

TXC und WDI

# »Zusammen wollen wir den Automotive-Markt aufrollen!«

Mit dem taiwanischen Hersteller TXC hat WDI sein Angebot an Taktgebern für den Automotive-Markt erweitert. WDI vertritt den Hersteller in Europa nicht nur als Distributor, sondern repräsentiert das Unternehmen auch als Werksvertretung und ist damit ebenfalls für das Automotive-Direktkundengeschäft verantwortlich. Gemeinsam wollen die Partner den deutschen Automotive-Markt aufrollen, der bislang stark auf die drei großen japanischen Hersteller gesetzt hat und kaum offen war für einen Wechsel. Seit Fukushima hat sich das aber geändert.

TXC ist auf Tuchfühlung mit den Top 3 der Welt und rangiert zur Zeit als viertgrößter Hersteller von Taktgebern weltweit. Gleichzeitig ist TXC der größte nicht-japanische Anbieter von frequenzbestimmenden Bauelementen für die Automotive-Branche und hat damit einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil vorzuweisen.

Das Quarzgeschäft der Spitzenreiter ist traditionell heiß umkämpft, denn die Taktgeber der Qualitätsanbieter an sich unterscheiden sich technisch nur wenig. Die Top 4 Hersteller teilen sich rund 60 Prozent des weltweiten Marktes für Quarzprodukte. Die Marktführerschaft der Japaner kommt nicht von ungefähr: Sie gelten als die Pioniere im Quarzgeschäft und haben in den letzten Jahrzehnten Schritt für Schritt ihre Vormachtstellung ausgebaut.

Mit Platz 4 zufrieden geben will sich TXC aber in Zukunft nicht, wie Michele Acquaviva, Director von TXC Europa, betont: »TXC ist sozusagen noch hungrig – selbst im Krisenjahr 2009 sind wir deutlich gewachsen. Wir rechnen damit, dass wir in diesem Jahr weltweit auf Platz 3 vorrücken werden, weil unsere japanischen Wettbewerber massiv Marktanteile verlieren bzw. bereits verloren haben«. In Asien sei TXC jedenfalls der »Angstgegner« Nummer 1, so Acquaviva.

Verloren haben die Japaner in den letzten Monaten vor allem aufgrund der Fukushima-Katastrophe, die den Autobauern deutlich vor Augen gehalten hat, wie abhängig sie von den japanischen Quarz-Herstellern sind. »Die japanischen Hersteller dominieren das internationale Automobilgeschäft und haben daraus quasi ein Oligopol entwickelt. In der Folge haben sich natürlich auch die Preise und Konditionen festgefahren.«

Das Oligopol der japanischen Quarz-Hersteller in der Automobilindustrie wird nun fallen, ist Acquaviva überzeugt: »Die Tier 1 haben ihre Konsequenzen aus der Japan-Tragödie gezogen und sehen sich nach einer Second Source bzw. Ersatzprodukten um, vor dem Hintergrund einer sicheren Supply Chain«, erklärt Christian Dunger, Mitglied des Vorstands von WDI. »Das Automotive-Geschäft ist eigentlich immer langfristig. Es ist unüblich, ein bestehendes System auszutauschen, aber die Katastrophe in Japan hat dieses Prinzip etwas ausgehebelt.«

TXC erfüllt alle Voraussetzungen, um die anspruchsvolle Automobilbranche adäquat zu bedienen. Alle Produkte stammen aus TS16949-zertifizierten Anlagen.



TXC ist der derzeit viertgrößte Quarz-Hersteller weltweit, gleichzeitig der größte Nicht-Japaner und TS 16949 zertifiziert.



Michele Acquaviva, TXC

» TXC ist sozusagen noch hungrig – selbst im Krisenjahr 2009 sind wir deutlich gewachsen. Wir rechnen damit, dass wir in diesem Jahr weltweit auf Platz 3 vorrücken werden, weil unsere japanischen Wettbewerber massiv Marktanteile verlieren bzw. bereits verloren haben. «

zierten Fabriken und sind nach AEC-Q200 qualifiziert. Auch ausführliche PPAP-Dokumentationen (Grade 1 bis 5) sind verfügbar. Seine Produktionsstätten hat der Hersteller auf Taiwan und in China verteilt und wäre daher im Fall einer Naturkatastrophe in einem Gebiet auch weiter produktions- und lieferfähig. Ein beachtliches Volumen von etwa 186 Millionen Einheiten pro Monat kann TXC in seinen vier Fabriken produzieren.

»Damit ist TXC der einzige Quarz-Hersteller außerhalb Japans, der überhaupt in der Lage ist, die großen Volumina, die die Automobilindustrie fordert und benötigt, zu fertigen und eine Versorgungssicherheit zu gewährleisten«, verdeutlicht Dunger den entscheidenden Vorteil des Herstellers. Bei bereits erfolgten Kunden-Audits habe TXC jedenfalls große Tier1 bereits sehr beeindruckt, schildert Acquaviva. Die Automotive-Kunden gehen sehr tief in die Prüfung, was die Lieferkette anbelangt, weil sie sichergehen wollen, dass nicht die Bänder stillstehen, weil Bauteile fehlen. Denn Quarze sind ein Schlüsselprodukt für die Automotive-Industrie. Natürlich werde da als erstes die Frage gestellt, ob man überhaupt in der Lage sei, 10 Millionen Stück pro Monat zu produzieren und ein entsprechendes Volumen zu liefern, erklärt Acquaviva. »Wir haben außerdem gegenüber den japanischen Herstellern den Vorteil, dass Taiwan nicht so teuer ist wie Japan, und gerade im Automotive Markt wird bekanntlich um jeden Cent gekämpft«, gibt der TXC-Manager zu bedenken.

Vertriebsniederlassungen unterhält TXC in Taiwan, China und den USA. Das Sales Office für Europa befindet sich in Mailand. Das klassische Distributionsgeschäft hat TXC in Europa an Distributoren vergeben, WDI ist aber der einzige Repräsentant im europäischen Distri-

butionsnetzwerk. Eine solche Repräsentationsfunktion auszuüben, ist durchaus nicht neu für WDI. Das Unternehmen verfügt auch über Repräsentantenverträge mit anderen Herstellern der Branche. Auch das Automotive-Geschäft ist für WDI längst nicht neu, gewinnt aber durch die Zusammenarbeit mit TXC noch einmal an Bedeutung: So ist WDI seit kurzem ebenfalls TS-16949-zertifiziert, was für einen Distributor eher ungewöhnlich ist.

Auf die kompetente Unterstützung von WDI als Repräsentant im Direktkundengeschäft setzt auch Acquaviva in Europa – derzeit beschäftigt TXC auf dem Kontinent vier Mitarbeiter. »Wir möchten keine großen eigenen Ressourcen in Europa aufbauen, denn die Margen sind aufgrund des Preisdrucks sehr gering. Wir werden natürlich die großen Accounts weiter genau beobachten, verlassen uns aber auch sehr stark auf unseren Partner WDI«, so Acquaviva. Dieses Vorgehen sei in der Branche üblich, so Dunger, auch die anderen Quarzhersteller betreuen nur die Top-Level-Accounts selbst.

Mit diesem Vertriebsnetz sieht Acquaviva sich in Europa nun gut aufgestellt, um seinen Beitrag für das ehrgeizige Ziel von TXC zu leisten, noch in diesem Jahr in den Olymp der umsatzstärksten drei Quarzhersteller vorzudringen. Erste Früchte der Zusammenarbeit konnten die beiden Firmen bereits ernten und diverse Projekte sind aktuell im Vorlauf.

Kunden gewinnen will TXC natürlich nicht nur im Automotive-Segment, sondern auch in den Bereichen, PC, Consumer und Gaming, in denen TXC traditionell schon sehr gut etabliert ist. Aber das ist in erster Linie Sache der klassischen Distributoren. Mit WDI will TXC vor allem Automotive-Anteile gewinnen. »Wir sind eine Art verlängerter Arm für den Hersteller und können die Anforderungen der Kunden zum Hersteller tragen und umgekehrt«, beschreibt Dunger die Aufgabe von WDI.

### In Europa noch Nachholbedarf

Sehr gut eingeführt ist TXC in Asien und in den USA, hier kann der Hersteller auch bereits auf diverse Automotive-Projekte vorweisen. Dass der deutsche Automobilmarkt eine »harte Nuss« ist, die nicht ganz so einfach zu knacken ist, dessen ist sich Acquaviva bewusst. Bislang scheiterte die Kommunikation oft am fehlenden direkten Kontakt vor Ort, so habe man über US-amerikanische Kunden schon entsprechende Kontakte zu deutschen Automobilisten, aber immer wenn es um den direkten Kontakt ging, wurde es schwierig. Das ändert sich durch die Zusammenarbeit mit WDI nun grundlegend. Denn nun können die deutschen Ansprechpartner mit deutschen Experten sprechen. Entscheidend für die Zusammenarbeit war laut Acquaviva auch die Erfahrung von WDI im Automotive-Bereich: »Es ist schwierig, in diesem Markt

gute Experten zu finden. Durch die Zusammenarbeit mit WDI erhalten wir einen schnelleren Marktzugang.« Und WDI kann hier seine Spezialisierung voll ausspielen. Denn der Quarz-Experte arbeitet tagtäglich mit den komplexen Produkten. »Wir können exakt erklären und sind in der Lage, tieftechnisch zu diskutieren. Viele Kunden kommen schon von selber zu uns, wir müssen nicht ständig erklären, wer wir sind«, ergänzt Dunger.

Die Zusammenarbeit birgt für WDI aber auch Herausforderungen, wie Dunger schildert: »Die Logistik ist eine sehr große Herausforderung für uns, weil die Anforderungen aus der Automotive-Industrie immer sehr exakt erfüllt werden wollen. Wir haben viel Erfahrung im Bereich mittlerer und kleinerer Volumen, bei den hohen Volumen ist das auch ein Lernfaktor für uns. Wir freuen uns jedoch sehr darüber, wie uns unsere Automotive-Kunden partnerschaftlich unterstützen und uns an ihrem großen Know-how partizipieren lassen.«

Fokussieren wollen sich die Partner sowohl auf laufende Projekte als Second Source als auch auf neue Projekte. »Wir müssen beides im Auge haben, so dass wir beispielsweise auch bei Produktabkündigungen unserer Mitbewerber einspringen können«, erklärt Acquaviva.

Auf der Erfolgsspur sind die Partner jedenfalls jetzt schon und haben innerhalb von wenigen Monaten bereits Design-wins erzielt, obwohl die Zusammenarbeit erst seit einem knappen halben Jahr besteht. Das ist im Quarz-Bereich wirklich äußerst ungewöhnlich.

»Die Automotive-Hersteller wollen einen Hersteller mit Investitionssicherheit, und das bieten wir«, verkündet Acquaviva. Darüber hinaus, so Acquaviva, wolle er als Europäer die Automotive-Industrie in Europa dabei unterstützen, auch künftig wettbewerbsfähig zu sein, denn dieser Industriezweig sei einzigartig und biete noch viel Wachstumspotenzial. (zü) ■



Christian Dunger, WDI

» Die Tier 1 haben ihre Konsequenzen aus der Japan-Tragödie gezogen und sehen sich nach einer Second Source bzw. Ersatzprodukten um, vor dem Hintergrund einer sicheren Supply Chain. «