

NEWSLETTER

Eine Information für Partner und Kunden

Ausgabe 1-2023

STABILS

PERFORMANCE FOR CONCRETE

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

bilstein-gruppe.de

Das Kaltband.

INHALT

- Vision Et Strategie:
Das Kaltband
Seite 3
- Unsere Strategie – ein großes Ganzes:
Das ist das Haus der BILSTEIN GROUP
Seite 4
- Auf dem Weg zu „grünem“ Stahl:
Welche Rolle spielen unsere Lieferanten?
Seite 6
- Nachhaltigkeit: Wie viel CO₂ erzeugt das
Kaltband der BILSTEIN GROUP?
Seite 7
- Markteintritt eines hochinnovativen
Produkts: STABILS – die Stahlfaser der
nächsten Generation
Seite 8
- Premiere auf der Messe BAU:
Kickstart für neue Stahlfaser STABILS
Seite 10



Markteintritt eines hochinnovativen Produkts: STABILS – die Stahlfaser der nächsten Generation

Die neue Stahlfaser STABILS erfüllt alle Voraussetzungen, um die Herstellung von Betonfertigteilen zu revolutionieren. Mit der neu gegründeten BILSTEIN STEEL FIBER GmbH stieg die BILSTEIN GROUP in diesem Jahr in Produktion und Vermarktung ein.
Seite 8



Auf dem Weg zu „grünem“ Stahl: Welche Rolle spielen unsere Lieferanten?

Im Einkauf von CO₂-reduziertem Warmband liegt für die BILSTEIN GROUP der größte Hebel, um den CO₂-Fußabdruck der eigenen Produkte nachhaltig zu verringern. Lieferanten bieten hier Lösungen.
Seite 6



Terminierungsphilosophie der BILSTEIN GROUP: 100 Prozent Kundenorientierung

Die richtigen Entscheidungshilfen: Die BILSTEIN GROUP stellt sich in digitalen Services breiter auf und setzt auf automatisierte Standards, um sowohl intern als auch extern Mehrwerte zu generieren.
Seite 12

- Terminierungsphilosophie der BILSTEIN GROUP: 100 Prozent Kundenorientierung
Seite 12
- Neue Abteilung Walztechnologie: Anlagentechnik intern weiterentwickeln
Seite 14
- Georgio Alexopoulos im Interview: Weichen für die Zukunft stellen
Seite 15
- Internationale Zusammenarbeit: Mit- und voneinander lernen
Seite 17
- BILSTEIN CEE: Aufbau Walzenschleiferei im Endspurt
Seite 18
- BILSTEIN COLD ROLLED STEEL: Offizielle Einweihung
Seite 19
- Sicherheits- und Gesundheitstage: Zwei Tage voller Impulse
Seite 20
- Familienfest 2023: Das haben wir uns verdient!
Seite 22
- Zeugnisübergabe: Herzlichen Glückwunsch!
Seite 24
- Azubi-Weihnachtsfeier: Schön war's!
Seite 24
- Imagekampagne zur Stärkung der Arbeitgebermarke: BILSTEIN GROUP? Klar kenn ich die!
Seite 25



Marc T. Oehler
Geschäftsführer
BILSTEIN GROUP

Liebe Leserinnen und Leser,

das wirtschaftliche Umfeld gerade in den für uns wichtigen Wirtschaftsregionen ist aktuell alles andere als positiv. Speziell in Europa mit Deutschland als wichtigster Volkswirtschaft sind die Aussichten für die kommenden Monate eher düster, gleichwohl tut sich in der BILSTEIN GROUP sehr viel. Schon immer haben wir unseren Blick nach vorne gerichtet und unsere Strategie nicht an kurzfristigen Entwicklungen ausgerichtet. Und das bleibt auch weiterhin so.

Vom Vorantreiben der innovativen Stahlfaser für die Bauindustrie (STABILS) über die Forcierung des Einkaufs von „grünem“ Warmband und des Vertriebs von „grünem“, in der BILSTEIN GROUP hergestelltem, Kaltband bis hin zu Anlageninvestitionen und Prozess-, IT- sowie Organisationsanpassungen bzw. -verbesserungen – uns allen wird nicht langweilig.

Wir hoffen, Ihnen mit diesem Newsletter einen interessanten Einblick in das Aufgabenspektrum der BILSTEIN GROUP geben zu können.

Viel Spaß beim Lesen und eine schöne Urlaubs- bzw. Sommerzeit.

Ihr Marc T. Oehler

LESEN
SIE MEHR ...

... zu BILCO, dem „grünen“ Zukunftprodukt der BILSTEIN GROUP, im nächsten Kunden-Newsletter!

Oder wenden Sie sich bei Fragen direkt an Ihren Vertriebsmitarbeiter.

Vision & Strategie

Das Kaltband.

Auch komplexe Strategien lassen sich meist gut auf den Punkt bringen. Für die BILSTEIN GROUP sind es letztendlich zwei Worte, die zählen: Das Kaltband. Über einprägsame Claims und Namen wie diese macht das Unternehmen seine Visionen und Ziele nun für alle greifbarer.

Bei der Arbeit an Strategie, Vision und Werten geht es selten um eine Neuerung der Zielrichtung, sondern oftmals um ein passgenaues Herunterbrechen auf konkrete Teilziele und eine klare Kommunikation. Natürlich gilt es auch, die Strategie sowie deren Umsetzung regelmäßig an die aktuellen Marktentwicklungen anzupassen. Beispielsweise „schwächelt“ die Automobilindustrie in Europa aktuell stärker als angenommen, auch die Elektromobilität ist abhängiger von Förderungen als gedacht und kommt im Ganzen langsamer voran als erwartet.

„Gerade vor dem Hintergrund der sehr unbeständigen Marktentwicklung und der Herausforderungen der letzten Jahre, stehen wir aktuell vor der Aufgabe, die existierende Ausrichtung für die ganze Mannschaft fassbarer machen“, erklärt Marc T. Oehler, Group Chief Executive Officer (CEO/CFO) BILSTEIN GROUP. „Die Herausforderung ist, dass wir unsere Werte zukunftsgerichtet schärfen und die Kommunikation intensivieren. Denn nur, wenn wir unsere Stärken erhalten, können wir uns mit den Herausforderungen der Zukunft erfolgreich auseinandersetzen.“

Klare Botschaft: *Das Kaltband*

Die BILSTEIN GROUP verfolgt seit Jahren eine klare strategische Linie, und die heißt: kaltbandnah wachsen und mit innovativen Projekten wie BILCUT und STABILS den Fokus auf Wertschöp-

fung legen. Das bringt jetzt auch der neue Claim auf den Punkt: Das Kaltband. Dahinter steht die Vision, durch individuelle Kaltbandlösungen, Service und Nachhaltigkeit weltweit der präferierte Partner der Kunden zu sein. Soziale, ethische und ökologische Werte bilden dabei den Kompass.

Wichtige Weichenstellungen dieser Ausrichtung waren der Aufbau des Werks in den USA und des Breitbandwalzgerüsts in Deutschland, außerdem die kontinuierlichen Investitionen in hochmoderne Anlagen und in das ebenfalls auf die Zukunft ausgerichtete Werk in Tschechien.

Das Produkt der Zukunft: BILCO₂

Auch für das Produkt der Zukunft – Stahl mit reduziertem CO₂-Fußabdruck bzw. „grüner“ Stahl – gibt es jetzt einen einprägsamen Markennamen: BILCO₂. „Das klingt zum einen gut, und zum anderen ist BILCO₂ seit Jahrzehnten ein internes Synonym aus unseren Anfängen als BILSTEIN & Co.“, erklärt Marc T. Oehler. Ein Ausrollen dieser Marke erfolgt in den kommenden Monaten sukzessive.

Einprägsame Namen und Claims wie diese sind der Auftakt, die Strategie der BILSTEIN GROUP auch nach außen für alle transparenter und präsenter zu machen. ■

Unsere Strategie – ein großes Ganzes

Das ist das Haus der BILSTEIN GROUP

Fundament, tragende Säulen und ein Dach, das alles überspannt:
Die Strategie eines Unternehmens lässt sich gut als Gebäude visualisieren. Was macht das Strategiehaus der BILSTEIN GROUP aus?



Der Kompass

Soziale, ethische und ökologische Werte bestimmen die Richtung allen Handelns im Haus der BILSTEIN GROUP.

DIE TRAGENDEN SÄULEN

Marktpräsenz

Die BILSTEIN GROUP setzt auf hohes Mengenvolumen und starke Marktpräsenz, dies sind die Stützpfiler des Erfolgs. Über die Forcierung von Marktinitiativen wie z. B. E-Mobility und Non-Automotive will die BILSTEIN GROUP eine breite Marktabdeckung und hohe Kundendurchdringung sicherstellen.

Service

Auch der Servicegedanke geht mit der Zeit: Den Kunden einen traditionell exzellenten Service zu bieten und diesen auf digitale Dienstleistungen zu übertragen, ist Ausdruck einer hohen Serviceorientierung in sich wandelnden Zeiten. Prozesse zu digitalisieren und zu standardisieren, ist Voraussetzung, um auch im dynamischen Umfeld eine gleichbleibend hohe Servicequalität zu gewährleisten.

Innovation

Mit innovativen Projekten wie BILCUT und STABILS realisiert die BILSTEIN GROUP eine Ausweitung des Geschäftsmodells. Ziel ist eine stärkere (zusätzliche) Fokussierung auf Non-Automotive-Bereiche bzw. auf neue Wachstumssegmente/-regionen. Über Innovationen erreicht die BILSTEIN GROUP ...

Wertschöpfung

... eine kaltbandnahe Wertschöpfungserhöhung. Das dient der Stabilisierung des grundlegenden Geschäftsmodells und dem Ausgleich der durch den Strukturwandel in der Automobilindustrie wegbrechenden Mengen (insbesondere Antriebsstrang).

MARKTPRÄSENZ

SERVICE

INNOVATION

WERTSCHÖPFUNG

Der Mensch

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen im Zentrum: Erst die Menschen füllen die BILSTEIN GROUP mit Leben aus, indem sie sich Tag für Tag für die Unternehmen engagieren.



Das Dach

Zwei sich ergänzende Elemente überspannen und bestimmen alle Aktivitäten der BILSTEIN GROUP:

Die **internationale Aufstellung** prägt das gesamte Unternehmen. Die Möglichkeiten unter diesem gemeinsamen Dach machen die BILSTEIN GROUP zu einem der stärksten internationalen Partner für Kaltbandanwendungen.

Die BILSTEIN GROUP ist ein **Komplettanbieter** mit einem weiten Güten- und Abmessungsportfolio. Unter diesem Dach ruht das ganze Gebäude.

Die Vision

Durch individuelle Kaltbandlösungen, Service und Nachhaltigkeit Kunden weltweit von sich als innovativen Partner überzeugen.

Ausrichtung auf den Markt

Grundlegend für eine Unternehmensstrategie ist die Ausrichtung auf den Markt. Ein richtungsweisender strategischer Ansatz der BILSTEIN GROUP ist die regionale Aufstellung. Um eine stärkere Unabhängigkeit vom europäischen Markt zu erlangen, spielt zudem BILSTEIN COLD ROLLED STEEL in den USA eine wichtige Rolle. Auch die anlaufende Kooperation in China mit einem lokalen Kaltwalzer ist perspektivisch von Bedeutung. Schließlich verfügt China aktuell über den größten Automobilmarkt und bietet als zukünftig größte Volkswirtschaft trotz aller Spannungen Potenziale.

INTERNATIONALE
AUFSTELLUNG

KOMPLETTANBIETER

HOCHMODERNE ANLAGENTECHNIK

NACHHALTIGKEIT

DIGITALISIERUNG

Digitalisierung

Wichtige Digitalisierungsprojekte wie MES, SAP S/4HANA und die Einführung der Serviceplattform UDINA für Kunden sorgen für hohe Standards und schaffen intern wie extern eine höhere Effizienz und Flexibilität in den Prozessen.

Nachhaltigkeit

Die Forcierung der Themen „Wasserstoff statt Erdgas“ und „grüner“ Stahl, die Beteiligung an dem innovativen schwedischen Stahlwerk H2 Green Steel und die Etablierung des Bilanzmodells, um CO₂-Einsparungen in der Wertschöpfungskette eines Kaltband-Coils an Kunden weitergeben zu können – für die BILSTEIN GROUP sind Investitionen in nachhaltige Projekte Investitionen in die Zukunftsfähigkeit der Unternehmensgruppe.

Hochmoderne Anlagentechnik

Für die Aufrechterhaltung des technischen Vorsprungs und für die Fokussierung auf moderne Anlagentechnik investiert die BILSTEIN GROUP an allen Standorten gleichermaßen, sowohl in den deutschen Werken als auch über die Landesgrenzen hinaus. Gute Beispiele hierfür sind neben der modernsten Walztechnologie in Deutschland das hochmoderne Werk in den USA und der Aufbau der neuen Walzenschleiferei von BILSTEIN CEE. Zu diesem wichtigen Stützpfiler zählt auch, die bisherige (klassische) Struktur bei Bedarf punktuell zu ergänzen, z. B. durch Ersatz- und Ergänzungsinvestitionen auf aktuellem technischen Stand, um Prozesssicherheit und Produktivität zu erhöhen.

Das Fundament

Individuelle Kaltbandlösungen und ein guter Service rund um dieses Produkt – das ist es, was das Fundament der BILSTEIN GROUP ausmacht. Der neue Claim bringt genau das auf den Punkt: Das Kaltband.

Das Kaltband.

LESEN
SIE MEHR ...

... über den Corporate Carbon
Footprint und das Bilanzmodell im
Nachhaltigkeitsbericht 2022



Auf dem Weg zu „grünem“ Stahl Welche Rolle spielen unsere Lieferanten?

Im Einkauf von CO₂-reduziertem Warmband liegt für die BILSTEIN GROUP der größte Hebel, um den CO₂-Fußabdruck der eigenen Produkte nachhaltig zu verringern. Lieferanten bieten hier Lösungen und entsprechende Produkte.

„Wir wollen die Erwartungen von Kunden und anderen Stakeholdern branchenführend vorwegnehmen“, so Marc T. Oehler, Group Chief Executive Officer (CEO/CFO) BILSTEIN GROUP, zu den ambitionierten CO₂-Reduktionszielen der BILSTEIN GROUP. „Dafür werden wir unsere kurz-, mittel- und langfristigen Klimaschutzmaßnahmen genauso entschlossen wie bisher vorantreiben und sogar noch deutlich forcieren.“ Dabei hat die BILSTEIN GROUP die gesamte Wertschöpfungskette im Blick, also auch die vorgelagerten Prozesse.

Ein wichtiger Bestandteil dieser strategischen Ausrichtung sind Verhandlungen mit allen wesentlichen Stahlherstellern zum zeitnahen wie langfristigen Bezug von signifikanten Mengen CO₂-reduzierter Stahlgüten.

Feste Mengen sichern – bei traditionellen Lieferanten ...

Schon im Herbst 2022 wurden entsprechende Abschlusserklärungen mit thyssenkrupp Steel Europe und thyssenkrupp Hohenlimburg zum Bezug von Stahlprodukten mit reduzierter CO₂-Intensität (bluemint®) unterzeichnet. Im Dezember 2022 folgte eine Vereinbarung mit ArcelorMittal zur Versorgung mit bilanziell CO₂-reduziertem Warmband (XCarb®). Eine Abschlussvereinbarung zum festen Bezug CO₂-reduzierter Mengen im Rahmen des Projekts „SALCOS“ mit Salzgitter komplettierte am 10. Januar 2023 vorläufig die Mengensicherung an „grünem“ Warmband für dieses Jahr. Gespräche zu ähnlichen Vereinbarungen mit TATA und voestalpine laufen.

... und innovativen Start-ups

Als früher Investor in H2 Green Steel war die BILSTEIN GROUP einer der ersten Kunden, der einen Abnahmevertrag für „grünen“ Stahl unterzeichnete. Dieser wurde am 17. April 2023 in einen verbindlichen Sieben-Jahres-Liefervertrag im Wert von über 250 Mio. Euro überführt. Geplanter Lieferbeginn ist im Jahr 2026.

Über 30 000 t für 2023 – das ist erst der Anfang

Der BILSTEIN GROUP ist es gelungen, sich bereits für dieses Jahr über 30 000 t CO₂-reduzierten Stahl zu sichern. „Unser Ziel ist es, bis 2028/29 mehr als 50 Prozent unseres Vormaterialbedarfs CO₂-neutral oder -reduziert einzukaufen“, erklärt Marc T. Oehler, „und so unsere Position als innovativer und nachhaltiger Partner der Industrie zu sichern.“ ■

Die „grünen“ Marken des Stahls

Das sind die Namen, unter denen verschiedene Stahlproduzenten ihre „grünen“ Produkte auf den Markt bringen.



Wie viel CO₂ erzeugt das Kaltband der BILSTEIN GROUP?

„Diese Frage stellen immer mehr Kunden – und wir wollen sie so transparent wie möglich beantworten“, erklärt Christian Hagenkord, Leiter Nachhaltigkeitsprojekte und Energieversorgung BILSTEIN GROUP. Darum hat die BILSTEIN GROUP den sogenannten Corporate Carbon Footprint (CCF) – also alle relevanten Treibhausgasemissionen, die entlang der Wertschöpfungskette sowie innerhalb des Unternehmens entstehen – nach dem Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard sowie nach ISO 14064 berechnet.

In Summe sind das durchschnittlich 2 626,5 kg CO₂-Äquivalent pro Tonne produzierten Materials. Der größte Teil davon ergibt sich bereits während der Stahlerzeugung bei den Vormaterialielieferanten (siehe Infokasten). „Zukünftig werden wir den CCF regelmäßig aktualisieren“, so Christian Hagenkord. Die Bewertung dieses Indikators im Zeitverlauf ermöglicht es, verschiedene Jahre, Trends und die Leistung im Hinblick auf die gesetzten CO₂-Reduktionsziele aufzuzeigen. ■

So setzt sich der Corporate Carbon Footprint der BILSTEIN GROUP zusammen:

- 64,9 kg* Treibhausgas(THG)-Emissionen (Emissionen aus Quellen, die in Besitz oder unter Kontrolle der BILSTEIN GROUP sind):
- 50,0 kg* Indirekte THG-Emissionen durch bezogene Energie
- 2 511,6 kg* Indirekte THG-Emissionen von Warmbandstahl und Vorketten zur Energiebereitstellung

2 626,5 kg* CCF der BILSTEIN GROUP

* CO₂-Äquivalent/t produzierter Menge

LESEN
SIE MEHR ...
... über den Corporate Carbon Footprint und das Bilanzmodell im Nachhaltigkeitsbericht 2022



Das Bilanzmodell: CO₂-Anteil nach Wunsch reduzieren

Ein Ansatz zur Bestimmung des CO₂-Fußabdrucks von Stahlprodukten, der sich zunehmend in der gesamten Wertschöpfungskette durchsetzt, ist das Bilanzmodell. Auch die BILSTEIN GROUP hat dieses Modell implementiert und kann so Kunden Kaltband mit reduzierten CO₂-Werten liefern.

Das Grundprinzip hinter dem Bilanzmodell ist einfach: Der bilanzielle Ansatz sammelt sämtliche produktionsbedingten CO₂-Einsparungen, die über verschiedene Maßnahmen entlang der Prozesskette gewonnen werden. Optimierungen, die man ohnehin aus ökonomischen Gründen umgesetzt hätte, dürfen nicht mit eingerechnet werden – es müssen zusätzliche Maßnahmen speziell zur Reduktion der Treibhausgasemissionen sein. Diese Reduktionsmengen werden von einem unabhängigen Dritten geprüft und virtuell gesammelt. Diesem „Speicher“ lassen sich dann die real erzielten Einsparungen rechnerisch entnehmen und nach den Anforderungen des Kunden auf die Produkte anrechnen. Das Bilanzmodell bezieht sich hierfür immer auf den jeweiligen Product Carbon Footprint (PCF), also den produktspezifischen CO₂-Fußabdruck.

PCF als Ausgangsbasis des Bilanzmodells

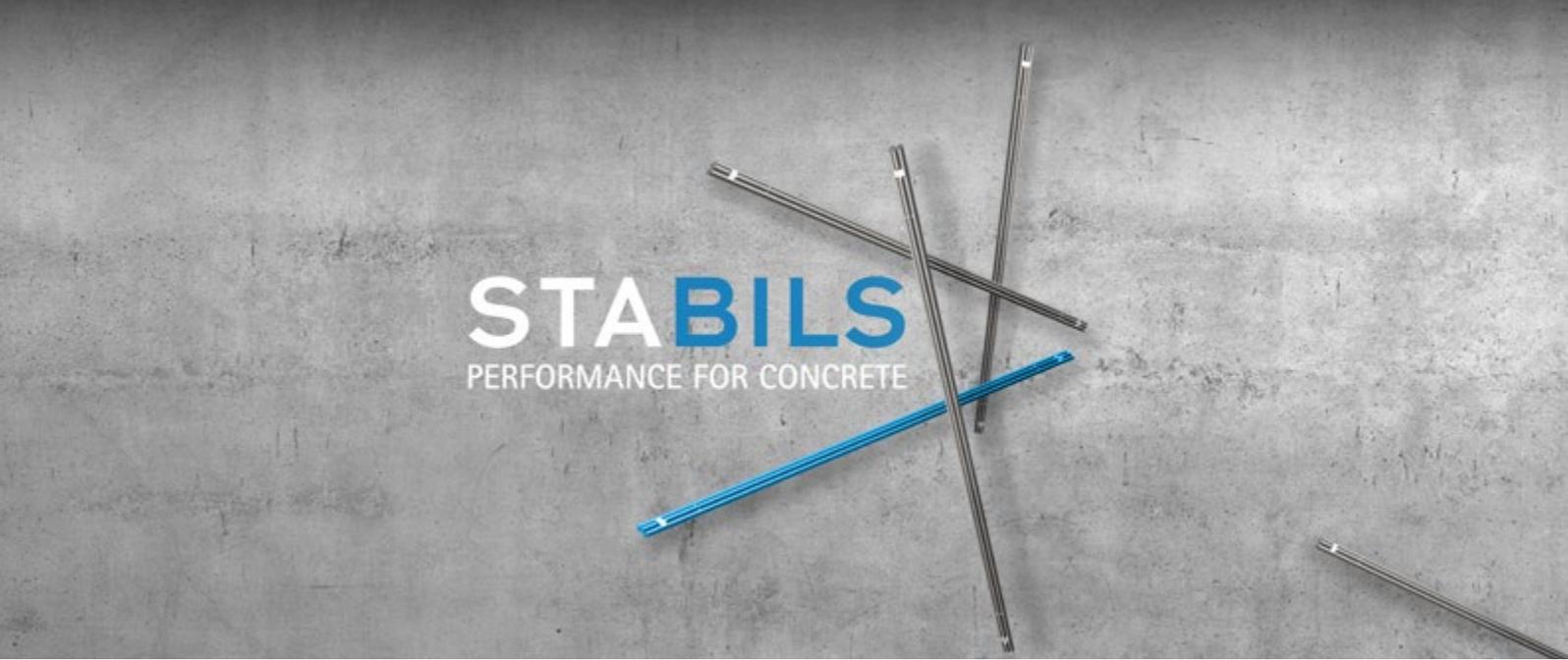
Zur Berechnung des PCFs hat die BILSTEIN GROUP ein validiertes Tool entwickelt, um diesen für jedes der über

7000 einzelnen Kaltband-Produkte zu erheben. Die Validierung erfolgte erstmals in diesem Jahr und wird jährlich aktualisiert. Die produktspezifischen PCFs werden dabei im Einklang mit dem GHG Product Standard und der ISO 14067 berechnet.

Warmbandeinkauf als größter Hebel

Weit über 95 Prozent des CO₂-Fußabdrucks eines Kaltband-Coils entstehen bereits in der vorgelagerten Prozesskette. Entsprechend ist die BILSTEIN GROUP hier in engem Austausch mit allen Lieferanten und bezieht für 2023 bereits deutlich mehr als 30 000 t CO₂-reduziertes Vormaterial.

Aber natürlich ruht sich die BILSTEIN GROUP nicht darauf aus und führt die Dekarbonisierungsstrategie auch in den eigenen Prozessen beständig weiter, z. B. durch die perspektivische Umstellung von Erdgas auf grünen Wasserstoff. ■



STABILS
PERFORMANCE FOR CONCRETE

Markteintritt eines hochinnovativen Produkts

STABILS – die Stahlfaser der nächsten Generation

Die neue Stahlfaser STABILS erfüllt alle Voraussetzungen, um die Herstellung von Betonfertigteilen zu revolutionieren. Mit der neu gegründeten BILSTEIN STEEL FIBER GmbH stieg die BILSTEIN GROUP in diesem Jahr in Produktion und Vermarktung ein.

Mit der Entwicklung einer neuartigen Stahlfaser für den wichtigen Verbundwerkstoff Stahlbeton besetzt die BILSTEIN GROUP ein Kernprodukt in der Bauindustrie. STABILS hat das Potenzial, neue Zeiten für die Herstellung von Betonfertigteilen anbrechen zu lassen.

Im April und Juni dieses Jahres präsentierte die BILSTEIN GROUP unter der im Dezember 2022 neu gegründeten Produktions- und Vertriebsgesellschaft BILSTEIN STEEL FIBER GmbH die Stahlfaser STABILS auf zwei wichtigen Events der Baubranche: auf der Leitmesse BAU in München und dem Fachkongress BetonTage in Neu-Ulm (siehe hierzu auch die nächsten Seiten).

Aufbau der Produktion ...

Die hochfeste Stahlfaser aus vergütetem Bandmaterial hat eine ganz spezielle Geometrie, die im Walzverfahren hergestellt und profiliert wird. Es bedarf also 1:1 der Anlagen und des Know-hows der BILSTEIN GROUP, um die einzigartige Faserstruktur hinzubekommen. Um das innovative Verfahren im großen Maßstab zu industrialisieren, investiert die BILSTEIN GROUP in den Umbau bestehender Anlagen und den Aufbau einer neuen Längs-/Querteil-Anlage inklusive Faserverpackung.

... in zwei Phasen

Der Produktionsstart erfolgt in zwei Phasen: Für den schnellen Einstieg in die Herstellung baute HUGO VOGELSANG bis Februar 2023 einen Ofen um, BILSTEIN eine Nachwalze. Während im BILSTEIN Werk die Ankerprägung erfolgt und vorgewalzt wird, werden die Coils bei HUGO VOGELSANG vergütet – und am Standort Berchum lief Ende Mai die neue Längs- und Querteil-anlage samt Verpackungsanlage an.

„Perspektivisch wird die Produktion der neuen Stahlfaser mit den drei Produktionsstufen Walzkerben, Durchlauf-Vergüten und Längs-/Querteilen an einem noch festzulegenden Standort zusammengeführt“, erklärt Jörg von Prondzinski, Leitung Anwendungstechnik/Anwendungsentwicklung BILSTEIN GROUP. „Dort werden dann neu konzipierte Fertigungsanlagen mit deutlich höherer Kapazität aufgebaut. Unser Ziel ist es, dass die neuen Anlagen im 1. Halbjahr 2025 an den Start gehen.“

Erfolgreiche Studien ...

Um die bautechnischen Leistungsdaten der Stahlfaser sowohl in frischem als auch in festem Beton wissenschaftlich zu prüfen und zu dokumentieren, beauftragte die BILSTEIN GROUP die Technische Universität Graz damit, intensive Tests durchzuführen. Auch die Ruhr-Universität Bochum wurde mit „ins Boot geholt“. Beide Hochschulen sind in Europa führend



auf dem Gebiet des Stahlfaserbetons – und erste Analysen zu STABILS fallen sehr positiv aus. Die Leistungsfähigkeit der STABILS-Faser liegt auf dem Niveau der besten auf dem Markt verfügbaren Stahlfasern, und das bei deutlich besseren Verarbeitungseigenschaften.

... und erste Kunden

Die Vetra Betonfertigteile GmbH, eine 100-prozentige Tochter der Holcim Deutschland GmbH, setzt bei der Entwicklung von Proto-

typen nachhaltiger Betonfertigteile bereits die ersten verfügbaren STABILS-Stahlfasern ein. Neben der Produktqualität selbst überzeugt der deutlich geringere CO₂-Fußabdruck. „Durch die Einführung der Stahlfaser STABILS lässt sich Beton künftig nachhaltiger und ressourcenschonender verwenden. Wir stehen hier am Anfang einer wichtigen Entwicklung in der gesamten betonverarbeitenden Industrie“, ist sich Jörg von Prondzinski sicher. ■

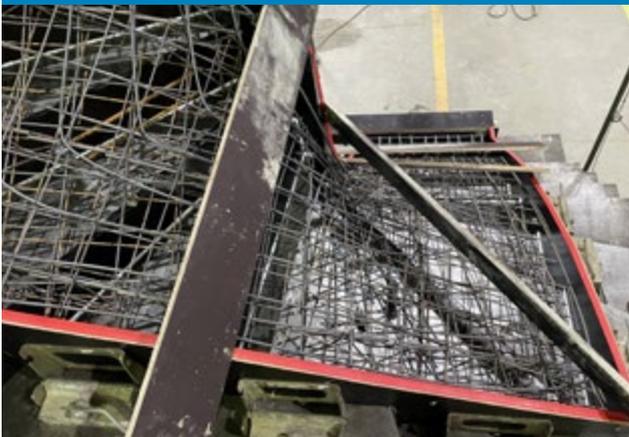


Daniel Hildebrand, Walzer, beim Walzkerben.



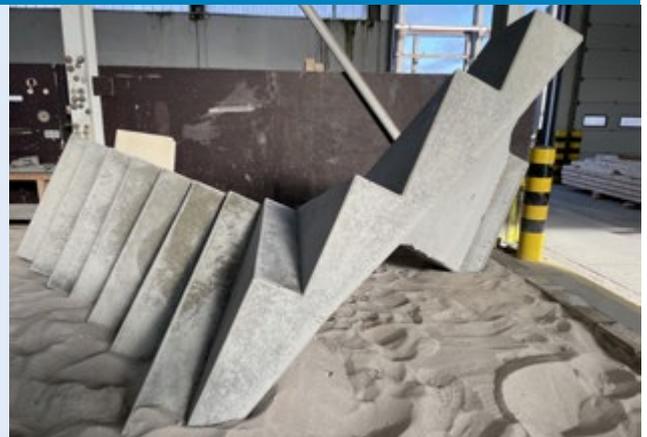
Das Walzkerben ist der erste Arbeitsschritt zur Herstellung der Stahlfaser aus Kaltband.

STABILS versus konventionelle Lösung



Konventionelle Bewehrung bei der Herstellung einer Halbschwung-Treppe (oben)

Reduzierte Bewehrung bei der Herstellung einer Halbschwung-Treppe mit STABILS Stahlfaser (rechts)



Schlanke Halbschwung-Treppe mit STABILS Stahlfasern

Klarer Vorteil für STABILS

Bei einer Benchmark-Analyse für ein Betonfertigteile – eine Treppe mit Halbschwung – schnitt beim direkten Vergleich der Bauweisen STABILS wesentlich besser ab:

- 12 statt 18 cm Stegdicke
- 1,1 statt 1,5 m³ Beton, das entspricht einer Gewichtseinsparung von ca. 0,9 t!
- 2 statt 12 Arbeitsstunden für das Einbringen der Bewehrung in die Schalung



Auf der diesjährigen BAU in München – der Weltleitmesse für Architektur, Materialien, Systeme – präsentierten sich am Gemeinschaftsstand des InformationsZentrums Beton (IZB) diverse Unternehmen aus der Betonbranche, darunter auch die BILSTEIN STEEL FIBER GmbH.

Premiere auf der Messe BAU

Kickstart für neue Stahlfaser STABILS

Auf der Messe BAU in München im April dieses Jahres war die Marktneuheit der BILSTEIN STEEL FIBER GmbH zum ersten Mal zu sehen – und das wollte sich kaum einer entgehen lassen.

Dieses enorme Interesse hat uns doch überrascht“, gesteht Paul Holz, der in der Betonzusatzmittelindustrie „zu Hause“ war, bevor er am 1. März 2023 frisch als Berater Betontechnologie bei BILSTEIN STEEL FIBER einstieg. Auch ihn selbst hat die neue Fasergeometrie, die es in dieser Form noch nie zuvor gab, beeindruckt. So wunderte es kaum, dass sich auf der Messe BAU viele Branchenexperten diese Marktneuheit genau anschauten. Auch Wissenschaftler von Hochschulen und Universitäten sowie Wettbewerber waren vor Ort, um sich die Eigenschaften und Verarbeitungsmöglichkeiten der geraden Faser mit innen liegenden Ankern erklären zu lassen.



Wie gleichmäßig sich die neue Stahlfaser STABILS im Beton verteilt, zeigt sich anhand dieses Acrylwürfels, den BILSTEIN STEEL FIBER extra für die Messe BAU in München anfertigen ließ.

Anschauen – und selber testen

„Wir hatten sehr viel Bewegung am Stand und viele gute Gespräche, sowohl im Bereich Fertigteiltreppe als auch allgemein zu Fertigteilanwendungen“, so Paul Holz. Konkrete Folgetermine mit Vertretern aus dem betonverarbeitenden Gewerbe – und speziell der wichtigen Zielgruppe der Tragwerksplaner – kamen dabei ebenso zustande wie Anfragen für Versuchs- und Probenmaterial. Im Moment produziert die BILSTEIN GROUP die Faser für eben diese Versuchszwecke vor. So steht für potenzielle Anfragen seitens der Kunden genug Material für Vorversuche zur Verfügung.

Auf dem Markt etablieren

Während die BAU in München eine Weltleitmesse für alle Baumaterialien und -systeme ist, richten sich die BetonTage in Ulm im Juni 2023 ganz explizit auf den Werkstoff Beton aus. Auf beiden Messen war das Feedback sehr positiv.

Bleiben Sie up to date!

Um die Fachwelt auf dem Laufenden zu halten, veröffentlicht Paul Holz auf dem neuen LinkedIn-Profil von BILSTEIN STEEL FIBER regelmäßig News zum Thema STABILS. „Wir sind dabei, das Produkt auf dem Markt zu etablieren. Das geht in erster Linie über Information und Beratung“, erklärt Paul Holz. ■





Am großen Gemeinschaftsstand des InformationsZentrums Beton (IZB) war auch die BILSTEIN GROUP mit der BILSTEIN STEEL FIBER vertreten.



Michael Ullrich, Global Technology Services (CTO) BILSTEIN GROUP, im Gespräch mit Ulrich Nolting, Geschäftsführer der InformationsZentrum Beton GmbH.



Jörg von Prondzinski, Leitung Anwendungstechnik/-entwicklung BILSTEIN GROUP, Paul Holz, Berater Betontechnologie BILSTEIN GROUP, und Georg Kühling im Gespräch mit Thorsten Hahn, CEO der Holcim Deutschland GmbH. Zementhersteller Holcim ist Mutterkonzern der Vetra Betonfertigteilwerke GmbH, mit der BILSTEIN STEEL FIBER im Vorfeld den Prototypen einer Halbschwungtreppe mit STABILS realisierte. Weitere Modelle werden jetzt folgen.



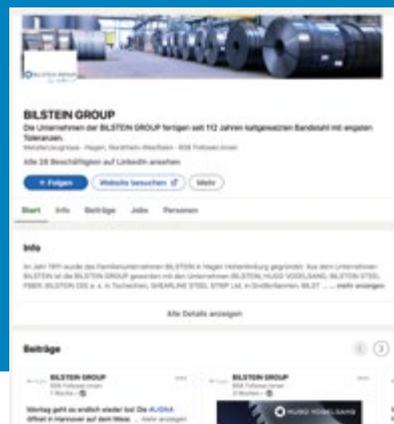
Stellten auf der Weltleitmesse BAU die STABILS-Faser das erste Mal der Öffentlichkeit vor: (v. l.) Jörg von Prondzinski, Leitung Anwendungstechnik/-entwicklung BILSTEIN GROUP, Paul Holz, Berater Betontechnologie BILSTEIN GROUP, und Unternehmensberater Georg Kühling, der BILSTEIN STEEL FIBER mit seinem großen Netzwerk unterstützt.

BILSTEIN STEEL FIBER jetzt auch im Web

Pünktlich zur Premiere von STABILS auf der Messe BAU ging unter bilstein-steelfiber.de die neue Homepage der BILSTEIN STEEL FIBER GmbH an den Start ...



... genauso wie ein eigenes Profil von BILSTEIN STEEL FIBER auf der Social-Media-Plattform LinkedIn.



Ein echter Hingucker ist die Visitenkarte von BILSTEIN STEEL FIBER, denn hier ist das Produkt – die Stahlfaser – direkt mit eingearbeitet. Das kommt bei Interessenten immer wieder gut an.



Terminierungsphilosophie der BILSTEIN GROUP

100 Prozent Kundenorientierung

Dynamische Märkte, steigende Kundenanforderungen, schnelllebige Zeiten – die Ansprüche an Produktionsplanung und Fertigungsprognosen wachsen. Zum Glück entwickeln sich auch Systeme und digitale Schnittstellen weiter. Die BILSTEIN GROUP stellt sich in digitalen Services breiter auf und setzt auf automatisierte Standards, um sowohl intern als auch extern Mehrwerte zu generieren.

Anfang 2020 richtete die BILSTEIN GROUP seine Terminierungsphilosophie noch enger am Kunden aus. Das Motto „100 Prozent Kundenorientierung“ bringt es anschaulich auf den Punkt: Jeder einzelne Prozessschritt in den Werken der BILSTEIN GROUP wird noch intensiver auf den bestätigten Kundentermin hin organisiert. Betrachtet wird dabei die gesamte Prozesskette – von der Warmbandbeschaffung über die Produktionszeit auf jeder einzelnen Kostenstelle bis zu den Logistikprozessen.

„Um eine verlässliche Fertigstellungsprognose zu ermöglichen, planen wir unsere offenen Plan- und Fertigungsaufträge jeden Tag mit den aktuellen Daten durch die komplette Fertigung“, erklärt Thomas Schulz, Leiter Auftragszentrum BILSTEIN GROUP. Da das Unternehmen ein sehr breites Spektrum mit sehr unterschiedlichen Fertigungstiefen herstellt, steht dabei hinter jedem einzelnen Kaltband-Coil eine immense logistische Herausforderung.

Hochkomplexes System: Täglich über 10 000 Bedarfe koordinieren

Ein aktueller Blick ins System zeigt mehr als 3 000 Warmbandbestellungen und über 10 000 Bedarfe von Kunden – also 10 000 Bestellungen, die zu einem bestimmten Termin fertig sein müssen. Die große Herausforderung ist, diese beiden Welten miteinander zu verbinden, denn den langen Vorlaufzeiten der Warmbandlieferanten stehen relativ kurzfristige Kundenbedarfe gegenüber. Hier gibt es kaum eine Chance, spontan zu reagieren.

Hinzu kommt: Deutlich über 3 000 Fertigungsaufträge hat die BILSTEIN GROUP im Schnitt alleine in Deutschland in der Produktion. Je nach Produkt und Fertigungstiefe sind zwischen

sechs und zehn Hauptkostenstellen in die Herstellung eingebunden. Dort erkranken Mitarbeiter, fallen Reparaturen an und Schichten aus. So kommt es dazu, dass sich ein Teil der Fertigungsaufträge terminlich verschiebt. Parallel dazu verändern sich auch die Kundenmengen dynamisch: Der eine Kunde reduziert, ein anderer erhöht, ein dritter möchte früher beliefert werden. Etwa ein Drittel aller Kundenaufträge schwankt auf diese Weise. „Wenn wir all diese Variablen miteinander multiplizieren, dann wissen wir, wie viele Varianten jeden Tag entstehen“, so Daniel Picard, Leiter des Teams Auftragssteuerung im Auftragszentrum BILSTEIN GROUP. „Diese Dynamik kann man manuell natürlich nicht mehr abbilden.“

Dafür sind die Systeme und damit auch die Datenlage sowohl bei Lieferanten als auch bei der BILSTEIN GROUP weiterentwickelt. Auf dieser Basis lassen sich automatisierte Prozesse etablieren. „Die Datenquellen werden immer besser. Mittlerweile können wir die vorhandenen Potenziale unseres Advanced Planning and Scheduling (APS)-Systems für unsere Notwendigkeiten voll nutzen. Damit verwalten wir in der Produktion den gesamten Auftragsbestand“, so Thomas Schulz. „Das Ergebnis sind genauere Terminprognosen und eine hochtransparente Visualisierung der Anlagenbelegung.“

Die richtigen Entscheidungshilfen in herausfordernden Zeiten

Marktentwicklungen lassen sich schwieriger vorhersehen als früher, insbesondere die Dynamik zwischen Warmbandlieferungen und Kundenbedarfen ist höher als in der Vergangenheit. Flexibilität ist gefragt. Aktuelle Daten und eine hohe Transparenz in den Prozessen helfen in diesem herausfordernden Umfeld allen dabei, noch bessere Entscheidungen zu treffen – für und



gemeinsam mit dem Kunden. Über eine Reihe unterschiedlicher Planungstools generiert die BILSTEIN GROUP hier interne und externe Mehrwerte.

Diese Tools basieren auf der Analyse und Berechnung vielfältiger Daten: Warmbandlieferungen, Maschinenbelegung, Rüstpläne, Losgrößenbildung, aber auch Ausfälle, Störungen und Reparaturen – all diese Variablen bestimmen die Produktion und Lieferfähigkeit und müssen entsprechend ständig erfasst und „gegengerechnet“ werden. Die Anlagen übermitteln ihre Daten dabei automatisch ins System, Schichtbelegung und Verfügbarkeit halten die Meister an den Anlagen täglich aktuell. Am Ende steht dann eine sehr verlässliche Prognose.

Service breiter aufstellen

Auch der Servicegedanke unterliegt dem Wandel der Zeit: Während ein Kunde noch viel Wert auf den Dialog und manuelle Betreuung legt, will ein anderer die Flexibilität digitaler Prozesse und die Synchronisierung von Systemen für sich nutzen. Neben Produkt, Qualität und Preis rücken zudem logistische Anforderungen seitens der Kunden immer stärker in den Vordergrund. „Der Service, sich logistisch partnerschaftlich abzustimmen, steht heute stärker im Vordergrund als noch vor einigen Jahren. Logistikservice heißt unter anderem, dass man sich in den Abläufen sehr eng mit den Kunden synchronisiert“, so Thomas Schulz. „Deswegen sind inzwischen bei Kundengesprächen Experten aus Vertrieb und Auftragszentrum der BILSTEIN GROUP oft gemeinsam vor Ort. Und wir richten unsere Systeme so aus, dass unsere Prozesse mit denen der Kunden ideal ineinandergreifen.“

Der Supply Monitor – hohe Transparenz für Kunden

Seit rund einem Jahr sorgt der Supply Monitor (dt.: Versorgungsüberwachung) für eine hohe Transparenz: Er kann Kunden tagesaktuell über die Liefermöglichkeit im Match zum individuellen Bedarf des jeweiligen Kunden informieren. Veränderungen, die heute passieren, werden bereits morgen abgebildet und dem Kunden frühzeitig mitgeteilt. Das ermöglicht es, gemeinsam nach Lösungen zu suchen.

Im Idealfall stimmen Lieferfähigkeit und Kundenbedarf überein. Sollte es aufgrund unvorhergesehener Ereignisse anders laufen als geplant – beispielsweise, weil Warmbandcoils nicht wie bestellt geliefert werden –, gibt der Supply Monitor direkt Auskunft über den nächsten möglichen Liefertermin. „Verständlicher Weise waren einige Kunden anfangs manchmal etwas irritiert, wenn an einem Tag beispielsweise KW 6 als Liefertermin angegeben wurde und ein Tag später KW 7“, weiß Daniel Picard aus Erfahrung. „Diese Offenheit und Transparenz war im ersten Moment ungewohnt und gewöhnungsbedürftig. Aber letztendlich ist allen an einer ehrlichen Kommunikation und realistischen Prognose gelegen.“

Um hier alle Kunden abzuholen und die Komplexität des gesamten Systems zu veranschaulichen, wurden viele Gespräche geführt. „Meine Erfahrung ist: Wer erfährt, wie viele Variablen den Liefertermin beeinflussen und wie hoch die Dynamik ist, die wir abbilden müssen, erkennt klar den Mehrwert des Supply Monitors“, so Thomas Schulz. „Mittlerweile kommt das im

Tagesgeschäft wirklich gut an, viele unserer Kunden sehen das sehr positiv.“

Einige Kunden möchten ihrerseits noch einen Schritt weiter gehen und fragen nach einer digitalen Schnittstelle. An einer entsprechenden Lösung arbeiten aktuell das Auftragszentrum und die IT.

Das Terminfindungstool

Eng verknüpft mit dem Supply Monitor Richtung Kunde ist das weiteroptimierte Terminfindungstool für Vertrieb und Auftragssteuerung der BILSTEIN GROUP. Das System bildet mathematisch die Zusammenhänge aller Produktionsprozesse zum Zeitpunkt der Abfrage ab. So berechnet es auf Basis des kompletten Auftragsbestands in der Produktion im Moment der Abfrage den für den jeweiligen Auftrag realistisch zu haltenden Liefertermin. Auf diese Weise unterstützt es dabei, rechtzeitig Engpässe erkennen zu können – quasi bevor ein Auftrag angenommen wird – und zusammen mit dem Vertrieb und dem Kunden eine für alle akzeptable Lösung zu finden.

Warmbanddisposition und Fertigungssteuerung

Auch zu Disposition und Fertigungssteuerung gibt es Schnittstellen. Dort können die Kollegen seit rund zwei Jahren auf Tools zugreifen, die beständig optimiert werden. Dank der Einbindung und Verknüpfung der Vormaterialverfügbarkeit in das System können sich die Warmbanddisponenten jeden Morgen anzeigen lassen, welche Warmbandbestellungen gegenüber den Produktionsbedarfen zu spät dran sind. Die Fertigungssteuerung kann wiederum die Terminlage auf allen Stufen zentral einsehen. Das alles sorgt für höhere Transparenz, Aktualität und Flexibilität in der Steuerung. „Die Tools und die zentral bereitgestellten Daten unterstützen alle Bereiche. Sie machen den Weg frei, um in der Dynamik des Alltags gute Entscheidungen für und im Sinne des Kunden zu treffen“, erklärt Daniel Picard. ■



Thomas Schulz,
Leiter Auftragszentrum BILSTEIN GROUP

„Mich begeistert bis heute, wie eine Idee, die Anfang 2020 während eines Gesprächs in Daniel Picards Büro aufkam, so gewaltig in Fahrt kam – und schließlich in die erfolgreiche Weiterentwicklung unseres Systems und damit in spürbare Verbesserungen mündete. Auf der einen Seite gab es eine schwierige Aufgabenstellung. Auf der anderen Seite stand das Team, das diese Herausforderungen mit Spaß annahm und für Anforderungen, die seit Jahren quasi eine ‚Mission impossible‘ waren, wirklich gute Lösungen fand. Dieses motivierte Team, das an jedem Projekt weiterwächst, begleitet mich jetzt bereits seit drei Jahren. Und das ist mein persönliches Highlight.“



Neue Abteilung Walztechnologie

Anlagentechnik intern weiterentwickeln

Die Kompetenz im eigenen Haus: In der neuen Abteilung Walztechnologie bündelt sich seit dem 1. Mai 2022 das Know-how, um die Walzanlagen der BILSTEIN GROUP unter technologischen und produktionstechnischen Gesichtspunkten nach vorne zu treiben, und das unabhängig von Anlagenbauern.

„Die Walzanlagen der BILSTEIN GROUP sind das Herzstück unserer Wertschöpfung und stehen für unsere absolute Kernkompetenz“, so Michael Ullrich, Geschäftsführer Produktion und Technik. Die Technologie des Kaltwalzens weiter zu automatisieren, zu optimieren und voranzubringen, ist die alles entscheidende Variable, um eine höhere Produktivität, Qualität und Quantität – und damit Sicherheit für die Zukunft – zu erzielen.

Zentrales Know-how ausbauen

Das damit verbundene Fachwissen in einer Abteilung zusammenzuführen, auszubauen und gezielt weiterzuentwickeln, ist eine logische Konsequenz. „Mit der neuen Aufstellung können wir gruppenweit bei der Weiterentwicklung unserer Kaltwalzwerke unterstützen. Es ermöglicht uns eine engere Betreuung, auch mit Blick auf die ausländischen Gesellschaften. Gerade bei komplizierteren Herausforderungen finden die Teams vor Ort in der Abteilung Walztechnologie kompetente Ansprechpartner“, erklärt Michael Ullrich. So profitieren alle Werke der BILSTEIN GROUP von dem umfangreichen Fachwissen und dem internen Wissensvorsprung.

Vor allem für so junge Standorte wie BILSTEIN COLD ROLLED STEEL in den USA ist das ein Vorteil. Denn auf dem dortigen Arbeitsmarkt ist es in der metallverarbeitenden Branche noch schwieriger als hierzulande, an speziell ausgebildete Fachkräfte zu kommen – es gibt einfach keine entsprechenden Qualifizierungswege.

Das Team Walztechnologie

„Ich freue mich, dass wir diese Abteilung aufbauen und mit so erfahrenen Experten besetzen konnten“, sagt Michael Ullrich. Die Kollegen Torsten Gödde und Alfred Runkel starteten direkt im Mai 2022 in der neuen Abteilung durch. Um internes Fachwissen durch wertvolles Know-how von außen zu ergänzen, holte sich die BILSTEIN GROUP zudem punktuelle Verstärkung

für die herausfordernden Aufgaben ins Haus: Zum 1. Juli 2022 stieß Andreas Ritter zur Abteilung, am 1. Oktober vervollständigte Florian Bette das Team. Beide wechselten von einem Anlagenbauer zur BILSTEIN GROUP und bringen einen breiten Erfahrungsschatz hinsichtlich des Aufbaus und der Optimierung von Kaltwalzwerken mit.

„Auch in herausfordernden Zeiten wie diesen gilt es, weiterhin den Blick in eine erfolgreiche Zukunft zu lenken und entsprechend strategisch zu investieren – auch in Personal“, ist Michael Ullrich überzeugt. Mit der Abteilung Walztechnologie hat das Unternehmen wichtiges Know-how gebündelt und besetzt. Dass diese Entscheidung bereits Früchte trägt, zeigt die erfolgreiche Kooperation mit den Kollegen von BILSTEIN COLD ROLLED STEEL: Gemeinsam arbeitet man in Bowling Green an der kontinuierlichen Optimierung der dortigen Kaltwalzanlage. ■



Das Team Walztechnologie (v. l.): Florian Bette, Andreas Ritter, Torsten Gödde und Alfred Runkel

Weichen für die Zukunft stellen

Die Märkte der Zukunft stellen ihre ganz eigenen Anforderungen – sowohl in Deutschland als auch in China. Um auch in hochdynamischen Zeiten erfolgreich zu bleiben, treibt Georgio Alexopoulos – seit 1. Januar 2023 neuer Vertriebsleiter von BILSTEIN und HUGO VOGELSANG – zum einen die Neuausrichtung des Vertriebs und zum anderen die Chinastrategie weiter voran.



Georgio Alexopoulos

geboren am: 11.02.1976
in Düsseldorf
Verheiratet mit: Irina
Kinder: Leonidas (12),
Eneas (10)

Studium: Dipl.-Kaufman
Beruflicher Werdegang:
C.D. Waelzholz, Klöckner
& Co., Benteler

Hobby: Fitness, Reisen

Seit 1. Januar läuft, unterstützt durch Bernd Grumme, Geschäftsführer Einkauf und Vertrieb, und den Lenkungsausschuss, unter Ihrer Leitung das Projekt „Neuausrichtung Vertrieb“. Wieso erfindet sich der Vertrieb quasi neu?

Georgio Alexopoulos: Wir sind massiven Veränderungen am Markt ausgesetzt, darunter Megatrends wie Digitalisierung und Elektromobilität. Aber auch unplanbare Faktoren wie wirtschaftliche Verwerfungen, Energiekrisen oder Pandemien wirken immer wieder von außen ein. Die Welt dreht sich insgesamt schneller. Das spiegelt sich auch in den Leistungsanforderungen seitens unserer Kunden wider. Beispielsweise wandern manche Herausforderungen in die vorgelagerten Teile der Wertschöpfungskette, um eigene Prozesse zu verschlanken. Eine höhere Flexibilität ist mittlerweile „das neue Normal“. Wir sind an einem Punkt angekommen, wo sich der Planungshorizont nicht mehr in Jahren bemessen lässt, sondern in Wochen oder bestenfalls Monaten.

Was ist das primäre Ziel der Neuausrichtung?

Georgio Alexopoulos: Unser Ziel ist, den Vertrieb von BILSTEIN und HUGO VOGELSANG strategisch und operativ so auszurichten, das die BILSTEIN GROUP auch unter den veränderten Spielregeln an die alten Zeiten und Erfolge anknüpfen kann. Es geht darum, den aktuellen Veränderungen Rechnung zu tragen und sich auf die vorzubereiten, die noch kommen werden. Da gucke ich ganz bewusst nach vorne.

Der Vertrieb ist doch aber schon gut aufgestellt?

Georgio Alexopoulos: Sicher. Unsere Mitarbeiter verfügen über ein umfassendes Know-how. Aber wir müssen uns fragen: Wenn der Markt und seine Anforderungen sich so stark verändern, was können wir tun, um unsere Mitarbeiter noch weiter zu unterstützen? Was braucht es in der heutigen Zeit, um weiterhin erfolgreich zu sein? Wie muss meine Organisation der Zukunft aussehen? All diesen Fragen widmen wir uns im Rahmen des Projekts. Und ich habe das Gefühl, dass diese Chance geschätzt wird – die Resonanz seitens der Vertriebskollegen ist sehr positiv.

Wie sieht der Fahrplan genau aus?

Georgio Alexopoulos: Das Projekt gliedert sich in mehrere Arbeitspakete. Am Anfang stand eine Bestandsaufnahme unserer internen Struktur, aber auch der externen Faktoren: Wo stehen Wettbewerber, wie sieht der Markt aus, wo liegen Potenziale? Auf diese Analyse bauten wir in gemeinsamer Workshoparbeit eine neue Vertriebsstrategie auf, mit der wir uns auf die Veränderungen im Markt ausrichten können. Die nächsten Arbeitspakete packen wir an: den Aufbau einer die Strategie bestmöglich unterstützenden Organisationsstruktur und einer Vertriebssteuerung. Denn der Vertrieb muss auch die Instrumente haben, seine Themen und Ziele zu erreichen und Ergebnisse seiner Arbeit zu messen.

Was sind die größten Herausforderungen bei diesem Projekt?

Georgio Alexopoulos: Das Wichtigste ist es, alle auf dieser Reise mitzunehmen. Es ist eine große Herausforderung, im Tagesgeschäft jeden zu erreichen, auf dem Weg der Veränderung zu begleiten und zu unterstützen. Ein weiterer Kernaspekt ist die Betrachtung der Schnittstellen. Auch wenn es primär ein Vertriebsprojekt ist und unser Bereich die Projektverantwortung trägt, müssen wir nach links und rechts schauen und das Optimum für das gesamte Unternehmen im Blick haben. Unser Ziel ist es, weiterhin mit allen Bereichen gemeinsam zu wachsen. Unsere Ziele können wir nur als Team erreichen.

Die erste Phase des Projektes war Anfang Mai 2023 abgeschlossen. Ist jetzt der Vertrieb 2.0 am Start?

Georgio Alexopoulos: Die eigentliche Projektarbeit ist wie geplant fertig geworden. Anfang Mai hatten wir eine neue Strategie, ein



Konzept zur Ausrichtung der Organisation etc. entwickelt. Aktuell befinden wir uns in der Ausgestaltung und Umsetzung der Vertriebsorganisation und füllen die neuen Strukturen mit Leben. Diesen Veränderungsprozess gilt es aktiv zu managen. Hierzu gehören viel Kommunikation und Unterstützung.

Ein weiterer Schwerpunkt Ihrer Tätigkeit liegt auf der Neuausrichtung der Chinastrategie. Welche Wege geht die BILSTEIN GROUP in China, warum erfolgt auch dort eine Anpassung der Strategie?

Georgio Alexopoulos: Der chinesische Kaltwalzmarkt bleibt nicht stehen und entwickelt sich weiter. Daran müssen wir unsere Geschäftsmodelle messen – und anpassen. Am chinesischen Markt wachsen sowohl das Know-how als auch die Verfügbarkeit kaltgewalzter Materialien in guter Qualität. In unserem Strategieprojekt haben wir nach Lösungen gesucht, wie wir uns unter diesen Vorzeichen neu aufstellen. Dafür galt es, sich über eine intensive Marktanalyse einen detaillierten Überblick über Marktteilnehmer, Wettbewerber und potenzielle Partner zu verschaffen. Rund anderthalb Jahre Arbeit flossen in dieses Projekt zur Neuausrichtung unserer Chinastrategie. Zum Oktober 2021 übernahm ich dann auch die Position des General Managers von BILSTEIN TRADING (SHANGHAI).

Mit BILSTEIN TRADING (SHANGHAI) ist die BILSTEIN GROUP ja bereits vor Ort vertreten – warum die Suche nach einem zusätzlichen Partner in China?

Georgio Alexopoulos: Mit BILSTEIN TRADING (SHANGHAI) versorgen wir primär deutsche Kunden, die im Großraum Schanghai tätig sind, mit deutschen Produkten. Das Geschäftsmodell, kaltgewalzte Produkte von Deutschland für den chinesischen Markt zu produzieren und zu exportieren, ist hingegen nicht dauerhaft wettbewerbsfähig. Eine eigene Produktion in China

aufzubauen, stand aber außer Frage, dafür ist der dortige Markt schon viel zu weit entwickelt. Auch sind die politischen Risiken schlichtweg zu groß. Über einen Partner vor Ort hätten wir die Möglichkeit, lokal am chinesischen Markt zu partizipieren. Am Ende des Tages werden wir eine Lösung finden müssen, die beide Geschäftsmodelle vereint und BILSTEIN TRADING (SHANGHAI) in ein Gesamtkonzept integriert. Der Markt würde es nicht verstehen, wenn wir mit zwei Vertriebsstrukturen vertreten wären.

An welchem Punkt steht dieses Projekt aktuell?

Georgio Alexopoulos: Hier hat uns die Coronapandemie tatsächlich „kalt erwischt“: Im März 2022 flog ich nach China, um erste persönliche Kontakte zu potenziellen Partnern zu knüpfen – und steckte volle zwei Monate im Lockdown fest. Die Zeit nutzte ich für weitere Analysen, um mögliche Synergieeffekte mit potenziellen Partnern noch genauer auszuloten und mit interessanten Unternehmen aus dem Hotel heraus über MS Teams ins Gespräch zu kommen. Letztendlich mussten wir aber abbrechen, in China stand einfach alles still. Im September und Oktober 2022 folgte der zweite Versuch, persönlich in Kontakt zu treten. Mit Erfolg: Aktuell sind wir in guten Gesprächen mit einem potenziellen Partner.

Woher kommt Ihre Asien-Expertise?

Georgio Alexopoulos: Ich bin seit 20 Jahren beruflich in China unterwegs, habe sogar sechs Jahre lang in Schanghai gelebt. Meine beiden Jungs, zehn und zwölf Jahre alt, sind quasi dort aufgewachsen. Bis heute bin ich dort durch meine langjährige Arbeit für einen Wettbewerber gut vernetzt – und das ist die wichtigste Grundvoraussetzung, um in China erfolgreich agieren zu können. Dort zählen persönliche Kontakte mehr als alles andere. ■

Aufgabengebiete auf einen Blick



Bernd Grumme,
kaufmännischer Geschäftsführer, global verantwortlich für
Vertrieb und Einkauf der BILSTEIN GROUP



Georgio Alexopoulos,
Vertriebsleiter BILSTEIN und HUGO VOGELANG, verant-
wortlich für die Neuausrichtung des Vertriebs in Deutsch-
land sowie die Chinastrategie



Internationale Zusammenarbeit

Mit- und voneinander lernen

Vor Ort in Bowling Green: Mitarbeiter von BILSTEIN SERVICE nutzten Anfang des Jahres die Gelegenheit für einen intensiven Austausch mit den Kollegen von BILSTEIN COLD ROLLED STEEL. Ein Gewinn für beide Seiten.

Wissen ist das einzige Gut, das sich vermehrt, wenn man es teilt. Wie sehr alle vom Know-how-Transfer und dem Erfahrungsaustausch profitieren, zeigen zwei Paradebeispiele von länderübergreifender Zusammenarbeit.

Walztechnologie weiterentwickeln

Andreas Ritter, Alfred Runkel – beide aus der neuen Abteilung Walztechnologie – und Ulli Fischer, AT-PS, unterstützten vom 13. Januar bis 17. Februar 2023 die Kollegen von BILSTEIN COLD ROLLED STEEL. Ziel dieser gemeinsamen Statusanalyse der Walzanlage war es, weitere Optimierungspotenziale zu finden. Mit Erfolg: Erste Maßnahmen wurden direkt umgesetzt, auch bei den weiteren Schritten bleiben die Mitarbeiter von BILSTEIN SERVICE mit den amerikanischen Kollegen in engem Austausch. „Das alles geschieht in einer sehr kooperativen, produktiven Atmosphäre. Für beide Seiten ist diese Zusammenarbeit ein echter Gewinn, wir alle sehen diesen Austausch auf Augenhöhe sehr positiv“, freuen sich die Kollegen aus dem Team Walztechnologie.

Zusammenwachsen der Finanzbereiche

Um das Zusammenwachsen der Finanzbereiche Deutschland und USA weiter zu fördern, war Sara Eisenhuth, Teamleitung im Controlling, Anfang des Jahres 2023 ebenfalls in Bowling Green. Im Fokus standen der Austausch zu Finanz-, Planungs- und Forecast/Prognose-Themen sowie die Vereinheitlichung von Maßstäben und Standards. In anderen Bereichen arbeitet das Controlling bereits sehr eng mit BILSTEIN COLD ROLLED STEEL zusammen. Weitere Synergien aufzudecken, war das Ziel dieser jüngsten Reise. „Mittlerweile fühle ich mich zum Team von BILSTEIN COLD ROLLED STEEL genauso zugehörig wie zum Controlling in Deutschland. Es ist eine sehr angenehme, vertrauensvolle und konstruktive Zusammenarbeit entstanden – und ein echtes ‚Wir‘-Gefühl“, so Sara Eisenhuth. ■



Ein Austausch auf Augenhöhe: (v. l.) oben: Andreas Ritter, Alfred Runkel (beide BILSTEIN SERVICE), Robert Jager (BILSTEIN COLD ROLLED STEEL); unten: Yamir Martinez, William Hinton (beide BILSTEIN COLD ROLLED STEELS), Ulli Fischer (BILSTEIN SERVICE), Martin Born (BILSTEIN COLD ROLLED STEEL)

„Ich freue mich, dass wir die Zusammenarbeit auf die richtige Spur bringen und stärken – und dass ich meinen Beitrag dazu leisten kann. Ich bin davon überzeugt, dass das für die BILSTEIN GROUP der richtige Weg ist, von dem alle profitieren werden.“

Sara Eisenhuth, Controlling





Aus Alt mach Neu: Bei BILSTEIN CEE wurde die Halle der alten Schleiferei für den Einzug der neuen Schleifanlage „fit gemacht“.



BILSTEIN CEE Aufbau Walzenschleiferei im Endspurt

Im Herbst 2023 wird die neue Walzenschleiferei bei BILSTEIN CEE offiziell eingeweiht. Technologisch ist die Schleiferei damit wieder „up to date“.

Im tschechischen Werk waren sowohl die Halle der Schleiferei als auch die Schleifmaschine selbst in die Jahre gekommen – entsprechend stieg der Aufwand für Wartung und Instandhaltung der Anlage. Um die Schleiferei wieder auf den neuesten Stand der Technik zu heben, investierte BILSTEIN CEE seit 2021 in eine neue Anlage – und in eine „Generalüberholung“ der Halle. Genau das war auch eine der großen Herausforderungen: Da es sich nicht um einen Neubau, sondern um einen Umbau auf altem Gelände handelte, entdeckte man während der Rekonstruktion die ein oder andere Überraschung, die es zu lösen galt. Mittlerweile ist das Gebäude fertig, die neue Zuwegung und sämtliche Leitungen für Druckluft und Wasser sind verlegt, und in den kommenden Monaten zieht schließlich auch die neue Schleifanlage ein. Bau und Einzug hatten sich gegenüber der ursprünglichen Planung um rund fünf Monate verzögert, denn dem Hersteller fehlten aufgrund der weltweiten Lieferkettenthematik wichtige Komponenten. ■



Fertig: Der Lieferant arbeitete mit Hochdruck am Bau der neuen Schleifmaschine.





BILSTEIN COLD ROLLED STEEL

Offizielle Einweihung

Im Sommer 2022 war die Erweiterung von bislang 8 auf jetzt 14 Haubenglößen abgeschlossen. Damit ist BILSTEIN COLD ROLLED STEEL in den USA optimal für die wachsenden Mengen aufgestellt. Das wurde bei der offiziellen Einweihung am 20. Juli 2022 gefeiert. Im Anschluss an die Danksagungen und Reden schnitten die Verantwortlichen der BILSTEIN GROUP gemeinsam mit Vertretern von Bowling Green mit viel Begeisterung das Band durch. ■



Ron Bunch, President and CEO Bowling Green Chamber of Commerce (l. v. l.), Brent Wilson, CEO BILSTEIN COLD ROLLED STEEL, (3. v. l.), Marc T. Oehler, CEO BILSTEIN GROUP (4. v. l.), Mike Buchanon, Judge-Executive (4. v. r.), Thomas Ettl, CFO BILSTEIN COLD ROLLED STEEL (3. v. r.) und Todd Alcott, Bürgermeister von Bowling Green.



Zeit für lockere Gespräche: (v. l.) Todd Alcott, Bürgermeister von Bowling Green, Mike Buchanon, Judge Executive von Warren County, und Marc T. Oehler.



Mike Buchanon, Judge Executive von Warren County (l.) freut sich über das Engagement der BILSTEIN GROUP in der Region und die Investition in den Standort.



Mike Buchanon, Judge Executive von Warren County (l.) gratuliert Marc T. Oehler und Brent Wilson, CEO BILSTEIN COLD ROLLED STEEL (r.)



Mike Buchanon, Judge Executive von Warren County (l.), überreicht zur Feier des Tages ein Bild mit einer abstrakten Collage von Bowling Green.



„Diese Erweiterung wird es BILSTEIN COLD ROLLED STEEL ermöglichen, unseren Kunden wie bisher hochwertigen kaltgewalzten Stahl zu liefern, nur dass wir jetzt in der Lage sind, dies mit einer größeren Kapazität und damit auch schneller zu tun“, so Brent Wilson, CEO BILSTEIN COLD ROLLED STEEL, während der Feierlichkeiten.



Die Berufsgenossenschaft Holz und Metall (BGHM) hatte ein Treppenmodul mitgebracht; Moderator Michael Odermath (BGHM) (l.) klärt hier zwei Teilnehmer im BILSTEIN WERK über potenzielle Gefahren auf.



Mitarbeiter informieren sich am Stand der Schneider & Rüseler GmbH (PSA-Händler) und bei den Sicherheitsbeauftragten von BILSTEIN über die persönliche Schutzausrüstung.



Die „Rauschbrille“, die Michael Ullrich, Global Technology Services (CTO) BILSTEIN GROUP, trägt, simuliert (hier in Kombination mit dem Domino-Spiel) die Auswirkungen von Alkoholgenuss – und machte so auf die Fahruntüchtigkeit unter Alkoholeinfluss aufmerksam.

Sicherheits- und Gesundheitstage

Zwei Tage voller Impulse

Engagierte Sicherheitsbeauftragte und ausgebuchte Gesundheits-Checks: Die Sicherheits- und Gesundheitstage in BILSTEIN Werk I und HUGO VOGELSANG im April 2023 deckten ein buntes Portfolio an Themen ab.

Knapp 300 Mitarbeiter nutzten in den Werken von BILSTEIN und HUGO VOGELSANG die Chance, sich an den Sicherheits- und Gesundheitstagen am 19. und 25. April Impulse für den Arbeitsalltag zu holen. „Die Tage sind bei den Teilnehmern sehr gut angekommen“, zieht Dominik Eickhoff, Leiter HSEQ BILSTEIN GROUP, zufrieden Bilanz. „Mein Fazit ist, dass wir auf jeden Fall Wiederholungsbedarf haben!“

Engagierte Sicherheitsbeauftragte

„Speziell die Themen ‚Coils‘ und ‚Stapler‘ sind allen täglich präsent. Die Demonstrationen haben aber noch mal wachgerüttelt“, so die Beobachtung von Dominik Eickhoff. „Hierbei fand ich besonders den persönlichen Austausch zwischen den Kollegen aus Verwaltung und Produktion gut.“

Der Aspekte „Coilsicherheit“ und „Persönliche Schutzausrüstung (PSA)“ hatten sich die Sicherheitsbeauftragten der Werke höchstpersönlich angenommen und anschauliche, praxisnahe Stationen aufgebaut. „Das überzeugt mehr als externe Präsentationen“, ist Dominik Eickhoff überzeugt. „Mein Dank gilt an dieser Stelle allen Sicherheitsbeauftragten, die die entsprechenden Stände gestaltet und betreut haben!“

Zweite Chance für Gesundheits-Checks und Messungen

Besonders intensiven Zulauf hatten die Gesundheitsstationen. Das Betriebsarztzentrum Hohenlimburg-Letmathe führte in beiden Werken einen Gefäßcheck durch und analysierte allein bei BILSTEIN über 100 Personen. Vertreter der Krankenkasse DAK hatten wiederum ein computergestütztes Messsystem für die

Oberkörpermuskulatur mitgebracht – und diese Station war bereits im Vorfeld innerhalb weniger Stunden ausgebucht.

Auch den Gefäßcheck konnten Mitarbeiter der BILSTEIN GROUP mit einem Verweis auf die Sicherheits- und Gesundheitstage nachträglich beim Betriebsarztzentrum Hohenlimburg-Letmathe wahrnehmen.

Für alle ein Gewinn – und Preise im Wert von 2.000 Euro

Auch wenn die Teilnahme an sich für alle bereits ein Gewinn war – ein kleines Quiz motivierte zusätzlich, allen Stationen einen Besuch abzustatten. So ließen sich die Fragen des Gewinnspiels leicht beantworten. Denn an den Ständen erhielt man sowohl die Antwort als auch Unterstützung. Im Anschluss entschied eine Auslosung über die Platzierung derjenigen Gewinnspiel-Teilnehmer, die die Fragen richtig angekreuzt hatten. Am 11. Mai überreichte Michael Ullrich die Preise im Gesamtwert von 2.000 Euro an zehn glückliche Gewinner. ■

Spielte auf dem Stand zur Coilsicherheit bei HUGO VOGELSANG eine zentrale Rolle: „Christian“, die Puppe zur Simulation eines Unfalls durch ein umgestürztes Coil.





Wichtige Aktion in puncto Staplersicherheit: Verschiedene Teilnehmer aus Verwaltungs- und Produktionsbereichen bei BILSTEIN nutzten auf dem Stand von Dominik Junge (in der Mitte mit Warnweste) von der Firma Junge-Kranausbildung die Chance eines Perspektivwechsels.

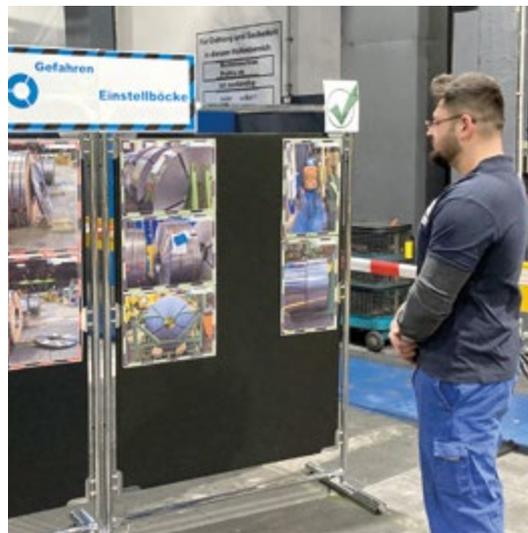


Die Sicherheitsbeauftragten (v. l.) Kevin Wisniowski, Holger Schierbaum und Thomas Noetzel auf dem Stand zur Coilsicherheit bei HUGO VOGELSANG.



„Der Tag war gut, weil es eine interessante Auswahl von Anlaufstellen gab.“

Andreas Marty, stellvertretender Produktionsleiter BILSTEIN



Welche Gefahren ergeben sich aus einer unsachgemäßen Lagerung der Coils? Die Antwort auf diese Frage erhielten Mitarbeiter an der Station der Sicherheitsbeauftragten bei HUGO VOGELSANG.

„Der Sicherheits- und Gesundheitstag – ein gelungener Tag: Bewusstseinsbildung im Sinne von ‚Arbeitssicherheit zum Anfassen und Mitmachen.‘“

Andreas Heßler, Produktionsleiter HUGO VOGELSANG



Am 11. Mai 2023 überreichte Michael Ullrich die Preise im Gesamtwert von 2.000 Euro an zehn glückliche Gewinner des „Sicherheits- und Gesundheitstage“-Quiz .



Jörg Wiesmann, Meister für den Bereich Scheren und Adjustage bei BILSTEIN (r), und Dr. Titus Haenschke, Teamleiter Werkstofftechnik BILSTEIN (l.), informieren sich auf dem Stand der BGHM zum Thema „Stolpern, Rutschen, Stürzen (SRS)“.

Familienfest 2023

Das haben wir uns verdient!

Nach coronabedingter Zwangspause fand am 13. Mai 2023 wieder das traditionelle Familienfest am Stammwerk der BILSTEIN GROUP im Weinhof statt.



Über 2000 Menschen genossen das traditionelle Familienfest. Eingeladen waren neben den Mitarbeitern der deutschen Standorte, deren Familien und den Pensionären auch die direkten Anwohner, die viel Verständnis für die diversen Baumaßnahmen der letzten Zeit bewiesen hatten.





Eine gelungene Veranstaltung: vorsommerliches Wetter, eine große Auswahl an Speisen und Getränken, mitreißender Rockabilly-Sound von den LenneRockets und ein buntes Unterhaltungsprogramm für Kinder. Das Highlight war aber der Blick hinter die Kulissen des Werks auf das hochmoderne breite Walzgerüst.



Zeugnisübergabe

Herzlichen Glückwunsch!



Neun Auszubildende der BILSTEIN SERVICE GmbH absolvierten im Januar 2023 erfolgreich ihre Abschlussprüfungen, acht von ihnen starten jetzt auch im Unternehmen durch. Marc T. Oehler überreichte im Beisein der Ausbildungsverantwortlichen den jungen Fachkräften am 2. März 2023 die Zeugnisse und hieß die jungen Kollegen willkommen (v. l.): Adriana Ibrahimovic (Ausbildungsleiterin), Sascha Brock (Fachausbilder der Elektriker), Dominik Fyrguth (Industriemechaniker), Ruslan Sulejmenow (Verfahrenstechnologe), Stefan Schwan (Industriekaufmann), Yunus Bilgic (Verfahrenstechnologe), Katharina Maas (Industriekauffrau), Pascal Eichstedt (Verfahrenstechnologe), Luca Pechmann (Verfahrenstechnologe), Tim Sapieja (Elektroniker), Elion Kadrijaj (Verfahrenstechnologe) und Marc T. Oehler.

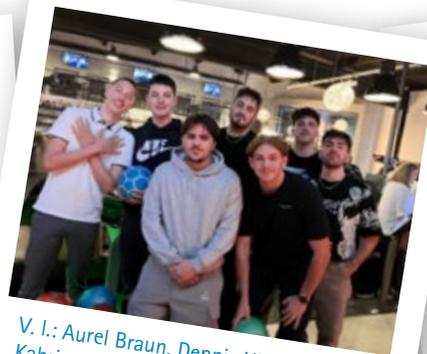
Azubi-Weihnachtsfeier

Schön war's!

Am 10. Dezember 2022 bewiesen 26 Auszubildende der BILSTEIN GROUP im Bowling Room in Hagen Sportsgeist – und genossen einen geselligen Abend.



Freuten sich über ein gelungenes Event: (v. l.) Sascha Brock (Ausbilder) Yunus Sisek, Luca Pechmann, Elion Kadrijaj, Pascal Eichstedt, Harry Kanzler (BR), Tolga Dilbirligi, Chantal Rehbein, Muhammed Söyler, Samantha Bali, Taha Ömer Cam, Miriam Bläsing, Veronika Henzel (BR), Dennis Hirsch, Mathias Urbanski, Aurel Braun, Damir Kahrmanovic, Tim Lachting, Dominik Fyrguth, Ioannis Panidis, Stefan Schwan, Kevin De Sanctis und Ruslan Sulejmenow



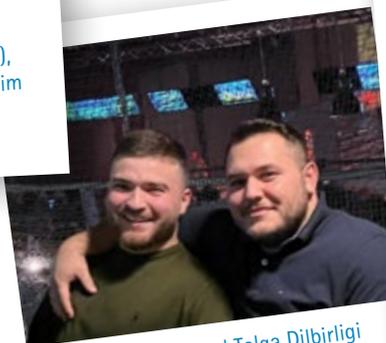
V. l.: Aurel Braun, Dennis Hirsch, Damir Kahrmanovic, Mathias Urbanski, Luca Pechmann, Jamie Brian Küllmei und Ioannis Panidis



Lukasz Malik hat die Pins fest im Visier.



V. l.: Samantha Bali, Veronika Henzel (BR), Torsten Gödde (Ausbilder), Miriam Bläsing, Chantal Rehbein, Elion Kadrijaj, Muhammed Söyler, Taha Ömer Cam und Luca Pechmann



Elion Kadrijaj (l.) und Tolga Dilbirligi

Imagekampagne zur Stärkung der Arbeitgebermarke

BILSTEIN GROUP? Klar kenn ich die!

Die BILSTEIN GROUP ist eine starke Marke. In der Stahlbranche kennt man den Namen. Um bei potenziellen Fachkräften als attraktiver Arbeitgeber noch präsenter zu werden, treibt die Personalabteilung zurzeit gezielt den Aufbau der Arbeitgebermarke voran.

Ziel einer Kampagne zur Stärkung der Arbeitgebermarke ist es, dass Menschen ein Unternehmen mit bestimmten positiven Eigenschaften verbinden und dass der Name einen hohen Wiedererkennungswert hat. „Uns geht es primär darum, neue potenzielle Mitarbeiter anzusprechen und uns als BILSTEIN GROUP – sprich alle Menschen, die hier arbeiten und das Unternehmen ausmachen – in der Kommunikation nach innen und außen sichtbar zu machen“, erklärt Kathrin Pieper, Personalreferentin BILSTEIN GROUP. Bei ihr laufen die Fäden der Kampagne zusammen. Für dieses „Sichtbar-Werden“ geht die Personalabteilung auf vielen unterschiedlichen Kanälen in die Kommunikationsoffensive: Aufbau einer neuen Karrierewebsite, Erstellen und Bespielen von Social-Media-Profilen, Definition frischer Standards für Stellenanzeigen und Bau eines komplett neuen Messestandes.

Kommunikation geht mit der Zeit



Auf Postern, Flyern und Postkarten rief das Team um Kathrin Pieper, Personalreferentin BILSTEIN GROUP, die Mitarbeiter dazu auf, den neuen Auftritt mitzugestalten.

Viele dieser Kommunikationskanäle nutzte die BILSTEIN GROUP natürlich bereits, um sich an potenzielle Mitarbeiter zu wenden. Doch das Rad der Zeit dreht sich, auch die Art und Weise der Kommunikation und Gestaltung unterliegt einem Wandel. Der Außendarstellung diesen neuen Schwung mitzugeben, passt ideal zu den Werten der BILSTEIN GROUP. Im Rahmen der Kampagne soll die Ansprache näher an den Fachkräftenachwuchs heranrücken, moderner im Design werden

und sich noch unverwechselbar gegenüber Wettbewerbern aufstellen. Zusätzlich wird der Personalbereich das Potenzial von Social Media besser erschließen und Profile auf Instagram, Facebook, LinkedIn, Xing sowie Kununu aufbauen und regelmäßig bespielen.

Profil zeigen: unverwechselbar BILSTEIN GROUP!

Doch was genau macht die BILSTEIN GROUP aus? Was macht sie als Arbeitgeber unverwechselbar? Um ein klares Profil der Arbeitgebermarke herauszuarbeiten, wandte sich die Personalabteilung an alle: „Anfang des Jahres 2023 verteilten wir persönlich Flyer und Postkarten in Produktion und Verwaltung. Wir wollten Mitarbeiter dafür begeistern, uns im lockeren Dialog im Rahmen anonymer Workshops mitzuteilen, wie die BILSTEIN GROUP als Arbeitgeber wahrgenommen wird – und wie sie die Karriereperspektiven hier erleben“, berichtet Kathrin



Pieper. „Die Resonanz war unglaublich toll! Innerhalb kürzester Zeit kamen 54 Anmeldungen zusammen, darunter Mitarbeiter aller Hierarchieebenen aus Produktion und Verwaltung, Auszubildende und Werkstudenten.“

Alle Teilnehmer gaben von Anfang Februar bis Anfang März 2023 in den Workshops wichtige Impulse für die Ausgestaltung der Kampagne. „Für die rege Teilnahme und Unterstützung möchte ich mich an dieser Stelle ganz herzlich bei allen bedanken“, so Kathrin Pieper. Im Laufe der Kampagne fanden sich viele Interessenten, die Spaß daran haben, Teil des Ambassador-Teams (dt.: Botschafter-Teams) zu werden und die Social-Media-Kanäle gemeinsam mit der Personalabteilung regelmäßig zu füllen. Die Botschafter aus den Bereichen geben dabei authentische Einblicke in ihre Arbeitswelt.

Wie geht es jetzt weiter?

Die Inhalte aus den Workshops fließen aktuell in die Texte der Karrierewebsite und aller weiteren Kampagnenbestandteile ein. Geplant ist, im Laufe des Sommers mit dem kompletten Neuaufbau aller Medien und Kanäle fertig zu sein.

Flaggschiff wird dann die neue Karrierewebsite sein, die – so viel sei schon mal verraten – mit Bildern, Videos und Geschichten viel näher an Menschen, Mitarbeitern und Ansprechpartnern dran sein wird. Ziel ist es, Informationen persönlicher und emotionaler zur Verfügung zu stellen als bisher. Seien Sie gespannt! ■



IMPRESSUM

Herausgeber:
BILSTEIN SERVICE GmbH
Im Weinhof 36
58119 Hagen
www.bilstein-gruppe.de

Redaktion:
Markus Eilert, Thomas Ettl, Birger Hollatz,
Adriana Ibrahimovic, 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. 16: © Denis Belitsky – shutterstock.com;
S. 19: © teracreonte – stock.adobe.com