

DER EUROPÄISCHE DISTRIBUTIONSMARKT IST UNTER DRUCK

Chance für Veränderungen

Das laufende Jahr wird für die Distribution keinen Trend zum Positiven bringen – doch gibt es erste Anzeichen, dass sich die Lage Ende des Sommers zumindest stabilisieren könnte. Schon jetzt zeichnet sich ab, dass heruntergefahrte Kapazitäten und fehlendes Planungsverhalten der Kunden zu Engpässen führen könnten.

Der Erdbeben, der den Distributionmarkt im vierten Quartal 2008 und in den ersten drei Monaten 2009 ereilt hat, dürfte in der Branchengeschichte einmalig sein: Der Auftragseingang ist teilweise um 30% eingebrochen. Der Sog, der sich anfangs vor allem auf den Automotive-Bereich konzentrierte, hat nun auch weitere europäische Schlüsselindustrien fest im Griff.

»Einbrüche hat es natürlich auch in der Vergangenheit gegeben, aber noch nie ist der Markt in so kurzer Zeit von einer Hochphase in die Rezession gestürzt«, schildert Bernd Pfeil, EBV Elektronik, das derzeitige Szenario.

Zyklisch war das Halbleitergeschäft schon immer. »Nichtsdestotrotz«, schildert Martin Meier, MSC Gleichmann, »ist das erste Quartal in der Distribution erfahrungsgemäß immer das stärkste Quartal des Jahres. Das heuer die ersten drei Monate sowohl beim Auftragseingang als auch bei den Billings deutlich hinter dem vierten Quartal zurückliegen, ist besorgniserregend.«

Und noch ein weiteres »Naturgesetz« scheint ausgehebelt: Zyklische Ausschläge – nach oben wie nach unten – haben den Dis-

tributionmarkt in der Vergangenheit weitaus weniger betroffen als den OEM-Markt. Eine breite Kundenbasis kleiner und mittelgroßer Industriebetriebe sowie eine Vielzahl von Marktsegmenten hatten dafür gesorgt, dass auch in konjunkturell schlechten Zeiten ein wirtschaftliches Grundrauschen zu vernehmen war. So zeigten sich noch im November letzten Jahres viele Distributoren zuversichtlich, dass die klassischen Schlüsselmärkte der Distribution wie Industrie, Automatisierung oder der Maschinenbau nur überschaubare Einbrüche vorweisen würden.

Doch es blieb bei dem Wunsch. »Mittelständische Industriekunden und auch der Maschinen- und Anlagenbau waren noch lange in der Hoffnung, die Krise ohne große Einbußen zu überstehen, weil diese Branchen in den letzten Jahren kontinuierliches Wachstum gezeigt hatten«, sagt Andreas Mangler, Rutronik. Doch auch diese Firmen mussten überrascht feststellen, dass es die europäischen Schlüsselindustrien ebenso heftig und plötzlich erfasst hat wie die übrige Wirtschaft.

Die Distribution wurde mit Verzögerung getroffen. Genauso



Die Teilnehmer des Forums:

Peter Grolms

Managing Director, ACAL

Dietmar Jäger

Senior Director, Distribution, Corporate Sales, EPCOS

Claus Köstner

Sales Manager, Industrial&MultiMarket, Central Europe, STMicroelectronics

Andreas Mangler

Director Strategic Marketing, Rutronik

Gerald Meier

Marketing Manager Germany, Future Electronics

Martin Meier

Vertriebsleitung Zentraleuropa, MSC

Bernd Pfeil

Vice President, Sales & Marketing Central Europe, EBV Elektronik

Paul Scholten

Geschäftsführer Sasco, Vice President Arrow Central Europe, SASCO

Ansgar Schröder

Vice Président Commercial, Lacroix Electronique

Norbert Siedhoff

Geschäftsführer, Microchip Technology

Karlheinz Weigl

Vice President Sales, Central & Eastern Europe, Silica

Johann Weber

Vorstandsvorsitzender, Vorstand Elektronik, Zollner Elektronik

wie der Mittelstand, der ja vor allem über die Distributoren beliefert wird. »Das Außergewöhnliche an der jetzigen Situation ist, dass sämtliche Marktsegmente von der Rezession erfasst wurden. Während in der Vergangenheit einige Segmente verzögert oder gar nicht reagiert haben, bröckelt es nun auf breiter Front«,

schildert Norbert Siedhoff, Microchip.

Wie stark der Umsatz der einzelnen Distributoren und Hersteller einbricht, hängt vom Engagement in den jeweiligen Marktsegmenten ab. ST Microelectronics beispielsweise, stark im Automotivesegment verankert, musste im ersten Quartal 2009 gegenüber ▶



Bernd Pfeil, EBV Elektronik

» Da bei den Bauelementeherstellern bereits kräftig Personal abgebaut wurde, sind diese mehr denn je auf die Unterstützung der Distribution angewiesen, um das Gros ihrer Kunden weiterhin adäquat zu betreuen. «



Martin Meier, MSC Gleichmann

» Kommt es zu Verknappungen, werden wohl zuerst die C-Komponenten davon betroffen sein, weil das Planungsverhalten im Halbleitermarkt bei Sole-Source-Produkten ausgeprägter ist als bei Standardprodukten. «



Dietmar Jäger, EPCOS

» Die Endkunden halten sich mit Aufträgen nach wie vor zurück und bestellen immer noch sehr kurzfristig. Wer allerdings sein Lager jetzt zu knapp oder falsch bestückt, kann künftig zu den Verlierern gehören. «

dem Vergleichszeitraum des Vorjahres im Segment Distribution einen Rückgang von rund 35% hinnehmen.

Karlheinz Weigl, Silica, schätzt den Rückgang im ersten Quartal 2009 auf rund 20% gegenüber Q1 2008.

Der Auftragseingang, schätzt Martin Meier, MSC Gleichmann, dürfte im ersten Quartal 2009 um rund 30% zurückgegangen sein. »Die Auftragseingänge sind gegenüber den rechnungsgestellten Auslieferungen deutlich im Hintertreffen.«

Nicht alle Segmente sind tiefrot

Die EMS-Industrie wartet mit ähnlichen Zahlen auf: In der Netzwerktechnologie sind die Umsätze in den ersten drei Monaten des Jahres gegenüber 2008 um 35% eingebrochen, in der Telekommunikation um 20%, im Automobilsegment ebenfalls um 35%. Weniger drastisch, so Johann Weber, Zollner Elektronik, sieht es bei der Datentechnik mit -5% aus sowie in der Mess- und Medizintechnik mit einem Minus von 7%.

»Für sich betrachtet, schneidet die Medizintechnik allerdings positiv ab«, sagt Weber, »diese Branche hat die Talsohle bereits im letzten Jahr durchschritten und rechnet 2009 wieder mit ei-

nem Wachstum von 5%«. Und noch weitere Bereiche trotzten dem Abwärtstrend: So sei die Nachfrage aus den Sektoren Bankautomaten, generell das Handling von Banknoten wie zum Beispiel Ticketautomaten, Schienen- und Wasserfahrzeuge sowie die Luftfahrt positiv. Belohnt wird, wer sich breit aufgestellt hat.

Wie lange die Durststrecke noch dauern wird, ist im Moment zwar nicht abzusehen. »Aber nach meinem Empfinden haben wir die Talsohle erreicht. Es gibt Anzeichen, dass es wieder nach oben geht, auch wenn diese im Markt noch nicht spürbar sind«, meint Johann Weber.

Das mag für die EMS-Branche in einzelnen Segmenten gelten – die Distributoren müssen sich wohl noch auf eine längere Dürreperiode einstellen. »Für uns als Distributor ist die Talsohle sicherlich noch nicht erreicht. Wir rechnen damit, dass unsere Kunden die Läger weiter nach unten fahren und erst einmal ihre Endprodukte abverkaufen, bevor wieder Material bestellt wird«, meint Bernd Pfeil, EBV Elektronik.

Da das erste Quartal traditionell stärker als das zweite und das dritte ausfällt, müsse man erwarten, dass die Buchungen und damit die Umsätze im Lauf des Jahres weiter einknicken. »Wir rechnen damit, dass es noch ein

Stück weit nach unten gehen wird, aber nicht mehr so dramatisch, wie wir es in den letzten Wochen gesehen haben«, meint Gerald Meier, Future Electronics. Peter Grolms, ACAL, beobachtet, dass Kunden neben Stornierungen vor allem Verschiebungen Richtung September vornehmen. Erst dann rechneten viele Firmen offenbar wieder mit steigendem Bedarf.

Der Sommer dürfte für die meisten Distributoren also noch einmal schwer werden, wenn gleich ein Silberstreif am Horizont sichtbar ist. »In einigen Produktbereichen sehen wir bei unseren Distributionspartnern zwar einen gewissen Abbau der Lagerbestände, aber insgesamt sind bei ihnen noch sehr hohe Bestände vorhanden«, so Dietmar Jäger, EPCOS. »Die Endkunden halten sich mit Aufträgen nach wie vor zurück und bestellen immer noch sehr kurzfristig. Wer allerdings sein Lager jetzt zu knapp oder falsch bestückt, kann künftig zu den Verlierern gehören.«

Karlheinz Weigl warnt zudem vor Sondereffekten. Da sowohl die Lager als auch die Fertigungskapazitäten dramatisch nach unten gefahren wurden, könnte es kurzfristig in einigen Bereichen zu Engpässen kommen. »Die Sicherheitsläger von Kunden wurden bereits abgebaut, die Halbleiterhersteller fahren teilweise mit

einer Kapazitätsauslastung von 50%. Das bedeutet, dass noch nicht einmal ein Aufschwung nötig ist, sondern lediglich eine Stabilisierung der Lage ausreicht, um es punktuell zu Engpässen kommen zu lassen.«

Niemand disponiert momentan langfristig, weil ja alles verfügbar ist, während die Lagerumschläge seit September dramatisch steigen. Aufträge werden erst geschoben – dann kurzfristig abgerufen. »Dieses Verhalten kann relativ schnell zu Problemen führen«, warnt Weigl.

»Die gesamte Lieferkette ist derzeit geleert – schon eine Stagnation des Marktes könnte ausreichen, um erste Engpässe auftreten lassen«, pflichtet Claus Köstner, ST Microelectronics, bei. Bis eine Fertigung wieder nach oben fährt, die Prozesse eingefahren sind, vergeht eine Totzeit von einigen Monaten. Zwar wurden die Kapazitäten mit Augenmaß heruntergefahren, wie Claus Köstner betont, nichtsdestotrotz hätten die Finanzanalysten dem Management von ST schon vorgeworfen, die Kapazitäten statt auf 50% nicht gleich auf 30% heruntergefahren zu haben.

Welche Produktbereiche von etwaigen Engpässen betroffen sein könnten, ist schwer zu prognostizieren. Der Planungshorizont der Kunden beläuft sich momentan auf ein bis zwei Wochen.



Gerald Meier, Future Electronics

» Wir rechnen damit, dass der Distributionsmarkt bis Herbst noch ein Stück weit nach unten gehen wird, aber nicht mehr so dramatisch, wie wir es in den letzten Wochen gesehen haben. «

Welche Bereiche zuerst wieder anziehen könnten, lässt sich auch nicht sagen. »Nicht nur die fehlenden Kapazitäten werden sich als problematisch erweisen, wenn der Markt wieder anzieht, sondern auch die Tatsache, dass es keinerlei Informationen über den Produktmix gibt. Uns fehlen Forecasts aus dem Halbleiterbereich – und angesichts der Produktvielfalt wird es sehr schwierig sein, genau das Richtige im Prozess oder auf Lager zu haben, wenn die Nachfrage wieder einsetzt«, bemerkt Norbert Siedhoff, Microchip. Grundsätzlich ist im Halbleitermarkt das Planungsverhalten bei Sole-Source-Produkten ausgeprägter als bei Standardprodukten. »Sollte es zu Verknappungen kommen, werden deswegen wohl zuerst die C-Komponenten davon betroffen sein, weil A-Komponenten wie zum Beispiel Mikrocontroller und ASICs im Planungsverhalten der Materialeinkäufer oberste Priorität besitzen«, ist Martin Meier überzeugt.

Kompensation durch Direktkundengeschäft?

Versuchen die Hersteller, ihre sinkenden Umsätze durch mehr Direktkundengeschäft zu kompensieren? Es wäre nicht der erste Downturn, der den einen oder anderen Hersteller veranlasst, wieder vermehrt Geschäft an sich

zu ziehen. Viele Hersteller konnten ihren Umsatz in den letzten zwei bis drei Jahren nicht steigern und haben durch die Kreditkrise 30 bis 50% ihres Umsatzes eingebüßt. »Wir sehen jetzt schon, dass etliche Hersteller unter diesem wirtschaftlichen Druck strategische Entscheidungen treffen, die ihr Distributionsnetz beeinflussen und beispielsweise auf eine weltweite Strategie ihrer Distributoren und verstärkt auf technischen Support für kleinere Kunden drängen«, beobachtet Paul Scholten, Arrow. Um große und mittelgroße Kunden selber zu bedienen?

Da bei den Bauelementeherstellern bereits kräftig Personal abgebaut wurde, sind diese nach Meinung von Bernd Pfeil mehr denn je auf die Unterstützung der Distribution angewiesen, um das Gros ihrer Kunden weiterhin adäquat zu betreuen.

»Die meisten Hersteller betrachten ihre Sales-Organisationen als reinen Kostenfaktor«, so Karlheinz Weigl. Im Gegensatz zu Fertigung und Entwicklung lässt sich der Verkauf notfalls auch über andere Kanäle abwickeln. »Auch wenn die Hersteller dies ungern zugeben: Der billigste Verkaufskanal ist die Distribution«, so Weigl weiter. Zudem nehme der Distributor dem Hersteller Kreditrisiken ab, was gerade in einer wirtschaftlich ange-



Norbert Siedhoff, Microchip

» Außergewöhnlich ist, dass sämtliche Marktsegmente von der Rezession erfasst wurden. Während in der Vergangenheit einige Segmente verzögert oder gar nicht reagiert haben, bröckelt es nun auf breiter Front. <<



Claus Köstner, ST Microelectronics

» Die gesamte Lieferkette ist derzeit geleert – schon eine Stagnation des Marktes könnte ausreichen, um erste Engpässe auftreten zu lassen. <<

spannten Situation vielen Firmen willkommen sei.

Diesen Vorwurf wollen die Hersteller nicht auf sich sitzen lassen: »Wie wir unser Distributionsnetz aufstellen, ist eine Frage der langfristigen Vertriebsstrategie und wird wohl weniger von der weltweiten Wirtschaftskrise bestimmt«, entgegnet Dietmar Jäger.

Die Konsolidierungsprozesse, die seit Jahren am laufen sind, könnten durch die Wirtschafts-

krise weitere Nahrung bekommen. »Die Wirtschaft leidet auch unter Finanzierungsproblemen«, meint Paul Scholten. Selbst wenn der Markt wieder anspringt, würden viele Firmen Probleme haben, ihre Geschäfte zu finanzieren und die nötigen Investitionen zu tätigen.

Und die Firmen werden aufgrund ihres günstigen Aktienkurses sehr billig zu haben sein: »Ich bin sicher, dass es sowohl bei den Herstellern als auch bei den Dis-

tributoren zu weiteren Übernahmen kommen wird«, meint Norbert Siedhoff.

Doch die momentane Situation – denn wer weiß schon, wie lange die Krise noch anhält – sorgt auch bei eventuellen Kaufinteressenten für Zurückhaltung. Das Geld wird lieber gehortet. »Vor zwei bis drei Monaten gab es noch Käufer im Markt, doch mittlerweile sind die Firmen vorsichtig geworden«, beobachtet Ansgar Schröder. Auch die finan-

zielle Situation bei den Kunden sorgt für Verunsicherung. Insbesondere die Automobilzulieferer sind stark unter Druck geraten und momentan nicht so finanzkräftig, dass sie eine länger anhaltende Krise überstehen würden. »Für mittelständische Lieferanten, deren finanzieller Spielraum sehr eng ist, kann es fatal sein, wenn sie von ihren Kunden nicht rechtzeitig bezahlt werden«, gibt Claus Köstner zu bedenken. (cs) ■

NAGT DAS INTERNET AN DEN GRUNDFESTEN DER DISTRIBUTION?

Entwickler-Chat contra FAE

Wird ein dezimierter DTAM am klassischen Vertriebsmodell der Distribution und ihren Kernbereichen rütteln? Die Hersteller werden ihre Distributionsnetze jedenfalls auf Herz und Nieren prüfen. Zudem muss die Distribution eine Strategie entwickeln, wie sie die Generation »Facebook« adressieren will, die in der Entwicklung und im Einkauf Einzug hält.

Dass das Internet für die Art und Weise, wie die Distributoren – und die Hersteller – heute technische Beratung erbringen, einen Zeitenwandel einläuten wird, darf als sicher gelten. Wie schnell er kommt und wie man ihm letztendlich begegnen soll, zählt zu den interessantesten Herausforderungen, denen sich die Distribution zukünftig stellen muss.

»Dem Kunden ein Datenblatt zu überreichen und ihm neue Produkte vorzustellen, ist definitiv überholt«, stellt Karlheinz Weigl, Silica, fest. »Die Entwicklergeneration, mit der wir es heute zu tun haben, wird sich diese Basisinformationen an anderer Stelle holen – nämlich im Web«.

Bereits heute herrscht in hunderten von Entwicklerforen und Chatrooms ein reger Austausch, ohne dass irgendein Distributor oder Hersteller mit an Bord ist. »Diese Entwickler kommen erst dann auf uns zu, wenn sie schon eine sehr konkrete Vorstellung haben, welches Produkt sie einsetzen wollen«, schildert Weigl.

Der Distributor, der sich in der Vergangenheit bemüht hat, seinem Kunden ein ausgewähltes Produkt für diese Applikation

schmackhaft zu machen, ist bei diesem Auswahlprozess immer häufiger außen vor und greift somit später in deren Design-in-Prozess ein.

Die direkten Einflussmöglichkeiten sinken. »Diese Entwickler wollen nicht von Herstellern oder Distributoren gesteuert werden,

sie bilden sich ihre Meinung selbst im Austausch mit Gleichgesinnten.« Ein Trend, dem man, so Karlheinz Weigl, bislang noch ohne jedes Konzept gegenüberstehe. »Wir müssen dringend verstehen, wie diese Mechanismen greifen, und zusammen mit unseren Herstellern überlegen, wie wir auf diese Prozesse Einfluss nehmen können«.

Solche Foren oder Austauschplattformen selbst zu initiieren, hält Weigl für den falschen Weg: »Die Entwickler wollen sich anonym austauschen.« Würden diese Diskussionen von Distributo-

ren oder Bauelementeherstellern gesteuert, verlören sie für die Teilnehmer schnell an Reiz. »Diese Foren leben von der Unabhängigkeit«, bestätigt Norbert Siedhoff, Microchip.

»Wir können diesen Trend nicht umkehren – die nächste Entwicklergeneration wird völlig anders ticken«, ist Claus Köstner, STMicroelectronics, überzeugt. »Wir müssen vielmehr versuchen, diesen Weg mitzugehen, beispielsweise alle Informationen über das Internet anbieten, die der Kunde benötigt.«

Denn während der Informationsaustausch zwischen Entwicklern in Internet-Foren schwer zugänglich und steuerbar ist, stehen den Firmen im Bereich der Informationsbeschaffung bereits viele Möglichkeiten offen.

So bietet Microchip eine Vielzahl von Informations- und Servicemöglichkeiten auf seiner Website. Kunden können beispielsweise elektronisch ein Ticket ziehen, um Fragen zu stellen, die ein weltweites Team binnen 24 Stunden per E-Mail beantwortet. »Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, professionellen Service über das Internet zu leisten«, ist Siedhoff überzeugt.

Zwar wird das Internet die persönliche Betreuung durch einen Applikationsingenieur nicht obsolet machen. Denn die Zahl und Komplexität neuer Produkte steigt immens, und die Roadmap, die ein Hersteller verfolgt, lässt



Paul Scholten, Arrow

» Das Anforderungsprofil der FAEs muss sich ändern: Das Managen von Ressourcen durch Generalisten wird immer wichtiger werden. Erst im zweiten Schritt werden sich Applikationsspezialisten um technisch komplexe Anwendungen kümmern. «

Karlheinz Weigl, Silica

» Die Entwicklergeneration, mit der wir es heute zu tun haben, wird sich die benötigten Basisinformationen an anderer Stelle holen – nämlich im Web. Wir sind als Distributor gefordert, mit entsprechenden Konzepten auf die Entwicklung zu reagieren. «