Umfrage Distribution – Teil 1

Thema: Geopolitik und Standort Europa

Input von: **Gerald Meier, Chief Sales Officer, Endrich Bauelemente**

- **Branchenchancen: In welchen vertikalen Märkten (Branchen) sehen Sie 2025/26 in Europa das meiste Wachstum (z. B. Industrie, Auto, Energie, Med-Tech) – und warum gerade dort?**

  Für uns sehen wir die Industrie und die Medizintechnik als Wachstumsmärkte der kommenden Jahre. Hier sehen wir uns und unsere Kunden in einer ausgezeichneten Position, das eigene Know-How gewinnbringend anzuwenden. Wir sehen hier z.B. gute Möglichkeiten für Systemintegrationen. Auch der Energie-Bereich könnte sich gut entwickeln. Hier befinden wir uns bereits im Wachstum dank Anwendung von inzwischen gut etablierten Technologien wie zB SiC.

- **Kundensegmente: Welche Kundengruppen (OEM, EMS, Start-ups, KMU) bieten aktuell das größte Potenzial? Was brauchen diese Segmente konkret von der Distribution?**

  Hier haben wir sowohl Start-Ups als auch KMUs im Fokus, für die es gilt, von unserer Design-Expertise und der unserer Lieferanten zu profitieren bis hin zur Umsetzung von Systemlösungen. Hier sehen wir das größte Wachstumspotenzial.
  Bei den OEMs und EMS wird weiterhin eine wettbewerbsfähige Preisgestaltung und erstklassige Logistik von großer Bedeutung bleiben, im OEM-Bereich ebenso noch der Design-In-Support.

- **Re-/Near-/Friend-Shoring: Sehen sie aufgrund der politischen Entwicklungen verstärkte Verlagerung nach und Nachfrage aus Europa & Wie verlagern sich Nachfrage und Wertschöpfung in Regionen und Märkten – und was bedeutet das für Ihr Portfolio?**

  Bezüglich der Nachfrage nach China-free-Produkten sehen wir einen uneinheitlichen Umgang im Markt. Während es den Versuch gibt, auf Produkte aus China zu verzichten, scheitert die Umsetzung jedoch oft an der Preisgestaltung. Deutlich zu spüren ist der Preisdruck aus Asien bei vielen Kunden in Bereichen, in denen bisher lokale Endprodukte allein aufgrund ihrer Qualität kaum asiatische Wettbewerber fürchten mussten. Hier hat Asien zum einen aufgeholt, zum anderen ist fraglich, ob der Endkunde noch bereit ist, eine Premium-Qualität zu finanzieren.
  Für uns ist es wichtig, mit dem richtigen Mix, was die Regionalität unserer Lieferanten betrifft, anbieten zu können und so letztendlich für jede Anforderung die richtige Lösung im Portfolio zu haben.