

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
Christopher Papendorf
c.papendorf@kci-world.com
Nicole Nagel
Simon Neffelt

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
Monika Angerer
Tel. +49 2821 711 45 40
m.vucemil@kci-world.com

€ 239,- jährlich + MwSt.
(10 Ausgaben)

Abonnements verlängern
sich nach zwölf Monaten
automatisch.

ISSN 1869-0149

Druck
Grafischbüro DotDos

Fotonachweise
KCI, Airbus, BP Europa SE,
BUTTING, Coface, Damstahl,
Duane Lempe, ETH Zürich,
Frank Busch | Unsplash, GEA,
Gebrüder Lödige Maschinenbau
GmbH, Gesellschaft für
Wolfram Industrie mbH,
Greiving, KUKA, Linde,
Nationalmuseum der US-Armee,
NETZSCH, Outokumpu, Parker
Hannifin, Pixabay, Primateks,
RAEng_Publications | Pixabay,
S+C, Schaeffler, SCHÄFER Werke
GmbH, SMS group, Swisslog,
TRUMPF Group, Vallourec, VDA,
voestalpine, Voith, Wintershall,
ZIEMANN HOLVRIEKA

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. Lesen 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.



Im Spotlight: Damstahl

„Für den Kunden auf den Kopf stellen“

Das Langenfelder Unternehmen Damstahl ist ein fester Bestandteil des internationalen Edelstahlmarktes. Im November feierte das Unternehmen sein 60-jähriges Bestehen. Es gelte jetzt, nicht langsamer zu werden, sondern das Gelernte zu nutzen und neue Wege einzuschlagen, die das Unternehmen auch für die nächsten 60 Jahre erfolgreich aufstellen, so das Motto zu diesem Meilenstein. Um diesen Weg erfolgreich zu beschreiben, wurde ein Generationenwechsel in der Führungsebene und ein aktives Herangehen an die moderne und internationale Ausrichtung von Damstahl eingeleitet. Edelstahl Aktuell hat nachgefragt.

Damstahl setzt Kurs auf Zukunft. So investiert das Unternehmen in Leverkusen in den Bau eines neuen Hochregallagers. Auch von der gegenwärtigen Krise lassen sich die Gesellschafter nicht abschrecken. Das Projekt wird, bis auf einen angepassten Zeitplan, unverändert durchgeführt. Die Erweiterung des Produktportfolios wurde ebenfalls planmäßig vorangetrieben, wodurch die Zahl der verfügbaren Werkstoffe von 18 auf 25 gestiegen ist. Die Coronakrise hat Damstahl bisher nahezu unbeschadet überstanden. „Unser diesjähriges Verkaufsvolumen wird etwas unter 2019 liegen, aber über 2018“, erklärt Stefan Müller-Bernhardt, CEO von Damstahl Central. „Wir haben bislang keine Kurzarbeit angemeldet und alle Bestellungen pünktlich geliefert. Wir haben sogar neue Arbeitsplätze geschaffen.“ In diesem Zuge gab es auch Veränderungen in der Führungsebene des Langenfelder Unternehmens.

Verkauf

Dennis Dyck ist seit November der neue Verkaufsleiter für Deutschland und arbeitet sich gerade ein. „Damstahl schwimmt bei Betrachtung der Branche derzeit gegen den Strom“, so Dyck. „In der aktuellen Lage könnte man vermuten, wir würden zurückhaltend reagieren, das Gegenteil ist der Fall. Wir wollen unsere Position im Markt ausbauen und festigen, dabei über

den Tellerrand hinaus denken. In der aktuellen Lage ist es wichtiger denn je, im Blick zu behalten, wie wir unsere Zukunft sichern können“.

„In Deutschland gehört die Chemiebranche zu den wichtigsten Kundenindustrien von Damstahl. Wir sind beispielsweise Hauptlieferant von BASF für Edelstahlrohre und -flansche“, so Stefan Müller-Bernhardt. „Deshalb haben wir hochwertige Teststrukturen entwickelt, die wir inhouse für Kunden nutzen können. In diesem Bereich setzen wir als Handelshaus Standards. Das ist ein Alleinstellungsmerkmal für uns.“ Erweitert werden soll auch der Bereich Anarbeitung. „Wir werden deshalb in CNC Technologie investieren“, kündigt Müller-Bernhardt an. Fräsen, Bohren, Sägen – auch in diesem Bereich stehen die Kundenwünsche an erster Stelle.

Aktionsradius

Anfang 2019 erfolgte der Markteinstieg in Frankreich, erklärt Yves Droniou, Abteilungsleiter Handel International. „Der Erfolg war überlegend und auch in diesem Jahr zeigte sich ein ungebremst positiver Trend. Zudem erleben wir gerade in Slowenien das bisher beste Jahr.“ Die Exportabteilung richtet sich aktuell vor allem auf die Neukundenaquise, auch wenn sich dies aufgrund der aktuellen Lage manchmal schwieriger gestalten kann. „Das Team hat



Bei Damstahl selbstverständlich: Materialanarbeitung, Verpackung nach Wunsch, Logistik just in time.

sich in den letzten zwei Jahren sehr gut zusammengefunden und wir bekommen stets mehr ein festes Standbein in den europäischen Binnenmärkten.“ Ziel von Damstahl ist es, im Laufe des Jahres 2021 die Märkte außerhalb der EU ebenfalls intensiviert zu bearbeiten. „Wir setzen dabei auf eine kreisförmige Entwicklung, um unseren Aktionsradius zu erhöhen.“ Spannend bleibt dabei die Entwicklung des Brexit, den man bei Damstahl mit großem Interesse verfolgt. „Aktuell nehmen wir keine neuen Bestellungen für das Jahr 2021

mehr an, sondern wickeln nur noch die Bestellungen aus dem Jahr 2020 ab. Wir hoffen auf eine gute Regelung ab dem 1. Januar 2021 und werden uns dann auch intensiv auf den UK-Markt richten.“ Nach China liefert das Unternehmen derzeit vor allem an Kunden, die dort nach EU-Standard, produzieren. „Noch sind wir auf diesem Markt wenig unterwegs. Dennoch gilt es, im Auge zu behalten, dass in China immer mehr Werke europäischer Unternehmen nach EU-Standard produzieren, so dass sich hier in Zukunft auch sicherlich

neue Möglichkeiten ergeben werden.“

Nachhaltigkeit

Um diesem Gesamtziel gerecht zu werden, plant auch der Einkauf bei Damstahl mittelfristig den CO2-Footprint der Produkte seinen Kunden offen zu legen. Als Vorbild nimmt man die Ergebnisse des dänischen Schwesterunternehmens, Damstahl Nordic. „In Dänemark verpflichten wir uns, für alle Produkte den CO2-Footprint anzugeben. So weiß der Kunde, wie sich sein Kauf auf seine eigene CO2-Bilanz auswirkt“, so Müller-Bernhardt. So kann ein



Dennis Dyck, Verkaufsleitung Deutschland, schaut positiv und mit großer Motivation auf die kommenden Herausforderungen.



Jan Knaak, Einkaufsleitung, CPO, setzt verstärkt auf Teamwork, kreative Lösungen und starke Partnerschaften im Einkauf.



Stefan Müller-Bernhardt, Geschäftsführer, CEO, will mit Damstahl weiter voran und setzt auf zielgerichtete Investitionen. Fotos: Damstahl



Gerade in der Krise bleibt Damstahl seinen Lieferanten und Servicepartnern treu - für das perfekte Ergebnis.

Produkt aus Asien im Einkauf zunächst günstiger sein. Unter Berücksichtigung des CO2-Footprint allerdings, ist die zunächst möglicherweise teurere Ware aus Europa dennoch günstiger. „Der Kunde kann dann entscheiden, was ihm wichtiger ist.“ „Wenn wir im Damstahl Central-Bereich dieses Verfahren ebenfalls einführen, sind wir in unseren Märkten Vorreiter“, so der Geschäftsführer weiter. Zu dem Bereich Damstahl Central gehören die Länder der DACH-Region, Frankreich, BeNeLux, Slowenien und der Export in die Regionen des Mittleren Ostens.

Einkauf

Diese Innovation würde auch den neuen Einkaufsleiter Deutschland, Jan Knaak, betreffen. In seiner neuen Position sieht er viele Entwicklungen und positive Signale. „Mein Team und ich wollen aktiv unseren Beitrag leisten. Es gilt dabei, genau auf den Markt zu achten und schnell zu reagieren. Das gelingt uns sehr gut, was auch unseren Partnern und Lieferanten auffällt. „Bei Euch passiert gerade eine Menge“, so der Tenor und das macht uns natürlich stolz. Wir erarbeiten derzeit viele verschiedene

Konzepte und stellen uns erfolgreich neuen Herausforderungen. Das ist derzeit in der Branche keine Selbstverständlichkeit. Es stehen uns einige interessante neue Herausforderungen bevor. Das gesamte Team ist motiviert und mit großer Kreativität am Werk und ich bin sicher, das sich unsere Ziele so erreichen lassen und wir somit gut für die Zukunft aufgestellt sind.“ Auch für den Einkauf war das Jahr 2020 ein Jahr der Veränderung. So wurde nach Einschätzung von Knaak die Beziehung zu bereits seit Jahren bestehenden strategischen Partnerschaften nochmals vertieft. „Alle Neuerungen bedeuten natürlich nicht, dass wir uns vorstellen. Wir wissen woher wir kommen und welche Lieferanten uns in den vergangenen Jahren durch Höhen und Tiefen begleitet haben. Denen wollen wir natürlich auch die etwas verringerten Bedarfe weitergeben. Daher haben es neue Lieferanten, mit denen wir bislang nicht gearbeitet haben, derzeit eher schwer bei uns.“ Auch in der Zeit des Lockdowns gab es bei Damstahl keine signifikanten Veränderungen der Beschaffungsseite, so Knaak. Um auch in solchen

Krisen eine dauerhafte Versorgung sicherzustellen, ist es laut Dennis Dyck daher unumgänglich, dass viele Produkte wieder in Europa hergestellt werden müssten. „Hinsichtlich der Nachhaltigkeit wäre das natürlich eine Entwicklung in die richtige Richtung. Das Bewusstsein für den Klimaschutz wird immer stärker, jedoch müssten wir gegebenenfalls auch bereit sein, tiefer in die Tasche zu greifen.“

Datenqualität

Nicht nur im Hinblick auf Klimaschutz, auch in Sachen Digitalisierung und Datenqualität ist Skandinavien weiter als Mitteleuropa. Eine Entwicklung, die sich auch bei Damstahl widerspiegelt. „Damstahl Nordic ist Vorreiter im digitalen Business, dort werden bereits 40 Prozent der Aufträge auf digitalen Wegen generiert“, berichtet Müller-Bernhardt. „Die Kollegen in Skandinavien sind uns diesbezüglich um vier bis fünf Jahre voraus. Wir können jetzt aus deren Erfahrungen lernen und uns als Zugpferd für Mitteleuropa etablieren.“ Um die digitale Kompetenz im gesamten Unternehmen zu steigern, hat Damstahl



Das Produktportfolio der Firma Damstahl erweitert sich ständig.

die Firma Slize Digital mitgegründet, die sich auf digitale Lösungen für die Stahlbranche spezialisiert hat. Geführt wird dieses Unternehmen von einem ehemaligen Damstahl-Mitarbeiter, der seine Edelstahlexpertise mit digitalem Know-how verknüpft. Das Team besteht aus sechs Mitarbeitern, die als erste Aufgabe ein neues EService-Portal für Damstahl entwickeln. „Wir sind in erster Linie Edelstahlhändler, das ist unsere Kernkompetenz. Für die Digitalisierung brauchen wir Profis mit dem entsprechenden Know-how“, betont Müller-Bernhardt.

Höchste Kompetenz

Trotz aller digitalen Kompetenzen liegt die größte Expertise des Unternehmens natürlich im Handel von Edelstahl und der Beratung zur Anwendung. Ein Wissens- und Erfahrungsschatz, den Damstahl aktiv nutzt. Deshalb lautet ein weiterer wichtiger Punkt der Firmenphilosophie „sharing knowledge“. Was heißt das konkret? „Vor 13 Jahren haben wir entschieden, dass wir noch mehr über unsere eigenen Produkte wissen sollten. Deshalb haben die dani-

schen Kollegen den renommierten Chemieingenieur Claus Qvist-Jessen engagiert“, blickt Müller-Bernhardt zurück. Der Rostfrei-Experte habe sein Wissen bereits in vier Fachbüchern preisgegeben. Zudem gibt er regelmäßig öffentlich zugängliche Seminare, Schulungen, und Webinare, wobei es beispielsweise um Themen wie Oberflächenbearbeitung, Anwendungsfälle und Designfragen geht. Auch im eigenen Unternehmen wird das Know-how gesammelt und geteilt – damit die Kunden von der Kompetenz profitieren können. „Wir leben bei Damstahl in einer Commodity-Welt, deshalb müssen wir uns besondere Nischen suchen. Das wiederum führt zu einem erhöhten Beratungsbedarf – und den können wir abdecken“, sagt Müller-Bernhardt. In Skandinavien beispielsweise sind Damstahl-Produkte besonders in den Bereichen Food und Beverage gefragt, ebenso wie in der Pharmaindustrie. „Benötigt werden hochhygienische Produkte, die sehr beratungsintensiv sind.“ Dabei können die Damstahl-Experten ihre Kompetenz perfekt ausspielen.

Erfolgreiche Strategie

Bei Damstahl ist man sich sicher: Das letzte Jahr hat gezeigt, dass sich das Unternehmen sehr gut für die Zukunft aufgestellt hat. Man vertraut vollstens auf Stammbesellschaft und Partner. Wenn die Nachfrage wieder anzieht, so seien alle nötigen Kapazitäten vorhanden, so der Verkaufsleiter. „Über alle Ebenen hinweg haben wir es geschafft, schnell und unkompliziert die passenden Lösungen für interne Abläufe zu entwickeln. Kurzarbeit oder gar Entlassungen waren für Damstahl daher kein Thema - das Gegenteil war der Fall. Wir haben aus der Not eine Tugend gemacht, unsere Prozesse hinterfragt und optimiert und konnten uns schnell und flexibel an die Situation anpassen. Wir hoffen, durch unsere Strategie, unsere Mitarbeiter motiviert und Vertrauen gesichert zu haben und darüber hinaus, noch mehr als bisher schon, ein nachweislich sicherer und zuverlässiger Partner für unsere Kunden zu sein“, so Dyck. „Ja“, ergänzt Müller-Bernhardt und fügend schmunzelnd hinzu, „bei Damstahl stellen uns halt seit 60 Jahren für unsere Kunden auf den Kopf.“



Vor allem Fittings, Flansche und Rohrzubehör sind seit dem Neubau des Fittingscenters in Langenfeld vor 7 Jahren in den Fokus gerückt.

Damstahl Central

Umsatz	120 Millionen Euro	
Lagervolumen	ca. 8.000 t	
Mitarbeiter	> 150	
Zentrale	Langenfeld	
Verkaufsbüros	Hamburg, Magdeburg, Frankfurt, Stuttgart, München Frankreich, Niederlande, Slowenien	
Fittingscenter	<ul style="list-style-type: none"> Vollautomatisches Hochregallager 3.500 Quadratmeter Halle Über 19.000 Lagerplätze für Kleinteile Fünf Kommissionierstationen 	
Leistungsprogramm	<ul style="list-style-type: none"> Einzel- und Serienschritte von Hohl- und Stabstahl in Außendurchmessern von 20-525 mm Selbstverständlich geprüft (autorisiert durch den TÜV) Abnahmen (TÜV, DNV GL, LR, BV, ABS u.v.m.) Qualitätskontrollen: Farbeindringprüfungen, Mechanische Prüfungen, Spektralanalyse & Werkstoffprüfungen, Indirekte Sichtprüfungen per Endoskop Tieflochbohren, Schleifen u.v.m. 	
360° Logistik	<ul style="list-style-type: none"> Überdachter LKW Drive-In 24/7 Logistik 	