

P R E S S E M I T T E I L U N G

etventure entwickelt digitale Dienste für Stahlhändler Klöckner & Co

Berlin / Duisburg, 4.12.2014 – Die digitale Revolution erfasst eine Branche nach der anderen – zukünftig werden auch traditionelle Industriezweige betroffen sein. Der Vorstandsvorsitzende von Klöckner & Co, dem größten produzentenunabhängigen Stahl- und Metall-distributor im Gesamtmarkt Europa und Amerika, Gisbert Rühl, wartet nicht auf den Wandel, sondern gestaltet ihn. So entsteht beispielsweise am Standort Regensburg derzeit ein Labor für die Zukunft, in dem „Industrie 4.0“ geprobt und geformt wird. Unterstützt wird der Stahlhändler dabei von dem Berliner Company Builder etventure, der über umfangreiche Erfahrung bei der digitalen Transformation traditioneller Geschäftsmodelle verfügt und mit einem Team vor Ort digitale Services für den Stahlhändler entwickelt.

Industrie 4.0: Klöckner ist Vorreiter für den Stahlhandel im digitalen Zeitalter

„Wir beginnen unsere Arbeit immer mit intensiven Kundenbefragungen“, erklärt Alexander Franke, Geschäftsführer der etventure business ignition GmbH. „Dann wissen wir relativ schnell, welche Bedürfnisse und Schmerzpunkte der Käufer wirklich hat und in welche Richtung mögliche Prototypen entwickelt werden müssen.“ Anschließend werden bis zu zehn Produkt-Ideen entwickelt und folgende Fragen beantwortet: Wo liegt der größte Kundennutzen und welche Hürden sollten als erstes beseitigt werden? Was ist am schnellsten und kostengünstigsten umsetzbar? Und welche Assets bestehender Unternehmen lassen sich bei der Digitalisierung am besten nutzen?

Neue digitale Services erleichtern Kunden Bestellungen und Verwaltung

Bei Klöckner in Regensburg lagen nach Auswertung dieser Kriterien drei Ideen vorne, die derzeit umgesetzt werden: Die Warenverfolgung bei Stahllieferungen, das digitale Erfassen von Lieferscheinen und die Möglichkeit für die Kunden, ihre Rahmenverträge per Schnittstelle zum SAP-System von Klöckner digital zu verwalten und gegebenenfalls zu verlängern. „Was für andere Branchen selbstverständlich klingt, ist im Stahlhandel noch revolutionär“, sagt Digital-Experte Alexander Franke. Wichtig sei bei diesen Services, dass nie vom Produkt her, sondern immer aus Kundensicht gedacht und gehandelt wird.

Häufigster Fehler ist, vom Produkt her zu denken – die Kundensicht ist entscheidend

So haben Nutzerbefragungen beispielsweise ergeben, dass Stahlkunden keine umfassende Warenverfolgung benötigen, wie sie jeder Privatkunde aus dem Online-Handel kennt. Denn die Abnehmer von Industriestahl möchten nur dann informiert werden, wenn sich die Lieferung verspätet; ähnlich wie beim Verspätungs-Alarm von Unternehmen im Öffentlichen Verkehr. Dieses Beispiel zeigt, dass während der Produktentwicklung Zeit und Geld gespart werden kann, wenn man sich auf die wesentlichen Funktionen beschränkt. Das Ergebnis ist ein so genanntes „Minimum Viable Product“ (MVP). Diese schlanke Vorgehensweise bei der Produktentwicklung und dem Aufbau von Unternehmen („Lean Startup“) wurde im Silicon Valley entwickelt. Viele Unternehmen, die ihre Branchen revolutioniert haben, haben diese

Methoden genutzt und waren damit ungleich schneller, agiler und fokussierter als scheinbar übermächtige Platzhirsche.

Das Beste aus beiden Welten: Traditionelles Unternehmen mit Startup-Denke

Gisbert Rühl, Vorstandsvorsitzender von Klöckner & Co: „Das etventure Team hat innerhalb kürzester Zeit ein tiefgreifendes Verständnis für die Bedürfnisse unserer Kunden entwickelt und verfügt über umfangreiche Erfahrungen in Hinblick auf die digitale Transformation von Unternehmen – optimale Voraussetzungen, um uns bei der Entwicklung von digitalen Lösungen zur Erhöhung des Kundennutzens zu unterstützen.“

„Klöckner ist ein sehr gutes Beispiel dafür, dass traditionelle Unternehmen und Startup-Denke sich nicht widersprechen müssen. Denn große Unternehmen wie Klöckner haben großartige Assets wie Kunden, Vertrieb, Lagerkapazitäten, Maschinen, Distribution und nicht zuletzt Branchen-Knowhow. Unser Anspruch ist es, digitale Dienste für diese Assets nutzbar zu machen“, so Alexander Franke von etventure. Sein Unternehmen hat jahrelange Erfahrung im Aufbau von Startups und unterstützt Großunternehmen beim Innovations-Management, der Digitalisierung und dem Aufbau neuer Geschäftsbereiche. Zu den Kunden zählen Unternehmen aus DAX, MDAX und gehobenem Mittelstand.

Weitere Informationen zur Digitalstrategie von Klöckner und Co. finden Sie in der Präsentation von Gisbert Rühl, CEO der Klöckner & Co SE, die er auf dem Media Day am 1. Oktober 2014 in Velten bei Berlin gehalten hat:

http://www.kloeckner.com/global/data/KloecknerCo_Media_Day_2014_Digitalisierungsstrategie_und_erste_Ergebnisse_Gisbert_Ruehl_.pdf

Über Klöckner & Co:

Klöckner & Co ist der größte produzentenunabhängige Stahl- und Metaldistributor und eines der führenden Stahl-Service-Center-Unternehmen im Gesamtmarkt Europa und Amerika. Das Kerngeschäft des Klöckner & Co-Konzerns ist die lagerhaltende Distribution von Stahl und Nicht-Eisen-Metallen sowie der Betrieb von Stahl-Service-Centern. Auf Basis seines Distributions- und Servicenetzwerks bedient der Konzern an rund 220 Standorten in 15 Ländern rund 150.000 Kunden. Aktuell beschäftigt Klöckner & Co rund 9.800 Mitarbeiter. Der Konzern erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2013 einen Umsatz von rund 6,4 Mrd. €.

Die Aktien der Klöckner & Co SE sind an der Frankfurter Wertpapierbörse zum Handel im Regulierten Markt mit weiteren Zulassungsfolgepflichten (Prime Standard) zugelassen. Die Klöckner & Co-Aktie ist im MDAX®-Index der Deutschen Börse gelistet.

ISIN: DE000KC01000; WKN: KC0100; Common Code: 025808576.

Ansprechpartner:

Christian Pokropp – Pressesprecher

Leiter Investor Relations & Corporate Communications

Telefon: +49 (0) 203 307 2050

Fax: +49 (0) 203 307 5025

E-Mail: christian.pokropp@kloeckner.com

Über etventure:

Der Company Builder etventure identifiziert, entwickelt und testet branchenübergreifend digitale Geschäftsansätze im Auftrag von Unternehmen oder in Eigenregie. Verlaufen die Markttests positiv, wird aus der Idee ein neues Geschäftsmodell aufgebaut, entweder als Teil eines Unternehmens oder als eigenständiges Startup. etventure betreibt außerdem die Berlin School of Digital Business und den EU-Accelerator EuropeanPioneers. etventure wurde 2010 von Philipp Depiereux, Philipp Herrmann und Christian Lüttke gegründet und hat Standorte in Berlin, Hamburg, München und Zürich. Zum etventure Team gehören über 100 Spezialisten der Digitalbranche, darunter rund 70 feste Mitarbeiter. <http://www.etventure.com>.

Pressekontakt:

Niels Genzmer

Head of PR

Telefon: +49 (0) 179 4651435

E-Mail: niels.genzmer@etventure.com