaltungsangestellte
São Paulo, Brasilien



„Unser Auftrag ist Sicherheit, und dieser endet nicht mit der Erbringung der Dienstleistung oder dem Ende eines Arbeitstages. Sicherheit muss gelebt werden, immer und überall.“

Karin Pacci

KARIN PACCI

⁵— [https://
connect.dekra.com](https://connect.dekra.com)

In der Community „Kommunikation und Markenführung“ finden Sie alle Inhalte unseres Markenhandbuchs sowie weitere Informationen, Richtlinien, Dokumente und Geschichten, die die Marke DEKRA ausmachen. Besuchen Sie regelmäßig die Community, um den aktuellen Entwicklungen unserer Marke zu folgen!

VIELEN
DANK!

Wir danken allen Teilnehmern der Safety Challenge für ihr Sicherheitsengagement und ihren Beitrag zu diesem Markenhandbuch.



DEKRA e.V.
Handwerkstrasse 15
70565 Stuttgart
www.dekra.com

86 753/V71 03.2019