

# NEWSLETTER

Eine Information für Partner und Kunden

Ausgabe 2-2024

BILSTEIN | HUGO VOGELSANG | BILSTEIN CEE | BILSTEIN COLD ROLLED STEEL | SHEARLINE STEEL STRIP | INAC | BILSTEIN TRADING (SHANGHAI)

[bilstein-gruppe.de](http://bilstein-gruppe.de)

*Das Kaltband.*

## INHALT

- **Nachhaltigkeit:**  
Ein Ziel, viele Möglichkeiten  
Seite 3
- **Restrukturierungsprogramm der BILSTEIN GROUP:** Auf das „neue Normal“ einstellen  
Seite 4
- **Blick auf den Markt:**  
Diverse Branchen weiter im Krisenmodus  
Seite 6
- **Neue Vertriebsstruktur:**  
Noch näher am Kunden agieren  
Seite 7
- **Innovationen:**  
Auf die Plätze, fertig, los!  
Seite 10
- **Investitionen:**  
Auf der Zielgeraden  
Seite 12



## Nachhaltigkeit

### Ein Ziel, viele Möglichkeiten

Die BILSTEIN GROUP verfolgt ihren Weg, bis 2035 CO<sub>2</sub>-neutral zu sein, konsequent weiter. Es gilt, neu zu denken und Alternativen zu finden, auch jenseits von Transformationsverfahren Richtung Wasserstoff.

Seite 3



**Restrukturierung:**  
**Auf das „neue Normal“ einstellen**  
Die Stahlbranche befindet sich weiterhin in der Krise, die Märkte sind massiv unter Druck. Eine Ausnahmesituation ist zum Dauerzustand geworden. Auf diese Situation richten sich die Unternehmen der BILSTEIN GROUP über eine Restrukturierung aus.

Seite 4



**Innovationen:**  
**Auf die Plätze, fertig, los!**  
STABLS, innovatives Presshärten, BILCUT® – die BILSTEIN GROUP ist mit einer ganzen Reihe hochinnovativer Verfahren bereit, sich in neuen Märkten und Geschäftsfeldern in Stellung zu bringen. Wo die Projekte aktuell stehen – und wie sie weitergehen –, lesen Sie hier.

Seite 10

- BILSTEIN CEE:  
Glänzende Zeiten ...  
Seite 13
- Internationale Standorte:  
Ein Blick auf die Länder  
Seite 14
- Die Menschen hinter der BILSTEIN GROUP:  
The Voice of Country Music  
Seite 15
- Fachkräftenachwuchs:  
Junge Menschen für uns gewinnen  
Seite 16



Marc T. Oehler  
Geschäftsführer  
BILSTEIN GROUP

## Liebe Leserinnen und Leser,

eine konjunkturelle Belebung ist nach wie vor höchstens punktuell spürbar. Personalabbau, Restrukturierungen, Kostensenkungsmaßnahmen – all dies sind Schlagworte, von denen wir alle tagtäglich in den Medien lesen. Viele unserer Lieferanten und Kunden haben entsprechende Programme aufgesetzt; die Kaltwalzbranche – und somit auch die BILSTEIN GROUP – steht mitten in diesem Sturm.

Gleichwohl, und das sollte uns alle optimistisch nach vorne schauen lassen, legen wir nicht die Hände in den Schoß und warten auf eine Marktbelebung. Ganz im Gegenteil – wir trotzen dem Sturm: durch einen gelebten Kulturwandel, aber natürlich auch durch diverse Innovationsprojekte und Digitalisierungsinitiativen. Wir tun zurzeit sehr viel, um uns zukunftsfest aufzustellen und gestärkt aus der aktuellen Krise hervorzugehen.

Auf den folgenden Seiten finden Sie einen kleinen Ausschnitt der vielen Maßnahmen und Projekte, die derzeit laufen. Ich denke, es ist für jeden etwas dabei. Und vor allem bin ich sicher, dass Sie auch den Eindruck gewinnen werden, dass wir zwar sparen müssen, dies aber an den richtigen Stellen tun und gleichzeitig die Zukunft fest im Blick haben.

Viel Spaß beim Lesen!

Ihr Marc T. Oehler

# Ein Ziel, viele Möglichkeiten

Die Transformationsverfahren Richtung Wasserstoff sind ohne umfangreiche staatliche Förderungen unbezahlbar. Davon lässt sich die BILSTEIN GROUP auf ihrem Weg, bis 2035 CO<sub>2</sub>-neutral zu sein, aber nicht aufhalten. Es gilt, neu zu denken und Alternativen zu finden.

**N**achhaltigkeit ist aller Krise zum Trotz auch weiterhin ein wichtiger Bestandteil der strategischen Agenda. „In diesem Themenfeld sind wir ganz vorn und wollen diese Vorreiterposition auch weiterhin halten“, so Marc T. Oehler. Wenn bestimmte Projekte „auf Eis“ gelegt werden, liegt das nicht an internen Sparmaßnahmen, sondern daran, dass staatliche Fördermittel wegbrechen und sich damit Finanzierungsbedingungen verändern – oder dass die Auflagen, die mit staatlichen Förderungen verbunden sind, schlichtweg inakzeptabel sind.

### Wasserstoff statt Erdgas – ohne Förderung nicht möglich

So werden einzelne Fördermaßnahmen wie die Klimaschutzverträge (KSV) zwar trotz aller Sparschwänge vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz vorangetrieben, aufgrund der Rahmenbedingungen hat sich die BILSTEIN GROUP nach sorgfältiger Abwägung jedoch entschieden, kein Gebot für die Umstellung der Prozesse von Erdgas auf Wasserstoff im Rahmen dieses Programms abzugeben. Im KSV-Bieterverfahren wurde das Maximalgebot auf 600 Euro pro Tonne Wasserstoff festgelegt, liegt aber faktisch darüber. „Welches Gebot will man abgeben, wenn man weiß: Die angesetzten 600 Euro reichen bei Weitem nicht aus? Dann die lange Laufzeit von 15 Jahren inklusive der Verpflichtung, weitere fünf Jahre auf eigene Kosten zu übernehmen, ohne zu wissen, wie teuer der Wasserstoff dann sein wird – es stecken einfach zu viele Unsicherheiten dahinter, die ein inhabergeführtes Unternehmen so nicht tragen kann“, erklärt Marc T. Oehler, CEO BILSTEIN GROUP.

### Neue Wege finden

Dennoch verfolgt die BILSTEIN GROUP ihre Nachhaltigkeitsstrategie, möglichst bis 2035 CO<sub>2</sub>-neutral zu werden, konsequent weiter. „Wir müssen uns in Teilen umorientieren und neu aufstellen, ohne unsere führende Position zu gefährden“, erklärt Marc T. Oehler. Konkret heißt das: Statt allein auf die Umstellung von Erdgas auf grünen Wasserstoff zu setzen, prüft die BILSTEIN GROUP alternativ die Elektrifizierung der Glühanlagen und die Prozesswärmeerzeugung mit (grünem) Strom.

Verschiedene Alternativen liegen bereits „in der Schublade“: „Unter anderem finden hierzu mit dem Weltmarktführer in Sachen Industrieofenbau – der Firma EBNER Industrieofenbau aus Österreich – Gespräche statt. Die haben ein Konzept entwickelt, große Öfen, wie wir sie haben, elektrisch zu beheizen“, erklärt Michael Ullrich, technischer Geschäftsführer BILSTEIN GROUP. „Diese Art von Ofen ist ganz neu, aber bereits erfolgreich im Einsatz.“

Damit ist die BILSTEIN GROUP auf gutem Weg, das Ziel, bis 2035 CO<sub>2</sub>-neutral zu werden, auch zu erreichen. „Wir wollen den Wandel“, bekräftigt Marc T. Oehler, „und wir verfolgen ihn konsequent, über große wie kleine Maßnahmen. Jeder Schritt zählt.“ ■

### Aufbau eines weiteren Wärmerückgewinnungssystems

Nach dem großen BILSTEIN-Werk (Werk I) und HUGO VOGELANG wird jetzt auch am kleineren Produktionsstandort von BILSTEIN (Werk II) in Hagen der Grundstein für ein Wärmerückgewinnungssystem gelegt. Die Abwärme, die bei der Erzeugung von Druckluft in der Kompressorstation entsteht, wird in die Heizanlage zurückgeführt.

### Bis zu 300.000 kWh Energie einsparen

Bisher „verfeuerte“ der erdgasbetriebene Heizkessel, der in diesem Werk das Warmwasser für die Duschen und für die Beheizung der Sozialräume bereitstellte, rund 300.000 kWh pro Jahr. Das ist so viel Energie, wie 20 moderne Einfamilienhäuser jährlich verbrauchen. Die zurückgeführte Abwärme des Kompressors wird einen Großteil des bisher eingesetzten Erdgases ersetzen. „In Kombination mit der 2023 eingebauten, sparsamen Heizungsanlage verringert das unseren Energieverbrauch signifikant – und wir sparen ordentlich CO<sub>2</sub>-Emissionen ein“, bestätigt Projektleiter Christian Hagenkord, Leiter Nachhaltigkeitsprojekte und Energieversorgung BILSTEIN GROUP.

### Wie funktioniert das genau?

Bei der Erzeugung von Druckluft entfällt nur ein kleiner Teil der eingesetzten elektrischen Energie auf die Kompression der Luft – der Löwenanteil geht in Wärme über. Diese wird in jedem Kompressor über ein Ölkühlsystem abgeführt und „verpufft“. Durch den Einbau eines Wärmetauschers lässt sich über diese Abwärme heißes Wasser erzeugen, das dann der Heizanlage zugeführt werden kann. Neben dem Einbau des Wärmetauschers müssen hierzu auch wasserführende Leitungen vom Kompressor zur Heizanlage geführt werden. Die liegt im betroffenen Werk zum Glück im Stockwerk darunter, was kurze Wege ermöglicht. Entsprechend geht das Wärmerückgewinnungssystem spätestens zum Jahresende an den Start. ■

# Auf das „neue Normal“ einstellen

Die Stahlbranche befindet sich weiterhin in der Krise, die Märkte sind massiv unter Druck. Eine Ausnahmesituation ist zum Dauerzustand geworden. Was das für die BILSTEIN GROUP bedeutet und wie sich die Unternehmen über eine Restrukturierung auf diese Situation ausrichten, erklären Marc T. Oehler und Michael Ullrich im Interview.



Marc T. Oehler,  
Geschäftsführer



Michael Ullrich,  
technischer Geschäftsführer

### Warum setzt die BILSTEIN GROUP eine Restrukturierung um?

**Marc T. Oehler:** Leider befinden wir uns zurzeit in einer tiefen Rezession. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich im Verlauf des letzten Jahres so sehr verschlechtert, wie wir es noch nicht erlebt haben. Die Märkte sind massiv unter Druck – und im Moment besteht keine konkrete Perspektive, dass sich das drastisch gesunkene Mengenvolumen absehbar erholen wird. Das heißt, die Erwartungen, die wir noch letztes Jahr hatten, werden sich nicht erfüllen: Wir werden vermutlich nie wieder an das alte Mengenniveau anknüpfen können. Damit stehen wir als BILSTEIN GROUP nicht allein, es ist ein branchenweites Thema. Diverse Branchen und Kundensegmente in Europa sind vom Abschwung betroffen, viele unserer Kunden befinden sich im Krisenmodus. Auf diese Situation müssen wir reagieren, uns anpassen und zukunftsgerichtet aufstellen.

### Wie bieten Sie dieser Krise die Stirn? Welche Maßnahmen sind jetzt nötig?

**Michael Ullrich:** Die externen Rahmenbedingungen sind trübe, wir können uns nur selber helfen. Als Sofortmaßnahme sind wir bereits im Herbst 2023 auf die Kostenbremse getreten: Einstellungs- und Ausgabenstopp. Wir wollten und wollen in dieser Situation verständlicherweise nirgendwo unnötig Geld ausgeben, ohne zu wissen, wie es grundsätzlich weitergeht. Die Branche ist krisengebeutel. Zurzeit „dümpeln“ wir auf einem Niveau, das noch vor fünf Jahren für uns unvorstellbar gewesen wäre. Die Frage lautet: Wie können wir uns als BILSTEIN GROUP ausrichten, um auch unter diesen veränderten Vorzeichen weiterhin zukunftssicher aufgestellt zu sein? Hierauf gute Antworten zu finden, ist der Dreh- und Angelpunkt der Restrukturierung. Wir haben beschlossen, nicht mehr länger auf eine Erholung der Märkte zu hoffen, sondern die Unternehmen auf die neue Situation auszurichten.

**Marc T. Oehler:** Das heißt, wir passen unsere Volumen an die geringere Nachfrage an. Aufgrund der eingebrochenen Märkte haben wir die Produktionskapazität bei BILSTEIN und HUGO

VOGELSANG deutlich auf ein neues Normalmaß reduziert, mit einer Spannbreite von  $\pm 15$  Prozent. Grundlage ist hierbei die Größenordnung, mit der wir aus heutiger Sicht realistisch rechnen müssen. Allerdings gehen wir hierbei mit Augenmaß vor und versuchen, selbst in dieser unsicheren Phase allzu harte Einschnitte zu vermeiden – auch um uns die Chance auf die Begleitung einer (zumindest nicht völlig auszuschließenden) Mengenerholung grundsätzlich zu erhalten.

### Was heißt „nach Augenmaß“ und „keine allzu harten Einschnitte“ ganz konkret?

**Marc T. Oehler:** Wir wollen uns so aufstellen, dass wir weiterhin vernünftig fertigen können. Das heißt: Auch wenn wir zurzeit jeden Cent zweimal umdrehen, sparen wir nicht nur, sondern richten uns zukunftsfähig aus. Das ist der Kern, um den es bei der Restrukturierung geht. Konkret bedeutet das: Personelle Maßnahmen erfolgen nur dort, wo unbedingt nötig – und ohne Anlagen dauerhaft stillzulegen. Denn unsere Prämisse ist, dass wir als BILSTEIN GROUP unsere Reaktionsfähigkeit behalten, um flexibel größere Volumen bedienen zu können, falls der Markt und unsere Kunden dies wieder fordern sollten. Die gute Nachricht ist, dass wir auch unter den neuen Vorzeichen nach wie vor eine sehr gute Bilanzsituation und eine sehr auskömmliche Liquiditätssituation haben.

### Was bedeuten die Anpassungen an das „neue Normal“ für die Werke und die Mitarbeiter in der Produktion?

**Michael Ullrich:** Mit den verringerten Volumen gehen in den Produktionsbereichen natürlich Anpassungen in den Schichtmodellen und damit auch in Personalfragen einher. So haben wir bei BILSTEIN bereits zum 1. Januar 2024 an einigen Anlagen Schichtmodelle reduziert. Bei HUGO VOGELSANG wurden keine größeren Anpassungsmaßnahmen durchgeführt, da im Rahmen der Restrukturierung zuerst eine Analyse der Gesamtsituation im Fokus stand. Die gesamte Restrukturierung verläuft unter der Überschrift „Qualität vor Zeit“, Schnellschüsse oder Aktionismus müssen unbedingt vermieden werden.

**Marc T. Oehler:** Mitarbeiterversetzungen waren ein wesentlicher Baustein zur Vermeidung von Kündigungen. Wir wollten die Option einer Weiterbeschäftigung schaffen, auch wenn zum Teil andere Positionen zu besetzen waren. Austritte infolge der weggefallenen Planstellen erfolgten unter Ausnutzung von Regelungen zur Altersteilzeit, Renteneintritten, auslaufenden Verträgen, Freiwilligenprogrammen etc. Denn auch hier wollten wir allzu harte Einschnitte vermeiden. Das meinte ich, als ich sagte, wir gehen mit Augenmaß vor.



## Diese Restrukturierung fällt mitten in die Zeit eines intensiv gelebten Kulturwandels. Wie finden Sie die Balance?

**Marc T. Oehler:** Aus meiner Sicht hat uns das Projekt „BILSTEIN GROUP: Gemeinsam in die Zukunft!“ viele Impulse geliefert, durch die wir in die richtige Richtung gehen. Aber uns bleibt an dieser Stelle keine Wahl, wir müssen der wirtschaftlichen Realität ins Auge blicken. Dabei bleibt unser Kulturwandel bei allem, was wir tun, ein wichtiger Wegweiser – sowohl als Leitplanke für die Umsetzung der Restrukturierung als auch für unsere Zukunftsfähigkeit als gesundes Unternehmen. Wir hören weiterhin zu. Und aus dem Kulturwandel heraus erwachsen nach wie vor wichtige Maßnahmen.

**Michael Ullrich:** Informationen schneller und direkter zu teilen, klarer zu kommunizieren – das ist wichtiger Teil des Kulturwandels. Und es ist ein wichtiger Aspekt der aktuellen Restrukturierung. Bei den Gesprächen zu den Personalmaßnahmen hat sich gezeigt: Ein ehrliches Wort ist immer noch das Beste. Nicht um den heißen Brei reden, sondern offen mit der Situation umgehen und erklären, warum und wieso. Reden, kommunizieren, fair sein – und jeden Einzelnen persönlich abholen.

## Wo liegen weitere Schwerpunkte der aktuellen Restrukturierung?

**Michael Ullrich:** Im Grunde umfasst die Restrukturierung in Deutschland drei große Themen: Die Reduzierung des Volumens inklusive der Personalanpassungen in den Produktionsbereichen war ein wichtiger erster Schritt, mit dem wir uns an den aktuell herrschenden und absehbaren Marktbedingungen ausrichten. Unsere nächsten beiden Schritte führen weiter in die Zukunft, denn bei dieser Restrukturierung geht es im wahrsten Sinne des Wortes darum, die Strukturen (neu) zu definieren, mit denen wir die BILSTEIN GROUP in die Zukunft führen. In einer Portfolio- und Marktanalyse sowohl für HUGO VOGELSANG als auch für die BILSTEIN GROUP nehmen wir Portfolio, Aufstellung und Kostenstruktur ganz genau unter die Lupe – und schauen, wie wir auch in diesen stürmischen Zeiten wieder in ruhigeres Fahrwasser gelangen können.

## Gibt es hier schon erste Ergebnisse?

**Marc T. Oehler:** HUGO VOGELSANG hat die aktuelle Krise besonders getroffen, weil der Sägen- und Werkzeugbereich, von dem das Unternehmen abhängt, konjunkturell noch stärker

eingebrochen ist als der Automobilbereich. Deswegen freut es mich, dass wir aktuell bei HUGO VOGELSANG eine leichte Marktbelebung sehen, auch da der Strukturwandel hin zur Elektromobilität in dem für HUGO VOGELSANG relevanten Marktsegment kaum eine Rolle spielt. Denn eines dürfen wir neben der aktuellen Rezession nicht vergessen: Den Strukturwandel hin zur Elektromobilität und die damit verbundenen Mengenszenarien haben wir auch noch vor der Brust, selbst wenn sich diese Entwicklung aufgrund der konjunkturellen Talfahrt etwas verlangsamt hat.

**Michael Ullrich:** Nun gilt es, diese Chance zu nutzen und HUGO VOGELSANG erfolgreich in die Zukunft zu führen. Drei wesentliche Bausteine sind dabei ganz entscheidend für den Erfolg: Erstens haben wir innerhalb der Kostenstruktur Potenziale zur Einsparung erarbeitet. Zweitens wollen wir innerhalb der Kernanlagen ganz gezielt investieren. Und drittens treiben wir die Umsetzung des Innovationsprojektes STABILS bei HUGO VOGELSANG voran.

## Trotz aller Herausforderungen am Markt: Strategische Investitionen verfolgen Sie konsequent weiter?

**Marc T. Oehler:** Unbedingt. Investitionsmaßnahmen werden ebenfalls mit Augenmaß freigegeben – d. h., wir investieren auch weiterhin in alle Maßnahmen, die zukunftsgerichtet sind und auf unsere strategische Agenda einzahlen. Denn unsere Gesamtstrategie und deren Umsetzung verfolgen wir natürlich konsequent weiter. Unser Ziel ist die Stärkung unserer Position am Markt – gerade in herausfordernden Zeiten. Und dazu zählen wichtige Größen wie beispielsweise die Anteilserhöhung an der INAC in Italien im Juli 2024, die Neuausrichtung des Vertriebs, das Vorantreiben der Digitalisierung unserer Prozesse, Innovationen wie BILCUT® und STABILS, unser Kulturwandel, die Entwicklung unserer Mitarbeiter und natürlich auch das Thema Nachhaltigkeit als treibende Kraft einer zukunftsgerichteten Aufstellung. ■

# Diverse Branchen weiter im Krisenmodus

Eine Konjunkturerholung ist zurzeit noch nicht in Sicht. Einige positive Entwicklungen wiegen die aktuellen Probleme am Markt nicht auf. Trotzdem gibt es auch eine kleine gute Nachricht zum Schluss.

**P**reiskrieg bei Elektroautos, Vormarsch chinesischer Automarken, erste Stimmen gegen das „Verbrenner-Aus“, das die EU für das Jahr 2035 festgelegt hat ... Hinzu kommen eine am Boden liegende Bauindustrie und, damit verbunden, eine geringe Nachfrage nach Werkzeug, nach neuen Küchen, Möbeln und Haushaltsgeräten. Dann noch Störungen in der Lieferkette durch Angriffe auf Frachtschiffe im Roten Meer und (zum Jahresanfang) Bahnstreiks – fertig ist die Gemengelage, die das Tagesgeschäft vieler Branchen bestimmt.

„Bei den Schlagzeilen der letzten Monate fällt es tatsächlich sehr schwer, positiv zu bleiben“, so Bernd Grumme, kaufmännischer Geschäftsführer BILSTEIN GROUP. „Denn natürlich spiegeln sich diese Marktturbulenzen auch in unserer aktuellen Mengenentwicklung wider: Wir sehen keine Belebung.“

### Ganze Branchen im Krisenmodus

Wer die Entwicklung der stahl- und metallverarbeitenden Industrie im Laufe der letzten Jahre betrachtet, der sieht drei massive „Abstürze“, hervorgerufen durch die Weltfinanzkrise in den Jahren 2007/2008, durch die Auswirkungen der Coronapandemie 2020/2021 und im Jahr 2022 durch den Start des Angriffskriegs in der Ukraine und der damit einhergehenden massiven Steigerung der Energiekosten.

Eine Stabilisierung dieser letzten Talfahrt zeichnet sich noch nicht ab. Im Gegenteil: Diverse Branchen in Europa sind vom Abschwung betroffen, viele Kunden der BILSTEIN GROUP befinden sich im Krisenmodus. Sie haben in Teilen ihre Kapazitäten heruntergefahren und können so keine steigenden Volumen begleiten – selbst wenn der ein oder andere deutsche Automobilhersteller wieder stärker mit Verbrennern plant und zum Teil auf einem fast normalen Bestellvolumen angekommen ist.

### Mit einem neuen Normal leben – und die Position ausbauen

Obwohl die BILSTEIN GROUP auf diese Gesamtsituation bereits reagiert und sich auf ein „New Normal“ ausgerichtet hat (siehe hierzu auch Artikel auf Seite 4), steht die Gruppe zurzeit weiterhin unter Druck, in diesem herausfordernden

Umfeld die selbst gesteckten Planzahlen zu erreichen – insbesondere vor dem Hintergrund, die eigene Position im Markt auszubauen. An diesem konkreten Ziel und der gesamtstrategischen Ausrichtung hält die BILSTEIN GROUP auch in Zeiten wie diesen natürlich fest. Schließlich geht es darum, sich auf eine erfolgreiche Zukunft auszurichten.

### Nah am Kunden, Mengen flexibel begleiten

„Auch wenn wir zurzeit mit der Festlegung des New Normal etwas vorsichtiger planen – nach oben haben wir natürlich keine Limits gesetzt“, so Bernd Grumme. Die Kapazitäten sind nach wie vor vorhanden. So können BILSTEIN und HUGO VOGELSANG Mengensteigerungen jederzeit begleiten. Die Nähe zum Kunden ist dabei die entscheidende Variable. „Möglichst nah am Kunden zu sein, auch kleinere Mengen flexibel zu begleiten und Anfragen schneller bedienen zu können – daran arbeitet der Vertrieb gemeinsam mit Auftragszentrum und technischer Anwendungsberatung mit aller Kraft“, so Bernd Grumme. (Siehe hierzu auch den Artikel zur Neuaufstellung des Vertriebs auf Seite 7.) „Im Fokus steht, den Kunden bei all ihren Ideen zur Seite zu stehen – und dabei natürlich auch die eigene wirtschaftliche Situation im Blick zu behalten.“

Seitens der Vormateriallieferanten hat zuletzt die Performance gelitten: Ein schlechter Wiederanlauf Anfang des Jahres, größere Mengenausfälle und nicht zuletzt die Bahnstreiks sorgten dafür, dass es trotz des geringen Bedarfs Terminprobleme gab. „Dem können wir durch Bündelung von Güten und Abmessungen entgegenwirken. Das hilft“, erklärt Bernd Grumme. „Außerdem baut die BILSTEIN GROUP sehr gezielt Puffer- und Sicherheitsbestände auf, um kurzfristig lieferfähig zu sein.“

### Zu guter Letzt: Die gute Nachricht

Es gibt eine leichte Belebung im Segment DIY (Do It Yourself). „Wir sehen hier etwas Nachholbedarf, insbesondere im Bereich der Sägen“, erklärt Bernd Grumme. „Ein kleiner Lichtblick – auch wenn uns das nicht zu früheren, großen Volumen zurückbringt.“ ■

# Noch näher am Kunden agieren

Märkte wandeln sich. Die Nachfrage nach Stahlprodukten sinkt branchenweit. Die Antwort der BILSTEIN GROUP auf diese Herausforderungen ist ein schlagkräftiges Vertriebsteam mit Anwendungsexperten, die die Bedarfe der Kunden eng begleiten. Bernd Grumme, technischer Geschäftsführer, Georgio Alexopoulos, Gesamtleiter Vertrieb, und Dennis Burgio, Leiter Vertrieb Industrie, erklären die Hintergründe.

### Wieso hat sich die BILSTEIN GROUP dazu entschlossen, ihre Vertriebsstrukturen neu zu denken?

**Bernd Grumme:** Wir kommen aus einer sehr erfolgsverwöhnten Historie. Jetzt hat sich der Markt gedreht. Deswegen wollen wir noch aktiver auf unsere Kunden zugehen und uns noch stärker auf ihre Bedürfnisse hin ausrichten. Belegschaft, Führungskräfte und Geschäftsführung haben sich im Mai letzten Jahres nicht umsonst auf diesen gemeinsamen Leitsatz verständigt: „Als international aktives mittelständisches Familienunternehmen arbeiten wir mit hoher Flexibilität an der Zufriedenheit unserer Kunden – unsere Mitarbeiter und unsere Technologieführerschaft bilden die Basis für unseren Unternehmenserfolg!“ Auf die darin definierte Nähe zum Kunden haben wir die neue Vertriebsstruktur weiter optimiert.

### Die Vertriebsstruktur ist quasi das Spiegelbild der Vertriebsstrategie. Welche Ziele stehen dahinter?

**Georgio Alexopoulos:** Das übergeordnete strategische Ziel der BILSTEIN GROUP ist die stärkere Marktdurchdringung, neben Nordamerika, wo wir mit BILSTEIN COLD ROLLED STEEL gut aufgestellt sind, gerade in Europa. Damit ist die große Klammer um unsere Vertriebsstrategie gesetzt: Fokusmarkt Europa. Daraus abgeleitet, haben wir für die Vertriebsarbeit vier Kernelemente definiert: Verteidigung der Mengen im Segment Automotive, Stärkung des Segments Industrie, das Exportgeschäft in Europa und verstärkte Nutzung der Querverkaufs- bzw. Cross-Selling-Potenziale innerhalb der Gruppe.

### Auffälligste Neuerung ist die Zusammenlegung der Vertriebsorganisationen von BILSTEIN und HUGO VOGELSANG. Warum war das ein wichtiger Schritt?

**Georgio Alexopoulos:** Das Zusammenwachsen ist wichtig, um Cross-Selling-Potenziale optimal nutzen zu können.

**Bernd Grumme:** Die Kräfte zu bündeln, bietet mehrere Vorteile. Mit der stärkeren Verzahnung beider Vertriebsteams bilden wir eine Einheit, die von einem starken Teamgeist, einem intensiveren Austausch und von gegenseitigem Lernen profitiert. Im Ganzen macht das unseren Vertrieb deutlich schlagkräftiger. Wir rücken damit auch näher an Kunden heran, die in beiden Unternehmen kaufen, denn sie werden aus einer Hand betreut.

### Das Vertriebsteam ist in die Segmente Automotive und Industrie aufgeteilt. Innerhalb der Segmente sind Vertriebler in Teilen nicht mehr für bestimmte Regionen, sondern für Anwendungsfelder verantwortlich. Was steckt dahinter?

**Georgio Alexopoulos:** Unser Markt verändert sich – und das zu unserem Nachteil. Das ist teils temporär, also konjunkturell bedingt, liegt aber auch an der Transformation der Automobilindustrie hin zur E-Mobilität und weg aus Europa. Ein Angebotsüberhang steht einer sinkenden Nachfrage gegenüber. Gleichzeitig sind unsere Produkte technologisch beratungsintensiv. Das heißt: Um eine höhere Marktdurchdringung erreichen zu können, müssen wir unser Know-how permanent weiterentwickeln und ausbauen – und dies auch beim Kunden platzieren.

**Bernd Grumme:** Speziell im Automobilssektor gehen unsere Produkte überwiegend in ganz klar definierte Anwendungen: ins Fahrwerk, in Sicherheit, in den Antriebsstrang (Motor/Getriebe) und ins Interieur. Genau auf diese vier Anwendungsfelder fokussieren wir uns in vier Vertriebsteams. Damit entwickelt jeder einzelne Mitarbeiter automatisch eine höhere Expertise im jeweiligen Anwendungsfeld. Während bisher ein Vertriebsmitarbeiter in einer Region ein breites Portfolio bedient hat, kann er dank der neuen Fokussierung sehr viel tiefer in die Details einsteigen.



## Im Gespräch:



Bernd Grumme,  
kaufmännischer Geschäftsführer



Georgio Alexopoulos,  
Gesamtleitung Vertrieb

Seit 1. Januar 2023 treibt Georgio Alexopoulos sowohl die Vertriebsstrategie als auch die Neuausrichtung eines geeinten Vertriebs maßgeblich voran.



Dennis Burgio,  
Leitung Vertrieb Industrie

Dennis Burgio startete 2010 seine Karriere im Unternehmen als Verbundstudent; zum 1. Januar 2024 übernahm der Vertriebsleiter HUGO VOGELSANG die Leitung des Vertriebssegments Industrie.

Wir sind überzeugt davon, mit diesen Maßnahmen das Segment Automotive erfolgreich für uns zu verteidigen und teils auch auszubauen.

### Haben Sie diese anwenderbezogene Struktur nur im Segment Automotive umgesetzt? Was ist mit dem Segment Industrie?

**Georgio Alexopoulos:** Mit Do It Yourself (DIY)/Sägen haben wir auch im Segment Industrie einen großen anwendungsbezogenen Bereich – das klassische Geschäft von HUGO VOGELSANG. Das ist sehr produktspezifisch, hier bedarf es eines Detailwissens und hoher Expertise. Ansonsten richten wir uns innerhalb des Segments Industrie geografisch aus und haben die Teams europaweit drei großen Regionen zugeordnet: Zentral, Süd und Nordwest.

**Bernd Grumme:** Das hat einen guten Grund: Das Segment Industrie ist sehr fragmentiert. Es gibt eine Vielzahl an Kunden, eine hohe Kleinteiligkeit der Anwendungen und noch einige „weiße Flecken“, die wir uns europaweit anschauen können, um unsere Anteile auszubauen.

**Dennis Burgio:** Diese „weiße Flecken“ gilt es fokussiert zu bearbeiten. Wir werden gezielt Branchen durchleuchten und herausfinden, wo Potenziale liegen, die noch nicht gehoben sind. Das wird eine zentrale Aufgabe sein. Eine anwendungsspezifische Aufteilung ist hierbei wenig sinnvoll.

### Was passiert, wenn beispielsweise ein Stanzunternehmen in beiden Segmenten Kunde ist?

**Dennis Burgio:** Auch in solchen Fällen folgen wir einem klaren Prinzip: One face to the customer. Jeder Kunde wird also von einem einzigen Ansprechpartner betreut. Dabei gehen wir nach Volumen: Je nachdem, in welchem Segment er höhere Bedarfe hat, wird er den Teams von Automotive oder Industrie zugeordnet.

### Neue Abläufe, Aufgaben, Zuständigkeiten: Die Vertriebsmitarbeiter stehen vor vielen Herausforderungen. Was tut die BILSTEIN GROUP, um diese Umstellung zu unterstützen?

**Georgio Alexopoulos:** Man muss ganz klar sagen: Das ist ein Veränderungsprozess, den der Vertrieb da gerade durchläuft. Jeder einzelne Mitarbeiter ist zurzeit gefordert, und wir spüren, dass das die Mitarbeiter natürlich beschäftigt. Das muss man respektieren. Wir haben uns deshalb auch selbst in die Pflicht genommen, die Mitarbeiter auf diesem Weg bestmöglich zu begleiten.

**Bernd Grumme:** Wir setzen auf bestehende interne Schulungsprogramme auf, haben diese noch einmal nachgeschärft und intensivieren die Schulungen. Und es freut mich zu sehen, wie sehr sich die Kollegen im Vertrieb in dieser Zeit der Veränderung auch untereinander helfend zur Seite stehen und ihr Know-how miteinander teilen.

**Georgio Alexopoulos:** Wir haben insgesamt ein umfassendes Mitarbeiterentwicklungsprogramm aufgesetzt, das neben den internen auch externe Angebote umfasst. Die externen Trainings bereiten auf die Anforderungen vor, die seitens des Markts vermehrt an unsere Vertriebler gestellt werden.

**Dennis Burgio:** Was die Umstellung sicherlich auch unterstützt: Grundsätzlich war und ist es ein sehr transparentes Projekt. Alle Kollegen wurden von Anfang an mitgenommen. Es wurde ganz klar kommuniziert: Was ist das Ziel? Was bezwecken wir mit alledem? Am Ende des Tages muss man sagen: Es ist gut, dass wir den Schritt der Neuaufstellung im Vertrieb jetzt gegangen sind.

### Wie läuft es sich in den neuen Strukturen? Welche Erfahrungen haben Sie und die Teams gemacht?

**Bernd Grumme:** Die Umstrukturierungen führten natürlich dazu, dass die meisten Vertriebler neue Kunden übernommen haben. Diesen Wechsel hieß es intensiv zu begleiten, sowohl intern als auch vor Ort beim Kunden. Mit der Übergabe starteten wir bereits im November 2023 als Vorbereitung zu den Preisverhandlungen: Der bisherige Vertriebler präsentierte die Aufstellung zusammen mit dem neuen Zuständigen auf gemeinsamen Kundenterminen. Das hat bis auf ein paar kleine Startschwierigkeiten auch sehr gut geklappt. Jetzt haben alle ihre Kunden übernommen, die Preisverhandlungen wurden geführt und abgeschlossen. Es gibt natürlich immer Dinge, die man nachschärfen muss, beispielsweise Prozesse zu standardisieren, die bei BILSTEIN und HUGO VOGELSANG historisch unterschiedlich gewachsen sind. Aber seit Anfang dieses Jahres fahren wir mit dieser neuen Aufstellung wirklich gut.

**Georgio Alexopoulos:** Wir können zu Recht stolz auf das sein, was wir bereits auf die Beine gestellt haben. Tatsächlich stehen wir aber noch am Anfang. Aber wir merken bereits, dass es in einigen Anwendungsbereichen, beispielsweise bei Automotive/Interieur, sehr gut läuft. Dank der Spezialisierung wächst das Marktverständnis. Auch im Segment Industrie werden wir schlagkräftiger. Man muss aber auch bedenken: Wir befinden uns aktuell in einer wirtschaftlich herausfordernden Zeit und in einer Marktphase, die genau gegensätzlich zum geplanten Mengenwachstum verläuft.

### Und was sagen die Kunden?

**Bernd Grumme:** Sie haben diesen Wechsel sehr gut angenommen, obwohl im Laufe vieler Jahre auch Freundschaften zwischen unseren Vertriebsmitarbeitern und vielen Kunden gewachsen sind. Doch die Kunden freuen sich auch auf die „Neuen“ – und die Vertriebskollegen gehen sehr positiv an ihre Aufgaben heran, mit Dynamik, Spaß und hoher Motivation. Mir ist seitens der Kunden noch nichts anderes zu Ohren gekommen.

**Dennis Burgio:** Das kann ich bestätigen: Wir wollen unsere Kunden natürlich bestmöglich mitnehmen. Wir erklären in persönlichen Gesprächen, warum wir diese neuen Auf- und Zuteilungen umgesetzt haben. Bei den Terminen, die ich persönlich bisher erlebt habe, kam das gut an, wir haben wertschätzendes Feedback erhalten.

### Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

**Bernd Grumme:** Dass wir durch einen regen Austausch untereinander und unser gemeinsames Auftreten beim Kunden dessen Bedürfnisse noch viel stärker wahrnehmen. Und natürlich wünsche ich mir, dass die Mitarbeiter Erfolge feiern. Das ist wichtig: Erfolge auch mal zu feiern. Die Zeiten sind herausfordernd genug. Deswegen darf man auf die gemeinsam erreichten Dinge auch stolz sein.

**Georgio Alexopoulos:** Ich bin mir im Klaren darüber, was diese Veränderungen für die Menschen und die Organisation bedeuten – aber ich sehe auch die Chance, die damit verbunden ist. Und ich wünsche mir, dass wir diese Chance gemeinsam ergreifen, umsetzen und konsequent leben. ■



# Auf die Plätze, fertig, los!

Die BILSTEIN GROUP ist mit einer ganzen Reihe hochinnovativer Verfahren bereit, sich in neuen Märkten und Geschäftsfeldern in Stellung zu bringen. Wo die Projekte aktuell stehen – und wie sie weitergehen –, lesen Sie hier.

## INNOVATIVES PRESSHÄRTEN

Das Projekt „Innovatives Presshärten“ (vgl. Newsletter-Ausgabe 1/2024) läuft

natürlich weiter. Denn die Ergebnisse einer Markt- und Wirtschaftlichkeitsanalyse Anfang dieses Jahres beweisen: Unser neues innovatives Verfahren bietet große Potenziale!

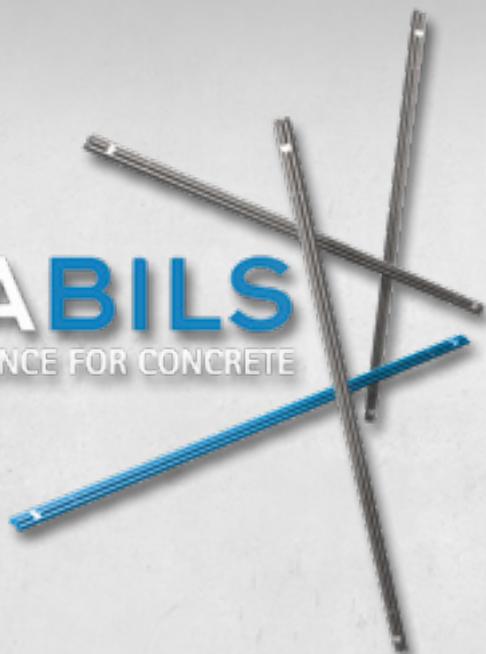
„Wir haben anhand fünf repräsentativer Bauteile die Gesamtkosten unseres Verfahrens mit den marktüblichen Kosten unserer Wettbewerber verglichen“, erklärt Jörg von Prondzinski, Leiter Application Development (AD) (Anwendungsentwicklung) BILSTEIN GROUP. „Die Ergebnisse waren eindeutig: Wir können unseren Kunden sowohl wirtschaftliche Vorteile bieten als auch nachhaltiger produzieren, sprich mit niedrigeren CO<sub>2</sub>-Emissionen.“ Die EDAG – der weltweit größte unabhängige Entwicklungspartner der Automobil-

und Luftfahrtindustrie – unterstützte bei diesen Analysen und bestätigte, dass die

BILSTEIN GROUP auch mit ihrer Markteinschätzung richtigliegt: Der Bedarf an pressgehärteten Bauteilen ist allein bei den deutschen OEM-Herstellern schon so groß, dass die BILSTEIN GROUP ihre Bauteile sicher auf dem Markt platzieren könnte.

Diese Ergebnisse sind jetzt richtungsweisend für grundlegende strategische Entscheidungen. „Wir sind zurzeit in Gesprächen mit potenziellen Kooperationspartnern“, so Michael Ullrich, technischer Geschäftsführer BILSTEIN GROUP. „Tatsächlich sind viele Szenarien denkbar, von einer eigenen Produktion über eine Kooperation bis zur Lizenzierung unseres patentierten Verfahrens.“ ■

**STABILS**  
PERFORMANCE FOR CONCRETE



„Die jüngsten Entwicklungen zeigen, dass STABILS genau die richtige Entscheidung war“, freut sich Michael Ullrich, technischer Geschäftsführer BILSTEIN GROUP. „Auch wenn wir aufgrund der aktuell enorm schwächelnden Bauindustrie einen längeren Atem brauchten als ursprünglich angenommen.“

Es geht direkt auf mehreren Ebenen voran:

### Weitere Kooperationen und Anwendungen

Ein wichtiger Schritt, um die Vorteile der neuen STABILS-Stahlfaser bei Betonkonstruktionen voll ausschöpfen zu können, ist die Berechnung neuer Statiken. „Tragwerksplaner, die Stahlfaserbeton berechnen können, sind in Deutschland sehr rar“, weiß Jörg von Prondzinski, Geschäftsführer BILSTEIN STEEL FIBER. „Das ist zurzeit ein Flaschenhals, weswegen sich vielversprechende Projekte verzögern.“ Deswegen baut die BILSTEIN GROUP Kooperationen mit Tragwerksplanern beständig aus.

Parallel erschließt BILSTEIN STEEL FIBER gemeinsam mit Kunden erfolgreich immer weitere Anwendungsfelder für die neue Stahlfaser. So startete beispielsweise ein Fertigteilerhersteller ein umfangreiches Projekt für Treppenmodule, ein anderer plant die Vereinfachung des Bewehrungsplans für Trafo-Einhausungen mit STABILS.

### Neue STABILS-Variante

Mit Erfolg ist die Produktion einer weiteren STABILS-Variante – eine 50 mm lange Faser für die Kombibewehrung – angefallen. Von März bis Mai 2024 lief der Prozess rund um die CE-Zertifizierung des Fasertyps, an dessen Ende jetzt das verkaufsfähige Produkt steht. Jörg von Prondzinski erklärt, warum diese STABILS-Variante ein wichtiger Lückenschluss im Portfolio der BILSTEIN STEEL FIBER ist: „Bei einer Kombibewehrung sind in die Betonbauteile auch noch Stahlmatten



eingearbeitet. Wenn diese sehr dicht stehen, können sich lange Fasern zwischen den Matten verhaken, sodass der Beton nicht richtig in die Schalung fließt. Deswegen braucht man hier eine Faser, die kürzer ist.“ Ansonsten zählt bei Stahlfasern in Betonbauteilen: Länge bringt Leistung, weswegen man sie so lang wie möglich auslegt. Bei einer Kombibewehrung hingegen nimmt man eine etwas geringere Leistung zugunsten einer noch besseren Verarbeitung in Kauf.

### Riesenchance:

#### Norm für Stahlfaser mitgestalten

Die BILSTEIN STEEL FIBER GmbH nimmt am Ringversuch des Deutschen Ausschusses für Stahlbeton e. V. (DAfStb) zur Erweiterung des Anwendungsbereiches von Stahlfaserbeton teil. Dieses recht sperrig klingende Gemeinschaftsprojekt ist tatsächlich von enormer praktischer Bedeutung – und eine Riesenchance für die gesamte BILSTEIN GROUP.

Denn dahinter steht nicht weniger, als die nächste Stahlfaserrichtlinie aktiv mitzugestalten, die ab 2026 die Anwendung von Stahlfasern in Deutschland regulieren wird. „Die Grenzen für mögliche Anwendungsfelder von Stahlfaser werden dabei wesentlich ausgeweitet. Es dürfen dann deutlich mehr Bauteile mit Stahlfaser gemacht werden als heute. Das erwei-

tert unsere Absatzmöglichkeiten“, weiß Jörg von Prondzinski. „Gleichzeitig wird die neue Richtlinie höhere Anforderungen an die Bauteile stellen. Hier kann unsere Stahlfaser im direkten Vergleich mit anderen ganz klar punkten – und das erhöht unsere Absatzchancen.“

### Erfolgreiche Vertriebsoffensive

Auch die Vertriebsoffensive trägt Früchte: Im Januar 2024 startete das STABILS-Team eine Kampagne, um weitere Anwendungsbereiche zu promoten. Mit Erfolg: Die Baufirma Friedrich Rempke aus Hagen hat mit STABILS erstmals massive Bodenplatten errichtet. Ein Fertigteilerhersteller wiederum will Treppenmodule seines Hausbausystems jetzt in Serie mit STABILS herstellen.

### Aktuelle Herausforderungen

„Zurzeit arbeiten wir an vertrieblichen Lösungskonzepten, um die Offenheit potenzieller Kunden gegenüber der neuen Stahlfaser noch weiter zu erhöhen. Denn die Baubranche ist bekanntermaßen konservativ eingestellt“, weiß Jörg von Prondzinski. „Und wir starten Vertriebsoffensiven für weitere Anwendungen.“ ■

## LASER HIGH SPEED BLANKING BILCUT®

Lasern statt Stanzen: Das von der BILSTEIN GROUP gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für Lasertechnik ILT und der Automatic-Systeme Dreher GmbH entwickelte Highspeed-Laserschneidverfahren BILCUT® hebt die Herstellung von Formplatinen für die Automobilindustrie auf ein ganz neues Level. Zum einen lassen sich darüber enorm hohe Geschwindigkeiten erreichen, zum anderen kann man so die Herstellung von Formplatinen sehr ressourcenschonend auslegen.

Ein erster Proof of Concept Mitte Dezember 2023 bestätigte die grundsätzliche Funktion des Prototyps. Gleichzeitig zeigte sich, wo noch Optimierungspotenziale lagen. Ein entsprechender Maßnahmenkatalog wird aktuell abgearbeitet. „Auf Basis dessen, was wir neu dazugelernt haben, können wir die Anlagentechnik weiter verbessern“, erklärt Jörg von Prondzinski, Leiter Application Development (AD) (Anwendungs-

entwicklung) BILSTEIN GROUP. „Die vielfältigen Anforderungen Schritt für Schritt abzuprüfen und zu erfüllen – da stecken jetzt viel Schweiß und Ingenieursarbeit drin.“ Den Prototyp so zu optimieren, dass möglichst bald eine Anlage für die Serienproduktion bei der BILSTEIN GROUP aufgebaut werden kann, daran wirken der Anlagenbauer, das Team der Anwendungsentwicklung und drei weitere Parteien mit. „Wir bekommen eine komplett neue Anlage, die auf dem Grundkonzept des Prototyps basiert, aber die komplette Optimierungsschleife durchlaufen, sprich alle Lektionen gelernt hat“, so Jörg von Prondzinski. Beim Anlagenbauer ist diese bereits bestellt.

Sobald die Optimierung der Anlagentechnik erfolgreich abgeschlossen ist, kann die BILSTEIN GROUP auch eine Markt-offensive starten und die Aufträge zum Produktionsstart 2026 einbuchen. ■



Die neue Bindelinie für kleine Ringabmessungen in Aktion: Dort erhält jeder Ring die Quenumreifung, die ihn zusammenhält.

## Investitionen Auf der Zielgeraden

Aufbau und Inbetriebnahme einer automatisierten Bindelinie schreiten bei HUGO VOGELSANG zügig voran. Die Kollegen vor Ort freuen sich auf einfachere und schnellere Arbeitsabläufe.



Nach über 40 Jahren im Dienst macht bei HUGO VOGELSANG die alte Bindeanlage für kleine Ringabmessungen einer modernen Neuinvestition Platz.

### Letzter Fertigungsschritt

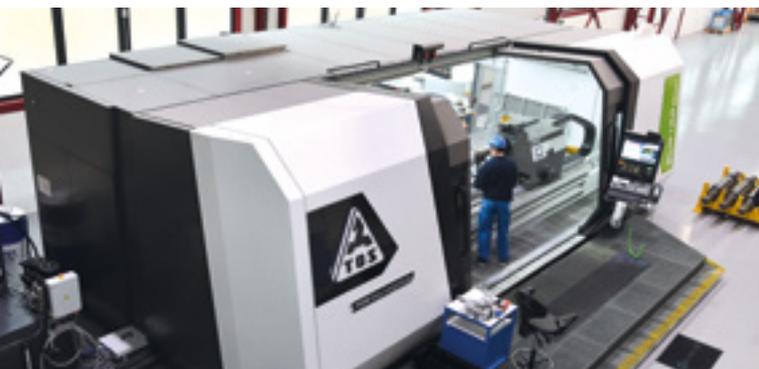
Die neue Bindelinie ist zusammen mit der Bindelinie für große Ringabmessungen das letzte Glied der Produktionskette von HUGO VOGELSANG. Dort erhält jeder Ring die Quenumreifung, die ihn zusammenhält. Außerdem wird das Coil auf der Anlage in VCI-Papier gewickelt, welches das Rosten verhindert, und gestapelt. Im Anschluss kann das Material dann für Kunden nach deren speziellen Wünschen verpackt, verwogen und für den Versand bereitgestellt werden.

### Schnelligkeit und Sicherheit

Während auf dem alten Querbindetisch einige Arbeitsabläufe manuell durchzuführen waren, erleichtert die neue Anlage das Handling enorm: Die Quenumreifung läuft jetzt vollautomatisch. „Das geht deutlich schneller“, freut sich Alexander Weichert, stellvertretender Produktionsleiter HUGO VOGELSANG. „So können wir pro Schicht drei bis viermal mehr Ringe verpacken als vorher.“ Auch in Sachen Arbeitssicherheit ist die Investition ein Gewinn, da weniger Handgriffe nötig sind. ■

# Glänzende Zeiten ...

... für die Behandlung der Walzen und Scherenmesser bei BILSTEIN CEE. In der renovierten Halle der Walzenschleiferei steht seit Anfang dieses Jahres alles an seinem Platz. Mit der Anlagenerneuerung und -modernisierung zogen auch neue Prozesse ein.



Das Herzstück der Walzenschleiferei: Auf der Multifunktions-Spitzen-schleifmaschine BUD 100 MULTI des tschechischen Herstellers TOS lassen sich sowohl Stütz- als auch Arbeitswalzen schleifen. Die CNC-gesteuerte Maschine ist in das ERP-System integriert, übernimmt alle Daten zu den Walzen aus einer zentralen Datenbank und übermittelt ihrerseits sämtliche Details zum Schleifprozess. Ein großer Pluspunkt für die Sicherheit und Sauberkeit: Bei Arbeitsvorgängen bleiben die Türen geschlossen.



Aus Alt mach Neu: „Upcycling“ – die Aufwertung altgedienter Dinge – funktioniert auch bei Maschinen. Diese Schleifanlage für Arbeitswalzen wurde modernisiert, erhielt eine neue Hydraulik und etwas Farbe und ist jetzt wieder top in Schuss.



Schon gereinigt, aber noch im alten Design: die Messerschleifmaschine

„Anfangs hat sich niemand vorstellen können, dass wir so eine Arbeitsumgebung tatsächlich realisieren können. Aber alle haben gemeinsam an der Lösung gearbeitet“, ist Peter Uhrík, CEO BILSTEIN CEE, stolz auf das Erreichte. „Jetzt wollen alle aktiv daran mitwirken, dieses Niveau zu halten.“

Mitte Januar dieses Jahres nahm BILSTEIN CEE die neue Walzenschleiferei offiziell in Betrieb. Die neue CNC-gesteuerte Multifunktions-Schleifmaschine BUD 100 MULTI des tschechischen Herstellers TOS und digitalisierte Prozessabläufe beeindrucken dabei ebenso wie der renovierte Hallenbereich: Spiegelnd weiße Böden, neue Fenster, Heizungsanlage, zwei Kräne, modernisierte Altanlagen und eine neue Ausstattung setzen Maßstäbe in Sachen Sicherheit, Qualität und Sauberkeit. „Das hier ist ein echtes Highlight in der gesamten Gruppe“, betonte Marc T. Oehler, CEO BILSTEIN GROUP, bei seinem Besuch am 19. März 2024.

## Digitalisierung der Prozesse

Mit dem Neuaufbau realisierte BILSTEIN CEE die digitale Anbindung der BUD 100 MULTI an das Enterprise Resource Planning (ERP) System. Die neue Multifunktions-Schleifmaschine zog so mit dem Standard für die Produktionsanlagen gleich und ist in das ERP-System integriert. Sämtliche Parameter der Walzenbehandlung, Maschineneinstellungen, Daten zum Schleifprozess – all das wird zentral erfasst. So gibt es z. B. eine Schnittstelle zur Buchhaltung, wo abgeschliffenes Material und damit Wertverluste in Echtzeit dokumentiert werden.

## Qualitätsgewinn

„Das war ein großer Schritt, der uns auch in puncto Qualität nach vorn bringt“, freut sich Peter Uhrík, CEO BILSTEIN CEE. „Die neue Maschine eröffnet uns andere Möglichkeiten zur Gestaltung der Materialoberflächen. Das ist wirklich toll. Denn die Oberflächenbeschaffenheit der Walzen wirkt sich direkt auf unser Kaltband aus. Jetzt können wir einfach alles schleifen, was wir brauchen. Das freut insbesondere unsere Werkstofftechnologie.“



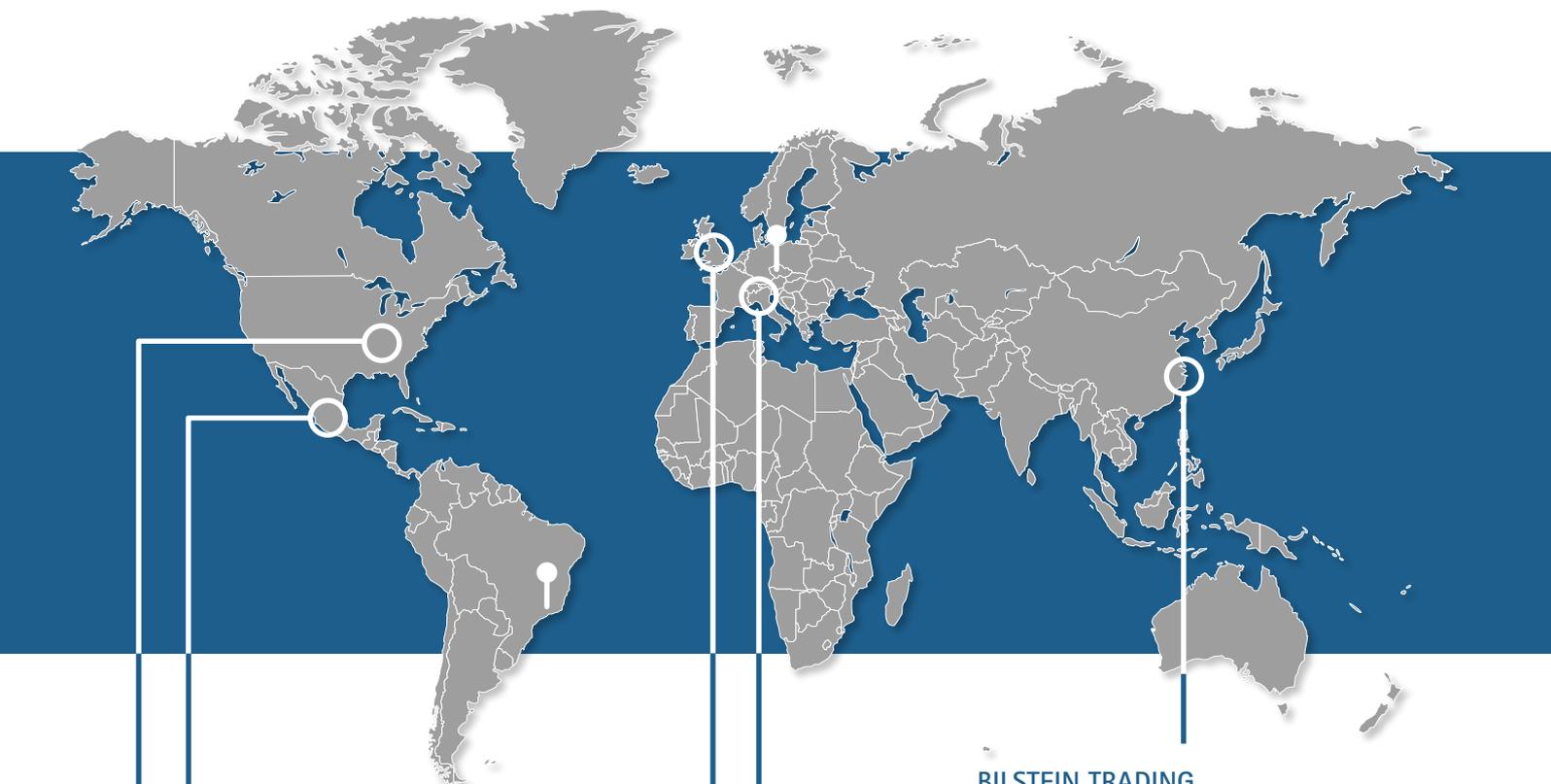
Am 19. März 2024 besuchten die deutschen Geschäftsführer Marc T. Oehler, Michael Ullrich, Bernd Grumme mit Peter Uhrík das Team der neuen Walzenschleiferei.



Neue Abstellgerüste und weiteres Equipment sorgen für mehr Sicherheit.

# Ein Blick auf die Länder

Wie geht es den Unternehmen der BILSTEIN GROUP rund um den Globus – und was passiert gerade an den Standorten?



### BILSTEIN MEXICO

Am 19. Februar 2024 wurde die Gesellschaft BILSTEIN SPECIALTY STEEL MEXICO. S. de R.L. de C.V. (kurz: BILSTEIN MEXICO) mit Sitz im German Centre Mexico City offiziell gegründet. Das war der Startpunkt, um die nächsten Schritte einzuleiten. Nun erwarten wir die Importlizenz, um Produkte aus der BILSTEIN GROUP, gerade auch von BILSTEIN COLD ROLLED STEEL, einfacher nach Mexiko liefern zu können.

### BILSTEIN COLD ROLLED STEEL

In den USA läuft die Wirtschaft zurzeit wesentlich besser als in Europa – das spiegelt sich auch in der Marktentwicklung von BILSTEIN COLD ROLLED STEEL deutlich wider. Die Mengenentwicklung ist sehr positiv, BILSTEIN COLD ROLLED STEEL wächst, im Sommer startete mit leichter Verzögerung die Inbetriebnahme des neuen hochmodernen Packenwicklers zur oszillierenden Aufwicklung der Bänder. Kurz: Es läuft!

### BILSTEIN TRADING (SHANGHAI)

Auch der chinesische Markt steht derzeit vor enormen Herausforderungen, die wirtschaftliche Entwicklung ist eher schleppend. Vor diesem Hintergrund überprüfen wir derzeit unsere Aufstellung in China.

### INAC

Die Krise auf dem europäischen Stahlmarkt bestimmt auch das Marktumfeld für die INAC, die sich in diesen herausfordernden Zeiten wacker schlägt. Freie Anlagenkapazitäten werden auf zweierlei Weise genutzt: zum einen für Modernisierungsmaßnahmen, zum anderen als Chance, in Segmente hineinzugehen, die aufgrund der dahinterliegenden geringeren Mengen bisher nicht im Fokus standen. Die BILSTEIN GROUP hat ihren Anteil an der INAC im Juli 2024 von 30 auf 49 Prozent ausgebaut.

### SHEARLINE STEEL STRIP

Ebenso wie die INAC beweist SHEARLINE STEEL STRIP zurzeit erfolgreich, dass in einem herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld das Kleinstmengengeschäft – gepaart mit einer sehr hohen zeitlichen Flexibilität – Lücken schließt und damit auch in schwierigen Zeiten trägt.





© Dirk Schmidt

Die Menschen hinter der BILSTEIN GROUP

# The Voice of Country Music

Frank Renfordt, Leiter Warmbandeinkauf BILSTEIN GROUP, hat seine Leidenschaft für Countrymusik entdeckt und vor Kurzem eine neue EP veröffentlicht. Im Cumberland River Project lebt der Hobbymusiker seine kreative Seite aus.

Seine Diskografie umfasst mittlerweile zwei Alben, eine EP und diverse Singles: Das Debüt „The Cumberland River Project“ erschien 2020. Zwei Jahre später legte er mit „A Smell of Gravy“ einen weiteren Long Player (LP) nach, der beim Deutschen Rock & Pop Preis direkt den Titel als bestes Countryalbum „abräumte“. Im März 2024 erschien die EP „Vain Regrets“. Auf diesem Album singt der passionierte Songwriter auch erstmals alle Songs selbst.

Auf den anderen Alben arbeitete er mit Künstlern und Sängern zusammen, die den von ihm geschriebenen Liedern ihre Stimmen liehen. So wurde das Debütalbum in Nashville produziert und auch vor Ort von Musikern eingesungen. Bei Album Nummer 2 war Frank Renfordt bei zwei Songs bereits selbst als Sänger dabei, spielte Gitarre und Bass ein. Befreundete und beauftragte Musiker übernehmen bis heute Instrumente wie Keyboard und Drums, der deutsche Musiker und Musikproduzent Eroc mit dem Mastering den letzten Schritt der Postproduktion.

## Der Weg zur Countrymusik: Von Bowling Green nach Nashville

Bereits seit seiner Kindheit ist Frank Renfordt Hobbymusiker, lernte Gitarre spielen und wurde mit 17 Jahren Bassist bei der Deutschrock-Band RING, die – mit Unterbrechungen – bis heute existiert und immer noch vereinzelt auftritt.

Der Weg zur Countrymusik führte Frank Renfordt von Hagen über Bowling Green nach Nashville. „Unser Werk in Bowling Green liegt eine (Auto-)Stunde von Nashville entfernt“, so Frank Renfordt. „Während der Aufbauphase war ich zwischen 2012 und 2017 einige Male beruflich vor Ort und half dabei, eine Lieferantenbasis in den USA zu etablieren. Private Reisen folgten.“ Etwa im gleichen Zeitraum lief mit der US-amerikanischen Serie „Nashville“ ein Quotenhit im Fernsehen, der die Countryszene in den Fokus nahm. Frank Renfordt und seine Frau schauten begeistert alle Staffeln – und der Songwriter war von der Musik richtig „angefixt“.

„Ich war einfach schon immer Fan der Musikstile Americana und Country. Was ich daran so mag, ist, dass diese Musik sehr organisch ist. Der Einsatz von Computern spielt keine große Rolle. Es kommt auf Instrumente und Sänger an“, erklärt der Kopf hinter dem Cumberland River Project. „Auch die Texte spielen eine große Rolle, diese Kombination spricht mich an.“

## The Cumberland River Project

„Das Wichtigste für mich ist das kreative Element“, so Frank Renfordt. „Texte und Lieder zu schreiben, macht mir mehr Spaß als das Musikmachen an sich.“ Für Frank Renfordt ist dieses kreative Ventil der perfekte Ausgleich zum Job. Als er 2016 mit einem seiner Lieder am Lyric-Wettbewerb des American Songwriter Magazines teilnahm und direkt den zweiten Platz gewann, war das eine Initialzündung.

Zum Debütalbum „The Cumberland River Project“ kam es, als der Songwriter seine Lieder in einem Tonstudio in Nashville als Demos produzieren ließ, um sie Publishern anzubieten. „In Nashville ist eine riesige Musikindustrie ansässig. Zum einen gibt es Hunderte guter Musiker, die für kleines Geld Songs einspielen, zum anderen Publisher, die geschriebene Songs an Countrygrößen vermitteln“, erklärt Frank Renfordt. „Allerdings ist dieser Markt heiß umkämpft.“ Als die Demos fertig produziert waren, veröffentlichte Frank Renfordt sie unter dem Titel „The Cumberland River Project“ auf bekannten Streamingportalen. Den Namen wählte er, weil sich der Cumberland River seinen Weg durch Kentucky und Tennessee bahnt – genau durch die Region, in der die Countrymusik ihren Ursprung hat. „Streamingdienste wie Spotify, aber auch YouTube und TikTok machen es heutzutage leicht, eigene Songs zu veröffentlichen“, so Frank Renfordt. „Ohne das Promotion-Budget eines großen Labels ist es zwar schwer, hohe Streamingzahlen zu erzielen, aber das ist auch nicht mein primäres Ziel.“ Nichtsdestotrotz liefen seine Songs u. a. im NDR, MDR und werden auf Online-Countrysendern gespielt.

## Ein Projekt für die Zukunft

Mittlerweile werden die Songs im eigenen kleinen Tonstudio produziert. Das Hobby ist in Teilen auch ein Familienprojekt, denn zwei seiner vier Kinder unterstützen Frank Renfordt tatkräftig: Sohn Dennis ist bei einigen Songs als Gitarrist am Start, Tochter Megan hat für „Brighter Days“ – ein sehr persönliches Lied, mit dem er viel verbindet – das Video für YouTube gedreht. „Alle helfen, wo sie können“, so Frank Renfordt. Seit ein paar Jahren nimmt der Songwriter auch Gesangsunterricht, denn er schmiedet schon Pläne für den Ruhestand: „Aktuell habe ich einen anspruchsvollen Job und kann nur im Urlaub oder an Wochenenden an der Musik arbeiten“, so Frank Renfordt. „Aber ich kann mir vorstellen, dass ich irgendwann meine Musik mit meiner Gitarre auch live vortrage.“ ■

## FACHKRÄFTENACHWUCHS

# JUNGE MENSCHEN FÜR UNS GEWINNEN



Kaufmännische und gewerbliche Auszubildende der BILSTEIN GROUP begleiteten die viertägigen Tec Days in der Nahmerhalle (v. l.): Muhammed Et und Endrit Hoxha (beide angehende Industriekaufleute) sowie Maurice Castel-Branco und Sebastian Naron (beide angehende Verfahrenstechnologen) betreuten die Schüler vor Ort.

### Tec Days

Im Lennetal sind viele Industrieunternehmen ansässig – und sie stehen alle vor der gleichen Herausforderung: junge Menschen für sich zu begeistern und so den Fachkräftenachwuchs sicherzustellen. Anstelle eintägiger „Schnupperpraktika“, die für jedes Unternehmen sehr aufwendig zu organisieren sind, schließen sich Industriebetriebe zusammen, um die Berufsorientierung für die 8. Klassen gemeinsam durchzuführen. Diese „Tec Days“ werden über die Südwestfälische Industrie- und Handelskammer zu Hagen (SIHK) organisiert. Ziel ist es, jungen Menschen technische Berufe näherzubringen.

Die BILSTEIN GROUP war auch in diesem Jahr wieder bei zwei „Tec Days“ in der Region dabei. Vom 19. bis 22. Februar 2024 betreuten Auszubildende unter dem Motto „Du bist wohl falsch gewickelt!“ die zweite Aufgabenstation in der Nahmerhalle bei C. D. Wälzholz. An dieser Station versuchten sich Schüler daran, Coils zu wickeln und eine Holzpalette für den Transport zu bauen. Pro Durchlauf waren acht Schüler für 75 Minuten damit beschäftigt – und die Station war an allen vier Tagen komplett „ausgebucht“. Auch beim eintägigen „Tec Day“ am 23. April 2024 in der SIHK war die BILSTEIN GROUP vertreten. ■



### Herzlichen Glückwunsch!

Die beiden Verfahrenstechnologen Tolga Dilbirli und Labinot Gashi schlossen im Januar 2024 ihre Ausbildungen erfolgreich ab – und erzielten beide im praktischen Teil der Prüfung die Note „sehr gut“.

Seit 1. Februar 2024 zählen die jungen Fachkräfte zum festen Mitarbeiterstamm: Tolga Dilbirli verstärkt in einem der BILSTEIN-Werke das Team an der Glühe, Labinot Gashi erhielt ebenfalls einen unbefristeten Vertrag und stellt sich im Prüfraum bei HUGO VOGELSANG neuen Herausforderungen. ■



Die beiden Verfahrenstechnologen freuten sich am 16. Februar 2024 über die offiziellen Glückwünsche zur bestandenen Prüfung – und einen Kindleinleaser als Anerkennung für ihre Leistungen (v. l.): Adriana Krasevec (Ausbildungsleitung BILSTEIN GROUP), Tolga Dilbirli, Labinot Gashi, Torsten Gödde (Ausbildungsleitung gewerblich BILSTEIN GROUP) und Marc T. Oehler (CEO BILSTEIN GROUP).

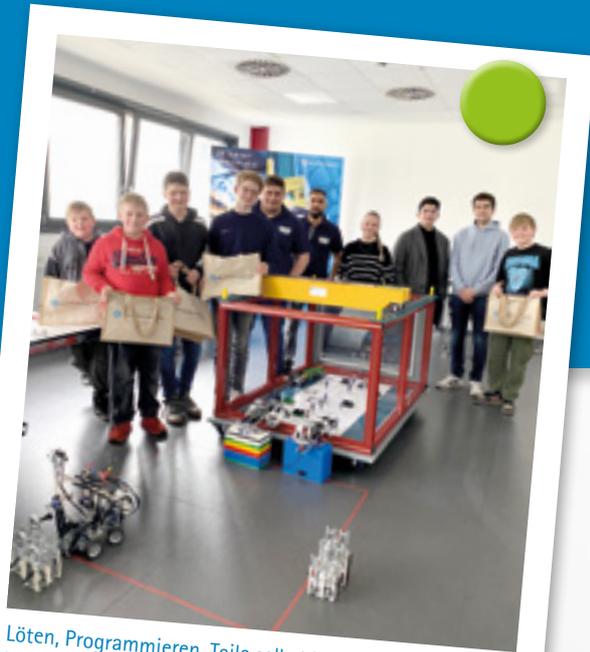
## Premiere: Holidays @ BILSTEIN GROUP

Bei einem zweitägigen Kurs während der diesjährigen Osterferien konnten zwölf- bis vierzehnjährige Schüler spielerisch verschiedene technische Berufe sowie die Grundlagen des Programmierens bei der BILSTEIN GROUP kennenlernen. Es galt, mittels des Robotiksets „Mindstorms“ von Lego® den Weg eines Coils zu simulieren und dabei unter anderem über selbst programmierte Befehle einen Minikran zu bedienen.

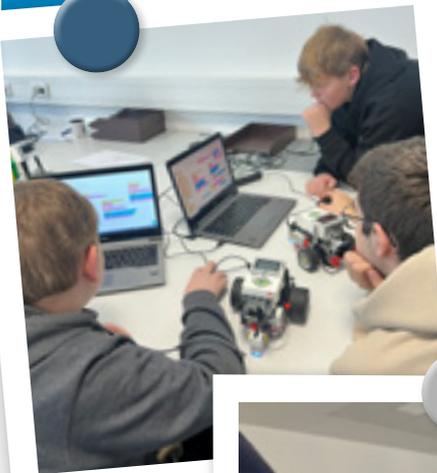
Der Ferienkurs „Holidays @ BILSTEIN GROUP“ entstand in Zusammenarbeit mit dem Technikzentrum Hagen, zu deren Mitgliedern auch die BILSTEIN GROUP zählt. „Unser Ziel war es, technisch interessierte Jugendliche für das Camp und unser Unternehmen zu begeistern“, erklärt Adriana Krasevec, Personalreferentin und Ausbildungsleiterin BILSTEIN GROUP, die gemeinsam mit den BILSTEIN GROUP-Ausbildern Torsten Gödde, Sascha Brock und vier Auszubildenden das Programm konzipierte und begleitete. Miriam Bläsing, Industriekauffrau in spe, kümmerte sich um die organisatorischen Aufgaben. Der

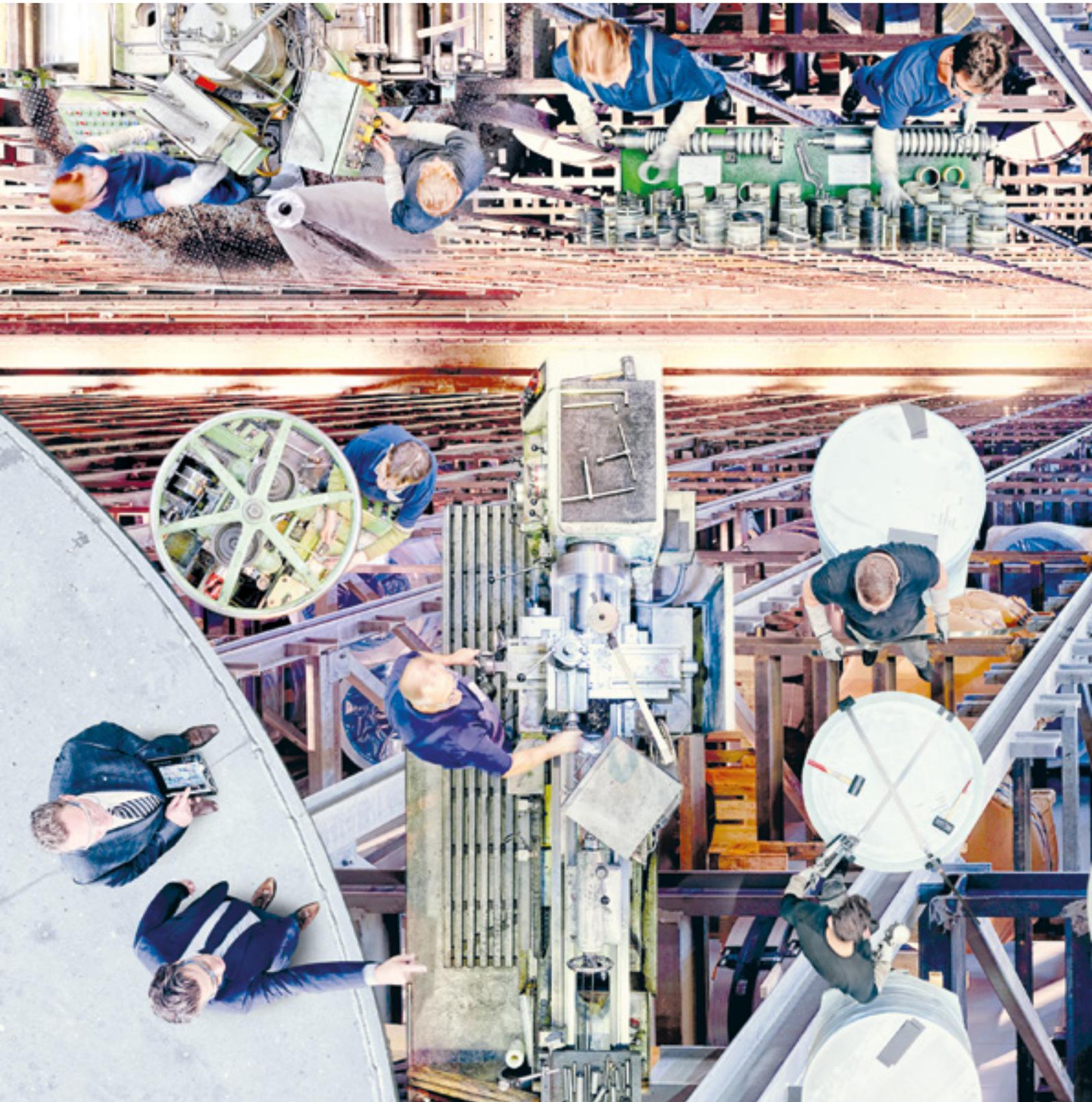
angehende Elektriker Justin Stolle erklärte den Schülern, wie man an Platinen arbeitet. IT-Azubi Viktor Voth vermittelte Grundlagen des Programmierens, und mit Hasan Belek zeigte ein zukünftiger Verfahrenstechniker, wie einzelne Teile hergestellt werden. Die Schüler waren so begeistert, dass sie gar nicht mehr aufhören wollten – und sie brachten tolle Ergebnisse zustande.

Aufgrund des großen Erfolgs dieser Premiere wird es im nächsten Jahr auf alle Fälle eine Wiederholung geben. ■



Löten, Programmieren, Teile selbst herstellen – der Ferienkurs „Holidays @ BILSTEIN GROUP“ bot ein spannendes Programm. Am Ende erhielten alle Teilnehmer eine Tragetasche mit Stiften.





## IMPRESSUM

**Herausgeber:**  
 BILSTEIN SERVICE GmbH  
 Im Weinhof 36  
 58119 Hagen  
[www.bilstein-gruppe.de](http://www.bilstein-gruppe.de)

**Redaktion:**  
 Markus Eilert, Thomas Ettl, Birger Hollatz,  
 Adriana Krasevec, Michael Lange, Marc T.  
 Oehler (verantw.), Tina Prinz, Frank Renfordt,  
 Miriam Rensinghoff, Peter Uhrig

**Realisation und Gestaltung:**  
 public vision MEDIEN,  
 Düsseldorf  
 Aimée Bastian, Claudia Haese,  
 Kristina Stolz

**Fotos extern:**  
 Markus Steur, privat; S. 3: © Robert Kneschke –  
 shutterstock.com; S. 4-5: © Zentangle – shutterstock.com;  
 S. 6: © Summit Art Creations – shutterstock.com; S. 7-9:  
 © DAndrei Minsk – shutterstock.com, © Ilyafs –  
 shutterstock.com; S. 10: © Andrey\_Kuzmin –  
 shutterstock.com; S. 14: © DAndrei Minsk – shutterstock.com,  
 © Antikwar – shutterstock.com; S. 15: © Paper Wings –  
 shutterstock.com; S. 16/17: © klyaksun – shutterstock.com