

Partnerschaften

Distributoren werden in Europa immer wichtiger

Fujitsu Microelectronics Europe (FME) bietet Systemlösungen für Networking, Mobile Kommunikation, Automotive, Digital-TV sowie Industrie-segmente. Dabei werden für das Unternehmen Distributionspartner immer wichtiger. Einzelheiten zur Distributionsstrategie von FME erläutert uns Alan Burdis, Director Sales, Distribution und EMS Europe.

Herr Burdis, welche Rolle spielt die Distribution für Fujitsu gerade im Hinblick auf die heutigen neuen wirtschaftlichen Herausforderungen?

Alan Burdis: Distributoren werden für uns immer wichtiger. Derzeit umfasst unser Netz elf Partner, von denen EBV einer unserer Top-Drei-Kunden ist. Diese Partnerschaft besteht seit 27 Jahren. Speziell den osteuropäischen Markt bedient EBV sehr erfolgreich. Aber selbstverständlich gehören auch andere Distributoren wie Rutronik und Glyn etwa zu unseren wichtigen Partnern.

Um auf die heutigen wirtschaftlichen Herausforderungen einzugehen: Leider wird der Industriemarkt, der unser bedeutendster Markt für die Distribution ist, nicht durch Abwrackprämien oder sonstige spürbare Maßnahmen direkt unterstützt. Gerade deswegen ist aber die intensive Zusammenarbeit zwischen Fujitsu und seinen Distributoren wichtiger denn je. Diese kennen die Problemstellungen und Herausforderungen des einzelnen Endkunden am besten. Ein guter Distributor sichert gerade jetzt das Geschäft des Herstellers für die kommenden Monate und Jahre. Dies wird von uns aktiv unterstützt.

Welchen Mehrwert können Distributoren aus der Sicht des Herstellers leisten, um den Kundenanforderungen in einem immer mehr vom Wettbewerb gezeichneten Umfeld zu genügen?

Fujitsu bietet hochwertige Design-in-Produkte an, und unsere Strategie ist es, die Entwicklung am Puls der Abnehmerindustrien durchzuführen. Vor allem das MCU-Geschäft ist sehr umkämpft. Dafür benötigen wir Vertriebskanäle, die einen starken technischen Support bieten können – und wichtig ist natürlich auch ein gemeinsamer „Mindshare“. Ein Beispiel: Kooperationen mit der Distribution sind aufgrund der hohen Design- und Entwicklungskosten im Embedded-Bereich unerlässlich. Das MCU-Business ist gerade durch langlebige Projektgeschäfte gekennzeichnet, was für Hersteller und Distribution eine entsprechende Umsatzplanbarkeit bedeutet.

Wie teilt Fujitsu sein Distributionsnetz in EMEA auf? Gibt es eine Aufteilung nach Produkten? Wie sieht die Verteilung zwischen Leading-Edge-Technologie und dem etablierten Produktportfolio aus?

Wir als Hersteller versuchen, eine zweigleisige Strategie zwischen etablierten Produkten und Leading-Edge-Technologie-Produkten zu fahren. Je nach Kundenanforderung kann derjenige Distributor ausgewählt werden, der die Ressourcen für das Projekt zusammen mit Fujitsu optimal bewerkstelligen kann. Wir arbeiten mit einem guten Mix: primär mit dem paneuropäischen Partner (EBV), aber auch mit anderen Partnern, die regionale Fachspezialisten in Ländern wie Italien, Großbritannien oder der Schweiz vorweisen können, z.B. Glyn und Inltek.

Welche kommunikativen und produkttechnischen Info-Tools bietet Fujitsu seinen Distributoren?

Fujitsu ist mit einem umfangreichen Koop-Programm zur Unterstützung der Distributoren aufgestellt. So bieten wir etwa diverse Trainings direkt im Headquarter



Alan Burdis: „Die intensive Zusammenarbeit mit unseren Distributoren ist wichtiger denn je, denn diese kennen die Problemstellungen und Herausforderungen des einzelnen Endkunden am Besten.“



■ Zur breiten Produktpalette von FME gehören auch Chips für fixed-WiMAX-Basisstationen, CPEs (Customer Premises Equipment, beim Kunden installierte Systeme) und für Energie sparende hoch leistungsfähige mobile Endgeräte zum Einsatz in WiMAX-Mobilnetzwerken

in Langen bei Frankfurt an. Besonders hervorzuheben sind auch die diversen Roadshows der Distributoren, an denen wir gerne mit Vertriebs- und Applikationsingenieuren teilnehmen. Direkte Produktunterstützung erhalten unsere Distributoren auch durch ein umfangreiches Starterkit-Angebot, welches Fujitsu für die Vermarktung zur Verfügung stellt. Natürlich spielt die Preispolitik in der gegenwärtigen wirtschaftlichen Situation eine sehr große Rolle. Hier zählt das richtige Preis-Leistungs-Verhältnis, das Qualitäts-Management und ein exzellenter, zeitnaher Support von Hersteller und Distributor beim Kunden vor Ort. Dadurch wird die Auswahl der richtigen Bauelemente für den Endkunden erleichtert.

Welche Märkte sind für Fujitsu besonders wichtig und welche Rolle spielt die Distribution dabei?

Selbstverständlich ist in Europa immer noch das Marktsegment Automotive mit dem MCU-Geschäft hervorzuheben, hier spielt die Distribution eher eine untergeordnete Rolle. Im Industriesegment erzielt die Distribution jedoch zum heutigen Zeitpunkt schon bis zu 80% des Umsatzes.

Ein großer Teil unserer Produkte wird hier in Europa entwickelt, da hier auch unsere Zielmärkte sind. Dies bedeutet, dass auch die Design- und Applikationsingenieure hier vor Ort den Distributoren, und somit

auch den Endkunden, mit Rat und Tat zur Seite stehen können. Unsere Distributoren informieren die Kunden über die aktuellen Bauelemente-Entwicklungen, damit diese dann in den direkten Entwicklungs-Workflow-Prozess einfließen können. Als Produkt hervorzuheben sind hier neben den MCUs z.B. die Graphic Controller, die ja im Industrial- oder White-Goods-Bereich vermehrt eingesetzt werden.

Sind für die wachsenden Marktsegmente wie z.B. Medical neue Kooperationen mit speziellen Distributoren angedacht?

Auch in Märkten wie Medical, Erneuerbare Energien und Telekom wird die Zusammenarbeit zwischen Hersteller und Distribution in Zukunft einen höheren Stellenwert einnehmen. Fujitsu ist mit seinen Distributoren schon sehr gut aufgestellt, um diesen Herausforderungen optimal zu begegnen.

Sehr wichtig bei der Komplexität der Applikationen ist auch das Thema Software. Hier hat Fujitsu in den letzten Jahren hohe Investitionen getätigt, z.B. im Graphic Design Center in Neuried und mit der neuen FME Embedded Solutions GmbH in Linz/Österreich. Insgesamt kann Fujitsu auf 70 Software-Ingenieure allein in Europa zurückgreifen.

Wo liegen die ganz besonderen Herausforderungen der Zukunft in der Zusammenarbeit für Hersteller und

Distributoren, z.B. in puncto Billigkonkurrenz?

Für Fujitsu und seine Distributionspartner ist das Thema Billigkonkurrenz im Zuge der Globalisierung ein immer prägnanteres Thema, z.B. auf dem MPEG-Decoder-Markt, wo sich der Hauptabsatz in China befindet. Für die Distribution könnte dies in der Zukunft einen gewissen Rückgang des europäischen Marktes bedeuten. Hervorzuheben ist jedoch bei diesem Thema, dass die Hauptentwicklungen für den europäischen Markt nach wie vor hier stattfinden.

Wo sehen Sie den Stellenwert der Katalogdistributoren in Zukunft?

Meiner Ansicht nach sind Distributoren wie Farnell, RS Components und Digi-Key vom Markt nicht mehr wegzudenken, natürlich mit der Kernkompetenz Standardprodukte. Bei Design-intensiven und neuen Produkten, und dies sind unsere Stärken, sind die klassischen Distributoren selbstverständlich wesentlich besser aufgestellt. Diese sind allerdings auch gefordert, z.B. über intensivere E-Commerce-Lösungen nachzudenken, um in diesem wachsenden Markt nicht den Anschluss zu verlieren.

Ist Produktpiraterie ein Thema für Fujitsu Microelectronics?

Diese Frage ist einfach zu beantworten. Produktpiraterie ist für Fujitsu kein Thema, da wir ein effektives Qualitäts-Management in unserem Workflow-Prozess integriert haben. Selbstverständlich verfügt die Distribution ebenfalls über diese Tools. Schon an der Art der Verpackung, z.B. an der Verschweißung, ist zu erkennen, ob es sich um ein Piraterieprodukt handelt oder nicht. Außerdem gibt es eine ganze Reihe von technischen Maßnahmen, welche die Produktpiraterie möglichst schwer oder unrentabel machen. Bisher hat es keine nennenswerten Fälle bei Fujitsu-Produkten gegeben.

Wie beurteilen Sie die Notwendigkeit von Traceability?

Die Notwendigkeit von Traceability wird durch die immer komplexer werdende Supply Chain immer größer. Bei Fujitsu ist diese aber bereits durch geeignetes Barcoding zu 100% gewährleistet. (mk)
Fujitsu Microelectronics Europe
Tel. +49(0)6103 6900

www.elektronikpraxis.de

Zum Fujitsu Microelectronics Europe

InfoClick

305918