

# ANIXTER®

Produkte. Technologie. Services. Global geliefert.

## THE BLUE BOOK

Mehr als 50 Jahre exzellente Leistung  
müssen gefeiert werden



# INHALTSVERZEICHNIS

Unsere unternehmensphilosophie . . . . .	1
Unsere besonderheiten . . . . .	2
Kunden und lieferanten . . . . .	3
Wahrheit . . . . .	4
Integrität . . . . .	5
Teile dich mit. . . . .	6
Begeisterung . . . . .	7
Wandel . . . . .	8
Wichtigtuere und hohe tere . . . . .	9
Vizepräsidenten und direktoren . . . . .	10
Unser beitrag zum unternehmen. . . . .	11
Organigramme. . . . .	12
Stellenbeschreibungen . . . . .	13
Hierarchie . . . . .	14
Kommunikation . . . . .	15
Telefon . . . . .	16
Erste Klasse . . . . .	17
Spesen . . . . .	18
Hire and fire – einstellung und entlassung . . .	19
Beförderungen und versetzungen . . . . .	20
Einnahmen und ausgaben . . . . .	21
Gehälter . . . . .	22
Unser betriebsklima . . . . .	23
Management. . . . .	24
Menschen . . . . .	25

# EINFÜHRUNG

Anixter ist der weltweit führende Anbieter von Kommunikationsprodukten für die Verbindung von Sprach-, Video-, Daten- und Sicherheitssystemen. Anixter ist ebenfalls einer der führenden Anbieter von Kabeln und Leitungen für die Elektrotechnik und Elektronik, Befestigungsmaterial für den Bau, die Reparatur und die Wartung verschiedenster Systeme und Geräte. Unsere innovativen Supply Chain Services senken die Kosten in den Geschäftsprozessen unserer Kunden und stellen sicher, dass sie gleich beim ersten Mal die richtigen Produkte erhalten.

Unsere Gründer entwickelten das Blue Book vor über 45 Jahren, um darin unsere Überzeugungen und unsere Firmenphilosophie festzuhalten. Seit unserer Gründung im Jahre 1957 sind wir gewachsen und haben uns deutlich verändert, doch Eines blieb immer gleich: unsere Verpflichtung gegenüber den Werten, die im Blue Book festgehalten sind.

Mittlerweile in der 32. Auflage repräsentiert das Blue Book noch immer den "Anixter way", wie wir denken und wie wir mit unseren Kunden und Lieferanten umgehen. Es ist nicht übertrieben wenn wir behaupten, die einfache, zielgerichtete Philosophie des Blue Books sei einer unserer wesentlichen Erfolgsfaktoren über die Jahre.

# UNSERE UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE

- 1 Der Mensch steht an erster Stelle.
- 2 Unser Wort ist verbindlich – wir sind verantwortlich.
- 3 Wir nehmen Service ernst.
- 4 Ein schlechter Geschäftstag ist ein Luxus, den wir uns nicht leisten können.
- 5 Wir wollen die Besten sein.
- 6 Wir sind Realisten. Wir glauben an Offenheit.
- 7 Wir sind zugänglich, mit uns kann man unkompliziert zusammenarbeiten.
- 8 Wir sind aggressiv ... wir sind “Macher” ... wir arbeiten hart.
- 9 Wir sind oft erfreut, aber nie zufrieden.
- 10 Wir entlohnen unsere Mitarbeiter angemessen.

# UNSERE BESONDERHEITEN

Wir nehmen Service ernst.

Für überdurchschnittlichen Gewinn muss man überdurchschnittliche Geschäfte machen.

Da wir keine eigenen Produkte vertreiben, müssen wir hervorragenden Service bieten.

Service ist eine Geisteshaltung. Um hervorragenden Service bieten zu können, müssen unsere Mitarbeiter davon wirklich überzeugt sein – und sie müssen von dem Wunsch beseelt sein, es jetzt zu tun und es richtig zu tun.

Service hat seinen Preis. Also erwarten wir, für herausragende Leistungen auch sehr gut bezahlt zu werden.

# KUNDEN UND LIEFERANTEN

Kunden hängen nicht von uns ab. Wir hängen von ihnen ab.

Sie stören uns nicht bei der Arbeit. Sie sind der Grund unserer Arbeit.

Wir tun unseren Kunden keinen Gefallen, wenn wir sie bedienen.

Sie tun uns einen Gefallen, weil sie uns die Gelegenheit dazu geben.

Kunden kommen mit ihren Bedürfnissen zu uns. Es ist unsere Aufgabe, diese gewinnbringend zu behandeln – für sie und für uns.

Kunden sind unsere Fahrkarte zum Erfolg. Ohne sie können wir ihn nicht erreichen.

Und bei Anixter behandeln wir Lieferanten wie Kunden.

 Ersetze also das Wort “Kunden” durch “Lieferanten” und lies die Seite nochmals.

# WAHRHEIT

Wir sagen die **WAHRHEIT**, einander,  
unseren Kunden und unseren Lieferanten.

Wir sagen die ganze Wahrheit, nicht nur  
die halbe.

Wir dehnen, verbiegen oder umgehen sie nicht.

Und wenn jemand einen Mordskrach schlägt,  
wenn du die Wahrheit sagst – lass ihn einfach.

Sag einfach, wie es ist.

Eine kleine Lüge und du bist ein Lügner.



# INTEGRITÄT

Integrität bedeutet, das **RICHTIGE** zu tun, auch wenn niemand hinsieht.

Wir sind eher bereit, Geld, einen Kunden, einen Lieferanten oder einen Auftrag zu verlieren, als unserer Unternehmensethik nicht zu genügen, unsere Integrität zu verletzen oder gegen das Gesetz zu verstoßen.

# TEILE DICH MIT

Denke nach! Denke oft und gründlich nach,  
dann **SAG**, was du denkst.

Achte auf deine Gefühle! Akzeptiere sie und  
bringe sie zum Ausdruck.

Und reg dich nicht auf, wenn andere es tun.

# BEGEISTERUNG

Begeisterung ist das größte Betriebskapital der Welt. Sie übertrifft Geld, Macht und Einfluss.

Begeisterung überwindet Widerstände, bringt uns unseren Zielen näher und räumt alle Hindernisse aus dem Weg.

Begeisterung ist Vertrauen in Aktion – Vertrauen darauf, Hindernisse zu beseitigen. Begeisterung wirkt Wunder.

Begeisterung ist ansteckend, also lebe sie durch deine Haltung und deine Einstellung vor. Sie fördert die Leistung, die Freude und die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter.

Begeisterung bringt **ERGEBNISSE**.

# WANDEL

Nichts ist so beständig wie der Wandel.

Alles muss sich verändern um zu wachsen.

Wir begrüßen den Wandel, denn:

 WANDEL = CHANCEN = WACHSTUM

# WICHTIGTUER UND HOHE TIERE

Sprich mich nicht mit Herr oder Frau an, denn ...

Wir sprechen uns alle mit Vornamen an.

Alle.

Wenn dich jemand mit Herr oder Frau anspricht, dann nenne ihm deinen Vornamen.

Wir wollen WACHSEN – und gleichzeitig klein und familiär bleiben.

Ohne Wichtigtuerei.

# VIZEPRÄSIDENTEN UND DIREKTOREN

Vizepräsidenten und Direktoren sind ganz normale Menschen mit Erfahrungen und Kenntnissen, die dir in deinem Beruf weiterhelfen können.

Sie haben Freunde und gute Kontakte, verstehen meist etwas vom Verkaufen und können sich besonderer Aufgaben annehmen. Das verschafft dir zusätzliche Möglichkeiten. Und: Zwei Köpfe sind immer besser als einer.

Vizepräsidenten bei Anixter sind für dich da (nicht umgekehrt).

Nutze sie!

# UNSER BEITRAG ZUM UNTERNEHMEN

Jeder muss sich selbst finanzieren, Jahr für Jahr.

Das ermöglicht uns, außergewöhnliche Männer  
und Frauen zu beschäftigen.

Strebe jeden Tag nach höheren Verkäufen,  
niedrigeren Kosten und höherer Leistung.

 Denn immerhin sind Anixters  
Geschäfte **DEINE** Geschäfte.

# ORGANIGRAMME



# STELLENBESCHREIBUNGEN

# HIERARCHIE

Hierarchie verwandelt ein Unternehmen in eine Pyramide.

Pyramiden bewegen sich nicht.  
Sie zerfallen allmählich.

Jeder sollte das tun, was er **AM BESTEN** kann.

Unser Unternehmen braucht die besten Köpfe für die größten Probleme – oder für die größten Chancen.

Deshalb werden wir zum Wohle der Firma unsere Leute (und ihre Titel) immer wieder umorganisieren ...

... ohne eine Hierarchie, die das behindern würde.

# KOMMUNIKATION

Wir wollen die persönliche Kommunikation,  
Auge-in-Auge.

Das Telefon ist die zweitbeste Lösung.

Briefe und E-Mails sind gut, um Aktionen  
zusammenzufassen, die bei einer Besprechung  
vereinbart wurden, oder um Ziele festzuhalten.

Briefe und E-Mails sind auch als  
Dankeschreiben geeignet!

# TELEFON

Wir telefonieren selbst.

Wir nehmen unsere Anrufe selbst entgegen.

Wir sind nie “beschäftigt”. Wenn wir in einer Besprechung sind, dann kann uns jemand für ein Gespräch mit einem Kunden oder Lieferanten herausholen.

Und niemand bei Anixter fragt jemals:

 “WER IST DENN DRAN?”

# ERSTE KLASSE

Für uns sind unsere Kunden Erste-Klasse-Kunden, die einen erstklassigen Service verdient haben.

Wir unterhalten Kunden, wenn es angemessen ist, um unsere Wertschätzung für ihr Geschäft zu zeigen.

Das hilft uns, unsere Kunden und ihre Anforderungen zu verstehen.

Unterhaltung sollte jedoch unter keinen Umständen auf das Unternehmen oder seine Kunden unangemessen wirken.

Deshalb: Denken Sie erstklassig, verhalten Sie sich erstklassig, und sorgen Sie dafür, dass dieses Unternehmen weiterhin erstklassige Arbeitsplätze bietet.

# SPESEN

Dieses Unternehmen ist dein  
geschäftliches Zuhause.

Lebe in ihm nach deinem eigenen Stil.

Denke nur daran, dass das Firmengeld,  
das du aus gibst, dein eigenes Geld ist.  
(Schließlich ist es deine Firma.)

Und rechne deine Spesen so ab, dass du  
dich nicht schämen müsstest, wenn deine  
Abrechnung am schwarzen Brett hinge.

# HIRE AND FIRE – EINSTELLUNG UND ENTLASSUNG

Wir stellen nicht einfach Leute ein.

Wir bitten sie, ein Teil unseres Unternehmen zu werden, um es besser zu machen.

Wir entlassen keine Leute.

Wir bitten sie, das Unternehmen zu verlassen und wir helfen ihnen eine Stelle zu finden, wo sie arbeiten können.

# BEFÖRDERUNGEN UND VERSETZUNGEN

Drei Fragen müssen in der folgenden Reihenfolge gestellt werden:

**WILL** die Person das tun?

**KANN** die Person das tun?

**WIRD** die Person das tun?

Nur ein “Nein” ... und es ist “Nein!”



# EINNAHMEN UND AUSGABEN

Die Einnahmen sollten jeden Monat größer sein als die Ausgaben.

# GEHÄLTER

Gute Leistungen werden bei uns angemessen bezahlt.

Bitte Leute mit schlechten Leistungen, es besser zu machen, hilf ihnen, erfolgreich zu werden und zeige ihnen Alternativen auf, falls sie es nicht werden.

# UNSER BETRIEBSKLIMA

Wir arbeiten, weil es uns Spaß macht und um Geld zu verdienen.\*

Wir lehnen Geheimnistuereien ab.

Wir sprechen Missstände offen an, beseitigen sie und gehen zurück an die Arbeit.

- \* Gibt es irgendeinen anderen Grund zu arbeiten?

# MANAGEMENT

Führe!

... oder folge.

Oder geh aus dem Weg.

# MENSCHEN

“Der Mensch” ist das erste Wort in unserer Unternehmenskultur ... und das letzte.

Unser Geschäft – alle Arten von Geschäften – dreht sich um **MENSCHEN**.

Wenn wir uns um die Menschen in unserem Unternehmen kümmern, dann kümmern wir uns um unser Geschäft.

Erste Auflage, Dezember 1968  
Zweite Auflage, März 1974  
Dritte Auflage, Januar 1981  
Vierte Auflage, Mai 1985  
Fünfte Auflage, Mai 1986  
Sechste Auflage, Oktober 1986  
Siebte Auflage, Februar 1987  
Achte Auflage, Januar 1988  
Neunte Auflage, September 1988  
Zehnte Auflage, Dezember 1988  
Elfte Auflage, Mai 1989  
Zwölfte Auflage, September 1989  
Dreizehnte Auflage, April 1990  
Vierzehnte Auflage, September 1990  
Fünfzehnte Auflage, Februar 1991  
Sechzehnte Auflage, März 1992  
Siebzehnte Auflage, September 1993  
Achtzehnte Auflage, Januar 1995  
Neunzehnte Auflage, Mai 1995  
Zwanzigste Auflage, Oktober 1995  
Einundzwanzigste Auflage, April 1997  
Zweiundzwanzigste Auflage, März 1998  
Dreiundzwanzigste Auflage, März 1999  
Vierundzwanzigste Auflage, August 2000  
Fünfundzwanzigste Auflage, März 2002  
Sechsendzwanzigste Auflage, Juli 2005  
Siebenundzwanzigste Auflage, August 2007  
Achtundzwanzigste Auflage, November 2007  
Neunundzwanzigste Auflage, November 2008  
Dreißigste Auflage, August 2010  
Einunddreißigste Auflage, März 2012  
Zweiunddreißigste Auflage, März 2014





**Strukturierte Verkabelung und Sicherheitslösungen**  
**Kabel für die Elektrotechnik und Elektronik**  
**OEM Supply – Fasteners**