

Ingram Micro: Globale Plattform, lokale Nähe



24. Juni 2026 - Mit der Neuausrichtung der DACH-Organisation, einem verstärkten Schweiz-Fokus und der Digital Experience Plattform Xvantage will Ingram Micro die Zusammenarbeit mit Herstellern und Resellern intensivieren und weiter ausbauen. Dabei setzt der Disti sowohl auf digitale Prozesse als auch auf persönliche Beziehungen.

Seit Ende 2025 arbeitet Ingram Micro mit einer zentral aufgestellten DACH-Organisation. Geleitet wird diese von Alexander Maier, der für Deutschland, Österreich und die Schweiz verantwortlich zeichnet. Zwei der zentralen Ziele der neuen Struktur sind, Synergien besser nutzen und Kompetenzen länderübergreifend zusammenführen zu können. Wie Adolf Markones, Executive Managing Director Ingram Micro Austria & Switzerland, im Rahmen eines Roundtable-Gesprächs erklärt, sollen so unter anderem Wissen und Ressourcen gemeinsam genutzt und Belastungsspitzen in einzelnen Ländern besser abgefedert werden können.

Einen wichtigen Baustein bildet dabei das hochautomatisierte regionale Distributionszentrum im bayerischen Straubing, das auch die Schweiz versorgt. Auf rund 80'000 Quadratmetern Fläche werden hier täglich 25'000 Aufträge abgewickelt. Rund 8 Millionen Pakete verlassen pro Jahr das Lager. Und neben dem regulären

Lagerbetrieb werden vom Lager aus zahlreiche Zusatzdienstleistungen angeboten. So können Produkte beispielsweise ausgepackt, vorkonfiguriert und als kundenspezifische Bundles versendet werden – beispielsweise in Projekten im Bildungsbereich werde das gerne genutzt, so Markones.

Mit Blick auf die Rolle von Ingram Micro im IT-Channel kommentiert der Executive Managing Director: "Als Plattform Company liegt unser Mehrwert vor allem in der Fähigkeit, Hersteller und Reseller über die Plattform Xvantage effizient zu vernetzen, Reibungsverluste zu minimieren, dadurch Geschäftsprozesse zu vereinfachen und Echtzeit-Transparenz über Daten und Lösungen hinweg zu schaffen." Da an vielen Projekten fünf oder mehr Hersteller beteiligt seien, komme der Koordination und Vereinfachung der Abläufe eine zentrale Bedeutung zu.

Mit dem hochautomatisierten Lager in Deutschland, der von Markones angesprochenen Plattform Xvantage (später mehr dazu) und der neu aufgestellten DACH-Organisation will man nun erneut Fahrt aufnehmen. Und das gilt auch ganz besonders für die Schweiz, wie Adolf Markones betont.

Suche nach Sorokina-Nachfolge läuft

Nachdem die bisherige Schweizer Länderchefin Svetlana Sorokina das Unternehmen im Frühjahr 2026 überraschend verlassen hat, führt Markones die Schweizer Organisation derzeit interimistisch. Er stellt in diesem Zusammenhang klar: "Wir sind auf einem guten Weg und wollen uns nicht verschlanken." Die Lücke in der Schweizer Ländergesellschaft soll also zeitnah wieder geschlossen werden. Die Suche nach einer Nachfolge erfolgt mit hoher Priorität, gesucht werde eine Persönlichkeit mit starker Verankerung in der Schweiz.

Auch auf operativer Ebene soll die Präsenz in der Schweiz weiter gestärkt werden. Tayfun Ates, der seit mehr als drei Jahren bei Ingram Micro tätig ist und seit Februar 2026 die Position des Head of Sales Schweiz innehat, spricht von einem mehrjährigen Plan zur vertieften Verankerung im Schweizer Markt.

"Globale Plattform und lokale Nähe – das wollen wir wirklich leben", so Ates. Trotz zunehmender Digitalisierung bleibe der persönliche Kontakt ein zentraler Erfolgsfaktor. Deshalb wolle Ingram Micro nicht nur die Zusammenarbeit über digitale Plattformen ausbauen, sondern auch bewusst auf den direkten Austausch zwischen allen Beteiligten setzen.

Xvantage als zentrale Drehscheibe

Im Mittelpunkt der Strategie steht neben dem Lager in Bayern die erwähnte digitale Plattform namens Xvantage. Sie wurde 2025 eingeführt und ist Dreh- und Angelpunkt für Produkte, Services, Daten und Geschäftsprozesse von Ingram Micro, seinen Partnern, Herstellern und den Kunden – das "Single Pane of Glass" des Unternehmens.

Die Plattform geht laut Unternehmen weit über einen klassischen Online-Shop für Reseller hinaus. Alle Beteiligten greifen in Echtzeit auf dieselben Daten zu. Sämtliche Interaktionen – von der Bestellung über Reporting und Support bis hin zur Wissensdatenbank – werden über die Plattform abgewickelt.

Reseller können über Xvantage etwa Hardware, Cloud-Dienste und Softwarelizenzen an einem Ort bestellen und später auch verwalten und abrechnen. Darüber hinaus erhalten sie Einblicke in Trends und Daten, die ihnen helfen sollen, Geschäftspotenziale frühzeitig zu erkennen. Hersteller sollen über die Plattform Marketingkampagnen anstossen, Banner schalten oder Landingpages erstellen können. Gleichzeitig können Daten über deren Wirkung ausgewertet werden.

Die gewonnenen Informationen nutzt Ingram Micro wiederum für eigene Marketingaktivitäten sowie für Kampagnen, die gemeinsam mit Resellern umgesetzt werden. "Das Zusammenspiel von Mensch, Technologie und Daten wirkt hier wirklich", so Ates.

Neue Integrationsmöglichkeiten mit MCP

Ingram Micro erweitert aktuell seine Plattform um zusätzliche Integrationsoptionen. Dabei kommt auch das Model Context Protocol (MCP) zum Einsatz, das eine Anbindung von Xvantage an externe, agentenfähige KI-Systeme wie beispielsweise Claude oder Copilot ermöglicht. Über einen personalisierten Connector können diese Systeme auf Echtzeitdaten aus Xvantage zugreifen – etwa auf Bestellungen, Rechnungen oder Produktinformationen – und diese in eigenen Anwendungsfällen nutzen.

Für die Integration klassischer Geschäftssysteme stehen im Integrations-Hub entsprechende Connector-Apps zur Verfügung. Diese ermöglichen die Anbindung an ERP-, CRM-, PSA- oder CPQ-Systeme sowie die Automatisierung von Prozessen in beide Richtungen.

Die Integration standardisierter Systeme lässt sich mit wenigen Schritten umsetzen und ist sowohl skalierbar als auch zukunftssicher, wie Adolf Markones betont.

Echtzeitdaten helfen bei Engpässen

Gerade in Zeiten angespannter Lieferketten mit einem massiven Speicher- und Chipmangel sieht Ingram Micro einen wichtigen Mehrwert in der Plattform. Denn die Live-Daten ermöglichen es, Alternativen aufzuzeigen und schneller auf Engpässe zu reagieren.

Technologieaffine Reseller könnten viele Informationen direkt selbst abrufen, anderen soll dank den Echtzeitdaten besser geholfen werden können. Das System zeigt unter anderem Liefertermine, Produktalternativen oder kurzfristige Veränderungen an. Dank der aktuellen Datenlage können die Vertriebsteams somit auch proaktiv handeln und Partner frühzeitig auf Probleme hinweisen oder Alternativen empfehlen.

Trotz aller technologischen Unterstützung: Die Situation bei Speicher- und Chipkomponenten bleibt anspruchsvoll. Derzeit trifft eine anhaltend hohe Nachfrage auf begrenzte Produktionskapazitäten, die sich nicht kurzfristig erweitern lassen. Die verfügbaren Mengen im aktuellen Marktumfeld bleiben teilweise hinter den prognostizierten Bedarfen zurück, so Markones. Gleichzeitig passen Hersteller ihre Preismodelle an die neue Nachfragesituation an, was zu teils deutlichen Preisbewegungen in kurzen Zeitabständen führt. Dies führe zu einer gewissen Zurückhaltung bei Investitionsentscheidungen.

Eine baldige Entspannung erwartet Markones nicht. "Die weitere Entwicklung bleibt schwer prognostizierbar.", sagt er. Seine Empfehlung an Partner und Kunden: Unternehmen sollten ihre Investitionsentscheidungen sorgfältig und vorausschauend planen, in enger Abstimmung mit den Partnern entlang der Lieferkette.