



## thyssenkrupp Materials Services wird 'omni-fit' – nächstes Level bei der Digitalisierung des Werkstoffgeschäfts erreicht

- Größtes virtuelles Materiallager der Welt: Virtuelle Abbildung von mehr als 150.000 Produkten und Services mit voll-digitalem Zugriff auf 3,5 Mio. Quadratmeter Lagerfläche an 271 internationalen, operativen Standorten
- Omnichannel in der Praxis: Kanalübergreifender Zugang zum umfangreichen Material- und Servicespektrum für 250.000 Kunden weltweit

thyssenkrupp Materials Services treibt die digitale Transformation mit großen Schritten weiter voran: Die Werkstoffexperten des thyssenkrupp Konzerns digitalisieren ihr komplettes Sortiment und fassen es im größten virtuellen Werkstofflager der Welt zusammen. Mit mehr als 3,5 Millionen Quadratmetern Lagerfläche in 271 operativen Standorten weltweit wird Materials Services noch näher bei seinen Kunden sein und bietet durch die neue Omnichannel-Struktur einen kanalübergreifenden, individuellen Zugang zu mehr als 150.000 Produkten und Services rund um die Uhr. Ermöglicht wird dies durch eine leistungsstarke, eigenentwickelte KI (Künstliche Intelligenz)-Lösung.

„Wir haben einen holistischen Ansatz in der digitalen Transformation unseres Geschäftsmodells. In den letzten Jahren haben wir konsequent und allumfassend die wichtigen Voraussetzungen geschaffen, um nun mit innovativen Lösungen durchzustarten. Durch die digitale Vernetzung der weltweiten Bestände unserer rund 150.000 Produkte stellen wir unseren Kunden die größte Auswahl und bestmögliche Verfügbarkeit unterschiedlichster Werkstoffe und Services 24/7 zur Verfügung“, erklärt Hans-Josef Hoß, Mitglied des Bereichsvorstandes von thyssenkrupp Materials Services. Ob auf Kunst- und Rohstoffe, Stahlprodukte, NE-Metalle oder die vielfältigen Dienstleistungen in den Bereichen Materials und Supply Chain Management – die Kunden von thyssenkrupp Materials Services wünschen heute einen individuellen Zugriff auf das komplette Angebotsspektrum. Hans-Josef Hoß: „Wir haben unseren Kunden bei Befragungen und persönlichen Gesprächen genau zugehört und für immer mehr ist es von entscheidender Bedeutung, dass sie unsere Produkte und Dienstleistungen so abrufen können, wie und vor allem wann es ihnen am besten passt. Durch unser Omnichannel-Konzept gewährleisten wir zukünftig einen direkten Zugang zu uns und unserem Angebot – immer und überall.“

## Maßgeschneiderte Kanäle

18.04.2018

Seite 2/3

Entscheidend für den Erfolg eines Omnichannel-Ansatzes ist die Bereitstellung aller gewünschten Kanäle. Bei thyssenkrupp Materials Services können die Kunden über individuelle Kundenportale, EDI-Schnittstellen, Onlineshops und in Zukunft auch über externe Plattformen ihren Bedarf bestellen. „Wir erfassen alle unsere Artikel digital und bieten Informationen in Echtzeit. Ob „just in time“ oder „just in sequence“ – der Kunde bestellt so, wie er die Leistung benötigt und über den Kanal, der für ihn am komfortabelsten ist. Wir richten uns also komplett nach unseren Kunden, nach ihren Bedürfnissen. Das ist die Basis für die immer smartere Interaktion der Zukunft.“, erklärt Axel Berger, Head of Digital Transformation bei thyssenkrupp Materials Services.

Positive Erfahrungen mit ersten Kunden wurden bereits im Rahmen eines Praxistests gesammelt. Ein neues B2B-Portal innerhalb des Omnichannel-Ansatzes ist als erster Schritt bereits im Roll-Out. Der Go-live erfolgt im Sommer 2018. „Selbstverständlich werden wir auch nach dem offiziellen Start sukzessive Optimierungen durchführen und dabei immer das Feedback unserer Kunden einfließen lassen. Die Arbeit an unserer hochkomplexen Omnichannel-Struktur geht konsequent weiter – genau wie die digitale Transformation von thyssenkrupp Materials Services“, erläutert Berger, der trotz allem auch die nach wie vor zentrale Rolle des persönlichen Kontakts hervorhebt: „Neben den neuen digitalen Kanälen ist und bleibt der Faktor Mensch, die persönliche Betreuung unserer Kunden durch unsere erfahrenen Vertriebsmitarbeiter, selbstverständlich ein wesentlicher Erfolgsfaktor für unser Geschäft.“

## Ganzheitlicher Digitalisierungsanspruch

Mit toii – also der Plattform zur Vernetzung des Maschinenparks bei thyssenkrupp Materials Services wurde bereits im vergangenen Jahr ein zentraler Meilenstein bei der digitalen Transformation entlang der kompletten Wertschöpfungskette erreicht. „Wichtige Voraussetzung, um von den Vorteilen der Digitalisierung nachhaltig zu profitieren, ist eine ganzheitliche Betrachtung. Neben neuen, smarten Lösungen auf der Beschaffungsseite – wie unsere cloudgestützte Einkaufsplattform – und der Vertriebsseite, die wir über Omnichannel und unser virtuelles Lager bedienen, ist die intelligente Digitalisierung betrieblicher Prozesse von entscheidender Bedeutung. So können nun dank unserer selbst entwickelten IoT (Internet of Things)-Plattform toii Maschinen unterschiedlichster Typen und Generationen weltweit miteinander kommunizieren. Im Zusammenspiel mit unserem Omnichannel-Ansatz führt dies wiederum zu deutlich einfacheren und schnelleren Abstimmungs- und Planungsprozessen. Ein Effekt, der für alle Teilnehmer der Lieferkette eine erhebliche Steigerung ihrer unternehmerischen Effizienz bedeutet. Und ein Ziel, an dem wir auch in Zukunft mit der Unterstützung neuer digitaler Technologien weiter arbeiten“, sagt Hoß.

Das Video zur digitalen Transformation bei thyssenkrupp Materials Services ist hier verfügbar: <https://youtu.be/tNiYn5abKD4>

## Über thyssenkrupp Materials Services:

18.04.2018  
Seite 3/3

Die Business Area Materials Services ist mit rund 480 Standorten in mehr als 40 Ländern auf Distribution, Logistik und Service von Roh- und Werkstoffen, technische Dienstleistungen sowie Anlagen- und Stahlwerksdienstleistungen spezialisiert. Neben Walz- und Edelstahl, Rohren, NE-Metallen, Sonderwerkstoffen und Kunststoffen bietet Materials Services Dienstleistungen an, die von Anarbeitung und Logistik über Lager- und Bestandsmanagement bis hin zum Supply-Chain- sowie Projektmanagement reichen.

## Ansprechpartner:

Michael Ridder  
thyssenkrupp Materials Services GmbH  
Head of External & Internal Communications  
Business Area Materials Services  
[www.thyssenkrupp-materials-services.com](http://www.thyssenkrupp-materials-services.com)  
E-Mail: [michael.ridder@thyssenkrupp.com](mailto:michael.ridder@thyssenkrupp.com)  
Telefon: +49 (201) 844- 534416  
Twitter: [@Michael23Ridder](https://twitter.com/Michael23Ridder)

Company blog: [www.engineered-thyssenkrupp.com](http://www.engineered-thyssenkrupp.com)