

Im Spotlight: XOM Materials

Die Sprache der Digitalisierung

Manchmal kann es einfach nicht passender sein: Mitten im Herzen Berlins, in einem zu Büroräumen umgebauten Schmiedewerk, hat sich die XOM Materials GmbH angesiedelt. Das relativ junge Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, die dominierende B2B-Plattform für Stahl- und Metallprodukte sowie angrenzende Bereiche zu betreiben. Was auf den ersten Blick wie ein klassisches Start-Up Unternehmen wirkt, wird jedoch von drei Profis geleitet, die genau wissen, worauf es beim Plattformbau ankommt und wie dieser erfolgreich umgesetzt wird. Wir haben Marek Sacha (Chief Executive Officer), Tim Milde (Chief Operating Officer) und Matthias Affeldt (Chief Technology Officer) getroffen und über die Ziele und Herausforderungen von XOM Materials sowie die Digitalisierung und die Kommunikation zwischen Kunden und Anbietern gesprochen.

Zugegeben, möchte man XOM Materials besuchen, muss man schon genau wissen, wo man sein muss – aber das ist in einer Stadt wie Berlin nichts Neues. Die frisch renovierte, lachsfarbene Fassade verriet jedenfalls nicht, was einen erwartet, wenn man drei Innenhöfe durchquert um schlussendlich vor einem umgebauten, ehemaligen Schmiedewerk im typischen Backsteinlook mit hohen Fenstern zu stehen.

Transparenz

Unsere Ankunft überschneidet sich mit dem Ende eines Meetings der gesamten Belegschaft von XOM Materials. Die herzliche Begrüßung, die wir in dem separaten Teil des dreigeschossigen Gebäudes, das zu einer Küche/Meetingraum umgewandelt wurde, erfahren, vermittelt sofort eine internationale Atmosphäre. „Bei uns werden insgesamt zwölf Sprachen gesprochen“, sagt Matthias Affeldt, CTO, und lässt seinen Blick durch den Raum schweifen. „Solche Meetings finden ein oder zweimal im Monat statt. Wir bemühen uns um größtmögliche Transparenz, sowohl nach innen zu unseren Mitarbeitern als auch nach außen zu unseren Kunden. Gelebte Transparenz, gelebte Internationalität



Das Team ist international gemischt. Foto: XOM Materials

und gelebte Diversität bilden die Basis für unseren Erfolg – so hat es sich auch bei uns völlig von allein ergeben, dass 50 Prozent unserer Mitarbeiter weiblich sind.“

Das Konzept geht auf: Die Mitarbeiterzahl stieg in der Zeit von März 2018 bis dato von fünf auf 50 Mitarbeiter, Tendenz steigend. „Aktuell haben wir einen neuen Standort in Atlanta, USA, realisieren können.

Demnächst folgen Prag und Valencia“, erklärt Marek Sacha, CEO. „Wir starteten 2018 mit einem Anbieter, inzwischen sind es elf geworden.“

Ausgewogen

Sacha ist überzeugt, dass der bisherige Erfolg auf dem ausgewogenen Konzept von XOM Materials und der außergewöhnlich umfassenden Dienstleistung für die Kunden beruht. „Der Digitalisierungsprozess, den wir unseren Kunden anbieten, ist so aufgebaut, dass sich die Kommunikationswege zwischen Käufern und Händlern vereinfachen und effizienter gestalten.“

Matthias Affeldt fügt hinzu „Wir übernehmen für unsere Kunden genau die Arbeit, die keiner gerne macht: Durch die international zum Teil leicht verschiedenen Bezeichnungen von Materialien kann es immer wieder zu Konflikten und Misskommunikation zwischen Kunden und Händlern kommen. Unser Ziel ist es, Käufer und Verkäufer auf einer gleichen Kommunikationsebene zusammen zu bringen. Eine gleiche Sprache und eine einheitliche Kommunikation sorgen für weniger Fehler, mehr Effizienz und geringere Kosten auf allen Ebenen eines Unternehmens.“



Aus realen Lagern wird das Material über die digitale Plattform weltweit vertrieben. Die einheitlichen Materialbezeichnungen bei XOM vereinfachen die Kommunikation. Fotos (3): Pixabay

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
Candace Allison

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

Fotoinweise
Airbus, Andritz, Aperam, BDEW,
Bortec, Butting, Coface,
Continental, Friedrich KOCKS,
KCI Publishing, GEA, GKD,
Günther + Schramm, Kemppi,
MTU, Outokumpu, Papendorf,
Sandvik, Schoeller Werk,
Sistag, SMS group, Stauff,
TeslaGreen, thyssenkrupp,
VDP, voestalpine, Weltec
Biopower, Wintershall, XOM
Materials, ZF Friedrichshafen.

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 einstige Schmiedewerk enthält heute moderne Büros.

Niedrige Schwelle

„Wir wollen unseren Kunden die Angst vor der Digitalisierung ihres Unternehmens nehmen“, sagt Marek Sacha. „Als digitaler Marktplatz wollen wir die Schwelle für den Einstieg in die digitale Welt für den Kunden so niedrig wie möglich halten und dabei dennoch das volle Spektrum der Möglichkeiten anbieten können.“ Tim Milde, COO, betont: „Wichtig hierbei ist der Fakt, dass wir eben keine Software verkaufen wollen. Wir wollen mit unserem Marktplatz zusammen mit unseren Kunden und in ihrem Sinne handeln. Der Start in die digitale Welt verläuft somit ohne finanzielle Risiken. Gebühren für den Einkäufer fallen erst an, wenn tatsächlich Verkaufserlöse erzielt wurden.“

Edelstahl

„Das Besondere ist, dass wir bei XOM Materials sowohl über die Expertise aus dem IT-Bereich als auch direkt aus der Stahlbranche verfügen“, erläutert Tim Milde. Er selbst kommt aus der Stahlbranche. Das Segment Edelstahl schätzt er hoch ein: „Meiner Einschätzung nach investiert man im Stainlessbereich mehr in Innovation, es gibt ein besseres Moni-

toring und auch im Vertrieb ist man hinsichtlich Kosten und Gewinn effizienter unterwegs. Gerade in diesem Bereich sehen wir eine große Schnittmenge mit unseren eigenen Zielen.“ Der Kenner der Stahlbranche führt seinen Gedanken noch weiter aus: „Aufgrund der höheren Bereitschaft zu Investitionen und Innovationen denke ich, dass in den kommenden Jahren Hochleistungsstähle den „normalen“ Stahl nach und nach immer weiter ablösen werden.“

Herausforderungen

„Dennoch wird 2019 für die Branche kein einfaches Jahr, wenn man auf das Feedback aus dem Markt achtet“, so mahnt Sacha. „Der Markt wird schwieriger und der Fokus liegt auf der Steigerung der Effizienz, sprich: weniger Kosten bei gesteigerter Produktivität. Dazu kommen die Forschung nach neuen Innovationen und auch die Digitalisierung im Salesbereich.“ Doch es gibt auch andere, ganz pragmatische Herausforderungen: „Wir wollen für unsere Kunden unseren Marktplatz 24 Stunden am Tag aktuell halten – mit einer entsprechenden Erreichbarkeit. Der Spagat zwischen

Transparenz und größtmöglicher Sicherheit stellt dabei eine ganz besondere Herausforderung dar“, so Affeldt.

Positive Stimmung

Trotz der Herausforderungen des Marktes und der künftigen Expansionspläne sind die drei Geschäftsführer posi-

tiv gestimmt. „Unser Wachstum hat in den letzten Monaten deutlich an Dynamik gewonnen“, erklärt Affeldt. „Wir kennen beide für uns relevanten Märkte, sowohl den IT-Sektor als auch den Stahlmarkt exzellent und haben unsere Finger am Puls der Zeit“, so Milde. Auch Sacha

ist überzeugt, dass das Konzept und der digitale Marktplatz von XOM Materials den Kunden genau das bieten kann, was er für eine einfache, aber dennoch außerordentlich effiziente digitale Transformation benötigt.

Christopher Papendorf

Über unsere Gesprächspartner



Die drei Chefs (von links): Marek Sacha (CEO), Tim Milde (COO) und Matthias Affeldt (CTO).

Marek Sacha (Chief Executive Officer)

Der frühere McKinsey Berater stieß 2018 als CEO zu XOM Materials. Zuvor war er Mitgründer und CEO von Cera Care, der britischen Plattform für das Gesundheitswesen. Ebenfalls war er Mitgründer und CEO der tschechischen Plattform Rohlik.cz Cera Care wurde als Healthcare Start-up des Jahres 2016 ausgezeichnet.

Tim Milde (Chief Operating Officer)

Tim Milde ist bei XOM Materials seit der Gründung des Unternehmens. Er ist verantwortlich für die Kundenakquise sowie für das Wachstum und den Ausbau der Plattform zu einem globalen Marktplatz. Bevor Milde zu XOM Materials kam, war er seit der Gründung des Unternehmens 2014 bis 2017 Chief Operating Officer von kloeckner.i. Im Laufe seiner Karriere hatte Tim Milde eine Reihe führender Positionen in der Stahl- und Material-Distribution inne.

Matthias Affeldt (Chief Technology Officer)

Matthias Affeldt ist seit der Gründung von XOM Materials CTO des Unternehmens. Er verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung im E-Commerce-Segment und hat unter anderem für renommierte Marken wie Adidas, Mister Spex, Sparkasse und Mirapodo/MyToys gearbeitet. Matthias Affeldt hat außerdem zwei erfolgreiche Start-up-Gründungen begleitet.

Investitionen in die Zukunft



Frank Wöbbeking

„Mehr Umsatz, weniger Gewinn“. Wie in dieser Ausgabe zu lesen, betrifft diese Entwicklung nicht nur die Edelstahl-, sondern auch viele andere Branchen wie zum Beispiel die Papier- und Automotivebranche. Die weltweiten Produktionsnebenkosten und Rohstoffpreise steigen während die globale wirtschaftspolitische Lage nicht gerade einfacher wird. Doch alles in allem, kein Grund schlechte Laune zu verbreiten, denn die Auftragsbücher der Unternehmen scheinen nach wie vor gut gefüllt zu sein. Auch im letzten Quartal 2018 kamen viele Unternehmen wieder an die Obergrenzen ihrer Produktionskapazitäten und mussten Aufträge mit in das neue Jahr übernehmen. Diese positive Grundstimmung erkennt man auch in den Unternehmen: Die Investitionen in Modernisierungen, Digitalisierung und interne Infrastruktur nehmen zu, um dem gesteigerten Bedarf effizienter und kostenbewusster nachkommen zu können. Dies führt mittel- und langfristig auch wieder zu größeren Gewinnen – auch wenn die Prognosen für das Jahr 2019 bei vielen Global Playern nach unten korrigiert wurden.



Christopher Papendorf

Eines darf man darüber hinaus nicht vergessen: Ein Teil der gestiegenen Produktionskosten liegt an einem sich veränderndem Konsum- und Produktionsverhalten – sowohl die Qualität als auch die Nachhaltigkeit von Produkten rücken immer mehr in den Vordergrund. Diese Impulse aus dem Markt selbst müssen mit neuen Methoden und Innovationen bedient werden. Ein Trend, der sich zwar in den Büchern mit einem Wehmutsstropfen widerspiegelt, jedoch durchaus zu begrüßen ist. Die Redaktion wünscht Ihnen viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe.

