

Im Spotlight: Damstahl

Wissen teilen und Werte schaffen

Ein neues ERP System, neue Werkstoffe, ein geplanter Webshop, eine weiterführende Marketingstrategie und eine neue Buchveröffentlichung: Damstahl rüstet sich für die Zukunft. COO Stefan Müller-Bernhardt umschreibt die aktuellen Prozesse mit den Worten „Nachhaltig optimieren - und das Step by Step.“ Im Gespräch mit Edelstahl Aktuell erläuterte er die Pläne des Unternehmens.

Bei der familiengeführten Damstahl Gruppe dreht sich seit der Gründung im Jahr 1960 alles um Edelstahl. Heute sorgen 300 Mitarbeiter europaweit, an insgesamt acht Standorten, für den Umschlag von jährlich rund 67.000 Tonnen Edelstahl. Kundenerfahrung und das Ziel, sowohl für Kunden als auch für Lieferanten der bevorzugte Partner zu sein, sind in der Firmenphilosophie verbrieft. Um diese Ziele zu erreichen, müssen Prozesse immer wieder

beigeschliffen, angepasst und optimiert werden.

„Es tut sich derzeit viel bei Damstahl.“ Stefan Müller-Bernhardt schmunzelt: „Ach wissen Sie, sehr viel will ich das gar nicht nennen. Wir optimieren aktuell unsere Prozesse, um unseren Kunden mehr Service und schnellere Lieferzeiten bieten zu können. Aber man muss sich immer bewusst sein, dass eine Optimierung auf sämtlichen Ebenen vollzogen werden muss, damit sie auch nachhaltige Erfolge erzielen kann.“ Auf welchen Ebenen die Prozesse optimiert werden? „Zum einen schließen wir aktuell die Implementierung unseres neuen ERP Systems ab; unsere Superuser durchlaufen aktuell die notwendigen Trainings. Ab Oktober diesen Jahres wollen wir das ganze System laufen haben. Ziel ist es, die vom Kunden gewünschten Materialien an der richtigen Stelle, zur richtigen Zeit und in der



Im Zentrallager liegen rund 8.000 Tonnen bereit zum Versand.

richtigen Menge zur Verfügung stellen zu können. Dieser Prozess soll mit unserem neuen ERP noch präziser und zielgerichteter werden.“

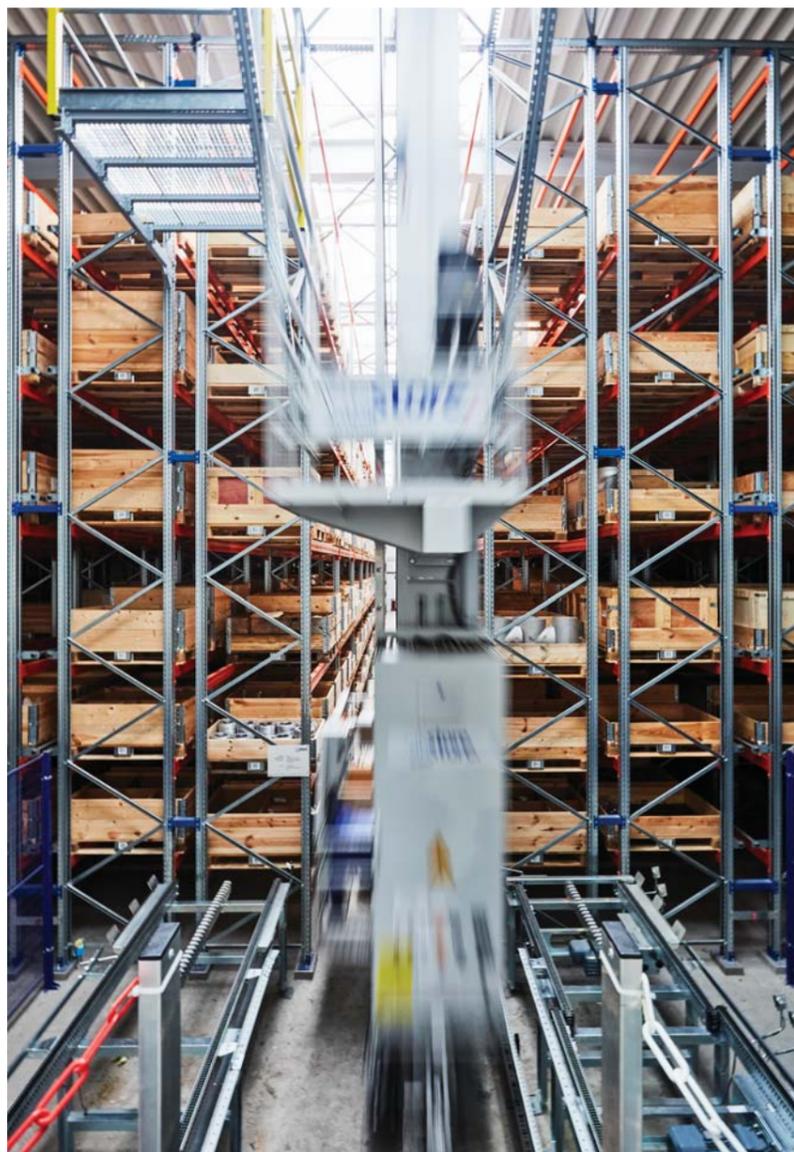
Breit und tief aufgestellt
Soweit die Theorie. Was aber bedeutet das für die Praxis und für die Kunden? „Aktuell lagern wir in unserem Zentrallager in Langenfeld rund 8.000 Tonnen Material. Insgesamt bewegen wir jährlich europaweit gut 67.000 Tonnen Edelstahl. Dazu kommt unser vollau-

tomatisiertes Fittingscenter mit Lagerplätzen für über 19.000 Kleinteile. Ein effizientes ERP ist daher ein wichtiger Schritt hin zu einer besseren Performance und noch strukturierteren Abläufen. Dank der implementierten Lieferverfolgung kann der Kunde ab Oktober auch sofort online den Status seiner Bestellung abrufen.“ Die 8.000 Tonnen Material, die Damstahl eingelagert hat, verteilen sich auf 18 verschiedene Werkstoffe. Auch hier versucht das

Unternehmen, dem Kunden ein größtmögliches Portfolio anzubieten. „Um unsere Abmessungspalette zu erweitern, haben wir in der letzten Zeit verschiedene Bestände eingelagert. Aktuell haben wir die Werkstoffe 1.4313 und 1.4501 in unser Sortiment aufgenommen. Letztes Jahr kam bereits 1.4539 dazu, ab Juli nehmen wir 1.4529 neu mit auf. Gerade letzterer findet viel Zuspruch in den Anwendungsgebieten der Medizin- und Pharmatechnik, Entsalzungsanlagen



COO Stefan Müller-Bernhardt
Bilder: Damstahl



Das neue ERP System wird das Lager noch effizienter machen



Lieferung on time: In der Regel liefert Damstahl innerhalb Deutschlands zwischen 24 und 48 Stunden

IMPRESSUM

Herausgeber
KCI GmbH
Tiergartenstr. 64
D-47533 Kleve
Tel. + 49 2821 711 45 0
Fax + 49 2821 711 45 69
www.edelstahl-aktuell.de

V.i.S.d.P.
Nicole Nagel
n.nagel@kci-world.com
Thijs Elshof
t.elshof@kci-world.com

Redaktion
Frank Wöbbeking
f.woebeking@kci-world.com
Christopher Papendorf
c.papendorf@kci-world.com
Nicole Nagel
n.nagel@kci-world.com

Redaktion International
redaktion@kci-world.com
John Butterfield
David Sear
Joanne McIntyre

Informationen/Anzeigen
Simon Neffelt
Tel. +49 2821 711 45 44
s.neffelt@kci-world.com
Nicole Nagel
Tel. +49 2821 711 45 55
n.nagel@kci-world.com

Abonnementservice
Marita Heickmann
Tel. +49 2821 711 45 40
m.heickmann@kci-world.com
€ 239,- jährlich + MwSt.
(10 Ausgaben)

Abonnements verlängern
sich nach zwölf Monaten
automatisch.
ISSN 1869-0149

Druck
Grafischbüro DotDos

Fotohinweise
Airbus, BASF, Big River Steel, BP, Butting, Continental, Damstahl, Evonik, Ganter, HW-INOX, Invest-Tech, MTU, Oliver Erp, Outokumpo, Pixabay, Rogers Stirks Harbour + Partners, rokstyle/strassacker, RVO, S+D, Sandvik, Schoeller Werke, SMS Group, Solar Promotion, Stallkamp, Steuer Nederland, thyssenkrupp, Trumpf, Uki Media and Events, weltzeituh-berlin.de, Zambelli, ZF

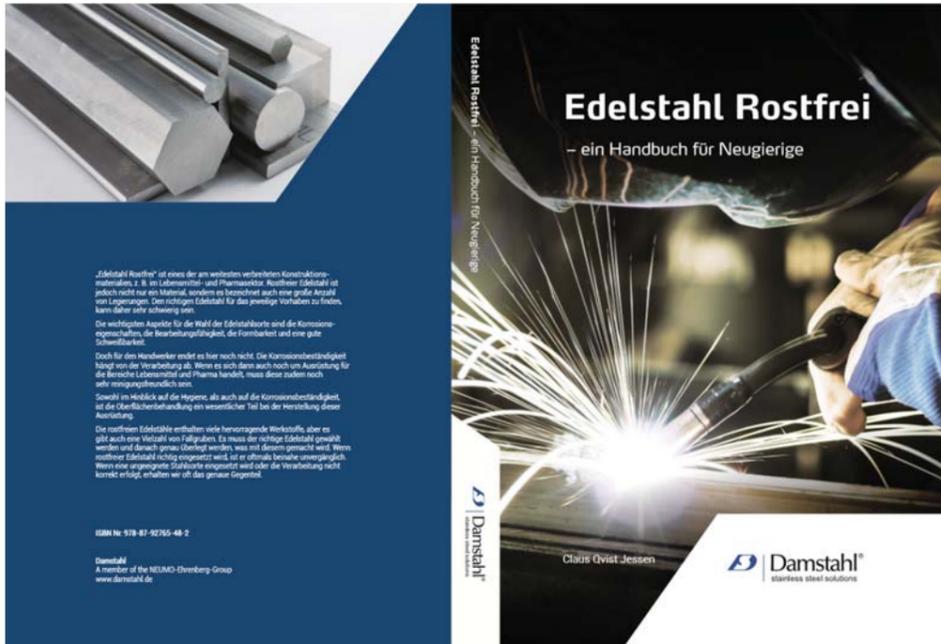
Besuchen Sie uns auf:



Der Herausgeber und die Redaktion haben bei der Erstellung dieser Zeitung äußerste Sorgfalt walten lassen. Dennoch können der Herausgeber und die Autoren keinesfalls die Korrektheit oder Vollständigkeit aller Informationen garantieren. Deshalb übernehmen der Herausgeber und die Autoren keinerlei Haftung für Schäden infolge von Handlungen oder Entscheidungen, die auf Informationen aus dieser Ausgabe beruhen. Lesern dieser Ausgabe wird deshalb ausdrücklich empfohlen, sich nicht ausschließlich auf diese Informationen zu verlassen, sondern auch ihr professionelles Know-how und ihre Erfahrung einzubeziehen sowie die zu nutzenden Informationen zu überprüfen. KCI Publishing kann auch nicht die Korrektheit von Informationen garantieren, die von Unternehmen, Organisationen und Behörden erteilt werden. Der Herausgeber behält sich das Recht vor, Absätze zu kombinieren, zu verändern oder zu löschen. Der Herausgeber behält sich das Recht vor, (Teile von) Artikel(n) weiterzuverwerten und auf unterschiedliche Weise zu verbreiten.

Alle Rechte vorbehalten. Die Inhalte unterliegen dem Urheberrecht und den Gesetzen zum Schutz geistigen Eigentums sowie den entsprechenden internationalen Abkommen. Sie dürfen ohne die schriftliche Genehmigung des Herausgebers weder für private noch für Handelszwecke kopiert, verändert, ausgedruckt oder in anderen Medien - welcher Art auch immer - verwendet werden.





Das neue Handbuch ist auch als E-Book erhältlich.

oder auch in Bereichen, in denen mit aggressiven chemischen Produkten gearbeitet wird. Der Ausbau unseres Vorrates an nahtlosen Rohren soll unseren Zielbranchen in der Mess- und Regeltechnik, Behälter- und Apparatebau, Maschinenbau und im Rohrleitungsbau zugutekommen.“

Mehr Vertrieb

Zu den weiteren Schritten der Optimierung gehört laut Müller-Bernhardt auch der Ausbau des Vertriebsnetzwerks von Damstahl. „Wir sind seit circa einem Jahr auch auf dem belgischen Markt sehr erfolgreich. Mit aktuell einem Außendienstmitarbeiter vor Ort wollen wir mehr Kunden von unserer Qualität und unseren Leistungen überzeugen. Seit Ende 2018 haben wir in Frankreich ebenfalls erfolgreich Fuß fassen können. Diesen Markt betreut aktuell Vivien Poite, ein französischer Muttersprachler, hier von Langenfeld aus.“

Im Zuge der Vertrieboptimierung soll nach dem geplanten Start des neuen ERPs im Oktober auch ein Webshop etabliert werden. „Ziel des Webshops ist es, zum einen mit der Digitalisierung Schritt zu halten und auf das veränderte Einkaufsverhalten unserer Kunden einzugehen, zum anderen erreichen wir damit auch mehr Kunden aus dem internationalen Bereich. Dieser Webshop ist komplett an das neue ERP gekoppelt. Somit kann der Kunde seine Bestellung jederzeit auslösen und nachverfolgen. Diese Neuerung schließt an unser bisheriges Liefersystem an: Wenn der Kunde seine Bestellung bis 16:00 Uhr auslöst, können wir innerhalb Deutschlands in der Regel binnen 24 und 48 Stunden liefern.“

Mehr Kommunikation

Die externe Kommunikation hat sich in den letzten

Jahren durch Social Media-Kanäle wie Facebook, LinkedIn und Xing nachhaltig verändert. Auch hier sieht Müller-Bernhardt weitere Möglichkeiten zur Optimierung. „Unser neues Marketingkonzept berücksichtigt diese Entwicklungen. Wir wollen über mehr Kanäle an unsere Kunden herantreten. Das kann auf der einen Seite via Social Media, deren Anwendungen wir künftig intensiver nutzen wollen, passieren aber auch auf der anderen Seite die Art und Weise wie und auf welchen Messen wir uns präsentieren. Gerade hinsichtlich der kleinen Messen wollen wir uns stärker aufstellen. Die Erfahrung hat gezeigt, dass insbesondere auf diesen Messen der Kundenkontakt wesentlich intensiver ist. Der Mehrwert hiervon ist enorm: Wir bekommen sowohl direktes Feedback aus dem Markt als auch die Wünsche und konkreten Bedürfnisse der Kunden vor Ort mitgeteilt.“

Werte schaffen

Zur Unternehmensphilosophie von Damstahl gehört es, Werte zu schaffen. Wie definiert der COO dieses Ziel? „Natürlich ist der Schlüsselwert bei Damstahl die Zufriedenheit der Mitarbeiter. Diese Maxime lebt man in dem familiengeführten Konzern an oberster Stelle. Nur Mitarbeiter, die sich mit dem Unternehmen identifizieren, mit Freude und Kreativität ihre Aufgabe meistern, schaffen für uns weiter wichtige Werte“, erläutert Müller-Bernhardt.

„Werte für den Kunden zu schaffen. Dies kann zum Beispiel unser internes Qualitätsmanagement sein, dass dafür sorgt, dass der Kunde nur die höchste Qualität geliefert bekommt. Durch unsere anspruchsvolle Kundschaft in der Chemieindustrie garantieren wir mit internen Tests von der Endoskopie über Farbeindringungstest

bis hin zur X-Ray Analyse von Schweißnähten die beste Qualität im Wareneingang. Auch bei der Herkunft der Werkstoffe gehen wir auf die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse ein: Während einige Kunden großen Wert darauf legen, dass die bestellten Werkstoffe ausschließlich innerhalb der EU produziert wurden, spielt der Aspekt der Herkunft bei anderen Kunden eine untergeordnete Rolle, sondern dort steht der Preis im Vordergrund. Beiden Bedürfnissen wollen



Höchste Qualität ist bei Damstahl der eigene Anspruch.

wir, immer unter dem Aspekt der höchsten Materialgüte, gerecht werden. Zum anderen liegen unsere Werte auch in der Qualität der Anarbeitung für unsere Kunden. Um unseren Kunden alles aus einer Hand anbieten zu können, übernehmen wir zum Beispiel auch das Sägen, Schleifen, Fräsen und Pressen sowie das Umformen. Immer mehr im Kommen ist das Tieflochbohren. Hausintern können wir die Werkstücke in einem Reinigungsbad ebenfalls waschen und entfetten.“

Doch die rein qualitativen und materiellen Aspekte sind bei Damstahl nur ein Teil dieser Philosophie. Aktuell hat das Unternehmen ein Buch mit dem Titel „Edelstahl Rostfrei – ein Handbuch für Neugierige“ veröffentlicht. Es ist insgesamt das vierte Buch, das sich rund um den Edlen Stahl dreht.

Der Autor, Claus Qvist Jensen, eine Koryphäe im Edelstahlbereich, ist seit Jahren bei Damstahl als Anwendungstechniker und Berater für Kunden rund um das Thema „Edelstahl rostfrei“ tätig. „Unser neues Buch bietet sowohl für Profis als auch für Neulinge in der Branche eine sehr gute Übersicht über das Thema

Edelstahl“, erklärt Müller-Bernhardt. „Auch hiermit wollen wir Werte schaffen, die über das Tagesgeschäft hinausgehen. Gerade für unsere neuen Auszubildenden oder Quereinsteiger in die Branche ist das neue Buch ein perfekter Einstieg in die Welt des Edelstahls und seine unglaublich vielseitigen Anwendungsgebiete. Doch man muss kein Edelstahl Profi werden wollen, um das Buch zu lesen. Es ist für jeden geeignet, der sich für diesen Werkstoff interessiert oder von ihm fasziniert ist. Wie der Titel schon sagt, enthält das Handbuch alle wichtigen Details zum Thema Edelstahl, aber auch eine Reihe von praxisnahen Unterkapiteln, wie zum Beispiel über säurebeständige Stahlsorten oder auch über Ferrite und Titanbeziehungweise Hochtemperaturlegierungen. Wir wollen unser eigenes Wissen nicht nur stetig vergrößern, sondern dies auch teilen. Auch dies ist für uns ein Baustein davon, wie wir Werte schaffen wollen. Unser Handbuch ist natürlich, im Sinne unserer aktuellen Optimierungen auch als E-Book erhältlich“, lacht Müller-Bernhardt.

Christopher Papendorf

Dem Trend zum Trotz



Frank Wöbbeking

Die anhaltenden Handelsstreitigkeiten zwischen den USA und China sowie zwischen den USA und Europa sowie der erneut aufgeschobene Brexit sind laut Bundesregierung die Gründe für eine Abkühlung der Konjunktur und eines schwächelnden Exports der deutschen Industrie. Dennoch befindet sich das Wirtschaftsministerium mit seiner Konjunktüreinschätzung am unteren Rand des Prognosespektrums. Seit Wochen korrigieren zwar alle Experten ihre Wachstumserwartungen für das laufende Jahr nach unten, jedoch weniger pessimistisch als die Regierung selbst.

Die Edelstahlbranche scheint diese Prognosen einfach zu ignorieren und tätigt gerade jetzt kräftige Investitionen. Eine sowohl logische als auch begrüßenswerte Entscheidung. Die meisten der aktuell anstehenden Investitionen zielen auf Prozessoptimierungen, Spezialisierungen und die Erschließung neuer Märkte ab. Diese Maßnahmen senken mittelfristig die Kosten der Unternehmen, sorgen für Produktdiversität und beugen einer Krise in der eigenen Branche vor. Statt Einsparungen vorzunehmen, wenn das sprichwörtliche Kind schon in den Brunnen gefallen ist, optimieren Unternehmen be-



Christopher Papendorf

reits frühzeitig ihre Strukturen und passen sich somit auch an die sich schnell verändernden Marktbedingungen an. John Maynard Keynes würde sich freuen, welche Lehre die Unternehmen der Branche aus der letzten Wirtschaftskrise gezogen haben.

Positive Entwicklungen gibt es auch im Bereich von Duplex. Der Werkstoff erfreut sich immer größerer Beliebtheit in den verschiedensten Einsatzgebieten. Einen Überblick dazu finden Sie auf den Seiten 13 und 14. Die Redaktion wünscht Ihnen viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe.

Key Facts:	
Name:	Damstahl
Gründung Damstahl Gruppe:	1960
Mitarbeiter:	>300
Standorte:	Deutschland, Dänemark, Schweden, Norwegen, Niederlande, Slowenien, Finnland, Belgien
Damstahl Deutschland:	
Umsatz:	120 Millionen Euro
Lagervolumen:	ca. 8.000 Tonnen
Mitarbeiter:	>130
Zentrale:	Langenfeld
Verkaufsbüros und Filialen:	Hamburg, Magdeburg, Frankfurt, Stuttgart, München, Niederlande und Belgien
Kundenbranchen:	u.a. Mess- und Regeltechnik, Behälter- und Apparatebau, Maschinenbau und im Rohrleitungsbau
Produkte:	Nahtlose Rohre, Geschweißte Rohre, Hohlstahl, Stab- und Blankstahl, Fittings & Flansche
Website:	www.damstahl.de

