

MARKTKONZENTRATION IN DER RELAIS-BRANCHE

Lieferfähig trotz Allokation

Bandstillstand ist ein hässliches Wort. Entweder steht das Band, weil man keine Aufträge hat oder aber neuerdings weil man keine Bauelemente mehr just-in-time geliefert bekommt. Letzteres kann sich für den geplagten Mittelstand in Zukunft zu einem dauerhaften Problem entwickeln, wenn sich die Marktkonzentration bei Herstellern und Distributoren weiter verschärft. Am Beispiel der Relaisbranche lässt sich dies exemplarisch aufzeigen.

CHRISTIAN PETER
OLIVER PFLÜGER

Die Finanz- und Wirtschaftskrise hat die Relaisbranche härter getroffen, als es viele Marktteilnehmer bisher wahr haben wollen. Die Kapazitäten wurden durch die Hersteller drastisch heruntergefahren, Entwicklungen gestoppt und die Prioritäten und Vertriebsstrategien geändert. Diese Entscheidungen basieren oft mehr auf kurzfristigen Marktsituationen als auf langfristigen Hersteller-Kundenbeziehungen. Jahrzehntelange Geschäftsbeziehungen werden ohne Skrupel gekappt. So müssen sich viele Kunden und auch Distributionspartner der Hersteller auf geänderte Rahmenbedingungen einstellen. Da wird die Deutschland-Zentrale von Fujitsu in München in einer Nacht-und-Nebelaktion geschlossen und alle Kunden nach Holland überstellt. Dabei werden abgesprochene Preise nicht mehr eingehalten und Liefertermine einseitig geändert. Rutronik verliert die Tyco-Franchise, viele kleine Omron-Distributoren wie Relcon und Maluska, aber auch internationale Omron-Partner, haben zum Jahresende 2010 ihre Kündigung erhalten und werden seitdem nicht mehr beliefert. Ein Grund für die

Reduzierung der Omron-Franchiser könnte die bessere Nachverfolgbarkeit von Warenströmen sein, die sich mittels Ship-and-Debit besser darstellen lassen. Die Kontrollbedürfnisse der Hersteller sind in den letzten Jahren stark gestiegen. Dies sind nur drei Beispiele von vielen, die noch folgen könnten, wenn sich der Markt weiter konzentriert und die chinesischen Hersteller weiter den Druck erhöhen.

Hongfa und auch Song Chuan zählen schon heute zu den ganz großen Relaisherstellern in der Branche und profitieren natürlich als erste von den rasant wachsenden Kundengruppen im eigenen Land. Dass sich hier in den letzten Jahren eine klare Prioritätenverschiebung entwickelt hat, kann kein Marktteilnehmer mehr leugnen. Die asiatischen Heimatkunden genießen bei den dort ansässigen Herstellern absoluten Vorrang, erst danach kommen die USA und am Schluss erst Europa.

In der aktuellen Allokation ist es daher nachvollziehbar, dass begehrte Relais wie das »G5V1« von Omron in Deutschland fast nicht mehr zu bekommen sind. Kleine Kontingente müssen sich die hiesigen Franchise-Distributoren mühsam erkämpfen. Für neue Aufträge teilt Omron zurzeit nicht einmal mehr Lieferzeiten mit.



Besonders bemerkenswert ist die Tatsache, dass der Hersteller selbst bei seinen besten Distributoren eine Art Wachstumsbremse eingeführt hat, indem er nur noch maximal so viel Ware ausliefert, wie der jeweilige Distributionspartner im Jahr 2010 bestellt hat. Das wird es auch für große Broadliner massiv erschweren, neue Kunden und neue Projekte bedienen zu können.

Schleppende Innovationstätigkeit

Dies sind Zustände, die für Kunden und Distributoren gleichermaßen nicht akzeptabel sind. Die Fusionen bei den Distributoren kommen erschwerend hinzu, sodass sich die Endkunden oft neu orientieren müssen. Neue Ansprechpartner, neue Lieferanten, neue Strukturen, neue Konditionen und vor al-



Bild 1: »Die Lieferfähigkeit von freien Distributoren wird in Zukunft wesentlich besser sein, als es bei Franchisern der Fall ist«, betont Christian Peter, Gründer und Geschäftsführer von Intertec Components. »Wir als Smart-Distributor sind wesentlich näher dran an den Märkten und verfügen so auch über den ein oder anderen Joker, der dem Kunden im entscheidenden Augenblick helfen kann.«

lem neue Preise. Letztere kennen durch die Allokation, die beschriebene Konzentrationsbewegung und natürlich auch durch die stetig steigenden Rohstoffpreise nur eine Richtung, nämlich nach oben. Dies steht jedoch im Widerspruch mit der sehr schleppenden Innovationstätigkeit der Relaisbranche. Die vor etwa zehn Jahren entwickelten Halbleiterrelais galten als der große Entwicklungssprung.



Bild 2: »Intertec hat von der Krise gleich doppelt profitiert«, freut sich Oliver Pflüger von Intertec Components. »Zum einen haben wir viele Neukunden gewonnen, die bei ihren bisherigen Distributoren keine Ware mehr bekommen haben, zum anderen müssen nun auch viele ehemalige Franchise-Partner beispielsweise von Omron bei uns einkaufen, da deren Franchisevertrag gekündigt wurde.«

Zwar blieben die Erfolge dieser Produktgruppe nicht aus, jedoch ist ihr Anteil am gesamten Relaisvolumen noch sehr gering. Neben diesen reinen Produktentwicklungen hat sich die Branche natürlich auch an die geänderten Applikationen angepasst und Lösungen für gewisse Wachstumszonen entwickelt. So wurde die Gebäudetechnik und Solartechnik mehr in den Fokus genommen. Hier wird auch in der Zukunft noch mit wachsenden Absätzen zu rechnen sein. Jedoch nützen diese kleinen Lichtblicke nicht viel, wenn der Gesamtmarkt noch von zu vielen Herstellern mit fast baugleichen Typen und vergleichbarer Qualität umworben wird. Hier muss und wird sich zwangsweise in den nächsten Jahren die Spreu vom Weizen trennen, die kleineren Hersteller wie Fujitsu könnten verschwinden beziehungsweise von anderen großen Herstellern wie Hongfa übernommen werden. Die Endkunden werden sich auf bewegte Zeiten vorbereiten müssen. Haben diese gerade erst Hoffnungen auf eine gewisse Normalität in den Lieferzeiten und Verfügbarkeiten schöpfen können, so können sich bald neue Problemzonen für sie eröffnen.

Galten früher die so genannten freien Distributoren, also Händler ohne Franchiseverträge, als Distri-

butoren zweiter Klasse, so könnte sich das Bild nun ändern. Die derzeitige Allokationskrise hat bereits gezeigt, dass freie Distributoren wie Intertec Components viele gefragte Relaisstypen wesentlich schneller liefern konnten als die eingesessenen Broadline-Distributoren, die keine Ware von ihrer Europa-zentrale erhalten haben. Die gegenwärtigen Marktentwicklungen werden diesem Vertriebsmodell weiter Rückenwind verschaffen, da freien Händlern kein Franchisevertrag gekündigt werden kann und somit die Kundenbeziehungen auch nach einem wiederholten Strategiewechsel der Hersteller bestehen bleiben. Im Rahmen seines »Smart-Distribution«-Konzepts hat Intertec Components schon seit Jahren ein Modell entwickelt, das die Vorzüge der Franchise- und Non-Franchise-Systeme verknüpft. Der Kunde profitiert von einem globalen Bezugsnetz, das jede Krise übersteht und dauerhafte Preis- und Lieferfähigkeit garantiert.

Einseitige Abhängigkeit überwinden

Kunden, die bisher nur Single-Source-Produkte in ihren Applikationen eingesetzt haben, sei vor diesem Hintergrund angeraten, sich nicht nur von einem Hersteller abhängig zu machen, da sich hier schnell etwas am Markt ändern kann und ein aufwändiges und unter Zeitdruck gemachtes Redesign der Applikation nicht zugute kommen wird. Diese einseitige Abhängigkeit sollte auch in der Belieferung vermieden werden. Der Komfort, den Lieferanten beziehungsweise das Herstellerprodukt frei wählen zu können, ist nach den schlechten Erfahrungen der letzten Monate sicher ein absoluter Wettbewerbsvorteil. Galt noch vor wenigen Jahren die Lieferantenminimierung als oberstes Ziel, so ist es mittlerweile die Sicherstellung einer regelten Belieferung. Bandstillstände kann sich kein OEM mehr erlauben, und somit ist es für die Einkaufsabteilungen heute besser und überlebensnotwendig, die benötigten Stückzahlen auch zum besseren Marktüberblick gleich auf mehrere Lieferanten aufzuteilen. Aufgrund des Kunden- und Projekt-

CHRISTIAN PETER

ist Gründer und Geschäftsführer,

OLIVER PFLÜGER

ist Marketing Director und Geschäftsführer, beide bei Intertec Components

schutzes im Kreise der Franchise-Distributoren bietet sich hier eine Kombination aus Franchiser und freiem Distributor wie Intertec Components an. So haben die Kunden zwei leistungsstarke Partner, die sich hervorragend ergänzen können.

Die bereits erwähnte Priorisierung innerhalb der Kontinente wird sich auch auf die Kunden innerhalb der Absatzgebiete auswirken. Es ist keine Überraschung, dass die Großkunden mit großer Einkaufsmacht die allokierte Ware als erste bekommen und die kleineren und mittleren Kunden erst zeitverzögert. Die Konzentration der Franchiseverträge auf wenige große Broadliner macht den Distributionsmarkt sehr eng und wird zu einer größeren Abhängigkeit der Endkunden von diesen führen.

In Zukunft werden die Preise durch eine konsequente Konzentration der Belieferungswege stetig steigen, da die Kunden nicht mehr viele Alternativen haben werden. Daher sollte es im eigenen Interesse des Mittelstandes sein, sich Optionen zu bewahren, auch am Franchiser vorbei langfristige Lieferungen zu erhalten. Denn ein Konzept, wie es Intertec Components praktiziert, zielt bei weitem nicht nur auf die Abdeckung von Bedarfsspitzen, sondern bietet die gesamte Palette von Logistikkonzepten, Nachverfolgbarkeit, Lagerware, PCN-Informationen, Musterlieferungen und vielem mehr. Die oben beschriebenen Problematiken aus dem Relaisbereich sind sicher auch in anderen Produktbereichen zu finden, sodass sich alle Kunden angesprochen fühlen sollten, egal welche Bauelemente sie gerade einsetzen. (rh)

Intertec Components
Telefon: 0 81 61/99 13 0
www.intertec-components.de