

thyssenkrupp Materials Services mit strategischen Investitionen im Wachstumsmarkt Nordamerika

- Stärkung der "Materials as a Service"-Strategie mit Investitionen von mehr als 70 Millionen Euro
- Schaffung zusätzlicher Kapazitäten zur Deckung der wachsenden Nachfrage der verarbeitenden Industrie an verschiedenen Standorten in den USA
- Aufbau eines komplett neuen Stahl-Service-Centers in Texas

thyssenkrupp Materials Services baut sein Nordamerikageschäft deutlich aus und investiert in mehreren Bundesstaaten in einen seiner Kernmärkte. Der Fokus liegt auf dem nachhaltigen Ausbau des deutlich wachsenden und stark serviceorientierten Geschäfts. Der größte werksunabhängige Werkstoff-Händler und -Dienstleister der westlichen Welt nutzt mit seinem kundenorientierten Serviceportfolio und Supply-Chain-Geschäft die Marktpotenziale zur Expansion sowie zur Umsetzung neuer, skalierbarer Geschäftsmodelle. "Die Nachfrage nach unseren Produkten, aber vor allem nach unseren Dienstleistungen, ist hoch und in den letzten Jahren stark gewachsen", sagt Martin Stillger, Sprecher des Vorstands von Materials Services. "Wir wollen nun vor allem unsere Affinität zu Dienstleistungen nutzen, um unsere Marktposition weiter zu verbessern – wenn möglich auch durch weitere Akquisitionen. Heute sind wir bereits die Nummer 3 in Amerika. Das ist uns nicht genug."

Allein das Geschäft in Nordamerika macht rund 25 Prozent des Gesamtumsatzes von Materials Services aus. Mit 94 Service-Centern und mehr als 4.000 Mitarbeitern verfügt Materials Services bereits über ein starkes, landesweites Netzwerk, das mehr als 55.000 Kunden passgenau beliefert. Dazu gehören zum Beispiel verschiedene Fiat/Chrysler-Werke mit rund 70.000 Teilen pro Tag aus drei "Just in Sequence"-Lieferzentren.

Investitionen in Dienstleistungsunternehmen eröffnen neue Marktchancen

Materials Services investiert über 70 Millionen Euro in den Ausbau des Servicegeschäfts. Neben neuen Kapazitäten an den Standorten in Alabama, Wisconsin und Tennessee spielt dabei vor allem ein komplett neues Servicecenter in Texas eine wichtige Rolle: In Sinton, Texas, baut das Unternehmen ein Service-Center auf dem neu errichteten Produktionsgelände von Steel Dynamics, Inc., einem amerikanischen Stahlproduzenten. Unter anderem wird thyssenkrupp Materials Services künftig die Lieferkette zwischen dem Stahlwerk und einzelnen OEMs – insbesondere für die Automobilindustrie – steuern. Die Investition von rund 28 Mio. € umfasst ein Gebäude mit einer Fläche von 14.000 qm sowie Bearbeitungsanlagen für das Spalten und Ablängen.

Auch die anderen Erweiterungen tragen dazu bei, die Position des Unternehmens als bevorzugter strategischer Partner der Automobilindustrie weiter zu stärken: Die Kapazitäten des Stahl-Service-

Centers im Süden der USA werden verdoppelt. Das Service-Center in Woodstock, Alabama, beliefert rund 60 nordamerikanische Zulieferer der internationalen Automobilhersteller sowie Kunden aus der Hausgeräte- und HLK-Branche. Das Wachstum ist hier in den letzten fünf Jahren deutlich gestiegen, und Bestandskunden haben für die kommende Zeit weitere erhebliche Produktionssteigerungen in Aussicht gestellt.

Im Mittleren Westen der USA, in Wisconsin, erweitert Materials Services seine Bearbeitungskapazitäten für den Blechsektor, um die wachsende Kundennachfrage aus den Bereichen gewerbliche und private Kücheneinrichtungen sowie LKW und LKW-Ausrüstung besser bedienen zu können. Dadurch wird das Verarbeitungsvolumen erheblich gesteigert, die Wertschöpfung nachhaltig erhöht und die gesamte Prozesssteuerung deutlich optimiert.

Am Standort in Memphis, Tennessee, wird das Angebot an Supply-Chain-Dienstleistungen weiter ausgebaut. In den kommenden Jahren werden die dortigen Supply-Chain-Experten für die weitere Zusammenarbeit mit TK Elevator einen Logistik-Hub konzipieren, der die lückenlose Verfolgung des Warenflusses bis zum Ende der Lieferkette ermöglicht.

"Unser umfangreiches Know-how ermöglicht es uns, uns immer tiefer in die Lieferketten unserer Kunden zu integrieren. Ein Wettbewerbsvorteil, der uns umso mehr zugutekommt, als in Zukunft mehr denn je sichere Flexibilität und noch schnellere Reaktionszeiten auf unvorhersehbare Entwicklungen gefragt sein werden", sagt Ilse Henne, Mitglied des Vorstands von thyssenkrupp Materials Services und Chief Transformation Officer.

Ausbau des digitalen Angebots und Entwicklung neuer Geschäftsmodelle

Auch das Angebot an digitalen Dienstleistungen einschließlich verschiedener E-Commerce-Angebote im Vertrieb wird kontinuierlich ausgebaut. Anfang des Jahres hat Materials Services seine Servicelösungen um eine neue Komponente erweitert: Über das E-Commerce-Portal ready2co.com ist es nun möglich, an den 60 Standorten in den USA Büros, einzelne Schreibtische oder auch Konferenzräume und Lagerflächen zu mieten. Darüber hinaus werden Dienstleistungen wie Materialumschlag, Retourenabwicklung oder andere leicht zugängliche Logistikdienstleistungen angeboten. Auf diese Weise erreicht Materials Services eine noch effizientere Auslastung der eigenen Ressourcen. Freie Flächen können über die Website gefunden und reserviert werden, die Buchung erfolgt flexibel und bedarfsgerecht ohne langfristige Verträge.

"Die erfolgreiche Weiterentwicklung unseres Geschäfts in Nordamerika zeigt, dass wir mit der Umsetzung unserer 'Materials as a Service'-Strategie – der intelligenten Vernetzung des Handels- und Dienstleistungsgeschäfts – auf einem fortschrittlichen Weg sind", sagt Ilse Henne. "'Connecting smarter' ist unser Leitbild für die Zukunft. Wir wollen die Materialversorgungsketten von morgen gestalten und gehen dabei auch auf den ersten Blick ungewöhnliche Wege."

Über thyssenkrupp Materials Services

thyssenkrupp Materials Services ist mit rund 480 Standorten – davon 271 Lagerstandorte – in mehr als 40 Ländern der größte werksunabhängige Werkstoff-Händler und -Dienstleister in der westlichen Welt. Das vielseitige Leistungsspektrum der Werkstoffexperten ermöglicht es den Kunden, sich noch stärker auf die individuellen Kerngeschäfte zu konzentrieren. Der Fokus von Materials Services erstreckt sich über zwei strategische Handlungsfelder: den globalen Werkstoffhandel als one-stop-shop – von Stahl und Edelstahl, Rohren und NE-Metallen über Sonderwerkstoffe bis hin zu Kunst- und Rohstoffen – sowie das kundenindividuelle Dienstleistungsgeschäft in den Bereichen Materials Management und Supply-Chain-Management. Über eine umfassende Omnichannel-Architektur haben die 250.000 Kunden weltweit kanalübergreifenden Zugriff auf mehr als 150.000 Produkte und Services rund um die Uhr. Eine hoch performante Logistik sorgt dafür, dass sich alle gewünschten Leistungen, ob „just-in-time“ oder „just-in-sequence“, reibungslos in den Fertigungsprozess der Kunden eingliedern.

Illustrierendes Bildmaterial ist unter folgendem Link zum Download verfügbar (Quelle: thyssenkrupp Materials Services):

https://transfer.thyssenkrupp.com/public/d124064t_4d1288cf9bf7b8eb40b1be/

Ansprechpartner für Medien:

Lars Bank

thyssenkrupp Materials Services

Head of External & Internal Communications Segment Materials Services

Email: lars.bank@thyssenkrupp-materials.com

Phone: +49 (201) 844-534416

www.thyssenkrupp-materials-services.com

www.linkedin.com/company/thyssenkrupp-materials-services