

Auszug: Interview Helmut Bechtold in der Fachzeitschrift elektronik journal April 2016

Distribution: Das will der Markt

Elektronik-Hersteller kaufen einen Großteil der benötigten elektronischen Bauelemente über Distributoren ein. Was ist ihnen dabei wichtig? Was müssen die Distributoren leisten können? Elektronik-Hersteller und Fertigungsdienstleister geben Auskunft, worauf es ihnen beim Einkauf ankommt und wie sie ihre Distributoren auswählen.

Fachartikel von Dr. Dieter Wirth

Beim Einkauf elektronischer Bauelemente ist big nicht unbedingt beautiful. TQ Systems

Ob großes Einkaufsvolumen oder kleines Einkaufsvolumen: Elektronik-Hersteller benötigen stets eine Reihe von Distributoren, um alle ihre Bedürfnisse abdecken zu können. Und ob Groß oder Klein, alle wollen die Zahl ihrer Lieferanten möglichst niedrig halten, aber nicht um jeden Preis. Große Distributoren sind wegen ihrer Bündelungsstärke prinzipiell im Vorteil; zudem besitzen sie jeweils besondere Stärken in bestimmten Produktsegmenten. Einige Abnehmer bemängeln, dass die großen Distis jedoch teilweise, gerade wegen ihrer Größe, bestimmte Schwächen aufweisen und zu bürokratisch seien .

Hiervon können, wenn es um kleine und mittlere Bestellmengen geht, vor allem Online-Kataloganbieter profitieren. Sie punkten offenbar mit Schnelligkeit, unkomplizierten Bestellprozessen und relativ guten Produktinformationen. Klassische Auswahlkriterien wie Leistungsspektrum, Preis, Verfügbarkeit, Lieferfähigkeit sowie Liefertreue sind für alle Abnehmer unumstößlich wichtig. Praktisch durchgängig sind zudem die folgenden Kriterien von großer Bedeutung: Ganz wesentlich sind dabei die Logistik- und Lagerkonzepte einschließlich des elektronischen Datenaustauschs, weil sie den administrativen Aufwand verringern und es ermöglichen, die Lagerbestände gering zu halten. Neben der allgemeinen technischen Beratungskompetenz ist eine qualitativ gute und zügige Design-In-Unterstützung mit günstigen Design-In-Preisen wichtig. Hinzu kommt die Forderung nach einer weltweiten Präsenz des Distributors – vor allem bei international agierenden und großvolumigen Abnehmern. Die richtige Mischung der jeweils benötigten Stärken für den Kunden zu besitzen, das macht einen Distributor offenbar zum erfolgreichen Partner des Abnehmers. Allerdings kann kein Distributor alle diese Stärken aufweisen. Und was in der Summe sinnvoll ist, nämlich möglichst viele Produkte im Einkauf zu bündeln, das kann in jedem Einzelfall kontraproduktiv sein: Sehr häufig wird nämlich die bestmögliche Projektlösung gesucht. Das ist die große Chance für die kleineren Distributoren mit einem kleineren, aber im speziellen Fall genau passenden und günstigen Angebot.

Eckdaten

Nach welchen Kriterien kaufen Elektronik-Hersteller die benötigten elektronischen Bauteile bei Distributoren ein? Wenn das angebotene Bauteilspektrum passt, dann stehen Preis, Verfügbarkeit und Lieferfähigkeit beziehungsweise Liefertreue an vorderster Stelle, gleichwohl sind andere Faktoren ebenfalls sehr wichtig, wie etwa das Design-In. Der Beitrag zeigt auf, wo bei den einzelnen Elektronik-Herstellern weitere, mehr oder weniger spezifische Anforderungen an die Distributoren bestehen

Einkaufsvolumen unter 10 Millionen Euro

Profectus Electronic Solutions ist ein mittelständischer Anbieter von EMS-Dienstleistungen für Leiterplatten, Baugruppen und Systeme und ein vergleichsweise junger Name in der EMS-Branche, aber nicht wirklich neu. Das 2010 gegründete Unternehmen ging aus dem EMS-Dienstleister Paragon Firstronic hervor und beschäftigt heute rund 80 Mitarbeiter. Es ist konzernunabhängig und wird von zwei Inhabern geführt.



Helmut Bechtold (Profectus)

„Der steigende Konkurrenzdruck im EMS-Markt zwingt uns, bestehende Lieferquellen zu überprüfen und neue zu erschließen.“ *Profectus*

Über Distributoren kauft das Unternehmen aktive und passive Elektronikbauteile sowie Steckverbinder mit einem Beschaffungsvolumen von etwa acht bis neun Millionen Euro jährlich ein. „Wir arbeiten mit mehreren Distributoren zusammen und haben ein Vorzugslieferantensystem“, berichtet der geschäftsführende Gesellschafter Helmut Bechtold aus seiner Praxis. Bei der Distributorenauswahl sind die üblichen, zu Beginn des Beitrags genannten Faktoren wichtig sowie Verpackungseinheiten und Mindestbestellmengen. „Durch die starke Konzentration sowohl auf der Hersteller- als auch auf der Distributionsseite versuchen wir als Mittelständler auch bei mittelständischen Distributoren – auf Augenhöhe – einzukaufen. Auch Bechtold beklagt wie andere Branchenunternehmen die zunehmend starren und bürokratischen Strukturen auf der Distributionsseite, die durch die Unternehmenskonzentrationen entstehen. „Für uns als Mittelständler eine Herausforderung“, sagt Bechtold.

Steigender Konkurrenzdruck besteht aber auch im EMS-Markt. So sieht sich Profectus gezwungen, bestehende Lieferquellen zu überprüfen und neue zu erschließen, denn „jeder Distributor hat bestimmte Produktlinien, bei denen er bestimmte Stärken hat. Ein Distributor für A-Teile allein kann unseren Bedarf nicht abdecken. Bei den C-Teilen fokussieren wir uns auf einen Distributor pro Hersteller und bündeln hier die Bedarfe.“

Bei der praktischen Zusammenarbeit mit einem Distributor zählen für Profectus neben den in der Einleitung genannten Kriterien vor allem Flexibilität bei der Auftragsabwicklung, das Vorhalten von Logistikkonzepten (beispielsweise Konsignationslager). Bechtold betont dabei: „Wichtig ist das partnerschaftliche Zusammenarbeiten auf Augenhöhe auch bei Problemen. Erst der Mix aus all diesen Komponenten und einer guten Lieferantenbewertung macht den Distributor zum Vorzugslieferanten, der bei jeder Anfrage berücksichtigt wird.“