

10/

Die Digitalisierung verändert das Leben in jeder Branche grundlegend. Die Zeiten von Telefon und Fax sind fast vorüber, das Internet ist nun auch für die Bestellung von Stahl, Aluminium und Blech das Instrument der Stunde. Moderne Technologien und Assistenzsysteme sind im Bereich der hochqualitativen Stahlerzeugung und der Weiterverarbeitung zu halb fertigen oder fertigen Produkten schon heute nicht mehr wegzudenken. Die damit verbundene Optimierung der Wertschöpfungskette schafft nicht nur kostenscitic Vorteile, sondern bietet auch enormes Potenzial in puncto Qualitätssteigerung und kontinuierlicher Produktentwicklung. „Umfassende Digitalisierung ist eine zentrale Voraussetzung, um unsere Technologieführerschaft in globalen Zukunftsmärkten weiter voranzutreiben. Auch in puncto Arbeitssicherheit ergeben sich durch den Einsatz von smarten Industrie-4.0-Lösungen erhebliche Optimierungsmöglichkeiten, z. B. wird körperliche Schwerarbeit zunehmend von Maschinen erledigt. Die Mitarbeiter werden damit keinesfalls obsolet. Sie bedienen allerdings immer weniger einzelne Maschinen, sondern steuern immer komplexere Prozesse und analysieren digital erfasste Produktionsdaten. Entsprechende Qualifizierungsmaßnahmen werden damit immer wichtiger“, ist Dr. Wolfgang Eder, Vorstandsvorsitzender der voestalpine AG, überzeugt.

Auch Harald Greger vom AFI sieht die Digitalisierung der Metallbranche als unaufhaltbar, jedoch besteht auch großes Aufholpotenzial in diesem Bereich: „Mit der verstärkten Verwendung von BIM – Building Information Modeling steht der Bausektor vor einem Paradigmenwechsel. Für den Metallbau gilt es nun, den richtigen Zeitpunkt zu erkennen, an dem die ersten digitalen Irrläufe im Baubereich abgeschlossen sind. Dann allerdings heißt es rasch aufspringen, denn der digitale Zug wird nicht lange warten. Neben ständigem Beobachten der Entwicklung ist also Feingefühl angesagt, um die richtige und unternehmensabhängig stimmige Entscheidung zum Einstieg zu treffen.“

Digitalisierung

Der Weg ist das Ziel

URSULA WASTL, GERD KRAUSE

Kunden treiben Digitalisierung voran

Die Digitalisierung des Stahlhandels steht erst am Beginn einer dynamischen Entwicklung“, sagt auch Dr. Heinz-Jürgen Büchner. Die treibende Kraft sieht der Managing Director der IKB (Deutsche Industriebank) in Frankfurt im Kunden. „Genauso wie in anderen Handelsegmenten dürften auch hier letztendlich die Kunden diejenigen sein, die den Trend zur Digitalisierung vorantreiben.“

Europaweit erfolgt mehr als ein Drittel des Stahlabsatzes über den Direktvertrieb vom Stahlwerk zum Kunden. Vor allem Großabnehmer der Autoindustrie beziehen

Stahl über länger laufende Kontrakte direkt ab Werk. Weitere 37 % werden über Stahl-Service-Center vertrieben. Diese auf Dienstleistungen und Anarbeitung spezialisierten Betriebe stehen zwischen dem klassischen Werkstoffhandel und dem produzierenden Gewerbe – häufig als Dienstleistungssparte von Stahlhändlern, die durch Anarbeitung, also mit Walzen, Sägen, Bohren, Schweißen, Gewindegewinden, Biegen oder Veredeln von Stahl und Aluminium ihre Wertschöpfungskette verlängern. Was bescheiden „Anarbeiten“ genannt wird, reicht bis hin zur Fertigung komplexer Bauteile für Autoindustrie, Bau und Maschinenbau.

MARCUS OBERHOFER

GESCHÄFTSFÜHRER KLOECKNER METALS AUSTRIA

„Der Marketplace Amazon ist sicher ein großes Vorbild. Wir verfolgen eine ähnliche Entwicklung, wollen ebenfalls den Kunden Zusatzprodukte anbieten, um alle Bedürfnisse abzudecken.“

Klößner auf Visionssuche

Gisbert Rühl, der CEO des Duisburger Stahlhändlers Klößner & Co, war einer der Ersten, der sich dieser Herausforderung stellen wollte. Er hat seine Vision von der Digitalisierung der Metall- und Stahlbranche zuerst nach Silicon Valley getragen, sie dort vom großen Erfahrungsschatz der High-techszene anreichern lassen und ist damit zurück nach Berlin, um dort 2014 einen eigenen Geschäftsbe-