

# Das jährliche Stahlmarkt-Stimmungsbarometer

## Im Fokus: Wie steht es mit der Digitalisierung auf den Stahlmärkten?

**Düsseldorf.** In unserem traditionellen Stahlmarkt-Stimmungsbarometer haben wir dieses Mal die digitale Transformation als Thema gewählt. Wie schätzen die Unternehmen aus der Stahlbranche die Lage ein? Was ist ihnen wichtig? Wie werden sie reagieren oder agieren?

■ Dass sich Geschäftsmodelle durch die fortschreitende digitale Transformation zusehends ändern, lässt sich auch für die Stahldistribution nicht abstreiten. Unternehmen sind herausgefordert. Der Wettbewerb verschärft sich.

Zunächst geht es darum, die notwendigen technologischen Voraussetzungen zu

schaffen und die Projekte dann agil voranzutreiben. Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten sind oft im privaten Bereich bereits sehr mobil und digital vernetzt. Die Firmen müssen hier mitziehen. Zugleich ändern sich die Anforderungsprofile an die Mitarbeiter.

In den Mittelpunkt ihrer Digitalisierungsaktivitäten stellen die Unternehmen stets die

Anforderungen der Kunden. Die Zusammenarbeit muss effizient und transparent gestaltet werden. Die Optimierung der internen und externen Prozesse ist entscheidend. Eine Reduzierung des gebundenen Kapitals und die Vereinfachung der Einkaufsvorgänge sind z. B. Vorteile. Neue Vertriebs- und Beschaffungskanäle werden entstehen. Die Logistik wird von der Digitalisierung profitieren.

Für manche kleinere mittelständische Unternehmen ist der Digitalisierungsdruck noch nicht so hoch, besonders, wenn intensive Beratung erforderlich ist, weil Angebote für die speziellen Bedürfnisse der Kunden maßgeschneidert sein müssen. Auf der anderen Seite zwingen immer kleinere Losgrößen und eine zunehmende Vielfalt der Produkte die Unternehmen dazu, digitale Lösungen zu finden.

Die Meinung zu Online-Shops, Portalen und Online-Plattformen ist unterschiedlich. Einige Händler bauen ihre eigenen Online-Shops auf, andere würden eine übergeordnete Plattform präferieren. ■



Michael Alexi,  
Geschäftsführer  
rff Rohr Flansch Fitting  
Handels GmbH

### ■ Wie stehen Sie zur Digitalisierung in der Stahlbranche? Chance oder Bedrohung? Wie dringlich? In welchen Bereichen?

■ In den meisten Lebensbereichen hat die Digitalisierung – mit zum Teil disruptiven Geschäftsmodellen – Einzug gehalten. Es

gibt also keinen seriösen Grund anzunehmen, dass sich die Stahlbranche diesem allgemeinen Trend entziehen kann oder sollte. In unserem Marktsegment »Rohre und Rohrverbindungen für druckgeführte Anwendungen« ticken die Uhren allerdings noch weitgehend analog. Diese Tatsache liegt nach unserer Einschätzung darin begründet, dass die Produkte oftmals beratungsintensiv und auf den speziellen Bedarf des Kunden zugeschnitten sind. Das derzeit größte Digitalisierungspotenzial liegt in der Optimierung interner Prozesse zum Teil durch Automatisierung. Vertriebsseitig sehen wir Möglichkeiten im Bereich der Rahmenverträge und Preisvereinbarungen. In diesen Fällen werden Preise über einen definierten Zeitraum vereinbart und die Mengen von uns bevorratet und oft mit zusätzlichen Dienstleistungen und Modifikationen versehen. Über individuelle Schnittstellen oder unser Kundenportal »Mein rff« können die Artikel zeitsparend disponiert und Restmengen verwaltet werden.

### ■ Was erwarten Sie diesbezüglich für die Zukunft speziell für Ihr Unternehmen/Ihre Sparte? Wie reagieren Sie?

■ Für die Zukunft gehen wir davon aus, dass die Digitalisierung bei der Beschaffung und dem »After-Sale-Service« weiter zunehmen wird. Dabei werden die individuellen Anforderungen der Kunden eine entscheidende Rolle spielen. Nach unseren Erkenntnissen, die wir aus den Gesprächen mit unseren Geschäftspartnern gewinnen, sind viele mittelständische Unternehmen IT-seitig noch nicht in der Lage, eine vollständig digitalisierte Abwicklung der Geschäftsvorgänge abzubilden. Dennoch bietet das Haus rff mit seinem Onlineportal »Mein rff« bereits heute eine Vielzahl an digitalen Möglichkeiten, die von vielen Kunden genutzt werden. Wenn es um die kommenden Entwicklungen und Anforderungen in diesem Bereich geht, agieren wir auch weiterhin am Puls der Zeit. Dabei haben wir nicht nur den Absatz, sondern auch die einkaufsseitige Beschaffung im Blick.