Stromversorgungs-Distribution sieht sich mit Nachfrageflaute und verändertem Entwicklerverhalten konfrontiert

»In Zukunft könnte es durchaus zu Preiskämpfen kommen«

Angesichts voller Läger und eines nach wie vor flachen Auftragseingangs werden in der Stromversorgungs-Distribution Preiskämpfe nicht mehr ausgeschlossen. Aktuell richten sich die Hoffnungen auf eine Markterholung auf Herbst 2025. Investitionsprogramme könnten den Aufschwung beschleunigen.

Richtig spannend wird es in der Distribution dann, wenn der Kunde nichts mehr kaufen kann oder will, weil er keinen Absatz mehr kreieren kann, dann sitzen wir auf dem Lager, der Lieferant sitzt auf dem Lager und der Hersteller hat nichts zu tun – in dieser Situation sind wird seit 2023«, beschreibt Markus Zemp, Managing Di bei der Fortec Power Switzerland, die elle Lage beim Forum »Stromversorg Distribution« der Markt&Technik. »Im 1. tal 2023 haben uns die Kunden gesa Sommer kommt der Aufschwung; wir es, wir spüren es, passiert ist dann

Die Teilnehmer des Forums

Oskar Czechowski, Technical Development Manager Central & Eastern EU – Power/Emech, TTI IP&E Europe

Jens Egbers, Manager FAE-Team, MEV Elektronik Service

Jochen Krause, Product Line Manager Power & Energy, Hy-Line Technology

Uwe Saum, MDE Manager Power Supply CE & NEE, Arrow Electronics

Frank Stocker, Field Application Engineer Power Supplies, Schukat electronic

Markus Zemp, Managing Director, Fortec Power Switzerland

nichts, der Aufschwung ist bis heute nicht da, und es wird weiterhin mau bleiben, solange der Umschwung nicht einsetzt.«

Natürlich, so Zemp, »verbessert sich die Book-to-Bill, weil sich auch das Lager des Kunden irgendwann leert und er dann nachbestellen muss, aber das sind jetzt keine bombastischen neuen Auftragsvolumen«. Der Fortec-Manager gibt zu, dass es durchaus noch Marktbereiche gebe, »die ganz gut laufen, die anderen dümpeln noch so vor sich hin«. Zemp verweist auf einen Schweizer Kunden, der im Sommer meinte, er müsse vorziehen, »schaut, dass ihr das auf Lager habt«. Eigentlich hätte jetzt geliefert werden sollen, »aber das Ganze wurde inzwischen auf Januar, Februar rausgeschoben, offensichtlich hakt es noch irgendwo in der Nachfragekette«.

Jochen Krause, Hy-Line Technology

„Bei Bestandsgeschäft würde ich auch in Zukunft von einem hohen Maß an Preisstabilität ausgehen; bei neuen Projekten wird man mit höherer Aggressivität agieren, weil der Wettbewerb da größer ist."

»Nach der Boomphase in der Corona-Pandemie war es jetzt eine ganze Weile lang sehr, sehr still«, gibt auch Frank Stocker, Field Application Engineer für Power Supplies bei Schukat electronic, zu; »aktuell ist das Treiben wieder etwas geschäftiger«. Stocker verweist darauf, dass das Angebotsvolumen, das man derzeit schreibe, wieder deutlich höher sei, »da scheinen manche zu testen, was denn jetzt nach der Pandemie preislich so möglich ist«. Brauchbare Ergebnisse gebe es allerdings noch wenige, »da ist viel Kurzfristiges dabei, Rahmen- und Terminaufträge sind relativ selten«. Aktuell laufe es auf einem vernünftigen Niveau, »auch wenn es natürlich mehr sein könnte«. Im nächsten Jahr, so Stockers Überzeugung, »wird es deutlich besser sein – es muss besser sein!«.

»Der Umsatz ist stabil, er bricht nicht ein«, berichtet Jochen Krause, Product Line Manager für Power & Energy bei Hy-Line Technology, »er geht aber auch nicht nach oben«. Was sich dagegen häuft, sind Anfragen, ob vereinbarte Lieferumfänge auch in kleineren Tranchen ausgeliefert werden können. »Könnten wir nicht 300 Stück kriegen statt der vereinbarten 1000 Stück?« ist so eine gängige Frage, »dabei werden aktuell noch die höheren Preise akzeptiert, weil die Stückzahl niedriger ist, wir merken aber auch, dass mehr und mehr Preisanfragen durch die Gegend laufen«. Konkret handelt es sich dabei häufig um sogenannte Price-Reduction-Programs; die Frage lautet dann, »was ist dein Ziel, was willst du damit und warum tauscht ihr aus?«.

Oskar Czechowski, Technical Development Manager in Central & Eastern EU für Power/Emech bei TTI IP&E Europe, macht ganz ähnliche Erfahrungen: »Die langsamen Ramp-up-Phasen mit vielleicht 300 Stück sieht man derzeit häufig.« Zwar stünden die Entwickler

Oskar Czechowski, TTI Europe

„Wenn wir Aufträge an die Stromversorgungshersteller geben, bekommen wir von ihnen erst einmal die Standardlieferzeiten genannt. Erhalten wir die Ware dann doch schneller, heißt es: Freut euch doch, wir sind schneller fertig geworden."

Jens Egbers, MEV Elektronik Service

„Irgendwann werden die Lager leer sein, und wer dann das gewünschte Produkt zu einem guten Preis am Lager hat, der wird am Ende das Geschäft machen. Um einen Aufschwung anzukurbeln, bedarf es aber Investitionsprogrammen, die für Sicherheit am Markt sorgen."

jetzt wieder für ihre originäre Aufgabe zur Verfügung, aber wirklich neue Entwicklungen wolle man noch nicht machen, also gehe man der Frage nach, ob man das, was man bereits hat, noch mal preislich reduzieren könnte. »Unser Shippings sehen noch recht gut aus, aber bei den Bookings spüren wir die a le Situation schon.« Das dürfte nach Einschätzung wohl auch noch eine We bleiben. Czechowski berichtet von eine kannten in einem großen Unternehme ihm Anfang des Jahres gesagt habe, »sie den erst einen Aufschwung ab dem 3. Q 2025 sehen – damals habe ich das nic glaubt«.

Auch Jens Egbers, Manager FAE-Tea MEV Elektronik Service, ist sich sicher, in den verbleibenden Monaten dieses und zu Beginn des nächsten Jahres mehr viel passieren wird, die Aufträ einfach auf einem schwachen Niveau« Industriekunden seien in Kurzarbeit, wenn darüber kaum etwas in der steht«. Manche Märkte sowie die Sola Heizungsbranche lägen total brach, »a der Gebäudeautomatisierung geht d kaum etwas«. Egbers sagt dann auch einen Satz, dem kaum einer widerspr können dürfte: »Wenn VW schwächelt,

Mornsun – a never ending story

«Bei uns hat das wie eine Bombe eingeschlagen, als bekannt wurde, dass Mornsun auf der Sanktionsliste des US-Außenministeriums gelandet ist«, erinnert sich Jens Egbers, MEV Elektronik Service, an die Tage nach dem 1. Mai dieses Jahres. Am Anfang dachte man bei MEV, Amerika, das betreffe einen nicht selbst, »wir hatten da keine Erfahrungswerte, wie wir uns da jetzt verhalten sollen und was zu tun ist«. Schließlich entschloss man sich wie andere Distributoren auch zu einer Nacht-und-Nebelaktion und löschte alle Mornsun-Produkte von der Homepage. Egbers Erklärung dafür: »Hätten wir diese Produkte weiter vertrieben, hätte die Gefahr für uns bestanden, selbst auf der Sanktionsliste zu landen, und dann hätten wir den Laden zumachen können.«

Natürlich, so der MEV-Manager, »hätten wir die Produkte in Europa verkaufen können, aber was passiert, wenn einer dieser Kunden seine Geräte dann vielleicht doch in die USA exportieren will?«. Man habe mit vielen Kunden gesprochen, die letztlich auch nicht wussten, was in so einem Fall zu tun sei. »Das Herausfordernde war ja, dass Mornsun ein preislich sehr interessanter Hersteller war, mit dessen Produkten wir nie qualitätstechnische Probleme hatten, Mornsun hatte ganz einfach ein gutes Produktportfolio, das sich quasi über Nacht in Rauch aufgelöst hat.«

Doch damit nicht genug – bei der Suche nach einem Ersatz musste man extrem darauf aufpassen, nicht auf einen »Hersteller« zu stoßen, der Mornsun labelt. »Da kamen ja viele chinesische Hersteller auf uns zu: Ihr seid doch Mornsun-Distributor gewesen, wir hätten da eine ansprechende Produktpalette, wollt ihr nicht unsere Produkte in Europa vertreiben?« Wie kritisch das war, lässt sich für Egbers daran ablesen, »dass die Kunden schon gefragt haben, ist das ein chinesischer, ein taiwanesischer Hersteller, steht der auf der Sanktionsliste, da ist absolut was hängen geblieben«.

Aus Sicht von Frank Stocker, Schukat electronic, war das Mornsun-Desaster ein nicht zu verhinderndes Szenario aus Distributionssicht, das gelte aber auch für die Kunden. »Wir haben ja in früheren Gesprächsrunden dieser Art auch immer wieder über Second und Third Source gesprochen, und dann waren das auf einmal keine wirklichen Alternativen, sondern die Kunden hatten quasi drei Versionen ein und desselben Produkts in ihr Gerät eindesignt, die sind aus allen Wolken gefallen!« Für den Kunden sei das schlimm, eine Art Worst Case«, so Stocker, »auf d anderen Seite ist das, was da passiert i schon ein sehr skurriles Szenario gewesen

Markus Zemp, Fortec Power Switzerland, der Ansicht, »dass das, was Mornsun passi ist, im Prinzip jedem Hersteller passier kann, wenn er eben nicht darauf achtet, da es nicht passiert«. Aus diesem Grund will auch nicht ausschließen, dass sich Ähnlich in Zukunft wiederholt. »Wir sind den Ur gang mit internationalen und regional Normen und Verordnungen gewöhnt, ab Sanktionen kann man nicht planen.« Da Mornsun je unter seinem alten Namen Europa wieder einen Fuß auf den Boden b kommt, bezweifelt er, »das ist verbrann Erde, die Kunden erinnern sich an die Pro leme, die sie hatten, den Riesenaufwand b der Suche nach Alternativen, das wollen s auf jeden Fall vermeiden«. Ob es unter eine neuen Namen klappen könnte, wie es in d letzten Monaten versucht wird, möchte nicht beurteilen. Für die Distribution bede tet der Fall Mornsun auf jeden Fall, »unse Lieferanten in Zukunft noch genauer zu pr fen, aber wirklich vermeiden wird sich so e Fall wohl auch in Zukunft nicht lassen, spielen zu viele Faktoren eine Rolle, auf d wir keinen Einfluss haben«. (eg)

schwächelt das ganze Land.« Einen kleinen Lichtblick sieht er im Zusammenhang mit der Senkung des Leitzinses – »vielleicht steigen dadurch ja tatsächlich wieder die Investitionen«. Egbers moniert aber auch die durch die Politik getriebene Verunsicherung der Wirtschaft und der Verbraucher (*Anmerkung der Redaktion: Das Forum fand vor dem Platzen der Ampel-Koalition statt*). »Es wird spannend, dann zu sehen, wann es im nächsten Jahr losgehen wird.«

»Wir sehen Stornierungen, und die Kunden wollen häufig verschieben«, beschreibt Uwe Saum, MDE Manager Power Supply CE & NEE bei Arrow Electronics, seine aktuellen Erfahrungen am Markt. »Zum Teil werden Projekte im Industriebereich um zwei, drei Jahre geschoben, im Medizinbereich teilweise noch länger.« Positiv entwickelt sich nach seinen Worten für Arrow aktuell der Luftfahrt- und Defense-Bereich. »Wir bieten in diesem Bereich eben entsprechende Produkte verschiedener Hersteller an, deshalb partizipieren wir hier von der aktuellen Situation.« Bei Arrow sieht man in Asien bereits wieder eine Trendwende und einen Bedarfsanstieg. »Setzen wir

Eine Entwicklergeneration mit Amazon-Mentalität

Ein weiteres Generation-Z-Bashing? Nein, aber auch die Altersstrukturen unter den Entwicklern verändern sich, und das hat durchaus Folgen für die Art und Weise, wie der Außendienst in der Stromversorgungs-Distribution die Bedürfnisse einer jüngeren Generation von Elektronikentwicklern wahrnimmt. Der größte Unterschied zu älteren Entwicklern scheint zu sein, dass diese junge Generation erst dann Kontakt zur Distribution aufnimmt, wenn das aus ihrer Sicht unbedingt nötig ist.

»Wenn man versucht, die zuvor zu erreichen, telefonisch, per E-Mail oder LinkedIn, dann hat man damit wenig Erfolg«, blickt Markus Zemp, Fortec Power Switzerland, auf seine bisherigen Erfahrungen in dieser Richtung zurück. »Wenn er dann mal etwas will, kann man durchaus vorbeikommen, aber zuvor wird man ignoriert.« Aus seiner Sicht ist das für das Geschäft absolut negativ, dass sich die Leute zu nichts mehr äußern wollen. »Wenn ich mal frage, wie weit sie denn jetzt sind, ob sie jetzt nicht mal Muster bräuchten, höre ich nichts«, berichtet er; »wenn sie dann welche brauchen, schreiben sie zurück, aber nicht davor«. Noch vor weniger als zehn Jahren wäre so ein Verhalten nach seinen Erfahrungen sehr ungewöhnlich gewesen. »Wenn man sich da gekannt hat, dann hat man sich im Laufe der Entwicklung immer wieder ausgetauscht.«

Oskar Czechowski, TTI, zählt sich selbst noch zu den Jüngeren in der Branche, aber auch er beobachtet zunehmend ein Verhalten jüngerer Entwickler, das er Amazon-Mentalität nennt. Mit durchaus kuriosen Blüten. »Es gibt Fälle, da werden dann irgendwann Muster geordert, aber nicht mal über Mouser, sondern über unseren eigenen Online-TTI-Shop«, berichtet er. Über die Gründe dafür kann auch er nur spekulieren: »Vielleicht möchte man diese Konfrontation Face-to-Face nicht, vielleicht traut man sich auch schlicht einfach nicht.« Natürlich gäbe es Firmen, da werden die Entwickler abgeschirmt, da bekomme man maximal den Projekt- oder den Entwicklungsleiter zu sprechen. Überrascht zeigt sich Czechowski auch davon, dass selbst Beratungen über Teams offenbar immer weniger gefragt sind, »das lief anfangs ganz gut, auch wenn zu Beginn der Pandemie noch nicht alle Kunden die nötige Hardware dafür im Homeoffice hatten, aber inzwischen scheint auch dafür kaum noch Zeit zu sein«.

Aus Sicht von Frank Stocker, Schukat electronic, besteht die aktuelle Herausforderung im Außenvertrieb darin, auf multiplen Kanälen vertreten zu sein. »Es gibt das scheue Reh, das lieber klickt als spricht, das ist ja auch völlig ok, nur müssen die Leute eben erreichbar bleiben!« Für Distributoren, die als Lösungsanbieter auftreten, bleibe der Außendienst auch in Zukunft von elementarer Bedeutung. »Online bringe ich das nur bedingt hin.« Er profitiere immer davon, mit Leuten zusammenzusitzen, »denn ich komme aus solchen Gesprächen immer mit ganz anderen Dingen raus, als vielleicht die ursprüngliche Intention in diesem Fall war.« Er ist auch weiterhin fest davon überzeugt, »dass das einen Mehrgewinn für beide Seiten bietet«. Stocker gibt aber auch zu, »dass es immer Entwickler gegeben hat und geben wird, die das nicht möchten, das muss man dann halt einfach akzeptieren«. Sein Fazit der letzten Zeit: »Die Sessions vor Ort mit den Kunden haben sich ganz stark reduziert.«

Bei Arrow Electronics hat der Außendienst nach den Worten von Uwe Saum schon allein deshalb einen ganz besonderen Stellenwert, »weil wir eben nicht nur Stromversorgungen anbieten, sondern eine Servicepalette mit über 500 Herstellern im Portfolio haben, das kann man in keinen Teams-Meetings rüberbringen, so lange will keiner vor dem Computer sitzen«. Zur Erklärung des Phänomens verweist Saum auf die aktuelle junge Generation, »die sitzen teilweise am gleichen Tisch und schicken sich Nachrichte, das ist auch deren Art, mit Freunden zu kommunizieren«. Zwar müsse man sich als Außendienst auch an die veränderten Entwicklergewohnheiten anpassen, »aber ich bin der festen Überzeugung, wenn auch diese Generation erkannt hat, welche Vorteile es hat, wenn man sich im persönlichen Kontakt vor Ort austauscht, dann wird das letztlich dazu führen, dass auch diese Generation diese Art der Betreuung annimmt«. Ganz sicher scheint er sich aber nicht zu sein – »vielleicht ist das aber auch nur eine Hoffnung meinerseits«.

Jochen Krause, Hy-Line Technology, hat die Erfahrung gemacht, dass Entwickler sehr klar Räumlichkeiten trennen. »Wenn ich zu Hause im Homeoffice bin, will ich Paperwork machen, da will ich keinen Außendienstmitarbeiter bei mir zu Hause haben, und wenn ich in der Firma bin, dann bin ich im Labor, um hardwaretechnisch das durchzumessen, was ich zu Hause nicht machen kann, und dann habe ich da nicht die Zeit, zwei Stunden einen Vertriebler zu empfangen.« Für Krause ein Problem, »denn so bekomme ich in der Kommunikation nur exakt das Scheibchen, das er mir gibt, da kann ich dann nachsehen, ob ich da was habe«. Vor Ort ergäben sich ganz andere Eindrücke – an welchen Geräten arbeitet der, welche Lasten hängen da dran, gibt es Platzprobleme, eventuell thermische Geschichten? »Das kann man vor Ort ganz anders beurteilen, ältere Entwickler wissen das und schätzen genau diese Beratungsleistung, Jüngeren fehlt da zum Teil noch das Problembewusstsein, was bei einer Stromversorgung neben Strom und Spannung noch interessant werden kann.« (eg)

Frank Stocker, Schukat electronic

„Aktuell erleben wir wieder ein geschäftigeres Treiben, nachdem es zuletzt doch ziemlich still war. Die Angebotsvolumen, die wir derzeit schreiben, sind wieder deutlich höher. Man scheint testen zu wollen, was jetzt nach der Pandemie preislich möglich ist.“

Markus Zemp, Fortec Power Switzerland

„Vor dem Hintergrund der vollen Läger wird in Zukunft speziell in der Distribution mit Standardprodukten mit härteren Bandagen gekämpft werden, letztlich steuern wir wieder auf einen starken Käufermarkt zu.“

im Stromversorgungsbereich einen traditionellen Zeitversatz von drei bis sechs Monaten voraus, dann könnte die Prognose für eine Markterholung im 3. Quartal 2025 in Deutschland und Europa durchaus zutreffend sein.« Motor für die positive Entwicklung in Asien sind nach seinen Worten dort milliardenschwere Investitionsprogramme.

Bei der Frage, ob es neben Luftfahrt sowie Defense derzeit überhaupt ein Marktsegment gäbe, das in etwa den Erwartungen entspricht, verweist Zemp auf den Bereich Medizintechnik. Interessant ist dabei nach seinen Worten, dass die Anfragen dort immer häufiger nicht über die etablierten Kanäle kämen. »Es handelt sich dabei immer häufiger um entwicklungsbeauftragte Unternehmen, die häufig über spezielles Know-how verfügen, mit dem sich der Hersteller gegenüber seinem Wettbewerb abheben kann und das er nicht im eigenen Haus hat.« Aus Sicht von Fortec Power handelt es sich dabei um durchaus interessante Stückzahlen von 5000 bis 10.000 Geräten.

Saum verweist auf den Bereich Robotik, »das entwickelt sich für uns recht vielversprechend, zum Teil halten diese Geräte wie etwa der Da-Vinci-Roboter ja auch Einzug in viele Krankenhäuser«. Kurzfristig, so Saum, werde das zwar noch nicht zu riesigen Umsatzsprüngen führen, »aber das sind wirklich interessante Projekte, in die AC/DC-Netzteile mit Ausgangsleistungen von 1000 W und mehr reingehen«. Egbers nennt die Bahntechnik: »Wir haben unsere Aktivitäten dort erst vor einigen Jahren gestartet, aber wir sehen dort positivere Tendenzen als in vielen anderen Bereichen.«

Angesichts des geschilderten Ist-Zustands kommt die Diskussion ziemlich schnell zu einem heiklen Thema: Preisdruck – Preiskampf. Eine Gefahr, die nicht nur mit vollen Lägern, sondern auch mit der niedrigen Auslastung der Stromversorgungshersteller zu tun hat. »Auch wenn wir nahe an unseren Herstellern dran sind, bekommen wir von ihnen keine genauen Angaben zur Fertigungsauslastung«, sagt Zemp, »aber wir gehen davon aus, dass im Schnitt die Auslastung der Werke bei 60 bis 70 Prozent liegen dürfte«.

»Ich würde sagen, die Situation hat sich wieder entspannt, aber sie ist noch nicht gut«, meint Stocker. »Vor einem Jahr war es schon kritisch, die Hersteller waren in Kurzarbeit, mussten Mitarbeiter entlassen, das hat sich wieder etwas entspannt.« Unabhängig davon klopften aber auch die Stromversorgungsher-

Uwe Saum, Arrow Electronics

„Wir sehen inzwischen eine Trendwende und einen Bedarfsanstieg in Asien. Mit dem übliche Zeitversatz von drei bis sechs Monaten im Stromversorgungsbereich könnte das darauf hindeuten, dass der Aufschwun des deutschen Marktes im nächsten Jahr erfolgt.“

steller schon mal bei den Distributore »Wie sieht es aus, wann müsst ihr mal w nachbestellen?« Auch Saum kann aus d tuellen Lieferzeiten nur ableiten, »da Auslastung nicht bei der Volllast liegt zige Ausnahme: der schon zuvor gen Defense-Bereich.

»Für uns scheint es so, als ob die Ausla der Hersteller auf einem gesunden N ist«, schildert Egbers seine Erfahrunge ale Fertigungszeiten bekommen wir vo Herstellern nicht«. Das könne sich aber kunft ändern, da nach wie vor ein Ba abzuarbeiten sei. Egbers weist aber d hin, »dass die Lieferzeiten aktuell unte Wochen liegen, das war noch vor einer undenkbar«. Wie so etwas im Alltagsge dann auch laufen kann, schildert Czech ki: »Wenn wir die Aufträge vergeben, b men wir von den Herstellern erst einm Standardlieferzeit genannt. Und dann es auf einmal: Freut euch, wir sind frühe tig geworden!«

Doch zurück zu Preisdruck und Preisl angesichts voller Läger, geringer Nach und Fertigungsstätten, die dringend au träge angewiesen sind. »Ich denke, es

fast zwangsläufig zu Preiskämpfen kommen«, meint Czechowski, »wenn die Lager voll sind, wird irgendwann die Anweisung kommen, zu geringeren Preisen zu verkaufen, die Geräte werden ja auf Lager nicht besser!« – »Ich möchte nicht ausschließen, dass eine Situation eintritt, in der Preise gemacht werden, die ich eigentlich eher ungern machen würde«, äußert sich Saum, »auszuschließen ist das zumindest nicht«. Wer in dieser Situation nahe am Kunden dran sei, so Saum, »hat zumindest einen kleinen Vorteil, man wird sich immer für den Auftrag entscheiden, auch wenn die Marge nicht da ist, wo man sie gerne hätte«.

Krause unterscheidet zwischen Bestandsgeschäft, das schon zugelassen und freigegeben

Entwickler entwickeln wieder, aber was?

Während der Corona-Pandemie war der Großteil der Entwickler im Elektronikbereich damit beschäftigt, neue, alternative Bauteile zu prüfen und freizugeben, um die Produktion am Laufen zu halten; klassische Entwicklungsarbeit trat in dieser Zeit in den Hintergrund. Nach dem Ende der Corona-Pandemie sollten die Entwickler nun eigentlich wieder die Zeit haben, sich ihrer wichtigsten Aufgabe zu widmen, der Entwicklung neuer Geräte; nur darüber, was wirklich neu ist, darüber gehen die Ansichten bei den Diskussionsteilnehmern durchaus auseinander.

So hapert es aus Sicht von Jochen Krause, Hy-Line Technology, im Stromversorgungsbereich durchaus an neuen Produkten. »Wenn ein Kundengerät neu entwickelt wird, dann kommt da ein größeres Embedded-Board rein und ein leistungsstärkerer Prozessor, aber bei der Stromversorgung greift man häufig auf bisher verwendete Geräte zurück.« Klarer Vorteil für den Kunden: Er kennt das Gerät, er hat seine Erfahrungen damit gesammelt, er ist offenbar zufrieden damit, und diese Haltung trägt dazu bei, dass die Varianz im Lager des Kunden minimiert wird. »Wir wundern uns manchmal, dass ein Kunde ein Produkt auch nach zehn Jahren noch ordert«, so Krause, »und dann wird auf Nachfrage klar, dass der Kunde die Stromversorgung über zwei Gerätegenerationen nachgezogen hat«.

Auch Jens Egbers, MEV Elektronik Service, beobachtet diese Entwicklung. »Der Kunde entscheidet sich so, weil aus seiner Sicht alles gut funktioniert hat, EMV-mäßig alles gut ist oder weil das Ganze bereits zertifiziert ist.« Häufig werde eben erst am Ende der Entwicklung auf die Stromversorgung geschaut »und sich dann erst die Frage gestellt, ob es vielleicht doch etwas kleineres und Performance-Stärkeres gibt«. Frank Stocker, Schukat electronic, sieht zwar neue Projekte draußen am Markt, »aber ich sehe keine Projektpipeline, die in der Qualität gefüllt wäre, wie das früher der Fall war«. Für dieses Gap gibt es in seinen Augen eine Erklärung: »Diese neuen Projekte hat man in der Vergangenheit aufgeschoben, jetzt kommen sie wieder neu auf das Tableau und werden im Prinzip neu angefasst.«

Vielleicht muss es aber auch nicht immer etwas Neues sein? »Ich sehe viele Neuentwicklungen, bei denen es sich um die Erweiterung oder Erneuerung von Bestandsgeschäft handelt«, so Krause, »wenn ich da nicht irgendwo einen Technologiesprung drin habe, der entweder ein deutlich kleineres Gerät erfordert, oder eine deutlich performancestärkere Lösung, dann reicht die alte Stromversorgungslösung da oft noch eine Weile hin«. Uwe Saum, Arrow Electronics, sieht beim Tracking der Design-In-Prozesse, dass sich diese in etwa auf dem Niveau des Vorjahres bewegen. »In den letzten Jahren war diese Zahl steigend, was die Zahl der aktuellen Registrierungen angeht, bewegen wir uns konstant auf einem hohen Niveau«.

Aus Sicht von Markus Zemp, Fortec Power Switzerland, gibt es noch ein anderes Gap: »Ich habe eine ganze Reihe von Neuentwicklungen im Bereich von Nachfolgeprodukten, aber es gibt deutlich weniger Anfragen in Richtung strategischer Entwicklung.« Die Leute, die wirklich etwas Neues kreieren wollen, würden den Distributor schon sehr früh an Bord holen, um die Frage zu klären, was der Kunde vielleicht in drei, vier Jahren haben möchte. Dagegen seien die Entwicklungsbemühungen bei Nachfolgegeräten häufig noch von kurzfristigen Änderungen begleitet, »da hat man irgendwo am Markt etwas gesehen, was die die neue Maschine jetzt auch noch können muss, und das verzögert dann leider auch wieder die Bestellungsvergabe an uns«.

Oskar Czechowski, TTI Europe, drückt die Gretchenfrage beim Thema Neuentwicklungen so aus: »Setze ich als Geschäftsführer auf ein Pferd, das schon einmal funktioniert hat, und ich verpasse dem jetzt einfach einen neuen Sattel, oder erfinde ich das Rad wirklich neu und bin dann der nächste Apple mit dem iPhone oder dem iPad?« Der TTI-Manager weist in diesem Zusammenhang darauf hin, »dass die bürokratischen Hürden, um Startup-Unterstützung zu bekommen, im nahen Osten deutlich niedriger sind als hier, aber auch dort stellt man dann eben das ein oder andere Mal fest, dass es länger dauern kann, um wirkliche Neuentwicklungen auf den Weg und in den Markt zu bekommen«. (eg)

ist, und wirklichem Neugeschäft. »Bei neuen Projekten wird man mit höherer Aggressivität reingehen, weil da der Wettbewerb größer ist, bei Bestandsgeschäft gehe ich dagegen von Preisstabilität aus.« Mit härteren Bandagen kämpfen, wenn es um neue Projekte geht, ist ein Ausdruck, der fällt. »Wenn der Hersteller sagt, ich will mehr Auslastung, deshalb will ich da rein, hat man dem nachzukommen«, so Krause. »Es ist deshalb davon auszugehen, dass in nächster Zeit der Margendruck auf die Distributoren, aber auch der Preisdruck auf Hersteller zunehmen wird, um solche interessanten neuen Projekte zu gewinnen.«

Stocker weist darauf hin, dass auch die Distributionsstrategie der Hersteller in dieser Situation eine wichtige Rolle spiele: »Je einfacher das Produkt, desto größer die Kanäle, die dahinter stehen, und desto mehr besteht die Gefahr, in Preiskämpfe verwickelt zu werden.« Auch Egbers geht davon aus, »dass es bei neuen Projekten in Zukunft durchaus zu ordentlichen Preisstechereien kommen könnte, vor allem bei Standardprodukten mit Dutzenden von Herstellen am Markt«. Aber auch er weist darauf hin, dass es auf die Distributionsstrategie des Herstellers ankomme, »ob es wirklich zu Preiskämpfen kommt«.

Wie sieht es also angesichts möglicherweise drohender Preiskämpfe nach Einschätzung der Diskussionsteilnehmer in einem Jahr auf dem deutschen Distributionsmarkt für Stromversorgungen aus? »Es braucht Impulse und Programme der öffentlichen Hand, um wieder für Planungssicherheit am Markt zu sorgen«, versichert Saum, »Elektromobilität und Ladeinfrastruktur waren Hype-Themen, deren Absturz innerhalb weniger Monate erfolgte«. Angesichts der bevorstehenden Wahl des US-Präsidenten und einer eventuell auch in Deutschland anstehenden Wahl traue sich derzeit niemand, das Heft des Handelns in die Hände zu nehmen.

Impulse ja, aber Stocker verweist auch auf die Geschehnisse der letzten Jahre: »Wir hatten eine Boomphase; hätten wir die durchschnittlichen Wachstumszahlen ab dem Jahr 2020 fortgeschrieben, wären wir umsatztechnisch in Summe über die letzten Jahre in etwa auf demselben Niveau herausgekommen.« Er glaubt deshalb, dass 2024 für viele Firmen nicht das absolute Tal der Tränen sei, »viel spannender ist vielmehr die Frage: Was passiert jetzt?«.

Aus seiner Sicht bedarf es vor allem mal eines Impulses, sich aus der Zwangsjacke der vielen schlechten Nachrichten der jüngsten Zeit zu befreien. »Dafür bräuchten wir eine Initialzündung, wie die aber aussehen könnte, kann heute, glaube ich, noch keiner sagen.«

»Wenn ich als Mittelständler jeden Tag
richten von Insolvenzen bekomme
Czechowski, »dann lasse ich mich nat
davon beeindrucken, und jedes Famili
ternehmen wird sich vor diesem Hinter
die Frage stellen: Sollen wir jetzt wirkl
die Neuentwicklung gehen?«. Man müs
nem starken Mittelstand das Gefühl d
cherheit geben, damit der sage, »ich inv
re jetzt«. Aus Sicht von Krause is
Schlimme an der Situation in Deutsc
dass das mit der Verunsicherung der Inc
und Wirtschaft innerhalb kürzester Zeit
zweimal passiert ist, »erst beim Thema
mepumpe und dann noch einmal beim T
EV und Charging«. Heute ist der Förd
da, morgen nicht mehr, »so kann man
Wirtschaftspolitik machen!«

»Der stärkste Impact wären sicher langf
und nachhaltige Investitionsprogra
glaubt Zemp. »Wenn ein positiver I
kommt, dann muss man den auch durch
und darf nicht auf einmal alles stopp
Derzeit gibt es aus Geldnöten keine Inv
onsprogramme in Deutschland; wer a
Zukunft wirklich Klarheit sowohl für de
telstand als auch für die Konzerne sc
will, der muss dafür klare politische Ra
bedingungen schaffen – nur so lässt si
Gefühl der Zwangsjacke, die alle Krea
und Initiative erstickt, sprengen!« (eg)

JETZT VON MITBEWERBERN ABSETZEN!

Zeigen Sie Ihren Kunden, dass sie Ihnen und Ihren Produkten vertrauen können

Nutzen Sie dafür die vielfältigen Werbemöglichkeiten auf elektroniknet.de und unseren Fachmedien

Elektronik automotive | Elektronik | Markt&Technik | Elektronik medical

Zu Ihren Werbemöglichkeiten

Kontakt: Carolin Schlüter | cschlueter@wekanet.de | +49 (89) 255 56-1570