

„Wir haben uns sehr ehrgeizige Ziele gesetzt“

Im D&V-Interview: Bernhard Sonnentag, Ineltek

Anlässlich der **Electronica 2002** wurde die Gründung der **Advanced Technology Group**, einer Kooperation der Distributoren **Anatec**, **Ineltek** und **GD Technik** bekannt gegeben. Was die Unternehmen zu diesem Schritt bewegt hat, und welche Veränderungen die Zusammenarbeit für die Kunden der Unternehmen bringt, erläutert **Bernhard Sonnentag**, Geschäftsführer der **Ineltek GmbH** im Gespräch mit der Redaktion der **DESIGN&VERIFICATION**. **BERNHARD SONNENTAG**



Dipl.-Wirt.-Ing. (FH) Bernhard Sonnentag ist Geschäftsführer der Ineltek GmbH, Heidenheim

■ Wie kam es zu der kürzlich der Öffentlichkeit vorgestellten Kooperation?

Alle Partner, Anatec aus der Schweiz, GD Technik aus Großbritannien und die deutsche Ineltek, sind seit mindestens 15 Jahre als Distributoren im Geschäft und haben eine gewisse Marktdurchdringung in den jeweiligem lokalen Markt erreicht. Ein weitere Gemeinsamkeit besteht darin, das alle drei Unternehmen Vertriebspartner von Atmel und White Electronic Designs sind. Bereits vor der Einrichtung der neuen Holding kooperierten die drei Unternehmen. Die Gründung der Advanced Technology Group – der ATeG – mit Rechtsform einer AG und Sitz in Zug in der Schweiz bietet eine vernünftige Basis und eine geeignete Struktur, um die Zusammenarbeit zu forcieren. Wir haben schon jetzt vernetzte Läger, d.h. die drei Partner haben online Zugang zu

den gelagerten Produkten. Darüber hinaus bündeln wir unsere Bedarfe und können so bessere Einkaufsbedingungen erreichen. Zudem wird es uns erleichtert, Projekte, die ins Europäische Ausland gehen leichter zu verfolgen, dies war mit den nur regional gültigen Franchise-Verträgen fast nicht möglich.

■ Welche Veränderungen wird es durch die Kooperation in der Linecard geben?

Die Zahl der wichtigsten Linien wird voraussichtlich von 16 auf etwa 10 bis 12 sinken, die Produkttiefe wird aber gleichzeitig sehr stark zunehmen. Genaures lässt sich zu diesem Zeitpunkt nicht sagen, da wir ja gerade dabei sind, die Linecard zu überarbeiten.

■ Wie sehen die Eigentumsverhältnisse der Holding aus?

Gegenwärtig hält jede der beteiligten Firmen ein Drittel des Aktienkapitals.

■ Was wird unter dieser Holding in Zukunft zu finden sein?

Die Gründung der AG ist der erste Schritt. Jetzt gilt es, die Ressourcen und Aktivitäten zu bündeln und die Organisation dementsprechend anzupassen. Gegenwärtig sind der Holding drei Mitarbeiter zugeordnet. Rene Lienhard, Geschäftsführer der Anatec, leitet derzeit die Aktivitäten der Holding, weitere Funktionen werden sukzessiv aufgebaut. Wie schnell dies geschieht, hängt auch vom Verlauf der Gespräche mit den Herstellern über die Angleichung der Linecards ab. Bisher bestehen noch regionale Kontrakte mit diversen Herstellern, die jetzt auf das ganze gemeinsame Vertriebsgebiet erweitert werden

sollen. Bevorzugen die Hersteller in diesem Fall eine Schnittstelle, werden die entsprechenden Aktivitäten in die ATeG transferiert. Die ersten Gespräche mit den Herstellern unserer wichtigsten Linien sind sehr positiv verlaufen. Es handelt sich hier schließlich um den Zusammenschluss von drei etablierten, gut organisierten und hoch profitablen Firmen. Wir sind bei mehreren Linien sehr stark, bei Atmel sind wir unbestritten die Nummer 1 in Europa, und finden daher aufgrund dieser Faktoren eine sehr gute Ausgangslage für die Gespräche vor.

■ Werden sie die bestehenden regionalen Lager weiterführen?

Die Tendenz geht dahin, dass wir ein großes zentrales Warehouse haben werden. Bis dahin werden aber sicherlich noch zwei Jahre ins Land gehen.

■ Wie stellt sich die Situation für Kunden mit EDI-Anbindung dar?

Die EDI-Anbindung erfolgt noch über den jeweiligen Distributor. Zukünftig soll es aber für den Kunden möglich sein, den Lagerbestand aller Partner einzusehen und Informationen zum Lagerort abzurufen. Wir rechnen damit, dass dies bis etwa Mitte 2003 abgeschlossen sein könnte.

■ Worin liegen Ihre besonderen Stärken, die die geplante Expansion vorantreiben können?

Ein wesentliches Merkmal ist unsere ausgeprägte Fokussierung auf eine begrenzte Zahl an Produktlinien. Als Folge sind die jeweils mit den einzelnen Linien erzielbaren Umsätze für uns und die Hersteller attraktiv hoch. Gleichzeitig konnten und können wir so ein einmaliges Know-how aufbauen, von dem unsere Kunden direkt profitieren. Eine unserer Stärken liegt im Bereich der Mikrocontroller, der auch besonders stark wächst und aufgrund der geringeren Volatilität im Vergleich zum Speicherge-

schäft unser Unabhängigkeit von einzelnen Branchen stärkt. Als Beispiele für wichtige Produkte sind die 16- bzw. 32-Bit-Controller von Fujitsu oder die 8-Bit-Controller von Atmel zu nennen.

■ Werden Ihre Kunden noch weiterhin die gleichen Ansprechpartner vorfinden, oder bündeln Sie auch diese Funktionen?

Kundenseitig wird sich nichts grundlegend ändern. Die Kunden werden vom jeweiligen AteG-Partner vor Ort betreut, können sich also nach wie vor an den vertrauten Ansprechpartner wenden.

■ Wie decken Sie momentan Osteuropa ab?

Wir verfügen über eigene Büros in Moskau, in Budapest und in Prag. Zudem gibt es Kontakte zu lokalen Distributoren in anderen Ländern.

■ Wie können Sie nach erfolgreichem Design-In Ihre Investitionen schützen, wenn die Fertigung nicht innerhalb Europas verlagert wird, sondern z.B. in China erfolgt?

Einerseits sehen wir den Trend zur Verlagerung der Fertigung nach Osteuropa – wo wir recht gut vertreten sind – als ausgeprägter an, als den Trend zur Nutzung von Fertigungskapazitäten in China. Andererseits denken wir über die Etablierung einer Dependence in China im zweiten Quartal 2003 nach.

■ Sehen Sie auf der Herstellerseite Interesse, Sie in dem Bemühen zu unterstützen, einen Design-In-Schutz zu realisieren?

Das liegt im ureigensten Interesse der Hersteller. Unterstützt er seine Vertriebspartner diesbezüglich nicht, wird das Interesse an seinen Produkten rapide abnehmen. Jeder Hersteller ist daran interessiert, dass hier die Basisarbeit geleistet wird, die dann in der Zukunft in Aufträge mündet.

■ Angesichts regional sehr unterschiedlicher Preise dürfte das allerdings in der Praxis schwierig umzusetzen sein. Gibt es hier mittlerweile formelle Ansätze, um dies zu gewährleisten?

Das ist ein sehr schwieriges Thema, es gibt verschiedene Ansätze, die im Augenblick evaluiert werden. Ein allgemein gültiges und durchschlagendes Konzept, ist nicht in Sicht. Gerade die Abwanderung von Projekte nach China ist zweifellos ein heißes Eisen für alle Distributoren. Hier bleibt noch einiges zu tun, um das Problem zur Zufriedenheit aller zu lösen.

■ Wird es weitere Kooperationspartner geben?

Der Konzentrationsprozess, von dem die Distributoren seit einiger Zeit betroffen sind, ist sicherlich noch nicht abgeschlossen. Wir haben jetzt die erforderliche kritische Masse erreicht, um auch unter diesen Rahmenbedingungen weiter expandieren zu können. Der iberische Markt, Italien

wie auch Frankreich sind definitiv interessante Märkte. Es ist durchaus möglich, dass wir dieses Jahr und in den nächsten Jahren noch weitere Partner begrüßen können. Das Interesse von Distributoren aus Südeuropa ist auf jeden Fall diesbezüglich bereits zum jetzigen Zeitpunkt sehr hoch.

■ Welche Ziel haben Sie sich für das laufende Jahr gesetzt?

Wir haben uns sehr ehrgeizige Ziele für die Zukunft gesetzt. Dazu gehört, dass wir als Firmenverbund dieses Jahr – vor allem mit Hilfe des aus Sicht des einzelnen Kooperationspartners wesentlich umfangreicheren Produktportfolios – über 30% Umsatzwachstum erreichen wollen. Die jetzt wirksam werdenden Synergien, z.B. bei den Kosten, tragen zur Erreichung dieses Ziels bei. Es wird sich zeigen, dass wir mit der Kooperation den richtigen Weg eingeschlagen haben. (jr)

Interview als PDF im Internet:

www.publish-industry.net 
more @ click DV13651