

## **thyssenkrupp Schulte setzt Maßstäbe in der digitalen Transformation**

- B2B-Portal setzt positive Entwicklung fort
- Individuelle Weiterentwicklung entlang der Kundenbedürfnisse
- Digitale Lösungen integrieren sich nahtlos in Omnichannel-Strategie

Seit Start der E-Commerce-Aktivitäten schreibt thyssenkrupp Schulte die Erfolgsgeschichte entlang seines Omnichannel-Ansatzes konsequent fort. Digitale Lösungen werden anhand individueller Kundenbedürfnisse kontinuierlich weiterentwickelt. Der Zugriff auf das umfangreiche Werkstoffsortiment wird über unterschiedlichste Vertriebskanäle ermöglicht. Bestes Beispiel dafür ist das für Bestandskunden eingeführte B2B-Portal.

### **B2B-Portal mit positiver Entwicklung**

Für das Einkaufsportale, das per Mausklick Bestellungen beim größten Werkstoff-Händler und -Dienstleister von thyssenkrupp Materials Services in Deutschland gewährleistet, kann nach circa einem Jahr nach dem Start ein positives Zwischenfazit gezogen werden. Allein in den vergangenen sechs Monaten ist die Anzahl registrierter Kunden fast um das Dreifache gestiegen. Auch das Umsatzwachstum über das B2B-Portal zeigt eine erfreuliche Steigerungsquote und erreicht monatlich neue Höchstwerte.

Auf diesem Erfolg wollen die Werkstoffexperten von thyssenkrupp Schulte aufsetzen – mit bereits zahlreichen geführten und weiter geplanten Kundengesprächen über die Möglichkeiten und Vorteile der Nutzung des Einkaufsportals. Bei rund der Hälfte aller Kunden waren diese bereits erfolgreich und haben zu einer Registrierung im Portal geführt. „Durch den intensiven Austausch können wir ganz individuell den richtigen Kanal mit dem größtmöglichen Kundennutzen identifizieren. Wir unterstützen unsere Kunden damit zielführend bei ihrer digitalen Transformation und treiben digitale Innovationen gemeinsam mit ihnen voran,“ sagt Michael Bäuerlein, Leiter Digitalisierung und E-Commerce bei thyssenkrupp Schulte.

### **Die Vorteile des Online-Einkaufs auf einen Blick**

Egal, welcher Vertriebskanal genutzt wird – die Vorteile des B2B-Portals sind deutlich: Registrierte Kunden können rund um die Uhr auf das komplette Sortiment des Werkstoffhändlers und -Dienstleisters zugreifen. Detaillierte Produktinformationen zu Verfügbarkeit, Preis und Lieferzeit bis hin zu Werkstoff-Datenblättern können einfach per Mausklick abgerufen werden. Das ermöglicht schnellen und bequemen Zugriff auf eine Anzahl von circa 15.000 Produkten. Darüber hinaus erhalten registrierte Kunden attraktive

Sonderangebote oder Rabatte über das Portal. Zusätzliche Komfort-Funktionen, wie das Abrufen oder Verwalten diverser Dokumente – von Lieferscheinen bis zu Werkszeugnissen – werden in Zukunft möglich sein. Langfristig sollen auch Neukunden auf die Plattform zugreifen können.

### **Digitale Transformation ganzheitlich und integriert**

Das B2B-Portal ist eine von vielen innovativen Lösungen, mit der thyssenkrupp Materials Services seine Digitalisierungsstrategie konsequent fortsetzt – ganzheitlich und integriert. Ob per App, Telefon, Fax, E-Mail oder über den Web-Shop – Ziel ist es, die Anforderungen der Kunden kanalübergreifend mit passgenauen Angeboten und Services zu erfüllen. Der größte Werkstoff-Händler und -Dienstleister der westlichen Welt folgt dabei konsequent seiner Omnichannel-Strategie, wie Martin Stillger, Sprecher des Vorstands von thyssenkrupp Materials Services, erklärt: „Wir müssen genau da präsent sein, wo unsere Kunden uns suchen. Das verlangt nicht nur eine schnelle und dynamische Anpassung an individuelle Bedürfnisse. Wir sind gefordert, digitale Innovationen mit unseren Kunden ganzheitlich voranzutreiben. Und daran arbeiten wir weiter mit Hochdruck.“ Das zeigt auch der Einsatz vermehrter technischer Innovationen, die auf Künstlicher Intelligenz (KI) basieren. Bei der Angebots- und Auftragsautomatisierung unterstützt ein selbstlernendes System zum Beispiel dabei, die Schnelligkeit der Bearbeitung zu erhöhen bei gleichzeitiger Reduzierung der Fehlerquote. Diese und weitere KI-basierte Technologien leisten Schritt für Schritt einen wichtigen Beitrag, um den Kundennutzen auch in Zukunft weiter steigern zu können.

Die thyssenkrupp Schulte GmbH, die deutsche Tochtergesellschaft des Werkstoff-Händlers und -Dienstleisters thyssenkrupp Materials Services, ist der Werkstoffpartner für Stahl, Edelstahl und NE-Metalle. Damit leistet das Unternehmen Maßarbeit für mehr als 70.000 Kunden aus Industrie, Handwerk und Bauwirtschaft. Basis dafür ist ein breites Sortiment an Flachprodukten, Profilen und Rohren für alle Erfordernisse und auf die individuellen Wünsche der Kunden zugeschnitten. Ein entscheidender Wettbewerbsvorteil ist zudem die Nähe zu den Partnern. Mit über 40 Standorten ist thyssenkrupp Schulte immer nah beim Kunden und kann schnell und zuverlässig überall in Deutschland liefern. Das vielfältige Produktsortiment, die kompetente fachliche Beratung und umfassende Dienstleistungen runden das Portfolio von Deutschlands größtem Werkstoffhändler ab.

Bildmaterial steht Ihnen hier zum Download zur Verfügung:

[https://transfer.thyssenkrupp.com/public/v108025i\\_8f56788473c905ed7b1744/](https://transfer.thyssenkrupp.com/public/v108025i_8f56788473c905ed7b1744/)

**Über thyssenkrupp Materials Services:**

thyssenkrupp Materials Services ist mit rund 480 Standorten – davon 271 Lagerstandorte – in mehr als 40 Ländern der größte 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.

**Ansprechpartner:**

Johanna Flöter  
thyssenkrupp Schulte GmbH  
Communications & Marketing  
Business Segment Materials Services  
E-Mail: [johanna.floeter@thyssenkrupp.com](mailto:johanna.floeter@thyssenkrupp.com)  
Telefon: +49 (201) 844-553266  
[www.thyssenkrupp-schulte.de](http://www.thyssenkrupp-schulte.de)

Lars Bank  
thyssenkrupp Materials Services GmbH  
Head of External & Internal Communications  
Business Segment Materials Services  
E-Mail: [lars.bank@thyssenkrupp.com](mailto:lars.bank@thyssenkrupp.com)  
Telefon: +49 (201) 844-534416  
[www.thyssenkrupp-materials-services.com](http://www.thyssenkrupp-materials-services.com)  
[www.linkedin.com/company/thyssenkrupp-materials-services](https://www.linkedin.com/company/thyssenkrupp-materials-services)