

Interview mit Jens Wulf, Strategic Account Manager, America II

## »Independent Distributoren werden als dritte Kraft im Markt immer wichtiger«

Knapp ein Jahr ist es her, dass der amerikanische Independent Distributor America II seine erste deutsche Niederlassung eröffnet hat. Wir sprachen mit Jens Wulf, Strategic Account Manager, America II, über die Strategie des Unternehmens, das im amerikanischen Markt bereits bestens bekannt ist und nun auch in Europa eine Schlüsselrolle spielen will.

tenstruktur, Logistik und Personalaufwand wie die Hersteller. Diverse Kundengruppen werden deshalb nur noch unzureichend betreut. Das veranlasst die Einkäufer, sich Alternativen zu ihren

bisherigen Einkaufsquellen zu erschließen. Durch das Internet sind die Preisstrukturen für Einkaufsabteilungen transparenter geworden, der globale Markt ist zusammengewachsen. Die Folge ist ein

erhöhter Druck auf die Margen der etablierten Anbieter, dem man mit Einsparungen beim Personal und der Lagerhaltung begegnen will. Das funktioniert aber nicht. Die meisten Firmen sind heute ▶

Anzeige

### Distribution & Dienstleistung

#### Markt&Technik: Braucht Europa einen weiteren Independent Distributor?

Jens Wulf: Ja, vor allem einen Independent Distributor in der Größenordnung von America II, der mit einem Lagervolumen von über 800 Mio. Dollar eines der größten Distributionslager der Welt besitzt.

Wir sehen, dass sich auch in Europa die Independent Distributoren nach dem Direktkundenvertrieb der Hersteller und den Franchise-Distributoren gewissermaßen als dritte Kraft im Markt etablieren und von den Einkaufsabteilungen zunehmend mit einbezogen werden. Die Einkäuferinnen und Einkäufer erkennen mehr und mehr, dass ihnen Independent Distributoren wie America II einen Zusatznutzen bieten können. Ein Hauptgrund hierfür ist deren Lager.

#### Warum?

Hersteller können ihren Direktvertrieb aus finanziellen Gründen nur noch wenigen Strategiekunden bieten. Deshalb verschiebt sich die Betreuung des Hauptmarktes sogar für Großkunden seit Jahren auf die Franchise-Distribution. Diese wiederum kämpft stetig zunehmend mit ähnlichen Problemen bzgl. Kos-



Jens Wulf,  
America II

» Wir wollen, anders als ein Broker, nicht erst dann mit unseren Kunden in Kontakt kommen, wenn die Ware bereits knapp ist, sondern bereits vorher in strategische Einkaufsüberlegungen mit einbezogen werden. «

finanzgesteuert, d.h. das Lager muss so klein wie möglich gehalten werden, weil es Kosten verursacht. Die Hersteller halten bestenfalls noch Lager für ihre Topkunden und weisen den Rest ihrer Franchise-Distribution zu.

Besonders für Auftragsfertiger, also EMS-Firmen, sind Lagerhalter wie America II wichtig, weil dieser Kundenkreis sich von allen am häufigsten mit kurzfristig zu produzierenden Aufträgen über- rascht sieht.

#### Die Risiken werden entlang der Wertschöpfungskette verschoben, aber das ist nicht neu.

Neu nicht, aber es verschärft sich zusehends. Franchise-Distributoren sind mehrheitlich mit den ste-

tig zunehmenden Anforderungen überfordert. Sie bekommen zudem von ihren Herstellern oft wenig Hilfe. Das fängt bei fehlender Lager-Protektion an. Und es artet aus, wenn in Zeiten der Bauteilerverknappung diverse Hersteller teilweise Auftragsbestände, die ihre Distributoren für Distributionskunden aufgebaut haben, einfach an zu spät bestellende Hersteller-Direktkunden umleiten. Endkunden sind ebenfalls mehrheitlich finanzgesteuert. Auch sie lagern im Regelfall unzureichend. In zunehmender Weise versucht ein jeder, dem jeweils anderen die Kosten und Lagerrisiken zuzuschieben. Das Ergebnis sind unter Zeit- und Kostendruck handelnde Marktpartner, die versuchen, ih-

re jeweiligen Verkaufs- und Einkaufshavarien zu entschärfen.

Da jeder alles just in time haben will und eigenes Risiko und eigene Lagerkosten zu vermeiden sucht, wird in immer stärkerem Maße relativ spät bestellt. Einkäufer haben immer häufiger mit Problem zu kämpfen, dass sie plötzlich eine Bedarfsliste vor sich haben, mit deren Bauteilen die Fertigung in zehn Tagen beginnen soll, damit die oft fragwürdigen Versprechungen des Vertriebes beim Endkunden gehalten werden können. Ohne diese Versprechungen wiederum hätte man aber den Auftrag nicht bekommen. Technische Probleme und wirkliche Knappheit einzelner Bauteile, die temporär von gerade mal wieder kurzzeitig boomenden Industriezweigen vom Markt gesogen werden, kommen erschwerend hinzu.

#### Und dieses Szenario kann nach Ihrer Meinung durch einen Independent Distributor entschärft werden?

Ja, denn in dieser Gemengelage können Firmen wie America II dem Einkauf zusätzliche Alternativen anbieten. Jedes zusätzliche Lager ist hilfreich. Sehr große Lagerhalter wie wir, aber auch einige mittelgroße und kleine Independent Distributoren, kompensieren fehlende Lager anderer. Independent Distributoren suchen zudem – Broker tun dies hauptamtlich – täglich die Weltmärkte ab, um knappe Ware oder auch nur billigere Ware zu finden.

Weltweit aufgestellte Lagerhalter entsprechender Größe, Logistik und Waren-Eingangskontrolle sind im Vorteil. Hersteller suchen im Regelfall nicht. Franchise-Distributoren suchen – ohne dies zu propagieren – sehr häufig auch. Meist mit sehr kleiner Mannschaft, die regelmäßig weltweit die Independent Distributoren sowie die Broker kontaktiert. Es ist deshalb für die Einkaufsseite von Vorteil, America II schon im Vorfeld bei Anfragen mit einzubeziehen. Dadurch lässt sich eine Marge sparen.

#### Sie betonen immer wieder, America II sei kein Broker, sondern ein Independent Distributor. Für viele ist das kein Unterschied . . .

Es gibt einen ganz wesentlichen Unterschied! Ein Broker hat im Gegensatz zum Independent Distributor kein Lager. America II besitzt nach Arrow, Avnet und Future das viertgrößte Distributionslager der Welt. Wir sind in unserem Segment mit Abstand weltweit größter Lagerhalter und führen in unserem Lager in St. Petersburg/Florida Bestände im Wert von 800 Mio. Dollar von über 1200 Herstellern. Und ein wesentlicher Unterschied zu den Lagern der Franchise-Distribution ist, dass es sich bei uns tatsächlich um ein frei verfügbares Lager handelt, während die Lager der Franchise-Distributoren zu einem hohen Prozentsatz nicht für die Anfragenden zur Verfügung stehen, sondern, ähnlich

wie bei den Herstellern, für bereits bestätigte Kundenbestellungen reserviert sind und auf ihre Auslieferung warten.

## Distribution & Dienstleistung

### Sie bezeichnen die Independent Distribution als dritte Kraft im Markt, weisen aber gleichzeitig auf gewisse Probleme der Franchise-Distribution hin. Sind Sie nicht doch eher Konkurrenz als Alternative?

Primär nicht. Wir sind ein zusätzlicher, von Herstellervorgaben und Herstellerstrategien völlig unabhängiger Problemlöser und deshalb die notwendige dritte Kraft im Markt! Wir wollen, anders als ein Broker, nicht erst dann mit unseren Kunden in Kontakt kommen, wenn die Ware bereits knapp ist, sondern bereits vorher in strategische Einkaufsüberlegungen mit einbezogen werden. Natürlich gibt es gelegentlich Überschneidungen mit Franchise-Distributoren. Wenn wir Überbestände von Herstellern oder OEMs sehr kostengünstig auf eigenes Risiko in unser Lager nehmen, sind wir oftmals sogar preislich vorteilhafter. Aber wir haben die Ware schließlich sofort verfügbar! Vor einigen Jahren, als die ersten Independent Distributoren und diverse Broker am Markt erschienen, stieß man häufig auf Aussagen wie »die offizielle Distribution hat versagt«. Das war damals schon großer Unsinn. Teilweise

müssen die Franchise-Distributoren ja sogar schon Hersteller-Aufgaben übernehmen.

Es verwundert allerdings und sollte Einkäufern zum Nachdenken Grund geben, wenn teilweise seitens Herstellern und Franchise-Distributoren andere Marktpartner, die nachweislich leistungsfähig und seriös sind, mit fragwürdiger Argumentation in eine Art Glücksritter- und Schmuttel-ecke gedrängt werden sollen. Man steht nicht dadurch in einem besseren Licht da, indem man andere verunglimpft.

Auch die heutigen teilweise sehr hohen Lager-Umschlagzahlen vieler Franchise-Distributoren haben mit den klassischen Wurzeln der Franchise-Distribution nicht mehr sehr viel zu tun. Die Margen, die Hersteller und Endkunden den Distributoren heutzutage erlauben, lassen niedrige Lagerumschlagshäufigkeit schlichtweg kaum mehr zu. Das sind Tatsachen, die sich auch durch unnötige Dementis nicht verändern. Es ist auch gängige Praxis, dass einige Franchise-Distributoren ihre Ware nicht zu 100 Prozent vom Vertrags-Hersteller kaufen, sondern mit preiswerten Zukäufen auf den Weltmärkten durchmischen und auf diese Weise ihren Einkaufspreis senken. Das ist manchmal sogar zwingend notwendig, um konkurrenzfähig zu sein. Es ist auch nicht verwerflich. Daher gibt es auch keinen Grund dies zu dementieren. Es ist also allen Marktpartnern anzuraten, wechselseitig bei Beurteilungen

anderer sich zu allererst einmal über eigene Verhaltensweisen Gedanken zu machen.

### Gibt es Pläne, einen Lagerstandort in Europa zu eröffnen?

Momentan sehen wir hierfür keine Notwendigkeit, jedenfalls nicht für ein »freies Lager«. In drei bis vier Tagen ist die Ware für unsere europäischen Kunden vor Ort verfügbar. Das ist in der Regel ausreichend. Sollten jedoch ein großer Kunde oder mehrere große Kunden ein europäisches Konsignationslager wünschen, würden wir dies im konkreten Bedarfsfall einrichten.

### Woher bezieht America II seine Ware?

Wir besitzen weltweit eigene Einkaufsorganisationen für elektronische Bauteile. Wir kaufen von Herstellern deren Überbestände und haben zudem zahlreiche Spezialverträge mit weltweit bekannten Firmen. Man muss allerdings bei dem einen oder anderen Marktteilnehmer dieser Welt genauer hinsehen und abwägen. America II hat deshalb eine herausragende Wareneingangskontrolle und Lieferanten-Beurteilung. Das führt öfters dazu, dass gewisse Anbieter von uns nicht zu einem Angebot aufgefordert werden, obwohl sie auf ihren Lagerlisten dringend gesuchte Ware ausweisen. America II besitzt die üblichen ISO-9000-Zertifizierungen und zusätzlich ANSI/ESD-S20.20.

Das Interview führte  
Carmen Skupin

LSI Logic

## Partnerprogramm für die Distribution

München – LSI Logic hat für qualifizierte Systemintegratoren, VARs und Lösungsanbieter ein autorisiertes Partnerprogramm für Speicher-Adapter vorgestellt. Es soll Partnern von LSI Logic Wettbewerbsvorteile für den Wiederverkauf von Speicher-Adaptoren sichern, den Gewinn der Partner erhöhen und deren Kosten reduzieren.

Die Teilnehmer aller drei Stufen des Programms haben Zugriff auf Vertriebsunterstützung, Produktwerbung, technisches Produkttraining, Speicher-Adapter zum Testen, Vertriebswerkzeuge und Produktliteratur. Partner, die bestimmte Umsatzziele erreichen, erhalten Sales Leads, erweiterte Marketingprogramme, zusätzliche Vertriebsunterstützung, bevorzugten technischen Support sowie Internetwerbung und werden vorab über neue Produkte informiert.

»Die Distributionsumsätze haben sich bei LSI Logic im vergangenen Jahr mehr als verdoppelt. Um diese Dynamik weiter in Schwung zu halten, haben wir ein Programm mit noch höheren Vergütungen für unsere Partner eingeführt«, begründet Joe Leader, Senior Director of Channel Marketing and Business Development bei LSI Logic. (cs) ■