



Kommentar

David gegen Goliath – Europas Standing im Weltmarkt der Elektronik

Berlin, 2. März 2021 -Europas Weltmarktanteil an Elektronik sinkt und ist auf dem Weg in Richtung 8%. Zur Verdeutlichung: Apple und Samsung beanspruchen jeder für sich alleine den Elektronikjahresbedarf von Gesamteuropa - ein einziges Unternehmen so viel wie gesamt Europa! Eine Änderung ist nicht zu erwarten, eher eine Verschärfung des Trends, denn Smartphones und dazugehörige Derivate sind Elektronikträger, die in Asien gefertigt werden. Aber nicht nur die Herstellung von elektronischen Geräten findet größtenteils in Asien statt, sondern auch die Produktion der Halbleiter/des Siliziums selbst, das in den feinsten Strukturen (gegenwärtig 3nm & 5nm) weltweit nur an zwei Plätzen in Asien möglich ist.

E-Mobility, IoT oder Smart Home – die in Europa allesamt eine Rolle spielen - werden das Bild nicht zu unseren Gunsten verschieben. Wir Europäer haben unsere Position durch zu langes Festhalten an „tradierten oder fossilen“ Technologien fahrlässig aufs Spiel gesetzt. Trotzdem spielen wir noch eine Rolle als Ideengeber und Innovationsträger – bei Entwicklung und Patenten blickt man noch (!) auf Europa. Aber verspielen wir nicht gerade unser Tafelsilber?

Unsere Innovationskraft beruht auf der Ausbildung. Die Pandemie hat uns vor Augen geführt, wie gut (oder schlecht) wir hier aufgestellt sind: Digitale Infrastruktur sträflich vernachlässigt, weil Fokus auf der Maut – beschämend. Unsere Wettbewerber brauchen keinen Sturm, wir machen die Tore selbst und zwar im eigenen Tor.

Unsere Lieferketten für die Global Player?

Wenn wir sauber und langfristig planen, behalten wir den für uns reservierten Slot bei den Herstellern. Insbesondere die langjährigen Geschäftspartner in der Distribution wird man bedienen. Denn die Chiphersteller brauchen die Perspektive über die Distribution auf den breiten Elektronikmarkt, die vielen innovativen Kundenprojekte oder auch Start-Ups für die Produkte der Zukunft. Die, die da denken aufgrund ihres „großen“ Umsatzvolumens eine Sonderbehandlung zu erfahren, müssen bei allem asiatischen Gleichmut mit Shortages rechnen. Die Asiaten mögen höfliche Menschen sein - aber Priorität? Bei einem

Gesamtanteil Europas von 8% am Weltmarkt? Selbst die Automobilindustrie in Europa spielt da nicht in der Premier League.

Nur mit einer qualifizierten Kommunikation und sorgfältigen Planung können wir bestehen. Wir sollten uns keine Arroganz leisten, sondern müssen clever, schnell und effizient agieren und die Kanäle nutzen, die wir haben. In Europa ist kein Kunde groß genug, um wegen seines Volumens Priorität vor USA oder Asien zu genießen. Diese Erkenntnis mag schmerzen, aber sie kann helfen, noch schmerzhaftere Verluste zu minimieren. Unsere Selbstwahrnehmung muss einem Selbstbewusstsein weichen, das Stärken und Schwächen ergebnisoffen betrachtet. Dann haben wir eine Chance.

Die Distribution hat gelernt, zwischen dominanten Partnern Zeitsprünge zu puffern, mannigfaltige und heterogenste Interessen zu vermitteln, Informationsfluss verschiedenster Art zu kanalisieren und die Logistik der Supply Chain hocheffizient zu optimieren. Und alles mit einer immer über die Jahre schrumpfenden Marge. Es ist Zeit, um über Werte in der Logistik und die wirkliche relevante Aufgabe intensiv nachzudenken

Die Pandemie und ihre Folgen zeigt uns gerade vieles im Brennglas! Lernen wir, auch wenn es weh tut: Wir sind nicht mehr der Nabel dieser Welt, aber wir bleiben ein wichtiger Bestandteil. Wenn wir das begreifen und uns entsprechend ausrichten, sind wir vielleicht an einem entscheidenden Punkt, zur Abwechslung die berühmten 7 Jahre vor den USA. Kooperation und Partnerschaft - nicht erst, wenn alles steht - kann dazu beitragen, dass Europa und seine Player im globalen Kontext bestehen können. Einzelkämpfer werden untergehen. Schade David!

Autor: Andreas Falke, Geschäftsführer des FBDi Verbands

###

Über den FBDi e. V. (www.fbd.de):

Der Fachverband der Bauelemente Distribution e.V. (FBDi e.V.) ist seit 2003 eine etablierte Größe in der deutschen Verbandsgemeinschaft und repräsentiert einen Großteil der in Deutschland vertretenen Distributionsunternehmen elektronischer Komponenten. Neben der informativen Aufbereitung und Weiterentwicklung von Zahlenmaterial und Statistiken zum deutschen Distributionsmarkt für elektronische Bauelemente bildet das Engagement in Arbeitskreisen und die Stellungnahme zu wichtigen Industriethemen (u.a. Ausbildung, Haftung & Recht, Umweltthemen) eine essenzielle Säule der FBDi Verbandsarbeit.

Die Mitgliedsunternehmen (Stand Januar 2021):

Mitglieder: Acal BFi Germany; Arrow Europe; Avnet EMG EMEA; Beck Elektronische Bauelemente; Blume Elektronik Distribution; Bürklin Elektronik; CODICO; Conrad Electronic; Distrelec; Ecomal Europe; Endrich Bauelemente; EVE; Future Electronics Deutschland; Glyn; Gudeco Elektronik; Haug Components Holding; Hy-Line Holding; JIT

electronic; Kruse Electronic Components; MB Electronic; MEDI Kabel; Memphis Electronic; Menges Electronic; MEV Elektronik Service; mewa electronic; Mouser Electronics; Neumüller Elektronik GmbH; pk components; Püplichhuisen; RS Components; Rutronik Elektronische Bauelemente; Ryosan Europe; Schukat electronic; TTI Europe.

Fördermitglieder: TDK Europe, Recom.

Pressekontakt:

FBDI e. V., Andreas Falke, Geschäftsführer, Ludwigkirchplatz 8, 10719 Berlin;
Tel.: +49 174 / 8702 753; a.falke@fbd.de

PR Agentur:

Agentur Lorenzoni GmbH, Public Relations, Landshuter Straße 29, 85435 Erding; Tel:
+49 8122 55917-0, www.lorenzoni.de; Beate Lorenzoni-Felber, beate@lorenzoni.de