

(Bild: turbodesign – Shutterstock)

Distributoren stehen Rede und Antwort:

Wie geht es weiter?

Die Elektronikbranche hat gerade die umsatzträchtige Weihnachtszeit hinter sich gebracht. Die Verantwortlichen der wichtigsten Elektronik-Distributoren richten ihren Blick aber längst schon auf die Aktivitäten im ersten Halbjahr 2017 und erste Einschätzungen dazu liefert diese Umfrage.

Heute ist morgen bereits Vergangenheit! So gesehen muss sich jeder Unternehmer und damit auch jeder Elektronik-Distributor permanent mit dem Morgen beschäftigen, ohne die Gegenwart zu vernachlässigen. Als *Elektronik-Redaktion* wollten wir zu Jahresanfang nun wissen, wie die Firmenmanager der Distributions-Branche die Vergangenheit, die Gegenwart und die nähere Zukunft bewerten bzw. einschätzen. Die folgenden drei Fragen richteten wir deshalb an die jeweilige Geschäftsleitung:

- 1) Wie lief das Geschäftsjahr 2016 für Ihr Unternehmen?
- 2) Wo sehen Sie die derzeit größten Wachstumsimpulse im Elektronik-Markt?
- 3) Welche Herausforderungen (beeinflusst durch Brexit, US-Wahl, Rechtspopulismus, Protektionismus usw.) erwarten Sie für die Distributionsbranche, die 2017 praxisnah angegangen werden müssen?

Weniger Linecard-Partner = mehr Design-in-Expertise

Als erster der Befragten meldete sich von Seiten der SE Spezial-Electronic AG Rolf Aschhoff zu Wort, der bei dem Dienstleistungsunternehmen als Vice President Vertrieb & Marketing die Zügel in der Hand hält. Die Firmenphilosophie stützt natürlich auf eine positive Umsatz- und Ertragsentwicklung; dazu müssen aus seiner Sicht verschiedene „Einstellräder“ ständig nachjustiert werden. Wichtig sei es u.a., immer wieder innovative neue Lieferanten ausfindig zu machen, die gute Ideen in neue Produkte verwandeln.

? Wie lief 2016?



Rolf Aschhoff: Für SE Spezial-Electronic war 2016 unter dem Strich ein sehr positives Jahr, nicht nur hinsichtlich der Umsatz- und Ertragsentwicklung, die deutlich über dem Branchenschnitt lag, sondern vor allem auch in puncto Marktpositionierung. Wir registrieren immer wieder, dass sich

trotz oder vielleicht sogar auch wegen des ganzen Internet-Hype viele unzufriedene Anwender und Hersteller wieder ganz bewusst für die Zusammenarbeit mit einem technisch versierten, mittelständischen Distributionspartner vor Ort entscheiden. Ein Trend, der uns im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht nur viele neue, technisch anspruchsvolle Projekte mit hohem Beratungsanteil beschert hat, sondern auch einige innovative neue Lieferanten – beispielsweise den deutschen Kondensatorenhersteller WIMA, den Sensorspezialisten Amphenol Advanced Sensors oder NextInput, ein amerikanisches Start-up-Unternehmen, das mit seiner MEMS-ForceTouch-Sensortechnologie völlig neue, dreidimensionale Bedienfunktionen für Touch-Displays, Taster und Schalter ermöglicht.

? Wachstumsimpulse?



Aschhoff: Mit die stärksten Wachstumsimpulse erwarten wir uns die nächsten Jahre definitiv von Industrial IoT, also dem Vernetzen von professionell genutzten Geräten und Anlagen zur Steigerung der betrieblichen Effektivität beispielsweise im produzierenden Gewerbe oder in der Agrarwirtschaft. Hier geht es nicht darum, einem Kunden via Internet einen einzelnen Sensor oder einen beliebigen Bluetooth-Baustein zu verkaufen. Hier ist in der Regel tiefes technisches Know-how gefragt, also Expertenwissen möglichst bis auf die Systemebene. Anders als die



Rolf Aschhoff, Vice President Vertrieb & Marketing der SE Spezial-Electronic AG



Sven Krumpel, Geschäftsführer der CODICO GmbH



Dr. Christiane Endrich, Geschäftsführerin der Endrich Bauelemente Vertriebs GmbH



Axel Tripkewitz, President & Managing Director der Fujitsu Electronics Europe GmbH



Hermann Reiter, Sales Direktor für Zentral- und Osteuropa bei Digi-Key Electronics



Georg Steinberger, Vice President VP Communications bei Avnet EM EMEA



Thomas Reisinger, Regional Vice President Sales DACH bei Arrow Electronics Inc.



Thomas Rudel, Vorsitzender der Geschäftsführung bei Rutronik Elektronische Bauelemente GmbH

großen Fulfillment-Distributoren mit ihren Hunderten von Linien können wir uns bei der Suche nach der besten individuellen Lösung im Bedarfsfall nämlich der vollen Unterstützung unserer Lieferanten sicher sein. Interessante Wachstumschancen bergen auch Themen wie Elektromobilität und Mobile Power in sich.

? **Erwartungen an 2017?**



Aschhoff: Mit die größten aktuellen Herausforderungen für die Distributionsbranche sind sicherlich

nach wie vor die digitale Transformation und die voranschreitende Globalisierung. Beide verändern nicht nur Unternehmensprozesse, sondern mitunter ganze Geschäftsmodelle. Deshalb sind hier neue intelligente Konzepte und Lösungen gefragt, die auch in Zukunft den wirtschaftlichen Interessen aller Beteiligten – denen der Kunden und Lieferanten auf der einen und denen der Distributoren als Dienstleister für die beiden erstgenannten auf der anderen Seite – gerecht werden. Eine der Kernfragen dabei ist wohl: Wie viel technische Unterstützung darf der Anwender in Zukunft noch zu welchen Konditionen erwarten? Welche Folgen der Brexit, die Wahl von Donald Trump zum US-Präsidenten und andere wirtschaftspolitische Unsicherheitsfaktoren wie die anhaltende Finanzkrise in Italien im Laufe der nächsten zwölf Monate speziell für die deutsche Distributionsbranche haben

werden, lässt sich zum jetzigen Zeitpunkt nur schwer erahnen. Für SE Spezial-Electronic als mittelständisches Distributionsunternehmen viel wichtiger ist, dass wir mit einer intelligenten Lagerhaltung und Beschaffungspolitik schnell auf alle Eventualitäten reagieren können. Mit dieser letztlich auch den Kunden zugute kommenden Strategie sind wir inzwischen auch für unvorhersehbare Entwicklungen bestens gerüstet.

Interessante Geschäftsperspektiven durch neue Linecard-Partner

Für Fujitsu Electronics Europe äußerte sich Axel Tripkewitz, der als President & Managing Director das Unternehmen leitet. Letzteres hieß als Halbleiterhersteller bis 1.1.2016 noch Fujitsu Semiconductor Europe, fokussiert sich seither aber als „Value Added Distributor“ auf den Vertrieb von Halbleitern und komplexen Elektroniklösungen.

? **Wie lief 2016?**



Axel Tripkewitz: Für uns von Fujitsu Electronics Europe lief das Geschäftsjahr 2016 entsprechend unserer

Planung und unseren Erwartungen. Durch die Aufnahme mehrerer neuer Hersteller in unsere Linecard Synergy ergeben sich einige neue und interessante Geschäftsperspektiven, die sich natürlich erst nach einer Anlaufzeit merklich in den Umsatzzahlen widerspiegeln werden.

? **Wachstumsimpulse?**



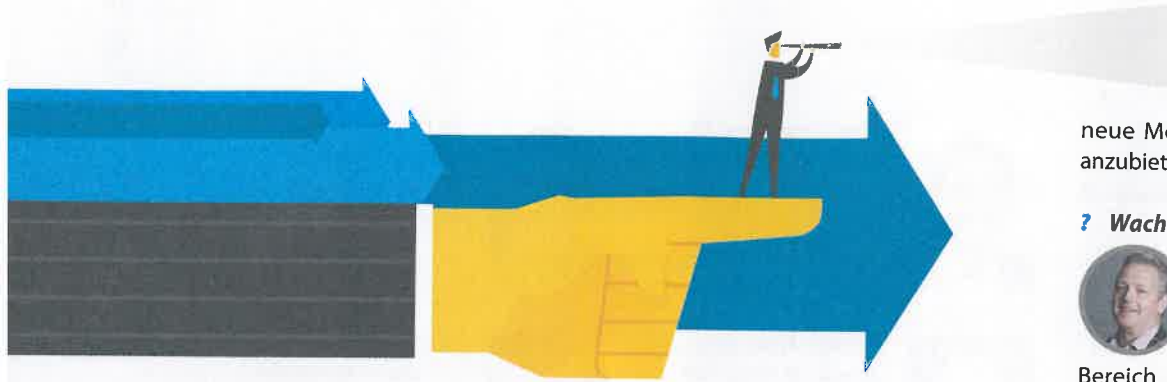
Tripkewitz: Die größten Wachstumsimpulse sehen wir dort, wo unser Ansatz, dem Kunden komplexere

Lösungen anzubieten, für diesen einen entsprechenden Mehrwert darstellen. Solche Impulse lassen sich nicht auf bestimmte Märkte, sondern eher auf Technologien eingrenzen. Insbesondere die Nutzung moderner Package-Technologien bietet in vielen Produktbereichen Wachstumspotenzial – unterschiedlichste Komponenten können hierdurch sehr kompakt zusammengefasst werden. Da heute in sehr vielen Bereichen die Entwicklungsressourcen knapp und die Notwendigkeit kürzerer Produktzyklen hoch ist, werden solche neuen Lösungen intern oft nicht in Erwägung gezogen. Des Weiteren gehen wir davon aus, dass auch der Teil unseres Portfolios, der auf sehr energieeffiziente Lösungen ausgerichtet ist, in den nächsten Jahren ein deutliches Wachstum verzeichnen wird. Denn wenn wir über IoT sprechen, denken wir eigentlich immer an sehr effiziente Lösungen, die über mehrere Jahre mit einer Batterie oder komplett über Energy Harvesting betrieben werden können.

? **Erwartungen an 2017?**



Tripkewitz: Durch die jüngsten politischen Ereignisse erwarten wir selbst derzeit keinen größeren Einfluss auf unser Geschäft. Vom zunehmenden Protektionismus könnten wir



sowie die komplette Distributionsbranche natürlich in Zukunft betroffen sein. Da wir uns jedoch bemühen, unseren Kunden neue, differenzierte Lösungen anzubieten, wäre Protektionismus hier im Zweifelsfall eine Entscheidung gegen die bessere technische Lösung. In einigen Fällen könnten neue Handelshemmnisse sogar vorteilhaft sein, da wir unseren Kunden z.B. die lokale Produktion ihrer Boards anbieten. Da ein sehr wesentlicher Teil der von uns vertriebenen Produkte aus Japan stammt, sehen wir hier in Bezug auf unsere Bauteileversorgung wenig Risiken.

Zusammenarbeit mit der Crowdfunding-Plattform Indiegogo

Für einen der amerikanischen Marktführer – Arrow Electronics Inc. – stand Thomas Reisinger Rede und Antwort. Er zeichnet seit dem 1. April 2015 als Regional Vice President Sales für die gesamten Vertriebsaktivitäten in der Region DACH (Deutschland, Österreich, Schweiz) verantwortlich. Bewährtes pflegen und neue Ideen zeitnah umsetzen – diese Strategie könnte sich seines

Erachtens in den kommenden Jahren als recht erfolgreich erweisen.

? Wie lief 2016?



Thomas Reisinger: Wir blicken sehr zufrieden auf das Geschäftsjahr 2016 zurück. Auch wenn wir zum vierten Quartal zum aktuellen Zeitpunkt noch keine Aussage treffen können, so haben wir im dritten Quartal 2016 europaweit ein Wachstum erzielt; gleiches gilt für die ersten beiden Quartale. Wir haben in Deutschland und Europa in unser Business investiert, zum Beispiel in zusätzliche Vertriebsressourcen im Außendienst speziell auch für kleine und mittlere Unternehmen. Wir haben wichtige neue Impulse gesetzt, zum Beispiel die Zusammenarbeit mit der Crowdfunding-Plattform Indiegogo, um innovative Technologien von Startups, aber auch etablierten Unternehmen, die auf Crowdfunding setzen, zu unterstützen. Kürzlich hat Arrow zudem angekündigt, weltweit mit Vodafone zusammenzuarbeiten, um die IoT Services und Konnektivität beider Unternehmen zu verbinden und Unternehmen somit

neue Möglichkeiten im IoT-Bereich anzubieten.

? Wachstumsimpulse?



Reisinger: Wachstumsimpulse kommen aus dem industriellen Bereich und hier insbesondere aus dem Bereich Internet of Things, das nun deutlich an Fahrt gewinnt. Darüber hinaus sehen wir ein gutes Umfeld nach wie vor bei Automotive und LED Lighting. In diesen Bereichen spielt Embedded-Technologie zunehmend eine wichtige Rolle. IoT, Vernetzung und smarte Umgebungen sind aus unserer Sicht wichtige Treiber der kommenden Jahre. Wir haben mit eVolve ein globales IoT-Angebot aufgesetzt und bieten ein umfassendes Technologie- und Service-Angebot, angefangen bei Sensoren, Wireless-Modulen, Embedded-Prozessoren, Gateways inklusive Sicherheits-Software und Betriebssystem bis hin zu Cloud und Datenanalyse. Somit ist IoT für uns ein absolutes Top-Thema. Auf der Embedded World 2017 werden wir auch das Thema Maker Community und unsere digitalen Services, die wir über arrow.com anbieten, wieder in den Vordergrund stellen. Arrow hat zusätzlich zu seiner massiven Präsenz im Feld bei Kunden vor Ort vor einigen Jahren einen digitalen Transformationsprozess eingeleitet, von dem nicht nur Einkäufer, sondern auch Entwickler durch viele neue Services, zum Beispiel im Online Design, profitieren. Hier sehen wir starke Wachstumsmöglichkeiten.

? Erwartungen an 2017?



Reisinger: Es ist noch zu früh, über die Auswirkungen der Ereignisse der letzten Monate zu spekulieren. Nehmen wir etwa den Brexit, so ist hier zum Beispiel eine strategische Handelspolitik in Großbritannien aktuell noch nicht erkennbar. Als globales Unternehmen sehen wir uns gut aufgestellt, um uns auf sich verändernde Bedingungen einzustellen. Die Verhandlungen stehen am Anfang und es ist in jedem Fall noch genug Zeit, durch vernünftige Vorschläge potenzielle negative Auswirkungen für die Wirtschaft allgemein abzuschwächen oder gar völlig zu umgehen. Auch Spekulationen zu einem möglichen Protektionismus diesseits und jenseits des Atlantiks sind aktuell sehr vage und es stehen gerade 2017 noch weitere

Statement ohne Umschweife

Last but not least hat auch Georg Steinberger in seiner Funktion als Vice President VP Communications Avnet EM EMEA auf unsere Anfrage Stellung genommen. Seine prägnante Sichtweise lässt erkennen, dass es den Avnet-Speedboats EBV und Avnet Silica vor allem um eines geht: sich auf das Wesentliche konzentrieren, dem Kunden also gute Ware und Design-Expertise liefern.

? Wie lief 2016?



G. Steinberger: Sehr gut; 2016 erbrachte den höchsten Umsatz in der Geschichte von Avnet EM EMEA seit dem Start in Europa 1991. Und wir sind vor allem organisch gewachsen.

? Wachstumsimpulse?



Steinberger: Industrie und Automotive bieten viele Wachstumsmöglichkeiten; hinzu kommen noch Produktgruppen wie High-End-MCUs, High-End-Analog, Sensoren, High-Power-LEDs.

? Erwartungen an 2017?



Steinberger: Ereignisse wie Brexit, US-Wahl und protektionistische Tendenzen können die ohnehin verhaltenen Aussichten zweifellos eintrüben. Ich rechne deshalb für 2017 eher mit einem flachen Wachstum. Allerdings ist die Elektronikindustrie auch immer für Überraschungen gut. go

politische Entscheidungen in Europa aus, die hierfür richtungsweisend sein werden. Betrachtet man die verschiedenen Industriebereiche wie Automatisierung und Halbleiterbranche, so sehen die Prognosen nicht so schlecht aus. Das makroökonomische Bild muss allerdings erst noch klarer werden, um Herausforderungen benennen zu können – und wie man damit umgehen wird.

Positiv denken und Gas geben!

Die Firmenbezeichnung CODICO steht für COmponent Design-IN COmpany; letztere fokussiert sich auf den Vertrieb hochwertiger elektronischer Bauelemente in den Bereichen Aktive und Passive Bauelemente sowie Verbindungstechnik. Als unabhängiges, in Privatbesitz befindliches Unternehmen agiert es vom österreichischen Headquarter in Perchtoldsdorf im Süden Wiens. Aus Sicht der Geschäftsführung, die sich Karin und Sven Krumpel teilen, lief das abgelaufene Jahr 2016 sehr erfreulich ab.

? Wie lief 2016?



Sven Krumpel: Wir blicken sehr zufrieden auf das Geschäftsjahr 2016 zurück. Wie bereits in den vergangenen Jahren konnten wir in einem unruhigen Marktumfeld einen sehr positiven Aufwärtstrend erleben.

Während Mitbewerber stagnieren, verbuchen wir ein Umsatzplus von 20 % – dies liegt weit über dem Branchendurchschnitt. Wir haben uns dieses Ziel Anfang des Jahres gesteckt und es stimmt uns natürlich außerordentlich zufrieden, es auch erreicht zu haben. Dies ist ein Beweis dafür, dass wir mit unserer Strategie richtig liegen und die gesetzten Maßnahmen erfolgreich umgesetzt haben. Wir haben eine Vision, eine klar definierte Position. CODICO steht für Design In, für professionelle Beratung in allen Projektphasen, wir wählen unser Portfolio gezielt aus und können so dem Kunden einen wesentlichen Mehrwert verschaffen. Natürlich sind wir alle auch kritischen Faktoren ausgesetzt, aber wir versuchen unseren Weg zu gehen. Wir haben 2015 die 100-Millionen-Euro-Marke überschritten, wollten uns aber auf diesen Lorbeeren nicht ausruhen. Unser Ziel heißt auch weiterhin Wachstum.

? Wachstumsimpulse?



Krumpel: Die größten Wachstumsimpulse im Elektronik-Markt liegen für mich in den Bereichen Internet of Things, Connectivity und natürlich im Power-Management-Bereich. Diese Themen beschäftigen uns jetzt schon seit ein paar Jahren, aber hier erwarten wir weiteres Wachstumspotenzial. Die „smarte“ Welt wird weiterhin ein großes Thema bleiben. Denn all diese Trends sind elektronikgetrieben. Hier verbirgt sich Komplexität, die mit hohen Ansprüchen verbunden ist. Und genau diese Komplexität können wir mit unserem Geschäftsmodell erfüllen.

? Erwartungen an 2017?



Krumpel: Leider habe ich keine Kristallkugel – ich kann genauso wenig wie andere vorhersehen, wie sich die Welt 2017 – in politischer und wirtschaftlicher Sicht – entwickeln wird. Wir sind umgeben von Wandel und müssen uns in diesem bewegen. Die politische Situation in manchen Ländern wird Veränderung bringen und hoffentlich weniger, als manchmal von den Medien angekündigt wurde. Wir erwarten auch für 2017 ein gutes Jahr. Für die Branche wird nur ein geringes Wachstum prognostiziert, wir bleiben aber weiterhin optimistisch. CODICO wird seine Wachstums- und Internationalisierungsstrategie

embedded world

The Official Daily 2017

Die offizielle Messtageszeitung!



Tagesaktuell!

AUFLAGE:
21.000 Exemplare

Erscheinungstermine:

14.03.2017 | 15.03.2017 | 16.03.2017

Anzeigenschluss:

21.02.2017 (für alle 3 Ausgaben)

Herausgegeben von

Elektronik
Professional Electronics & Components Information

Markt & Technik
Die unabhängige Wochenzeitung für Elektronik

Elektronik automotive
Fachmedium für professionelle Automobiltechnik

DESIGN & ELEKTRONIK
KNOW-HOW FÜR ENTWICKLER

Computer & AUTOMATION
Fachmedium der Automatisierungstechnik

elektroniknet.de
 Das Business-Netzwerk!

Jetzt Vorzugsplatzierung sichern!

➤ **Direktkontakt The Official Daily:**
 Telefon: +49 89 25556-1383
 Telefax: +49 89 25556-1670
 swinkler@weka-fachmedien.de
 www.weka-fachmedien.de



vorantreiben. Eine negative Sicht auf die Dinge bringt uns nicht weiter – unser Motto lautet: Weiterhin positiv denken, arbeiten und Gas geben!

Steigende Umsatzzahlen

Bereits im Jahre 2013 hatte das Digi-Key-Management erkannt, dass die Marktregion Europa noch intensiver als bisher mit einem eigenen Vertriebsteam unterstützt werden sollte; für Mitteleuropa übernahm diese Aufgabe Hermann Reiter, der seither mit seinem Vertriebs- und Service-Team Kunden vor Ort erfolgreich betreut.

? Wie lief 2016?



Hermann Reiter: Für Digi-Key Electronics kann ich mit Stolz sagen, dass wir das Jahr 2016 mit mehreren Rekordergebnissen abgeschlossen haben: zum einen beim Web-Traffic, zum anderen bei der Anzahl der belieferten Kunden und genauso, was die Umsatzzahlen anbetrifft. Europa als Marktregion wächst weiter mit mehr als 20 Prozent und so konnten wir – was uns sehr freut – weiter Marktanteile gewinnen. Die positive Entwicklung war nur möglich aufgrund der beachtlichen Lagerbestände bei Digi-Key und unseren Value-added-Services wie Digi-Reels und Programmierung.

? Wachstumsimpulse?



Reiter: Es dürfte wenige überraschen, dass auch wir in den Anwendungsbereichen „Internet of Things/ Industrie 4.0/Connectivity“ mit den am stärksten wachsenden Marktzahlen rechnen, soweit dies unser Komponenten-Portfolio betrifft. Genauso aber darf man das Marktpotenzial bei industriellen Applikationen und im Automotive-Bereich nicht außen vor lassen, da auch

dort der Bedarf an elektronischen Komponenten weiterhin wachsen wird. Wachstum wird zu guter Letzt auch aufgrund der Mergers & Acquisitions bzw. Konsolidierungen zu erwarten sein, da sich viele Kunden noch mit Kontingenten eindecken werden, um die Versorgung bestehender Designs mit den hierin verwendeten Bauteilen mittelfristig noch sicherstellen zu können.

? Erwartungen an 2017?



Reiter: Es herrscht ein großer Wettbewerb zwischen den Distributoren, der nicht geringer werden wird, selbst dann, wenn sich im Markt erste Verschiebungen abzeichnen. Es wird auch weiterhin für jeden Distributions-Dienstleister wichtig sein, dass er sich vom Wettbewerber differenziert. Und es spielt dabei auch keine Rolle, ob und welche politischen Einflüsse den Wettbewerb zusätzlich befeuern werden. Wir von Digi-Key Electronics jedenfalls sind davon überzeugt, dass wir mit dem bestehenden Geschäftsmodell sehr gut im Markt positioniert sind und dass wir darauf aufbauend weiterhin Wachstum generieren werden. Ich schätze, dass nicht nur die politische Entwicklung 2017 einen Einfluss auf unser Geschäft haben wird, sondern die Digitalisierung weiterhin einen Großteil an Möglichkeiten und Herausforderungen haben wird. Das Internet und der direkte Kontakt zu unseren Kunden sind der Startpunkt für eine Online-M2M-Partnerschaft. Wir sehen uns hier in einer guten Position und planen für 2017, unseren Marktanteil in EMEA weiter auszubauen.

Interne Arbeitsteams mit gezieltem Fokus auf Anwendergruppen

Thomas Rudel übernahm 2008 von seinem Vater Helmut den Vorsitz der Rutronik-Geschäftsführung und zudem

auch die Position als Geschäftsführer Vertrieb. 2011 stellte sich der Dienstleister dann weltweit auf und unterhält seither auch Niederlassungen u.a. in China, Hongkong und Taiwan. Trotz aller Risiken am Markt sieht er sich und sein Unternehmen gut gerüstet für die anstehenden Aufgaben.

? Wie lief 2016?



Thomas Rudel: Nach einem etwas schwächeren Start hat Rutronik in der zweiten Jahreshälfte ein deutliches Plus erzielt, sodass wir zum Jahresende alle Umsatzziele erreicht haben. Einen großen Anteil an dem zufriedenstellenden Geschäftsjahr hat dabei unsere Globalisierungsstrategie: Es war extrem wichtig, dass Rutronik sich in den letzten Jahren global aufgestellt hat und wir unsere Kunden dadurch überall unterstützen können. Deshalb treiben wir auch im kommenden Jahr sowohl in Asien wie auch in Nordamerika unsere Expansion konsequent weiter voran. Was die Distributionsbranche nicht erst seit diesem Jahr beschäftigt, ist die Margenproblematik. Diese Entwicklung werden wir genau beobachten und weiter verfolgen. Die zentrale Aufgabe für 2017 wird es sein, unsere Margenziele zu erreichen.

? Wachstumsimpulse?



Rudel: Das IoT wird allgegenwärtig und treibt Neuentwicklungen in fast allen Branchen, seien es die vielen vernetzten, smarten Geräte und Lösungen oder die Industrie 4.0 mit all ihren Ausprägungen. Speziell hierfür haben wir bereits 2014 unsere Angebote Rutronik Smart und Rutronik Embedded zugeschnitten. Sie umfassen nicht nur die entsprechenden Komponenten und Lösungen, sondern auch den Support durch unsere Experten, wie wir sie etwa für Wireless, Boards, Displays oder Sensoren haben. Das heißt: Wir verbinden das „Alles-aus-einer-Hand-Angebot“ eines Broadliners mit der zugeschnittenen Auswahl und dem Support eines Spezialisten. Ein starker Impuls geht auch von der Elektromobilität aus: Dieses Segment bedienen wir mit Rutronik Automotive, mit dem wir vor rund zwei Jahren an den Start gegangen sind. Auch hinter diesem Angebot stehen neben den Automotive-tauglichen Bauteilen die



entsprechenden Fachleute. Der Automobilmarkt ist ja schon lange ein Kernbereich bei Rutronik – rund die Hälfte unseres Umsatzes machen wir mit Tier-1- und Tier-2-Zulieferern. Dass wir dieses Know-how gebündelt haben, hat sich als Glücksgriff erwiesen und wir werden dies noch weiter ausbauen. Bei Projekten aus den Bereichen Connected Cars oder ADAS (Advanced Driver Assistant Systems) steuern die Kollegen aus den anderen Bereichen, wie z.B. Wireless, Sensorik oder Mikrocontroller, ihr Know-how bei.

? **Erwartungen an 2017?**



Rudel: Derzeit gibt es auf globaler Ebene viele tiefgreifende wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Entwicklungen, von denen noch niemand sagen kann, wohin sie einmal führen werden. Was wir tun, ist, diese wachsam im Blick zu behalten, um uns möglichst früh entsprechend ausrichten zu können. Als eine der größten Herausforderungen für die Distribution sehen wir derzeit die enormen Währungsschwankungen, wie es sie noch nie gegeben hat – vor allem, weil sich diese vor dem Hintergrund von sehr langfristigen Zahlungszielen und weiter sinkenden Margen abspielen. Da bleibt kein Spielraum, um Währungsverluste aufzufangen. Gleichzeitig leistet die Distribution immer mehr Services – und zwar oft unentgeltlich. So müssen Distributoren immer häufiger die Lieferkosten der Hersteller – zumindest teilweise – übernehmen. Dadurch entstehen enorme zusätzliche Belastungen, die wir gezwungenermaßen an unsere Kunden weitergeben werden müssen.

Automobilelektronik als wichtigster Umsatzträger

Die Endrich Bauelemente Vertriebs GmbH feierte im Oktober 2016 das 40-jährige Firmenjubiläum. In einem Gartenzimmer von Wolfgang Endrich und seiner Frau Ursula gegründet, agiert das Unternehmen mittlerweile weltweit mit 180 Mitarbeitern. Zusammen mit seinen Tochterfirmen erwirtschaftet Dr. Christiane Endrich mit ihrem Team einen Jahresumsatz von fast 110 Millionen Euro. Neue Anwendungssegmente wie Wearables und Konnektivität sollen dazu beitragen, dass die Umsatzzahlen auch weiterhin zulegen werden.

? **Wie lief 2016?**



Christiane Endrich: Sowohl das Konjunkturbarometer des ZVEI als auch der FBDI zeigten sich für 2016 optimistisch. Rückblickend auf das erste Halbjahr 2016 gesehen kann auch die Endrich Bauelemente Vertriebs GmbH (Geschäftsjahr von April bis März) diese Prognose bestätigen, denn wir sind, bezogen auf den Umsatz, im höheren einstelligen Prozentbereich gegenüber dem Vorjahr gewachsen. Das größte Wachstum wurde dabei im Automobilbereich erreicht, wo wir unseren Marktanteil weiter ausbauen konnten. Im Bereich General Lighting konnten wir stückzahlenmäßig ebenfalls ein gutes Wachstum verzeichnen, was jedoch durch den ständigen Preisverfall und durch neuerdings sehr preisagressive Marktbegleiter absolut gesehen nicht zu Wachstum führte.

? **Wachstumsimpulse?**



Endrich: Die Endrich Bauelemente Vertriebs GmbH ist mit ihrem Portfolio sehr breit aufgestellt, um den verschiedenen Branchen und für neue Trends die passenden Produkte zu liefern. Wir sehen zum einen, dass die Wearables auf dem Vormarsch sind, die sich in Westeuropa immer stärker etablieren, und damit der Bereich der Sensorik immer wichtiger wird. Darüber hinaus spielt das Thema Konnektivität bei Elek-

tronikleitungen eine immer wichtigere Rolle im Markt, was z.B. von großen Internetanbietern wie Amazon bereits für neue Dienstleistungen wie sich selbst nachbestellende Produkte genutzt wird.

? **Erwartungen an 2017?**



Endrich: In Bezug auf aktuelle politische Gegebenheiten ist es meiner Meinung nach heute nicht möglich, einen Blick in die Glaskugel zu werfen. Wir wissen nicht genau, ob der Brexit als solcher tatsächlich stattfindet, und falls es dazu kommt, wann er ausgesprochen wird. Eine Abspaltung Großbritanniens wird nach der offiziellen Kündigung auch noch zwei Jahre Zeit in Anspruch nehmen. Ein weiterer Unsicherheitsfaktor, der sich heute noch nicht bewerten lässt, sind die Aktionen von Donald Trump. Es ist nicht abzusehen, ob er – sobald als Präsident eingesetzt – seine angekündigten Pläne überhaupt verwirklichen wird, denn ein Aufkündigen von Handelsabkommen wirkt sich auf alle Beteiligten aus. Die aktuellen Drohgebärden gegen China könnten sich als Schuss nach hinten herausstellen, da China der größte Gläubiger der USA ist. Wir sehen in der Distribution, nicht nur für 2017, eher die große Herausforderung in der generellen Entwicklung des Marktes: Es geht immer mehr um Datensammlung und deren Abspeicherung und weniger um das Produkt – also um die Hardware. go

Börsig GmbH:

Umsatz wächst um sechs Prozent

Der Elektronik-Distributor Börsig steigert im Geschäftsjahr 2016 erneut seinen Umsatz auf 44,5 Mio. Euro. Dies entspricht im Vergleich zum Vorjahr einem Wachstum von 6,2 Prozent. „Insgesamt sind wir sehr zufrieden mit unserer Entwicklung. Es zeigt, dass unsere Kunden die persönliche Beratung, das technische Know-how unserer Mitarbeiter und die hohe Lagerverfügbarkeit unserer Produkte sehr schätzen“, sagt Stefan Börsig, Geschäftsführer der Börsig GmbH.

Die Anzahl der Mitarbeiter liegt zum 30.9.2016 bei 161 und ist somit gegenüber dem Vorjahr ebenfalls angestiegen. Auch im Bereich der Ausbildung hat die Börsig GmbH neue Wege eröff-

net. So können die Auszubildenden aus dem 3. Lehrjahr einen mehrwöchigen Auslandsaufenthalt in den Niederlanden beim weltweit agierenden Hersteller TE Connectivity absolvieren. „Durch den Auslandsaufenthalt erhalten die Auszubildenden die Möglichkeit, ihre Sprachkenntnisse zu verbessern, ihre sozialen und interkulturellen Kompetenzen zu erweitern und neue Kulturen kennenzulernen“, so Damir Baric, Personalverantwortlicher der Börsig GmbH.

Börsig ist Spezialist für die Elektromechanik und arbeitet hierbei mit über 20 Premiumherstellern zusammen. Verschiedene Vertriebsinnendienst-Teams sowie ein Außendienst ermöglichen die persönliche Kundenbetreuung. go