



Andernach & Bleck – traditionsreicher Mittelständler und Global Player

Auf dem Weg in die Zukunft

Der technologische Wandel birgt für Industrieunternehmen ein großes Potenzial, heißt es derzeit oft pauschal. Doch es sind vor allem die Akteure und mit ihnen die Märkte, die im Wandel sind. Ein erfolgreiches Industrieunternehmen in die Zukunft zu führen, verlangt neben technologischer Aufgeschlossenheit deshalb auch eine Portion „old school“ – ein fein justiertes Marktgefühl und einen guten Draht zu Kunden und Partnern. Ein Vorzeigebeispiel für diese Mischung aus Tradition und einem Gespür für veränderte Bedingungen ist der Hagener Blankstahlspezialist Andernach & Bleck.

■ Nach großer weiter Welt klingt es nicht: Hagen. Und doch ist die Stadt nichts Geringeres als der Geburtsort eines musikalischen Ereignisses mit großer Strahlkraft: der Neuen Deutschen Welle. In der Stadt am Rande des Ruhrgebiets ist etwa Sängerin Nena groß geworden, die Bands Extrabreit und Grobschnitt haben hier ihre Wurzeln. Das war in den 1980er-Jahren und ist lange her. Auf einer anderen großen, sogar weltweiten Bühne, wenn auch mit weniger Rampenlicht, spielt ein anderes, noch viel älteres „Kind“ der Stadt: der Blankstahl-Spezialist Andernach & Bleck.

Die Andernach & Bleck-Gruppe gehört zu den traditionsreichen industriellen Mittelständlern, die mit ihrer speziellen Kompetenz weltweit aktiv sind. Das inhabergeführte Unternehmen mit seinen über 200 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen

ist ein seit Jahrzehnten gefragter und etablierter Produzent für gezogenen Blankstahl. Vom Standardprofil bis zum Spezialprodukt – mit seinem Programm beansprucht die Andernach & Bleck GmbH & Co. KG auf dem deutschen Markt Alleinstellung.

Während andere Blankstahl-Ziehereien vor allem auf rundes Material fokussieren, liegt die Stärke der Hagener Unternehmensgruppe beim kantigem Flachstahl. „Flach-Profile in den mittleren bis großen Abmessungen sind unsere Domäne. In diesem Spektrum verfügen wir über eine breite und tiefe Produktpalette, die einzigartig in Deutschland ist“, sagt Carsten Bleck, CEO und Shareholder der Andernach & Bleck GmbH & Co. KG.

Insgesamt über 9.000 verschiedene Artikel bietet das Unternehmen seinen Kunden, über das gesamte

Profilspektrum von flach über rund und sechskant bis hin zu individuellen Formen.

Spitzenplatz in der Blankstahl-Technologie

Nicht nur beim Programm sieht sich das Unternehmen in einer Spitzenposition. Die eigentliche Stärke ist vor allem die technologische Kompetenz in der gesamten Produktionskette für gezogenen Blankstahl. Dafür hat der Spezialist handfeste Argumente auf seiner Seite: Als einziges Unternehmen in Europa verfügt die Andernach & Bleck-Gruppe nach eigener Einschätzung über das Knowhow zur Wärmebehandlung von blankgezogenen Stäben zur Einstellung von magnetischen Kennwerten – unter anderem etwa für den Einsatz in der Automobilindustrie. „Diesen Prozess haben wir voll im Griff und nehmen eine starke



Position im Markt ein“, stellt der CEO heraus.

So lautet der jüngst entwickelte neue Marken-Claim des Unternehmens quasi folgerichtig „Blankstahl ist unsere DNA“ – und hebt gleichzeitig auf die lange, bis 1903 zurückreichende Erfahrung der Gruppe in der Blankstahl-Technologie ab. Als Dipl.-Ing. der Produktionstechnik hat auch Carsten Bleck den Blankstahl sozusagen im Blut – und folglich nicht nur die betriebswirtschaftlichen Kennzahlen im Blick, sondern auch die technischen Prozesse bis ins Detail.

Ein aktuelles Beispiel für das technologische Know-how wie für seine Marktkennntnis hat das Unternehmen erst Ende des letzten Jahres gezeigt – als es sein Programm um die Abmessung 550 mm x 55 mm erweitert hat – eine technische Entwicklung aus dem eigenen Haus.

Das klingt nach einer „einfachen“ Erweiterung des Abmessungsspektrums, denn bisher war bei 500 x 50 mm Schluss, ist aber ein Alleinstellungsmerkmal im europäischen Markt. Alles darüber hinaus konnte nur gefräst hergestellt werden. Doch mit der Erweiterung des Spektrums kann Andernach & Bleck Anwendern mit einer gezogenen Variante nun eine kostengünstigere Alternative zur Verfügung stellen. „Wir haben uns das Produkt genau angesehen – und eine Möglichkeit erkannt, unseren Kunden eine attraktive Alternative zur bisherigen Materialauswahl anzubieten sowie zugleich unsere Marktposition zu stärken“, erläutert André Kieselbach, Leiter des nationalen Vertriebs. „Dieses Beispiel zeigt, dass wir als Blankstahl-Hersteller dem Bedarf nicht nur folgen, sondern mit unserem Know-how Märkte auch schaffen

können“, ergänzt Ioannis Douvartzidis, CPO und Leiter des Vormaterialeinkaufs.

Blankstahl-Märkte sind im Wandel

Doch das Geschäft mit Commodity-Produkten lohnt sich tendenziell immer weniger. In dieser Produktrange ist der internationale Wettbewerb, etwa aus Asien, sehr stark und drängt auch auf den deutschen und europäischen Markt. „Angesichts dieser Veränderungen ist es unser Ziel, noch tiefer in die Sonderprofile einzusteigen“, erläutert Bleck.

Diese Marschrichtung liegt auf der Hand, sind doch bei Commodity-Produkten die Margen schmal. „In den letzten beiden Jahren sind die Geschäfte mit Standardprodukten dank der guten Konjunktur zwar gut gelaufen. Doch in der Tendenz gerät dieses Geschäft schon seit Jahren

Produktionshalle der Andernach & Bleck GmbH & Co. KG am Standort Hagen: über 9.000 Artikel hat der Blankstahl-Spezialist für seine Kunden im Programm.

immer mehr unter Druck", erklärt Bleck weiter. 80.000 t setzt das Unternehmen in normalen Jahren insgesamt um.

Daher haben er und sein Führungsteam schon vor einigen Jahren begonnen, die Gruppe in ihrer Ausrichtung neu zu justieren. So hat sich das Verhältnis von Massengeschäft und Sonderprodukten bei dem Blankstahl-Produzenten deutlich gewandelt. Waren es früher 80 % Standard- und 20 % Sonderprodukte, hat sich das Verhältnis heute bei 65:35 eingependelt. „Etwa 7.000 t Commodity-Produkte sind ab Lager verfügbar, die an Händler in ganz Europa gehen. Der Rest sind Sonderprodukte und Sonderabmessungen, die auf individuellen technischen Spezifikationen der Kunden beruhen. Diese Richtung möchten wir weiter forcieren“, sagt Carsten Bleck.

Zu einem reinen Anbieter für Sonderprodukte will sich der Hagerer Mittelständler jedoch nicht entwickeln: „Wir benötigen beide Produktgruppen“, betont Carsten Bleck. Anders wäre die notwendige Auslastung des Maschinenparks gar nicht zu erreichen. Geht es darum, das Material vorab weiter anzuar-

beiten, werde der Weg weiterhin über den Handel gehen.

Exportgeschäft erfolgreich aufgebaut

Angesichts der Veränderungen der Blankstahl-Märkte hat sich Andernach & Bleck deutlich stärker auf internationale Märkte ausgerichtet. Während das Unternehmen mit Lieferungen in die BeNeLux-Länder, nach Österreich und in die Schweiz seit jeher grenznah aktiv ist, hat man vor etwa fünfzehn Jahren begonnen, das eigentliche internationale Geschäft voll zu entwickeln. „Wir haben auf den internationalen Märkten großes Potenzial für unsere Produkte und unser Know-how gesehen. Mit dieser Strategie sind wir sehr erfolgreich und heute weltweit vertreten“, erklärt Tobias Blankennagel, Leiter des internationalen Vertriebs.

Seit 2009 gehört auch der italienische Blankstahl-Hersteller Metalli Trafilati S.R.L. zur Gruppe. Das Unternehmen nordöstlich von Mailand bedient mit seinen blankgezogenen Winkelstählen eine spezielle Nische und erweitert das Produktspektrum der Gruppe. Mit der breitesten Produktpalette Europas, die

im Norden die im Norden Italiens hergestellt werden, ist Metalli Trafilati einer von lediglich zwei Anbietern dafür in Europa – und verfügt über einen hohen Marktanteil von etwa 70 – 80 %.

Gruppenweit gehen heute etwa 30 bis 35 % der Produktion in das internationale Geschäft, in die europäischen Länder, aber auch beispielsweise in die USA und China. Dabei setzt Andernach & Bleck pro Land oder Region auf durchschnittlich etwa zwei bis drei Schwerpunkthändler. Daneben beliefert die Unternehmensgruppe aber auch eine Reihe von Nischenhändlern, die wiederum Kunden bedienen, die für die Gruppe oder ihre Partner aber zu spezialisiert sind, um sie wirtschaftlich sinnvoll zu erreichen.

Vertriebskanäle verschoben sich

Der klassische Vertriebsweg von Andernach & Bleck führt zum großen Teil über den Handel zum Endkunden. Unmittelbaren Zugang zu den regionalen Märkten in Deutschland hat der Blankstahl-Produzent mit seinen zwei eigenen Stahlhandeshäusern. Die Roland Stahl GmbH, Bremen, deckt den norddeutschen Raum ab, in Ostdeutschland beliefert die Heine & Bleck Stahlhandel GmbH, ein Gemeinschaftsunternehmen mit dem süddeutschen Handelshaus Heine + Beisswenger, die Verbraucher.

Während der Weg über den Handel als sinnvoller, wirtschaftlicher Vertriebskanal bislang im Markt als gesetzt galt, verschoben sich die Marktverhältnisse langsam – und das nicht erst seit „Buzzwords“ wie „Industrie 4.0“ und „Digitalisierung“ die Runde machen.

„Viele Verbraucher sind mit ihrem Geschäft in den letzten Jahren – weltweit – stark gewachsen. Nun wächst in den betreffenden Unternehmen die dahinter stehende Organisationsstruktur nach – organisch und auf eine gesunde Weise. In dieser Situation kommen Kunden auf uns zu und möchten das im Volumen größere Geschäft nun direkt machen“, erläutert Carsten Bleck. „Die gestiegenen Mengen machen

Das Andernach & Bleck-Programm umfasst alle Profilformen – von vierkant über rund bis sechskant und individuelle Formen.

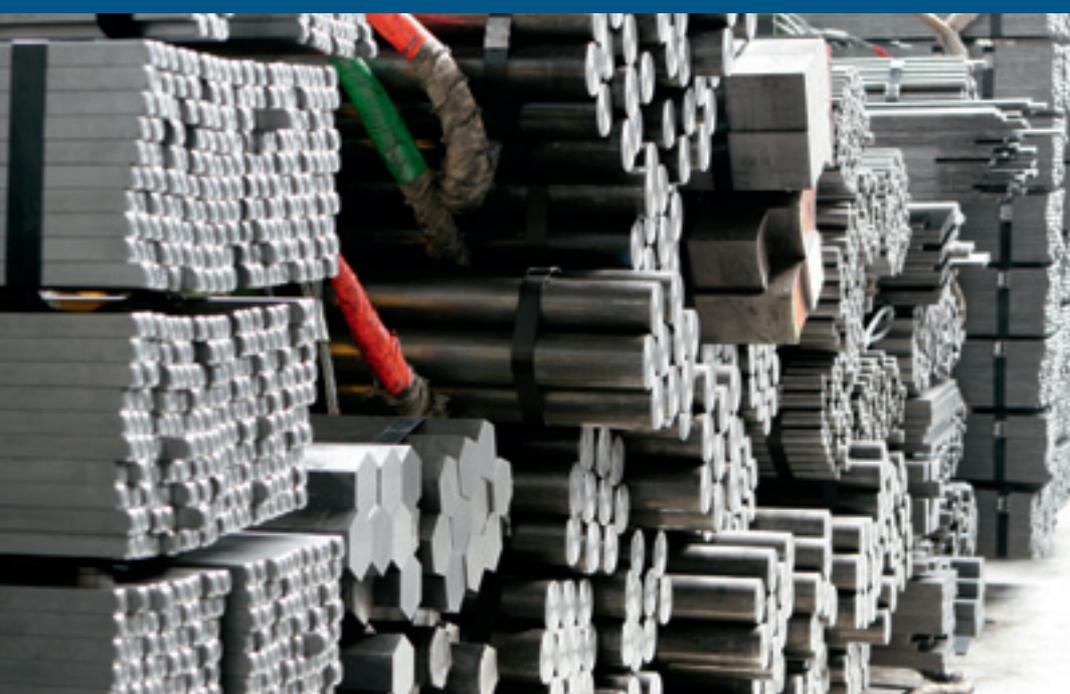


Foto: Andernach & Bleck

es für sie wirtschaftlich sinnvoll, das Handling selbst in die Hand zu nehmen.“

Baustein des Erfolgs – langfristige Partnerschaften

Für Andernach & Bleck ist das größer werdende Direktgeschäft eine Herausforderung – nicht in den Produktionsprozessen, doch die Komplexität der Logistik nimmt deutlich zu. Gleichzeitig befindet sich die Gruppe durch diese Entwicklung in einer schwierigen Sandwich-Situation: Einerseits die Tendenz, größere Mengen nicht mehr über den Handel abzuwickeln, andererseits den Handel als wichtigen Partner für den Vertrieb der Standardprodukte zu halten. „In dieser Situation kommt uns zu Gute, dass wir auch noch ein wenig ‚old school‘ sind“, so André Kieselbach.

Noch zählt der persönliche Kontakt zu den Ansprechpartnern sowohl bei Kunden wie bei Lieferanten, denn der persönliche Austausch ist eine wichtige Informationsquelle und zugleich ein Instrument, das gegenseitige Vertrauensverhältnis zu pflegen. „Unser Geschäft baut auf seit Jahrzehnten bestehenden Beziehungen zu unseren Kunden und Lieferanten auf“, so André Kieselbach.

Doch die bestehenden, gewachsenen Verbindungen weichen mehr und mehr standardisierter Kommunikation, gleichzeitig nimmt die Geschwindigkeit der Prozesse zu. „Wir müssen auf diese Anforderungen reagieren und uns so aufstellen, dass sich unsere Kernkompetenz weiter lohnt“, sagt Carsten Bleck.

Dabei ist der Handel ein wichtiger Partner für die Gruppe. „Wenn wir mit einem Händler – in welcher Region auch immer – kooperieren, werden wir nicht an ihm vorbei handeln. Es geht uns immer um eine Partnerschaft. Wir sind langfristig und nachhaltig orientiert und sehen die Zusammenarbeit als ein Vertrauensverhältnis“, so André Kieselbach.

Um seine Partner in der Zusammenarbeit zu stärken, unterstützt sie das Unternehmen – etwa durch technische Beratung bei einer geplanten Programmierweiterung oder einer gemeinsamen technischen Vorort-



Führen die Andernach & Bleck-Gruppe in die Zukunft: CEO Carsten Bleck (3.v.l.) und sein Team (v.l.), Tobias Blankennagel (COO international), André Kieselbach (COO national) und Ioannis Douvartzidis (CPO).

Foto: BDS/mh

Betreuung. „Für unsere Handelspartner gilt: Lieber Partner, wenn Du einen Kunden hast, der ein Problem hat, das Du nicht lösen kannst, komm zu uns! Wir helfen Dir“, erläutert Carsten Bleck.

Mehr Know-how in die Projekte einbringen

„Uns geht es darum, für unsere Kunden noch stärker als Problemlöser zu agieren“, erläutert Carsten Bleck die Strategie. Dafür sieht er die Gruppe bestens aufgestellt. „Wir bringen alle nötigen Voraussetzungen mit: technologisches Knowhow in der Herstellung und Bearbeitung von Blankstahlprodukten, ein tiefes Verständnis des Marktes und der Bedürfnisse unserer Kunden sowie genügend Agilität in den Entscheidungsprozessen“, ist Carsten Bleck überzeugt.

Agilität – das ist auch eines der Stichworte, die derzeit en vogue sind. Unternehmen sollen agil sein, schnell entscheiden und sich veränderten Anforderungen schnell anpassen können. Agilität hat in einem Industrieunternehmen, dessen Produkte einen komplexen Herstellprozess durchlaufen, zwar eine andere Bedeu-

tung als etwa bei einem Softwareanbieter. Doch hängt die Fähigkeit, schnell entscheiden und reagieren zu können vor allem an der jeweiligen Organisation des Unternehmens. „Bei uns gibt es keine Gremien und keine langen Dienstwege. Muss etwas dringlich entschieden werden, wird direkt kommuniziert.

Denn Neues entsteht in den Köpfen der Mitarbeiter“, sagt Carsten Bleck.

[KONTAKT]

Andernach & Bleck
GmbH & Co. KG
58093 Hagen
Tel. +49 2331 3530
www.blankstahl.biz



Blankstahl-Produktion mit langer Tradition: Am Stammsitz in Hagen stellt Andernach & Bleck seit 1903 blankgezogene Stahlprodukte her.

Foto: Andernach & Bleck