

compact

3/2006

Das Kundenmagazin von ThyssenKrupp Steel

www.thyssenkrupp-steel.com

ThyssenKrupp Steel goes global

Unternehmen investiert in internationales Wachstum



Bau 2007
Stahl kommt
groß raus



Peugeot Citroën
Vertrauen in
neue Stahlsorten

Wir denken Stahl weiter

ThyssenKrupp Steel



editorial 3

news

Bauelemente-Gruppe neu aufgestellt 4
ThyssenKrupp Steel stärkt Position
im west- und osteuropäischen Markt.

Bau 2007 in München 6
ThyssenKrupp Steel präsentiert innovative
Produkte für den Bausektor.

Der Kommentar 7
Prof. Dr. Helmut Hachul erläutert die
bimodulare Bauweise mit Feinblech.

Moderne Driving Range in Duisburg 8
Der Golfclub Röttgersbach glänzt mit Architektur
aus edlen Stahlprodukten.

titelstory

ThyssenKrupp Steel – ein Global Player 10
Ende September legte das Unternehmen den Grundstein
für ein neues Hüttenwerk in Rio de Janeiro und nutzt so
Chancen im europäischen Markt und der Nafta-Region.

focus

Produktinnovation TriBond® 18
Ein neues Stahlprodukt vereinigt
konträre Eigenschaften in sich.

Der Turm von Dubai 20
Beim Bau des welthöchsten Wolkenkratzers in Dubai
spielt Grobblech eine wichtige Rolle.

Profit Center Color 24
Markenstrategie setzt neue Akzente und
schafft Mehrwert für den Kunden.

Premium-Möbel von Rolf Benz 26
Designer aus dem Schwabenland vertraut auf Stahl.

Dortmunder Westfalenhütte 30
Großkunde PSA Peugeot Citroën
verfolgt Zulassung neuer Güten.

Kverneland in Norwegen 32
Das Unternehmen fertigt Landmaschinen
aus Stahl von ThyssenKrupp Steel.

Feinblechwerk Neuwied 34
Moderne Verpackungen aus und für Stahl
interessieren neue Kunden.

service

NewsFlash 29
Unternehmensinfos in Kürze

Agenda 36
Messen, Ausstellungen, Events

Zum Titelbild:

Den Grundstein für die Vorwärtsstrategie von ThyssenKrupp Steel legten Ende September brasilianische Spitzenpolitiker und das Management von ThyssenKrupp im Staat Rio de Janeiro. Mit dem Bau des neuen Hüttenwerks in Sepetiba konkretisiert der Konzern seine ehrgeizigen Ziele, positioniert sich diesseits und jenseits des Atlantiks und nutzt seine Chancen im europäischen Markt und der Nafta-Region.

impressum

ThyssenKrupp Steel AG

Kaiser-Wilhelm-Straße 100, 47166 Duisburg
Postanschrift: 47161 Duisburg
Telefon: 0203 52-1, Telefax: 0203 52-25102

Herausgeber:

Vorstandsbereich/Marketing

Redaktion:

Rolf-J. Neumann (v. i. S. d. P.)
Vorstandsbereich/Marketing
Telefon: 0203 52-41003
Telefax: 0203 52-41007
E-Mail: rolf-juergen.neumann@thyssenkrupp.com

Christiane Hoch-Baumann (Chefredaktion)
Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit
Telefon: 0203 52-24515
Telefax: 0203 52-25707
E-Mail: christiane.hoch-baumann@thyssenkrupp.com

Katharina Mette
Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit
Telefon: 0203 52-25152
Telefax: 0203 52-25707
E-Mail: katharina.mette@thyssenkrupp.com

Fotos:

ThyssenKrupp Steel Fotografie; Foto- und Filmstudio Ziss (S. 16); Corbis (S. 20); Getty (S. 21); Putzmeister (S. 22); Kverneland (S. 33 unten)

Gestaltung:

MERZ Werbeagentur, Düsseldorf

Druck:

ThyssenKrupp Printmedia GmbH, Duisburg

Erscheinungsweise:

dreimal im Jahr; die nächste Ausgabe erscheint im April

Heft 24:

3/2006 – Dezember

Liebe Leserin, lieber Leser,

am Ende des für uns sehr ereignisreichen Jahres 2006 blicken wir auf das beste Ergebnis der Unternehmensgeschichte und des Geschäfts mit Qualitätsflachstahl zurück. Unsere Anstrengungen, mit denen wir unsere Performance kontinuierlich verbessern, und das positive Marktumfeld bilden die Grundlagen für unseren Erfolg. Auf dieser Basis blicken wir zuversichtlich in die Zukunft. Nicht zuletzt, weil wir mit allen Kräften daran arbeiten, Engpässe zu beseitigen. Sie führen leider dazu, dass wir unsere Kunden zwar in der gewohnten Qualität, aber nicht immer mit den gewünschten Mengen beliefern können.

Unsere Vorwärtsstrategie mit dem Neubau des Hüttenwerks in Brasilien und vielen effizienzsteigernden Maßnahmen an unseren Anlagen in Deutschland wird dieses Manko überwinden. Den Grundstein dafür haben wir Ende des Geschäftsjahres 2005/2006 nahe Rio de Janeiro gelegt. Wir informieren Sie in der Titelseite detailliert über den Start unseres ehrgeizigsten Investitionsvorhabens seit langer Zeit: den Baubeginn des mehr als drei Milliarden teuren Hüttenwerks in Sepetiba und über die Marktchancen in Europa und der Nafta-Region, die wir mit diesem Großprojekt nutzen werden. In Europa werden wir dank der zusätzlichen Brammenkapazitäten aus Brasilien Lieferengpässe beseitigen. Der Nafta-Markt ist für uns von Interesse, weil ThyssenKrupp Steel dort die Stärken seiner Produktpalette ausspielen kann und für das Marktsegment im High-end-Sektor die Prognosen sehr viel versprechend sind. Die Übernahme von Dofasco, die wir weiterhin verfolgen, würde einen Schritt in diese Richtung

bringen. Unsere Alternative des Baus auf der grünen Wiese im Süden der USA wird daneben mit großem Nachdruck verfolgt.

Weiterhin berichten wir über die Neuausrichtung der Bauelemente-Gruppe von ThyssenKrupp Steel und skizzieren neue Produkthighlights aus dieser Sparte, die übrigens auch im Januar auf der Messe Bau 2007 in München zu sehen sein werden. Wir stellen Ihnen die Eigenschaften unseres neuen Produkts TriBond® vor und entführen Sie nach Dubai, wo zurzeit der höchste Wolkenkratzer der Welt errichtet wird.

Unsere Themen sind wie gewohnt vielfältig und beschäftigen sich außerdem mit dem mannigfaltigen Produkt- und Anwendungsspektrum der Division Industrie sowie des Profit Centers Color, sie gehen auf die gute Zusammenarbeit mit der Automobilindustrie ein und informieren über neue Wege rund um Verpackungen aus und für Stahl.

Für die bevorstehenden Festtage wünsche ich Ihnen, auch im Namen meiner Vorstandskollegen und des Redaktionsteams, ein besinnliches Weihnachtsfest und alles Gute im neuen Jahr 2007.

Ihr

Dr. Karl-Ulrich Köhler
Vorsitzender des Vorstands



„Wir blicken heute auf das beste Ergebnis der Unternehmensgeschichte zurück und bleiben mit unserer Vorwärtsstrategie auf dem Erfolgspfad.“

Innovation, Effizienz, Wachstum

Bauelemente-Gruppe stärkt Position in West- und Osteuropa



Die Standorte Kreuztal-Eichen im Siegerland (Fotos) sowie Oldenburg in Holstein werden zu zentralen Produktions- und Kompetenzzentren ausgebaut und beliefern ihre Kunden im Kernmarkt Westeuropa künftig just in time mit qualitativ hochwertigen Dach-, Fassaden- und Kühlraumprodukten.

Um Entwicklungschancen und Profitabilität für die Zukunft zu stärken, richtet ThyssenKrupp Steel seine Bauelemente-Gruppe – sie umfasst die vier Unternehmen ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme, Hoesch Bausysteme, ems Isoliersysteme und Isocab – noch stärker auf die Zielmärkte in West- und Osteuropa aus. Oberstes Ziel ist es, den Absatz der Gruppe zu sichern sowie Ergebnis und Marktposition weiter zu verbessern. Dabei spielt jedes einzelne Unternehmen in der Wertschöpfungskette bei der Verarbeitung von ThyssenKrupp Steel-Qualitätsflachstahl eine wichtige Rolle.

Die Neuausrichtung der Bauelemente-Gruppe ist Bestandteil der komplexen Vorwärtsstrategie von ThyssenKrupp Steel und lässt sich mit den Schlagwörtern Innovation, Effizienz und Wachstum zusammenfassen. Dabei steht die permanente Optimierung des Produktportfolios an oberster Stelle; nicht zuletzt, um neue Anwendungsfelder für das Bauen mit Stahl zu erschließen. So präsentiert ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme pünktlich zur Bau 2007 in München sein neues Design-Fassadensystem – eine Innovation, die den vielfältigen Ansprüchen des höherwertigen Fassadenbaus entspricht. Das neuartige Produkt ist in Länge und Breite flexibel und besteht aus Stahldeckschalen, die mit unterschiedlichen Dämmstoffen verfüllt werden können. Die moderne Matrixstruktur der Anwendung bimodularer Paneele erfüllt architektonische Ansprüche und ebnet so den Weg vom reinen Industrie- zum höherwertigen Fassadenbau. Sie verleiht vor allem Bürogebäuden, Verwaltungen oder Krankenhäusern einen eleganten Look. Das bimodulare Paneel verfügt über Anschlüsse für Fenster, Türen und Tore und wird als Fassadensystem angeboten.

Neben der Innovation ist die Steigerung der Effizienz wesentlicher Bestandteil der Neuorganisation im Bausektor von ThyssenKrupp Steel: Um den Kernmarkt Westeuropa künftig schneller und kostengünstiger mit Produkten der Bauelemente-Gruppe zu beliefern, konzentriert ThyssenKrupp Steel die Fertigung von Stahl-Sandwichelementen auf die Standorte Kreuztal-Eichen im Siegerland und Oldenburg in Ostholstein. Anlagen und Produktionsvolumen der Werke Hof und Leipzig werden zum Teil auf diese Standorte sowie in eine noch zu errichtende Fabrikationsanlage in Ungarn umquartiert. Vor allem Vorteile bei der Logistik sprechen für diesen Schritt. In Kreuztal-Eichen, an der Vormaterialbasis des Profit Centers Color, entsteht ein Produktions- und Kompetenzzentrum mit drei Sandwichlinien und zwei Profilieranlagen und einer geplanten Produktionskapazität von rund 80.000 Tonnen. Der Standort Oldenburg übernimmt Teile der Produktionsmengen aus Hof und lastet damit bestehende Kapazitäten besser aus. Um überdies Kompetenz

noch stärker zu konzentrieren und den Kunden die bereits seit Jahrzehnten etablierten Marken der Trapez- und Sandwichprofile für Dächer, Fassaden und Kühlräume gebündelt anzubieten, werden ems Isoliersysteme und ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme miteinander verschmolzen.

Im Zuge der ThyssenKrupp Steel Vorwärtsstrategie werden auch für Mittel- und Osteuropa neue Akzente gesetzt: Mit der Gründung eines Sandwichwerks in Ungarn rundet ThyssenKrupp Steel die Restrukturierung der Bauelemente-Gruppe ab und stellt zugleich die Weichen auf Wachstum. Das neue Werk sichert und verbessert mittelfristig die gute Marktposition der Hoesch Bausysteme in Österreich. Dafür wird die Sandwicheanlage aus Hof nach Felsőajós, rund 60 Kilometer von Budapest ent-

fernt, verlagert. Die Anlage wird den mittel- und osteuropäischen Markt mit bis zu 16.000 Tonnen Sandwichelementen pro Jahr versorgen. Das Vormaterial stammt ebenfalls aus dem Profit Center Color in Kreuztal-Eichen. Mit diesem komplexen Gesamtkonzept schafft ThyssenKrupp Steel wertvolle Synergien und bereitet sich auf Aufschwung und Wachstum im europäischen Bausektor vor. Die Wettbewerbsfähigkeit der Bauelemente-Gruppe, die im Geschäftsjahr 2005/2006 mit 889 Mitarbeitern in Deutschland, Österreich, Belgien und Frankreich einen Umsatz von 348 Millionen Euro erwirtschaftet hat, wird nachhaltig gestärkt.

Christiane Hoch-Baumann

www.tks-bau.de

▼ Die Produktion in Oldenburg übernimmt Teile der Mengen aus Hof und wird damit zum zentralen Produktionsstandort.



BAU 2007 in München

Stahl kommt groß raus

Vom 15. bis 20. Januar 2007 öffnet die größte Bau-Messe in München ihre Pforten und zeigt in den Hallen A2, B2 und B3 die vielfältigen Facetten des Baustoffs Stahl, neue Produkte und Systeme. Die Botschaft ist klar: Stahl bietet intelligente Lösungen für große und kleine Aufgaben.

ThyssenKrupp Steel zeigt in Halle B3, Stand 109, innovative Anwendungen von Dach-, Fassaden- und Kühlraumelementen aus oberflächenveredeltem Feinblech. Neben dem neuen Design-Fassadenprodukt von ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme ist das Sektionaltor-Element mit Fingerklemmschutz ein weiteres Highlight. Das System kann von jedem Torproduzenten für die Her-

stellung sicherer Garagen- und Industrietore genutzt werden. Das Unternehmen hat für seine Sektionaltor-Elemente extra neue Beschichtungen, Designoberflächen und eine erweiterte Farbpalette eingeführt.

Maßstäbe für das zukunftsorientierte Bauen mit Stahl setzt auch die Hoesch Additiv Decke® von ThyssenKrupp

Hoesch Bausysteme. Das innovative Deckensystem mit einem Gewicht von 300 Kilogramm pro Quadratmeter bringt rund 40 Prozent weniger auf die Waage als eine massive Flachdecke mit vergleichbarer Tragfähigkeit, deswegen wird es vor allem im Parkhausbau eingesetzt.

ems Isoliersysteme und ThyssenKrupp DAVEX beschreiten neue Wege im Kühlraumbau. Eine wärmebrückenfreie Konstruktion im Zellenbau aus kontinuierlich hergestellten Isolierpaneelen ist technisch anspruchsvoll und kostengünstig. Das Konzept setzt auf die modernen, im Rollfügeverfahren gefertigten DAVEX®-Profile als neues Verbindungselement für die von ems gefertigten Isolierpaneele.

Auch das Hoesch Bogendach lädt zum Staunen ein: Es ist Dach und Tragwerk zugleich. Die Bogendach-Elemente von ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme überwinden ohne Stützkonstruktionen Spannweiten von bis zu 20 Metern. Das Dach schützt also nicht nur vor Wind und Wetter, es mutet zudem auch futuristisch an.

Mit der modernen Farbcollektion **ReflectionsOne®**, **ReflectionsLume** und **ReflectionsCinc** kommt ThyssenKrupp Steel schließlich dem Wunsch vieler Architekten nach individueller Gestaltungsvielfalt entgegen.

Christiane Hoch-Baumann

www.bau-muenchen.de



BAU 2007
15.-20. JANUAR 2007
NEUE MESSE MÜNCHEN



◀ Bereits vor zwei Jahren war die BAU-Messe in München ein voller Erfolg. Auch für 2007 versprechen sich Veranstalter und Aussteller wie ThyssenKrupp Steel vom Top-Ereignis der europäischen Bauwirtschaft große Resonanz.

Bauen mit Feinblech wird immer beliebter

„Die bimodulare Bauweise verspricht mehr Variabilität“

Informationen zur Person

Die Verwendung von Produkten aus Feinblech ist heute im Bauwesen fest etabliert. Dank zahlreicher positiver Eigenschaften wie wirtschaftlicher Fertigung, schneller Montage sowie der Synergie von Gebäudeabschluss und Lastabtragung sind Produkte wie Trapez-, Kassetten- und Sandwichprofile im Industriebau unabdingbar. Verfeinert werden die Bausysteme beispielsweise durch neue Farbpaletten, die die Volumen der oft großen Hallenbauten besser in den Landschaftsraum integrieren, oder die geplante bimodulare Bauweise. Diese verspricht Variabilität auf zwei Ebenen, womit bei der Fassadengestaltung eine noch feinere Modulierung möglich wird – der Streifen wird zum „Pixel“. Dass sich damit der Gestaltungsspielraum erweitert und dem Halbzeug Feinblech neue Anwendungsbereiche eröffnen, ist sehr zu begrüßen.

Seine hervorragenden technischen Eigenschaften wie die leichte Verformbarkeit und die breite Palette an Oberflächen haben schon im vergangenen Jahrhundert Konstrukteure wie Jean Prouvé oder Hugo Junkers dazu ermuntert, das Produkt nicht nur im Wirtschaftsbau, sondern auch im Fassaden- oder Hausbau erfolgreich einzusetzen. Die Prüfung und Anwendung des Metalls auf eben jenen Feldern sollte auch heute mehr in den Mittelpunkt gerückt werden. Sowohl vom Wirtschaftsstandort als auch von der technologischen Entwicklungsdichte bietet Deutschland für Neuentwicklungen beste Voraussetzungen. Wichtiger Katalysator dabei können unsere Hochschulen sein.



Neben architektonischen Visionen ist natürlich auch das technologische Know-how um das Halbzeug vonnöten. Die Absolventen sollten aber nicht nur als Produkthanwender ausgebildet werden, vielmehr ist ihre aktive Rolle als Entwickler gefragt. Dies würde langfristig nicht nur zu einer breiteren Akzeptanz und Anwendung des flexiblen Metalls im Bauwesen führen, sondern auch zu einer stetigen und breit getragenen technologischen Weiterentwicklung. Das Ziel wäre erreicht, wenn aus diesem Modell heraus nicht nur formvollendet schöne, sondern auch wirtschaftliche und dauerhafte Produkte kreiert werden könnten, die wie selbstverständlich als Bestandteil unserer Baukultur verstanden werden.

www.fh-dortmund.de

Prof. Dr. Helmut Hachul wurde im Oktober 2006 auf den von ThyssenKrupp Steel gestifteten Lehrstuhl für Architektur an der Fachhochschule Dortmund berufen. Sein Lehrgebiet umfasst den Metallbau mit dem Schwerpunkt Stahlbau. Damit engagiert sich ThyssenKrupp Steel als erstes Stahlunternehmen in Deutschland für die akademische Forschung und Lehre zum Thema Bauen mit Stahl.

Driving Range glänzt
mit modernen Stahlprodukten

Hole-in-one für Röttgersbach



Bis vor zwei Jahren wuchsen an der Stelle, wo heute Golf-Aficionados eifrig ihre Bälle einlochen, noch Erdbeeren auf großen Feldern. Die ehemals ebene Monokultur, ein Gelände von insgesamt 36 Hektar Größe im Duisburger Norden, wurde von zwei mutigen Investoren, Willy Schulz und Axel Tiede, zu einem modernen Neun-Loch-Golfplatz umfunktioniert. Eine hügelige Gestaltung des Bodens musste her, ebenso wie die üblichen Gestaltungselemente von Golfplätzen: Sandbunker, Teiche, Inseln und natürlich Bepflanzung – davon gab es nämlich erst einmal überhaupt nichts. Eine ehemalige Scheune wurde zunächst zum Clubhaus sowie anteilig als Garage für die Greenkeeping-Geräte umgebaut. Völlig neu errichtet werden musste eine Driving Range, also das Gebäude, von dem aus Golfspieler ihren Abschlag üben und perfektionieren können. Im Frühsommer wurde der neue Golfclub Röttgersbach eingeweiht.

Die Driving Range mit ihren imposanten 650 Quadratmetern Grundfläche stellt eine Besonderheit unter ihresgleichen dar: Sind die Abschlagbuden auf anderen Golfplätzen oft eingeschossig und aus Holz gebaut, fällt die Röttgersbacher Driving Range dadurch auf, dass sie zweigeschossig und aus farbigem Stahl gestaltet ist. Außerdem spielt man seine Trainingsbälle von hier aus nicht wie gewohnt auf eine etwas abschüssig liegende Wiese, sondern auf einen künstlich angelegten, 2.200 Quadratmeter großen See hinaus. Die Trainingsbälle müssen übrigens nicht mühsam und kostspielig von Tauchern wieder an Land geholt werden. Vielmehr treiben sie dank einer leichten Brise immer an eine Seite des künstlichen Sees, von wo aus sie bequem aus dem Wasser gefischt werden können.

Zurück zur Driving Range: „Die Betreiber des Golfplatzes wünschten sich ein Ge-

▼ Die Abschlaghalle des neuen Golfclubs im Duisburger Norden ist mit ThyssenKrupp DAVEX® Designträgern sowie farbigen Trapezelementen von ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme gebaut. Die farbliche Gestaltung zielt darauf ab, das eher ungewöhnliche Bauwerk optimal in die Landschaft zu integrieren.

► Von der komplett in Stahl gebauten Driving Range des neuen Duisburg-Röttgersbacher Golfclubs aus – sie bietet 32 Abschlagplätze – spielt man seine Übungsbälle auf einen künstlich angelegten See. Anlage und Gebäude sind unkonventionell und attraktiv gestaltet.



bäude, das zum einen sehr stabil ist, geringe Instandhaltungskosten verursacht und sich harmonisch in die noch im Entstehen begriffene Landschaft und die wachsende Vegetation einfügt – ein großer, grober Klotz kam nicht in Frage“, erläutert der Verfasser des Bauentwurfs, Bauingenieur Klaus Kottkamp von ThyssenKrupp Steel. Gemeinsam entschloss man sich zunächst für eine Tragkonstruktion aus ThyssenKrupp DAVEX® Profilen. „Die modernen Stahlbau-träger bilden den Haupttragrahmen der Konstruktion – sie sind dank der gelochten Stege attraktiv und luftig und sorgen trotzdem für Stabilität“, erklärt Kottkamp.

Diese Stützprofile wurden übrigens durch das Dach des Gebäudes gezogen, um der oberen Etage die nötige Stabilität zu geben und dort noch eine Ebene aufzusatteln: „Auf die Profilenden des Dachs wurde dann ein solider Rahmen

gesetzt, der es begehbar und von dort aus beispielbar macht – so entstand die zweite Etage der Driving Range, von der aus die Mitglieder des Golfclubs bei schönem Wetter konzentriert üben können.“ Auch für die Unterkonstruktion der Fassade wurden T-förmige DAVEX®-Stahlbauträger eingesetzt.

Fassade und wasserableitende Dachschale des Gebäudes sind mit Trapezelementen von ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme ausgeführt – in Farbe: Das Dach und die Fassade sind innen in hellen Gelbtönen gehalten, „damit erzielen wir die größtmögliche Helligkeit“, so Kottkamp. Außen schimmert die Driving Range in landschaftsnahen Grüntönen. „Ziel des Farbdesigners Friedrich Ernst von Garnier, der den Farbentwurf für das Gebäude angefertigt und die Farbreihen **ReflectionsOne®** für ThyssenKrupp Steel entwickelt hat, war es, dieses eher ungewöhnliche Bauwerk optimal in die

Landschaft zu integrieren.“

„Wir sind mit der Driving Range sehr zufrieden und das Feedback unserer Mitglieder über die Anlage ist durchgängig positiv“, freuen sich die Betreiber Schulz und Tiede. „Wir haben gestalterische Akzente gesetzt, die sich mit den Jahren und wachsender Flora wunderbar in die niederrheinische Landschaft einpassen werden.“ Der Mut der Betreiber, weg von Schema F zu bauen und die Anlage zu gestalten, zahlt sich aus: Obwohl die Vereinigung noch Man- und Womanpower gebrauchen kann, zählt sie seit der Eröffnung schon stolze 270 Mitglieder.

Katharina Mette

www.gc-roettgersbach.de
www.golf-revier-duisburg.de

ThyssenKrupp Steel goes global

Milliarden-Investition in profitables Wachstum

Von Christiane Hoch-Baumann, Fotos: Karsten Enderlein



Der Grundstein für die Vorwärtsstrategie von ThyssenKrupp Steel ist gelegt. Am 29. September trafen sich in Brasilien Spitzenpolitiker des Landes und das Management des ThyssenKrupp Konzerns vor mehr als 200 geladenen Gästen und legten den ersten Stein für ein neues Stahlwerk im Staat Rio de Janeiro. An diesem Tag sind die ehrgeizigen Ziele des Konzerns endgültig konkretisiert worden: ThyssenKrupp Steel positioniert sich als einer der weltweit führenden Produzenten von hochwertigem Qualitätsflachstahl diesseits und jenseits des Atlantiks und nutzt so seine Marktchancen in Europa und der Nafta-Region.

Das Hüttenwerk in Brasilien

Wichtiger Schritt zu neuer Größe

Am 29. September legte ThyssenKrupp Steel den Grundstein für das neue integrierte Hüttenwerk in Brasilien. Die Kapazität des Standorts, der von der ThyssenKrupp CSA Companhia Siderúgica betrieben wird, ist mit fünf Millionen Tonnen ausgelegt, wovon über zwei Millionen Tonnen in Deutschland weiter verarbeitet werden. Drei Millionen Tonnen sind für die Nafta-Region bestimmt. Die erste Bramme soll im Frühjahr 2009 produziert werden.

Für die Produktionsanlagen am Küstenstandort Sepetiba am Ende der Eisenbahnlinie aus der Erzregion Minas Gerais ist ein Investitionsvolumen von rund drei Milliarden Euro vorgesehen. Das Projekt, mit dem regionale Kostenvorteile und die Nähe zur Rohstoffbasis Erz genutzt werden sollen, umfasst Hafen, Kraftwerk, Kokerei, Sinteranlage, zwei Hochöfen und ein Oxygenstahlwerk mit zwei Stranggießanlagen. Das Stahlwerk wird mehr als 3.000 Mitarbeiter beschäftigen und in der Region zusätzlich indirekt weitere 10.000 Arbeitsplätze schaffen. Der weltgrößte Eisenerzproduzent Companhia Vale do Rio Doce (CVRD) wird sich mit zehn Prozent beteiligen.

„Unser Ziel ist weiteres profitables Wachstum.“

Dr. Ekkehard Schulz, Vorstandsvorsitzender ThyssenKrupp

„Der Bau des Hüttenwerks ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu neuer Größe“, erklärte ThyssenKrupp Chef Dr. Ekkehard Schulz bei der Grundsteinlegung in Brasilien.

„Mittelfristig liegt das Umsatzziel der ThyssenKrupp AG bei 50 Milliarden Euro. Das wird aber nicht der Endpunkt sein. In zehn Jahren sind 55 Milliarden Euro im Visier. Dass sich bei steigendem Umsatz dann auch das Ergebnis verbessern wird, liegt auf der Hand.“

„Das Stahlwerk ist Basis unserer Vorwärtsstrategie.“

Dr. Karl-Ulrich Köhler, Vorstandsvorsitzender ThyssenKrupp Steel

Dass ThyssenKrupp Steel an der positiven Entwicklung des Stahlmarkts partizipieren will, machte ThyssenKrupp Steel Chef Dr. Karl-Ulrich Köhler deutlich: „Unsere Ziele sind klar definiert: Wir wollen als Kerngeschäft von ThyssenKrupp weiterhin zu den Top-Produzenten von hochwertigem Qualitätsflachstahl weltweit gehören. Mittelfristig streben wir im Stahlbereich des Konzerns einen Umsatz von 16 bis 19 Milliarden Euro an. Dabei ist wichtig, dass bei unserer Vorwärtsstrategie nicht das Denken in Tonnagen im Vordergrund steht, sondern der hochwertige, anspruchsvolle Produktmix, den die Kunden rund um den Globus nachfragen. Mit den Brammenlieferungen aus Brasilien mit bester Kostenstruktur und höchsten Qualitätsstandards kann Steel Wachstumschancen im Kernmarkt Europa und in der Nafta nutzen.“ Der mittelfristigen Marktentwicklung der Stahlbranche sieht Köhler optimistisch entgegen: „Die internationalen Stahlmärkte präsentieren sich in einer stabilen Verfassung. Alle Fakten sprechen dafür, dass Stahl weltweit auch 2010 noch knapp sein wird.“

► Mit erkennbar viel Freude hoben die Teilnehmer eine Grube für den Grundstein des neuen Hüttenwerks in Santa Cruz aus (v. l.): Manrico Chacur, Wirtschaftsstaatssekretär Rio de Janeiro, Aristides Corbellini, President CEO ThyssenKrupp CSA Companhia Siderúgica, Dr. Karl-Ulrich Köhler, Vorstandsvorsitzender ThyssenKrupp Steel, Luiz Fernando Furlan, Wirtschaftsminister Brasilien, Rosinha Garotinho, Gouverneurin Rio de Janeiro, Dr. Hans-Ulrich Lindenberg, Vorstandsmitglied ThyssenKrupp Steel, Dr. Ekkehard Schulz, Vorstandsvorsitzender der ThyssenKrupp, Francisco de Almeida, stellvertretender Bürgermeister Rio, Paulo Sergio Passos, Transportminister Brasilien und Luis Paulo Conde, Vize-Gouverneur Rio de Janeiro.



Brasilien

Ein Investitionsstandort mit Zukunft

Brasilien, das zu den aufstrebenden Schwellenländern zählt, hat seit drei Jahren erstaunliche Erfolge in der Wirtschafts- und Finanzpolitik aufzuweisen. Das stabile Umfeld hat dazu geführt, dass das Land für Investoren attraktiv ist. Viele deutsche Unternehmen sind in Brasilien vertreten – ThyssenKrupp Steel legte Ende September den Grundstein für ein neues Stahlwerk in Santa Cruz im Staat Rio de Janeiro.

Investieren in Brasilien? Zu Beginn der ersten Präsidentschaft von Luiz Inácio „Lula“ da Silva vor vier Jahren trauten dem früheren Gewerkschaftsfunktionär die wenigsten zu, in dem lateinamerikanischen Land für wirtschaftliche und finanzpolitische Stabilität zu sorgen. Ganz im Gegenteil: Im Wahlkampf hatte Lula wiederholt seine kritische Haltung gegenüber den internationalen Banken und Finanzorganisationen und sein Fragezeichen in Bezug auf die Bedienung der aufgelaufenen Auslandsschulden thematisiert. Eine starke Verunsicherung an den Kapitalmärkten war die Folge. In den Monaten vor der Wahl wertete der brasilianische Real um rund 35 Prozent gegenüber dem US-Dollar ab, der Aktienindex fiel um fast 30 Prozent. Der Internationale Währungsfonds (IWF) kam Brasilien mit dem über 30,4 Milliarden US-Dollar größten Stand-by-Kreditabkommen seiner Geschichte zu Hilfe und wendete damit die Zahlungsunfähigkeit des Landes und eine Ansteckungsgefahr für übrige Staaten ab. Keine gute Zeit also für Investoren, nicht in Brasilien und nicht in Lateinamerika.

Das Bild hat sich grundlegend geändert. Als sich Staatspräsident Lula am 1. Oktober zur Wiederwahl stellte, musste selbst das vorher skeptische Unternehmerlager konzedieren, dass er in der Wirtschafts- und Finanzpolitik einen erfolgreichen Kurs gesteuert hatte. Die einhundert größten brasilianischen

Unternehmen hatten während seiner Amtszeit wesentlich höhere Gewinne eingefahren als unter der vermeintlich wirtschaftsfreundlicheren Vorgängerregierung von Präsident Cardoso. Zudem stieg das Bruttoinlandsprodukt (BIP) pro Kopf der 185 Millionen Einwohner kontinuierlich auf im vergangenen Jahr 4.312 US-Dollar an, damit verfügt Brasilien über einen großen Binnenmarkt. Deutsche Unternehmen haben sich frühzeitig engagiert, die Deutsch-Brasilianische Industrie- und Handelskammer feiert in diesem Jahr ihr 90-jähriges Bestehen.

Rund 1.200 deutsche Unternehmen haben sich in Brasilien angesiedelt, investierten im vergangenen Jahr knapp 1,4 Milliarden US-Dollar und standen damit auf Platz 6 der ausländischen Direktinvestitionen. Die Region um São Paulo hält man für den größten deutschen Industriestandort, insgesamt entfallen auf das „deutschstämmige“ produzierende Gewerbe zehn Prozent des Industrie-Anteils am BIP.

Die erfolgreiche Entwicklung des Landes lässt sich an der Ankündigung von Finanzminister Guido Mantega festmachen, dass in diesem Jahr das Wirtschaftswachstum in Brasilien erstmals höher ausfallen dürfte als die Inflation. Entscheidend für diese positive Entwicklung war das Zusammenspiel einer

disziplinierten Ausgabenpolitik des Finanzministeriums und der stabilitätsorientierten Zinspolitik der brasilianischen Notenbank. Damit konnte die Inflationsrate von 14 Prozent zu Beginn von Lulas Amtszeit im Januar 2003 auf zurzeit 3,9 Prozent gesenkt werden und der Real im Vergleich zum US-Dollar um rund 60 Prozent aufwerten. Das reduzierte die Importkosten und trug dazu bei, die Inflation im Zaum zu halten.

Doch bei so viel Licht gibt es auch Schatten: Das hohe Zinsniveau und die Aufwertung des Real machen für die Unternehmen Investitionen und Exporte teuer. Die Zentralbank hat in mehreren Schritten den Leitzins auf zuletzt 13,25 Prozent gesenkt und versucht, durch Dollarkäufe die US-Währung zu stabilisieren und im Gegenzug den heimischen Real nicht weiter aufwerten zu lassen. Dennoch führen vor allem die gute Ertragssituation beim Export von Rohstoffen wie Soja und Eisenerz sowie Fleisch zu hohen Handelsbilanzüberschüssen und in Folge zu einem Anstieg der brasilianischen Währung. „Wir hatten ein Währungsrisiko und haben jetzt ein Real-Risiko“, sagt Ingo Plöger, von 1998 bis 2002 Präsident der Deutsch-Brasilianischen Industrie- und Handelskammer São Paulo und ehemaliger Co-Chairman des Mercosur European Business Forums. Brasilien sei robuster geworden, die Risiken würden aber von den Kapitalmärkten immer noch zu hoch bewertet, bemängelt der Unternehmer, der 2004/2005 im Team von Industrie- und Außenhandelsminister Furlan für die Förderung von Auslandsinvestitionen verantwortlich war. Er sieht mittelfristig ein Anziehen der brasilianischen Binnenkonjunktur, stärkere Importe und entsprechend auch eine Abwertung des Real. Bis dahin erhofft er sich von der Zentralbank mutigere Schritte in Richtung weiterer Zinssenkungen: „Wir sind nach wie vor das Land mit den weltweit höchsten Realzinsen. Die Preissteigerung ist eingedämmt, in dieser Situation nur auf die Inflationsrate zu achten bedeutet, dass man Wachstumschancen verpasst und die Folgekosten der sozialen Probleme nicht ausreichend berücksichtigt.“

Und die sozialen Probleme in Brasilien sind nach wie vor groß, auch wenn ein Mix aus wirtschaftspolitischen Weichenstellungen und Transferleistungen die Lage der ärmeren Bevölkerungsgruppen verbessert hat. Preisstabilität, mehr Jobs und Mindestlohn zusammen mit hohen Zuwendungen im Rahmen des Programms „Bolsa Familia“ sind die Kernerfolge der Sozialpolitik der Lula-Regierung. Letzteres garantiert rund 8,7 Millionen Familien vor allem im rückständigen Nordosten Brasiliens das Existenzminimum. Die Regierung macht mit

diesem Programm aber auch Bildungs- und Gesundheitspolitik: Die Zuwendungen erhalten die Familien nur dann, wenn sie ihre Kinder zur Schule schicken und die Kleinkinder impfen lassen.

Dass für dieses Jahr mit einem Wachstum von 3,7 Prozent gerechnet wird, nach nur 2,3 Prozent 2005, ist ein zusätzlicher positiver Trend – auch wenn damit die Wachstumsrate hinter der der meisten anderen südamerikanischen Länder bleibt: Die Uno-Wirtschaftskommission für Lateinamerika (CEPAL) rechnet damit, dass das BIP der Region in diesem Jahr um durchschnittlich fünf Prozent wächst. Lula muss sich ab Januar, wenn nach der am 29. Oktober gewonnenen Stichwahl gegen seinen Herausforderer Geraldo Alckmin seine zweite Amtszeit beginnt, notwendigen Reformen stellen. Das Pensionssystem muss aufgrund der steigenden Lebenserwartung der Anspruchsberechtigten angepasst werden, das politische System wartet auf eine Vereinfachung und auf mehr Transparenz. Von Wirtschaftsseite werden mehr staatliche Investitionen in Infrastrukturprogramme, eine Reduzierung der Unternehmenssteuern – sie liegen zurzeit bei 38 Prozent – und eine Effizienzsteigerung bei staatlichen Tätigkeiten angeordnet. Und schließlich gilt es, die Nettoverschuldung zu stoppen.

Durch die besonnene Politik der Lula-Regierung hat Brasilien die Chance, dauerhaft in den Club der führenden Weltwirtschaftsnationen aufzusteigen; auf der außenpolitischen Bühne spielt es – zum Beispiel in den Vereinten Nationen – schon jetzt eine wichtige Rolle. Priorität haben allerdings seine Beziehungen zu den Nachbarstaaten auf dem südamerikanischen Kontinent, insbesondere zu den Mercosur-Staaten. Dabei wirkte die Regierung in Brasilia schon des Öfteren als Vermittler – sowohl unter den lateinamerikanischen Staaten als auch bei den Konflikten von Chávez aus Venezuela, Morales aus Bolivien und Kirchner aus Argentinien mit den USA und internationalen Organisationen. Anders als in diesen Ländern gibt es in Brasilien keine ernstzunehmenden (links-)populistischen Kräfte, die die Uhr der Globalisierung zurückdrehen wollen. Dies liegt nicht zuletzt an Lula. „The Economist“ überschrieb im März einen Artikel mit der Überschrift „Popular, but no populist“. Der hemdsärmelig gebliebene Arbeiterführer hat als Präsident durch eine stabile und berechenbare Wirtschafts- und Finanzpolitik auf der einen und einen innenpolitischen Integrationskurs auf der anderen Seite das Land für Investoren attraktiv gemacht.

Dr. Bettina Wieß, Wirtschaftsjournalistin

► Brasiliens Häfen sind logistische Knotenpunkte: Die gute Ertragssituation beim Export von Rohstoffen wie Soja und Eisenerz führt zu hohen Handelsbilanzüberschüssen.



Wachstumsstrategie im Kernmarkt Europa

Erste Investitionen werden umgesetzt

Nicht nur in Übersee, auch in Deutschland investiert ThyssenKrupp Steel. Zusätzliche Kapazitäten werden in der heimischen Weiterverarbeitung mobilisiert. In den nächsten zwei Jahren sind – zusätzlich zum jährlichen Normalprogramm von rund 500 Millionen Euro – weitere 400 Millionen Euro für den Ausbau der vorhandenen hochmodernen Anlagen eingeplant. Grund: In Europa ist der Konzern mit seinen Rohstahlkapazitäten viel zu knapp dimensioniert. Die derzeitigen Versorgungsprobleme bei hoher Nachfrage verdeutlichen das. Die zusätzliche Brammenkapazität in Brasilien ist darauf ausgerichtet, diese Engpässe aufzulösen. In Stufe 1 fließen deswegen rund 180 Millionen Euro in den Ausbau der Warmbandwerke in Duisburg-Beeckerwerth und Bochum, der Gießwalzanlage sowie in die Infrastruktur und Brammenlogistik im Hafen Walsum. In einer zweiten Stufe sind weitere Investitionen zur Kapazitätssteigerung im Bereich der Kaltbandwerke und Feuerbeschichtungsanlagen geplant.

Zurzeit wird der Duisburger Hafen Walsum als zentraler Umschlagplatz für die brasilianischen Stranggussbrammen ausgebaut, die ab 2009 über die Seehäfen Antwerpen und Rotterdam angeliefert werden. Im Warmbandwerk Duisburg-Beeckerwerth wird die Antriebsleistung der Fertigstraße gesteigert, um höherfeste Stahlqualitäten auch in breiten Warmbandabmessungen produzieren zu können. Die Fertiglagerlogistik des Warmbandwerks wird mit einer neuen Software für die künftigen Herausforderungen fit gemacht, und

Walzstrategie sowie Kühlstrecke werden optimiert. Insbesondere ersetzen drei neue Haspel die altbewährten Anlagen, um die Oberflächenqualität der Produkte und den Wickelzustand der Coils, vor allem bei hochfesten Rohrbandgütern im geplanten breiten Abmessungsbereich, zu verbessern. Schließlich wird das Rohbandlager erweitert, Hallen, Kranbahnen und Gleise werden verlängert.

Für das Warmbandwerk 3 in Bochum ist ebenfalls Vergrößerung angesagt. Es bekommt einen zusätzlichen Hubbalkenofen und eine neue Steuerung, die für kürzere Walztaktzeiten und damit für eine schnellere Produktion bei gleich guter Qualität sorgt. Zudem können in der Warmbandfertigung Bruckhausen durch kleinere Investitionen Kapazitätsgewinne erreicht werden, so dass danach beispielsweise die Gießwalzanlage rund 2,2 Millionen Tonnen Warmband pro Jahr produzieren kann.

Zu diesen Erweiterungen kommt noch ein 340 Millionen Euro-Programm für den Neubau des Hochofens 8 in Duisburg, der den Hochofen 4 ersetzt und keine wesentliche Kapazitätserweiterung bedeutet, sowie die Neuzustellung des Hochofens 9. Dies stärkt die leistungsfähige Metallurgiestufe und sichert zukunftsfähige Arbeitsplätze in den Verarbeitungsstufen an den Standorten in Nordrhein-Westfalen.

▼ ThyssenKrupp Steel investiert in den nächsten zwei Jahren 400 Millionen Euro in den Ausbau der ansässigen hochmodernen Anlagen, um die zusätzlichen Brammen aus Brasilien zu hochwertigem Qualitätsflachstahl weiterzuverarbeiten.



ThyssenKrupp im internationalen Vergleich

Im weltweiten Ranking der Stahlunternehmen nach Produktions- und Umsatzvolumen nimmt ThyssenKrupp gemessen an der Rohstahlproduktion die Position zehn ein, bei Qualitätsflachstahl Platz sieben. In der Umsatz-Rangliste steht der Konzern wegen der Konzentration auf höherwertige Produkte auf Rang fünf. Die Weltrohstahlerzeugung liegt derzeit bei 1,2 Milliarden Tonnen pro Jahr. Davon entfallen 700 Millionen Tonnen auf Langprodukte und 500 Millionen Tonnen auf Flachprodukte, wovon 250 Millionen Tonnen hochwertige Produkte sind. Ziel ist es, in diesem Marktsegment weltweit einen Marktanteil von zehn Prozent zu erreichen.

Standort Duisburg

In Duisburg erzeugt ThyssenKrupp Steel mit vier Hochöfen elf Millionen Tonnen Rohstahl, einschließlich der Hüttenwerke Krupp Mannesmann sind es knapp 14 Millionen Tonnen. Zusammen mit der Konzentration des größten Teils der Warmbandproduktion am Rhein bietet der Standort für den Transport von Rohstoffen eine optimale Logistik und kurze Wege zu den Schlüsselkunden. Duisburg ist einer der weltweit besten Standorte mit einer hervorragenden Infrastruktur und einer optimalen Anlagenkonfiguration.



▲ Erste Investitionen werden bereits umgesetzt: Zusätzlich zu den 400 Millionen Euro für den Ausbau vorhandener Anlagen realisiert ThyssenKrupp Steel zurzeit sein 340 Millionen teures Hochofenzkonzept.



Nachgefragt bei Dr. Jost A. Massenberg

„Kunden im heimischen Markt werden künftig besser versorgt“



„Für uns ist der Kernmarkt Europa von entscheidender Bedeutung. Die Lieferengpässe der vergangenen Jahre sind entstanden, weil die Kapazität durch Brammenengpässe in unseren Stahlwerken begrenzt war. Mit den Zusatzmengen aus Brasilien wird sich die Situation entspannen.“

Dr. Jost A. Massenberg

In den vergangenen Jahren konnte ThyssenKrupp Steel den Lieferwünschen seiner Kunden nicht immer in vollem Umfang folgen. Wie lösen Sie das Problem künftig?

Für uns ist der Kernmarkt Europa von entscheidender Bedeutung. Ein Umsatzanteil von 88 Prozent spricht für sich. Hier sind wir mit anspruchsvollen Produkten in einem breiten Kundenspektrum fest etabliert. Durch die Osterweiterung der EU ergeben sich zudem zusätzliche Wachstumspotenziale.

Die Lieferengpässe der vergangenen Jahre sind entstanden, weil die Brammenkapazität in unseren Stahlwerken begrenzt war. Mit den Lieferungen von Brammen aus Brasilien wird sich die Situation entspannen, und wir werden unsere Kunden im heimischen Markt besser als bisher versorgen können. Rund 2,1 Millionen Tonnen werden wir künftig zusätzlich auf unseren Anlagen zu hochwertigem Qualitätsflachstahl weiterverarbeiten können.

Und deshalb werden wir – neben unserem Normalprogramm von jährlich 500 Millionen Euro – in den nächsten Jahren weitere 400 Millionen Euro investieren, um unsere Präsenz auf dem europäischen Heimatmarkt systematisch auszubauen, und zwar mit Produkten und Dienstleistungen, bei denen wir unsere Stärken haben und nachhaltige Wettbewerbsvorteile sehen.

Sie konzentrieren sich also auf den Premiumbereich?

Das ist richtig. Die Mittel fließen in erster Linie in den Ausbau wertschöpfender Verarbeitungs- und Veredelungslinien. Mindestens drei Viertel der Zusatzmengen aus Brasilien werden in die anspruchsvollen Kundensegmente fließen. Mit der marktnahen Erweiterung der Weiterverarbeitungskapazitäten vor Ort können wir Wachstumschancen in Europa auf wettbewerbsfähiger Kostenbasis nutzen.

Wir stabilisieren die Profitabilität des Unternehmens nachhaltig, indem wir das Nachfragewachstum begleiten, verlorene Marktanteile zurückgewinnen und damit die Wettbewerbsposition in unserem Kernmarkt Europa stärken. Dabei steht die Weiterentwicklung unseres hochwertigen Produktmix im Mittelpunkt. Wir arbeiten permanent an neuen Güten und Produkten. Mit wichtigen Kunden forschen und entwickeln wir gemeinsam. Bereits heute decken wir zusammen mit unseren Tochtergesellschaften das komplette Portfolio bei Qualitätsflachstahl ab.

Stichwort Tochtergesellschaften: Wie begleiten Sie die Vorwärtsstrategie von ThyssenKrupp Steel?

Bei der Vorwärtsstrategie in Europa geht es nicht nur darum, den Ausbau der Walz- und Veredelungskapazitäten von ThyssenKrupp Steel voranzutreiben, sondern auch um Erweiterungsmaßnahmen bei den Tochtergesellschaften. Rund 30 Prozent des Absatzes werden über diesen Weg durch Weiterverarbeitung, Service und Dienstleistung mit einem Zusatznutzen für unsere Kunden versehen. Unsere Tochtergesellschaften begleiten unser übergreifendes Ziel mit eigenen Vorwärtsstrategien.

So hat Rasselstein Andernach zum größten Weißblechstandort der Welt ausgebaut, Hoesch Hohenlimburg peilt für das ertragsstarke Spezialprodukt Mittelband nach Kapazitätserweiterungen im Walzwerk neue Absatzrekorde an und ThyssenKrupp Electrical Steel ist der weltweit zweitgrößte Hersteller von kornorientiertem Elektroband. Wegen des hohen Mengendrucks werden die Erzeugungsmöglichkeiten an den beiden Standorten Gelsenkirchen und Isbergues in Nordfrankreich auf 250.000 Tonnen erweitert.

Zur Erschließung neuer Marktmöglichkeiten in Mittel- und Osteuropa sowie in Frankreich bauen wir in diesen Regionen unsere Service-Center-Aktivitäten aus. Zudem stärkt ThyssenKrupp Tailored Blanks seine technologisch und wirtschaftlich führende Position bei lasergeschweißten Platinen für die Automobilindustrie durch neue Standorte im Ausland. Ferner wird die Bauelemente-Gruppe ein kundennahes Werk für Sandwicherzeugnisse in Ungarn errichten.

Eine letzte Frage: Worin sehen Sie weiteren Handlungsbedarf, um die Kunden zufrieden zu stellen?

Ganz klar in der Optimierung unserer Lieferperformance und der Stärkung unserer Technologiekompetenz – wobei wir uns bei hochwertigen Qualitätsflachstahl-Produkten in einer Schrittmacherrolle sehen. Die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Technologiekompetenz ist wesentliche Voraussetzung dafür, dass wir unsere Zukunft mit unseren Kunden gemeinsam im Sinne einer Win-win-Beziehung gestalten können. Innovationen sind der Motor für eine nachhaltige Entwicklung. Sie schaffen die Voraussetzung für Wachstum und sichern die Arbeitsplätze von morgen.

Somit sind Zukunftsstrategien und Innovationsmanagement Elemente unserer Unternehmenspolitik, die eng miteinander verknüpft sind. Die permanente Entwicklung neuer Güten und Produkte auf den Gebieten Werkstoff- und Oberflächentechnik sowie die Vernetzung unseres Know-hows in der Anwendungstechnik durch Simultaneous Engineering sichern uns die Teilnahme an einem Premiummarkt. Das führt zu einer intensiven Kundenbindung. Der mit 63 Prozent sehr hohe Anteil von Langfristkontrakten an unserem Geschäft ist ein Indikator für Vertrauen und Glaubwürdigkeit, der für sich selbst spricht. Dadurch ist das Kurzfristgeschäft nicht von aktuellen Markttrends und -opportunitäten getrieben. Der Vorteil ist eine größere Stabilität über die Konjunkturphasen hinweg. Mit unseren Produkten und unserem Know-how sind wir national und international ein gefragter Partner. Das gilt es in den nächsten Jahren weiter auszubauen.

Produktinnovation TriBond®

Harte Schale, weicher Kern

Wenn ein Stahl für ein spezielles Produkt völlig konträre Eigenschaften in sich vereinigen soll – gleichzeitig fest und trotzdem gut verformbar –, stellte das Entwickler und Anwender bislang vor ein großes Problem. „So einen Stahl gibt es an sich nicht. Man musste ein weiches, einlagiges Material verwenden, das erst umgeformt und dann mittels Kohlenstoff gehärtet wird – ein aufwändiges und teures Verfahren, das außerdem bezüglich der erreichbaren Einhärttiefe sowie des einstellbaren Härteverlaufs schnell seine Grenzen erreicht“, erläutert Roland Wunderlich, Projektleiter Verfahrensentwicklung vom ThyssenKrupp Steel Werkstoffkompetenzzentrum (WSK).

Die Ideenschmiede von ThyssenKrupp Steel hat das Problem jetzt gelöst – TriBond® heißt die Zauberformel: Dabei

handelt es sich um ein Produkt, das aus drei Schichten unterschiedlicher Stahlgüten besteht. Die Schichten werden beim Warmwalzen untrennbar miteinander verschweißt und ergeben einen maßgeschneiderten Verbundwerkstoff.

Das neue Produkt ist wie ein Käsebrod aufgebaut: außen die beiden Schichten mit verschleißfesten Aufagewerkstoffen, innen ein duktiler Kern. „Wir haben TriBond® von der Idee über Versuchsbänder bis hin zum fertigen Verbundcoil gemeinsam mit unserem Kunden C. D. Wälzholz entwickelt“, so Dr. Jens-Ulrik Becker, Leiter Verfahrensentwicklung und Pilotfertigung im WSK. Knapp vier Jahre dauerte der Entwicklungsprozess des Bandes. „Eine mustergültige Kooperation, die beim Endkunden zu einem Produkt mit sehr guten Ergebnis-

sen für bestimmte Bauteile geführt hat.“ Gefertigt wird TriBond® wie folgt: Zunächst werden die Vormaterialien für den Aufbau eines Brammenpakets zusammengestellt: Entsprechend dem gewünschten Dickenverhältnis der Funktionsschichten besteht es beispielsweise aus einer etwas dickeren Kernbramme sowie zwei dünnen Vorbändern, die die Auflageschichten bilden. Die Kontaktflächen der Schichten müssen dabei sorgfältig gereinigt und vorbereitet sein. Dann werden die Einzellagen durch umlaufende Schweißnähte miteinander verbunden und das Brammenpaket wird warmgewalzt. Dabei verbinden sich die Lagen untrennbar miteinander. Das fertige, dreischichtige Band wird dann zu einem Coil aufgehaspelt, das entweder direkt verwendet oder über die anschließenden Schritte Kaltwalzen und Glühen

TriBond® ist ein neuer, mehrschichtiger Wambandverbundwerkstoff aus dem Hause ThyssenKrupp Steel. Er kombiniert, wie im Bild zu sehen, oben und unten eine harte und verschleißfeste Schicht mit dem mittig gelegenen, gut verformbaren Kern. Nach dem Warmwalzen verbinden sich die Schichten untrennbar und werden schließlich zum Coil aufgehaspelt. Die Innovation ermöglicht viele weitere Produktvarianten.

zu einem Endprodukt weiterverarbeitet werden kann. Hier kommt C. D. Wälzholz ins Spiel: Der Kaltwalzer formt aus TriBond® das kaltgewalzte Produkt TRIWAEL®.

„Typische Einsatzgebiete des Verbundwerkstoffs sind der Maschinenbau und die Automobilfertigung“, erklärt Dr. Horst Tamler, Bereichsleiter Technologie in der Division Industrie von ThyssenKrupp Steel. „Die Vorteile für den Kunden bei der Anwendung liegen auf der Hand: Zum einen vereinfacht er seine Weiterverarbeitungsprozesse, indem keine aufwändige Einsatzhärtung am Bauteil vorgenommen werden muss. Zusätzlich verbessern sich die Maß- und Formtoleranzen der gefertigten Bauteile und der Nachbearbeitungsaufwand verringert sich.“ Außerdem bietet TriBond®

erweiterte, flexiblere und verbesserte Produkteigenschaften wie hohe Gleichmäßigkeit und genau einstellbare Funktionsschichtdicken und sorgt schließlich für eine Erhöhung der Prozesstiefe und damit der Wertschöpfung.

„Der Phantasie sind kaum Grenzen gesetzt, wenn es um weitere Anwendungsmöglichkeiten geht“, blickt Tamler in die Zukunft. „TriBond® kann neben der bislang realisierten Eigenschaftskombination verschleißfest/duktil/verschleißfest natürlich auch andere Schichtkombinationen und Dickenverhältnisse in sich vereinigen – insoweit sehen wir den patentgeschützten Werkstoff als einen Vorreiter einer ganzen Generation anwendungsoptimierter Werkstoffsysteme.“ Nach dem Baukastensystem seien, so das Entwickler-

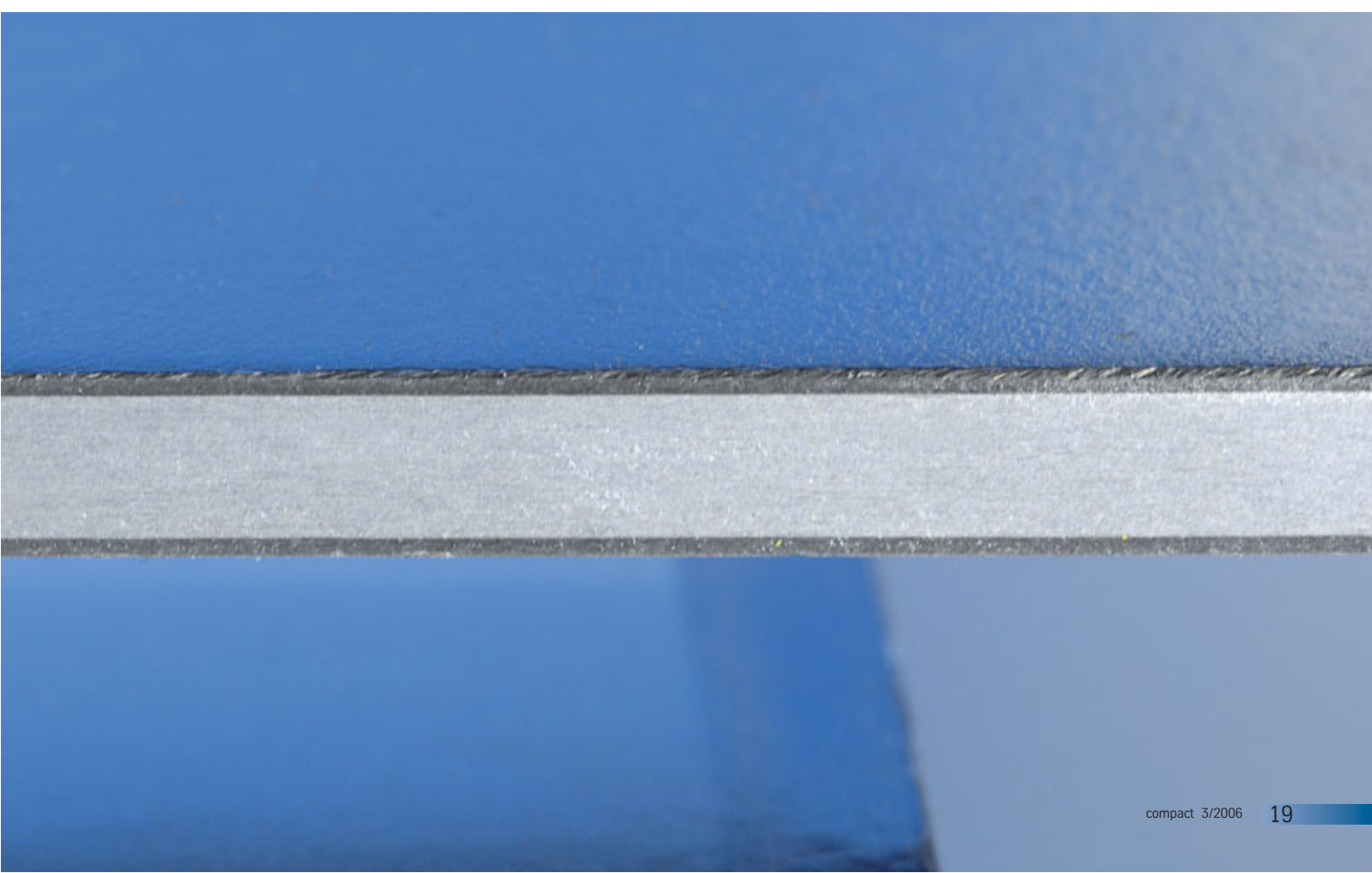
team, auch Zweilagverbunde, Vielschichtverbunde, asymmetrische Dicken und die Einbeziehung anderer Werkstoffe wie beispielsweise Edelstähle realisierbar.

Die Entwicklung des zukunftsweisenden und vielseitigen Verbundwerkstoffs hat übrigens auch die Jury des diesjährigen ThyssenKrupp Innovationswettbewerbs überzeugt – TriBond® bescherte seinen Entwicklern den dritten Platz.

Katharina Mette

www.thyssenkrupp-steel.com/industrie/
www.cdw.de

Kontakt: **Dr. Horst Tamler**, Division Industrie, Tel. 0203 52-24874, E-Mail: horst.tamler@thyssenkrupp.com



Burj Dubai – der Turm von Dubai

Neues Prestigeobjekt überragt Skyline des Business-Mekkas

Von Christiane Hoch-Baumann, Fotos: Rainer Kaysers, Corbis, Getty

Burj Dubai – eine Stadt in der Stadt

Wie hoch der Burj Dubai an der Sheik Zayed Road hinauswill, weiß im Moment keiner so genau. Geplant sind 705 Meter, die endgültige Höhe verrät der lokale Bauträger EMAAR Properties PJSC allerdings erst bei der Fertigstellung 2008. Was sich im Inneren des höchsten Turms der Welt befinden wird, steht allerdings schon fest: Wohnungen, Büro- und Geschäftsräume, Unterhaltungs- und Freizeiteinrichtungen, die größte Shopping-Mall der Welt und natürlich ein Luxushotel.

Standort: Dubai, Vereinigte Arabische Emirate
Höhe: 705 Meter (unbestätigt)
Stockwerke über der Erde: zirka 200
Baustart: 2004
Bauende: 2008
Architekt: Skidmore, Owings & Merrill

„Jeder fünfte Baukran der Welt wird derzeit in Dubai gebraucht“, verkünden stolze Fremdenführer in der Stadt am Persischen Golf. Unermüdlich wird gegraben, gebaggert und gebaut. Es ist laut und staubig in der ruhelosen Stadt.

Das idyllische Seefahrerstädtchen von einst hat sich zur aufstrebenden Metropole in einem weltoffenen, marktwirtschaftlich geprägten Land gemausert. Dubais Herrscher Scheich Mohammad versteht es, die Stadt am Rand der Wüste für ausländisches Kapital attraktiv zu gestalten. Mit gigantischen Wachstumsplänen, die weder finanzielle noch technische Grenzen kennen, zieht er die Erdöl-Milliarden aus der Golfregion und ehrgeizige Zuwanderer aus aller Welt an. Die Wirtschaft wächst seit einem Jahrzehnt im Durchschnitt um zehn Prozent jährlich, seit 2004 sogar um 15 Prozent. Dubai, einer der sieben Teilstaaten der Vereinigten Arabischen Emirate (VAE), liegt damit beim Wirtschaftswachstum an der Weltspitze und hat sich als Eldorado der Investoren entpuppt – ein Ende ist nicht in Sicht.

Im Gegenteil: Der Bauboom verlagert sich auf künstlich geschaffene Luxus-oasen vor der Küste des Stadtstaates. Drei riesige Palmeninseln und ein Abbild der Weltkarte – sie sind sogar aus dem Weltall zu sehen – entstehen im Hoheitsgewässer des Wirtschaftswunder-Emirats, jede einzelne bestückt mit Nobel-hotels, Strandvillen, Apartments, Jachthäfen, Restaurants, Freizeitparks und Einkaufszentren. Noch in Planung

befindet sich das Riesenprojekt der künstlichen „Waterfront“, eine Inselgruppe, in der, wenn es nach Scheich Mohammad geht, 2020 mehr Menschen leben als heute in Manhattan. Ein gewaltiger Kanal soll von „Waterfront“ aus die Wüstenlandschaft des kleinen Scheichtums bewässern, unter anderem auch den geplanten Vergnügungspark Dubailand, der so groß sein wird wie Disneyland in Kalifornien und Disney World in Florida zusammen.

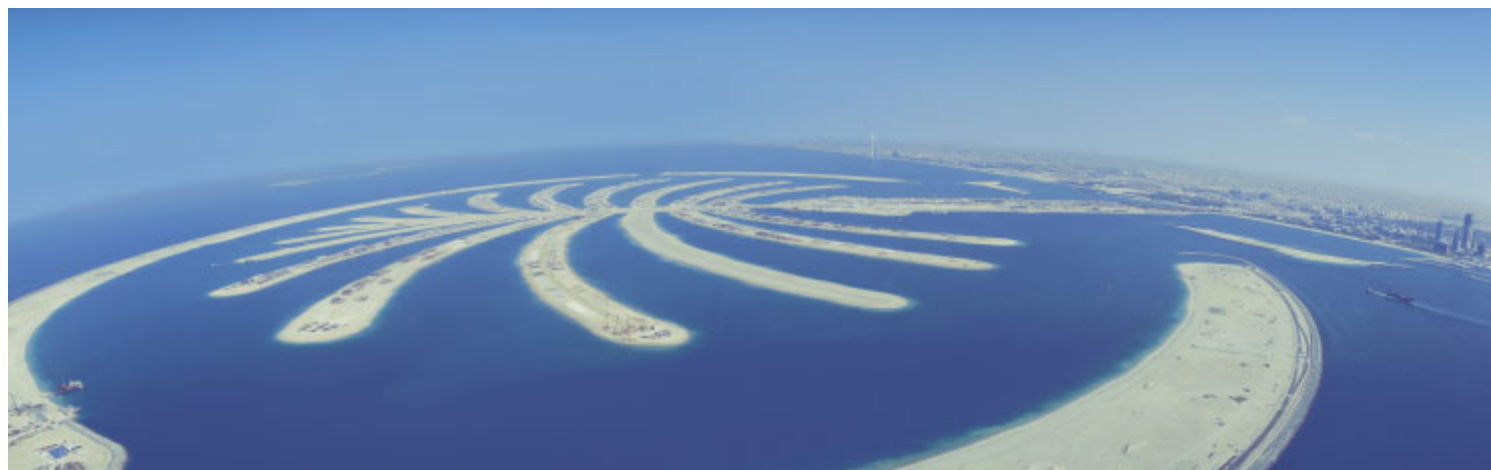
Dubai lebt nach der Devise schöner, größer, höher. Das garantiert nach den Vorstellungen der Planer auch das Global Village, von dem bisher nur Bauzäune stehen: ein Stadtteil, dessen Gebäude den Bauwundern der Welt nachempfunden sind, vom Pariser Eiffelturm bis zum indischen Tadsch Mahal. Nur mit dem Unterschied, dass die Kopien im Inneren Wohnungen und Büros beherbergen werden.

Zunächst einmal und ganz real wird Ende 2008 der Burj Dubai das Business-Mekka um einen weiteren Superlativ bereichern: Mit geplanten 705 Metern wird der Turm von Dubai der höchste Wolkenkratzer der Welt. Damit überragt er den 527 Meter hohen Sears Tower in Chicago, den 508 Meter hohen Taipei

101 im taiwanesischen Taipeh sowie die 452 Meter hohen Petronas Twin Towers im malaysischen Kuala Lumpur um Längen. Seinen unmittelbaren Nachbarn, das 321 Meter hohe Sieben-Sterne-Luxushotel Burj al-Arab in Dubai, wird der neue Himmelsstürmer am Persischen Golf locker um das Doppelte überragen.

Das 1,8-Milliarden-Dollar-Projekt passt wie kein anderes in die aufstrebende Stadt der Träume: Sein Grundriss erinnert an eine in der Region häufig vorkommende Wüstenblume mit sechs Blütenblättern. Auf rund 7.000 Quadratmetern steht der Burj Dubai an der Sheik Zayed Road auf großem Fuß. Er ist spiralförmig geformt und verjüngt sich nach oben. Der höchste Turm der Welt bietet Raum für Wohnungen, Büros und Hotels, große Grünflächen, eine Touristenstadt und – versteht sich für Dubai – das größte Einkaufszentrum der Welt. In luftiger Höhe, an der Spitze des Turms, ist eine atemberaubende Aussichtsplattform geplant.

▼ Dubais Boom kennt keine Grenzen: Künstliche Inseln entstehen vor der Küste des Business-Mekkas. Unterstrichen wird seine zunehmende Bedeutung als Wirtschafts- und Finanzmetropole des Nahen Ostens durch die Gründung mehrerer Freihandelszonen, darunter das Dubai International Financial Center und Jebel Ali am Dubaier Hafen, dem mit Abstand wichtigsten Umschlagplatz für Importe aus Europa, Ostasien und den USA in die Golfländer. Das kleine Scheichtum bietet attraktive Rahmenbedingungen, erhebt keine direkten Steuern und kennt wenig Regulierungen. Ein Unternehmen zu gründen dauert keine zwei Wochen.





◀ Lange, bewegliche Masten von Putzmeister pumpen Beton in Wände und Dächer des Burj Dubai. Dabei sind sie extremen Schwingungen ausgesetzt. Die Qualität der Bleche ist entscheidend, deswegen setzt das Unternehmen auf Grobblech der Marken N-A-XTRA® 700 und XABO® 960 von ThyssenKrupp Steel.

„Stahl ermöglicht uns Rekorde in der Hochförderung.“

Klaus Mirna, Projektleiter bei Putzmeister

Anfang 2004 wurde mit den Aushubarbeiten für das Fundament begonnen. Heute hat der Himmelsstürmer bereits eine stattliche Höhe von rund 370 Metern erreicht, das sind 100 Stockwerke über dem Erdgeschoss. Bis zu seiner endgültigen Fertigstellung wird der Bau die unvorstellbare Menge von gut 230.000 Kubikmeter Hochleistungsbeton verschlingen. Dazu wird der wichtige Baustoff über extrem leistungsfähige Pumpen durch verschleißfeste Förderleitungen in hochstabile Verteilmasten gepumpt, die ihn an Ort und Stelle bringen – das Metier der Putzmeister AG in Aichtal bei Stuttgart.

Das Unternehmen mit elf Standorten weltweit und zahlreichen Auslandsvertretungen wurde 1958 gegründet und hat sich auf die Herstellung von mobilen und stationären Betonpumpen spezialisiert. Zusammen mit dem arabischen Betonlieferanten und Pumpenbetreiber Unimix (Universal Concrete Products Ltd. Co) sorgt Putzmeister mit seinem Know-how dafür, dass beim Bau des Burj Dubai alles glattläuft. Bei Temperaturen um 50 Grad Celsius sicherlich keine leichte Aufgabe – Menschen, Maschinen und Material vollbringen auf Dubais spektakulärer Baustelle Tag für Tag Höchstleistungen.

„Der Hochleistungsbeton wird vorwiegend nachts in die geplanten 200 Stockwerke des Burj Dubai gepumpt“, erklärt Klaus Mirna, Projektleiter bei Putzmeister. „So bleibt er länger pumpbar und lässt sich besser verarbeiten.“ Mit bis zu 200 bar wird er von zwei Superhochdruckpumpen, die rund 70 Meter vom Zentrum des gigantischen Baus entfernt stehen, über weit verzweigte Förderleitungen bis in den höchsten und kleinsten Winkel des Wolkenkratzers befördert. Wie feine Adern zieht sich ein kilometerlanges Labyrinth aus schweren, fest verlegten Förderleitungen vom Trichterabgang der Betonpumpen Etage für Etage in Schwindel erregende Höhe.

„Mit diesem Projekt sind wir auf dem Weg zu einem neuen Rekord in der Hochförderung“, freut sich Mirna für sein Unternehmen, das mit seinen High Tech-Pumpen bereits andere Hürden in den Vereinigten Arabischen Emiraten genommen hat, wie beim Bau der Emirates Towers und des Burj al-Arab. „Für seinen Weg von der Pumpe bis in 600 Meter Höhe wird der Beton nur 30 Minuten benötigen. Durchschnittlich werden 35 Kubikmeter pro Stunde befördert. Pro Etage im Gebäudekern betonieren wir also 120 Quadratmeter in nur vier bis fünf Stunden – eine erstaunlich kurze Zeit.“

Am Ziel angekommen, wird der wertvolle Baustoff über lange, bewegliche Masten – sie haben eine Reichweite von 28 und 32 Metern – in Wände und

Dächer des Hochhauses gepumpt. Dabei sind die Masten extremen Schwingungen ausgesetzt. „Sie müssen leicht und sehr elastisch sein“, erklärt Produktionsleiter Jochen Ruppel von Putzmeister in Gründau, dem Unternehmensstandort, der sich auf die Produktion von Masten spezialisiert hat. „Die Qualität der eingesetzten Bleche spielt eine entscheidende Rolle.“ Deswegen setzt Putzmeister in seiner Produktion Grobblech der Marken N-A-XTRA® 700 und XABO® 960 von ThyssenKrupp Steel ein. „Das A und O unseres Produktionsprozesses ist das Schweißen“, betont Ruppel. „Auf den Nähten liegt beim Pumpvorgang die höchste Belastung, deswegen müssen sie perfekt sein. Die hochfesten vergüteten Grobbleche von ThyssenKrupp Steel verfügen über eine ausgezeichnete Schweißbeugung und weisen trotz ihrer hohen Festigkeit eine hervorragende Zähigkeit auf. Das macht sie für uns so wertvoll.“

„Die Qualität der Bleche spielt eine entscheidende Rolle.“

Jochen Ruppel, Produktionsleiter Putzmeister in Gründau

Die Putzmeister-Masten stehen im Burj Dubai frei schwebend, das heißt ohne Gegengewicht, auf meterhohen Gittertürmen. Sie bestehen aus vier oder sechs Armen unterschiedlichster Länge und

Abmessung, die über bewegliche Gelenke miteinander verbunden sind. „Per Funk steuern wir die Masten fern und führen sie samt Förderleitung und Beton zielstrebig in jede x-beliebige Position innerhalb ihres jeweiligen Arbeitsbereichs“, betont Ruppel. „Die Konstruktion ist auf einer Arbeitsbühne mit speziellen Trägern in der Wandschalung des Baus verankert. Per Hydraulik wird sie von einem Betonierabschnitt in den nächsten gehoben. Wenn sie in zwei Jahren das oberste Stockwerk des Burj Dubai erreicht haben wird und den letzten Beton verfüllt hat, wird alles wieder abgebaut und mit Kränen nach unten transportiert“, blickt er in die Zukunft. Bis dahin ist es aber noch ein langer Weg und viel Beton wird in den hungrigen Himmelsstürmer Burj Dubai fließen.

www.putzmeister.de
www.thyssenkrupp-steel.de/grobblech
www.dubai.de

► Am Putzmeister-Standort Gründau werden Masten produziert. Allein bei den mobilen Auto-betonpumpen gibt es bis zu 32 verschiedene Varianten plus vier unterschiedliche Stationärmasten, wie sie in Dubai im Einsatz sind. In Handarbeit werden Stahlbleche zu Armen verschweißt, die durch Gelenke miteinander verbunden werden. Auf Schweißnaht und Gelenk wirken beim Pumpen von Beton große Kräfte, deswegen muss der Stahl – das Unternehmen bezieht Grobblech von ThyssenKrupp Steel – von bester Qualität sein.



▼ Masten und Know-how bietet Putzmeister auf der gesamten Welt an. Die Gruppe hat eine Exportquote von über 80 Prozent. Rund 2.775 Mitarbeiter weltweit erwirtschafteten im vergangenen Jahr einen Umsatz von 730,5 Millionen Euro.



Mehrwert für die Kunden: Stahl mit fertiger Oberfläche

Profit Center Color setzt farbige Akzente



Eine umfassende Übersicht zum Leistungsprogramm des Profit Centers Color von ThyssenKrupp Steel finden Sie in den neuen Werbeschriften „Stahl mit fertiger Oberfläche – Mehrwert für unsere Kunden“. Diese Broschüren können Sie bestellen bei: Monika Davis
Telefon: 0203 52-41011
E-Mail: monika.davis@thyssenkrupp.com

Bei hochwertigen Produkten setzt der Colorbereich von ThyssenKrupp Steel mit seinen organisch beschichteten Feinblechen farbige Akzente in einer Reihe von unterschiedlichen Anwendungsgebieten: Beispielsweise werden die Feinblechprodukte in der Bauindustrie, bei Hausgeräten, im Fahrzeugbau, in der Heizungs- und Klimatechnik, bei Teletronics und Möbeln eingesetzt. Diese Vielfalt resultiert aus dem breiten Spektrum hervorragender Werkstoffeigenschaften: Bandbeschichtete Produkte sind sehr gut umformbar, äußerst resistent beispielsweise gegen UV-Licht und Korrosion, und sie bieten mannigfaltige Oberflächen – von verschiedenen Farben bis hin zu Metallic-Anmutungen. „Als einer der führenden Hersteller von organisch beschichteten Feinblechen stellen wir unseren Kunden Produkte zur Verfügung, die auch wirtschaftlich

überzeugen“, so Reinhard Täger, Leiter des Profit Centers Color. „In zahlreichen Branchen lassen sich durch den Einsatz von ‚Stahl mit fertiger Oberfläche‘ deutliche Kostenvorteile erzielen – unter anderem, weil die aufwändige Stückbeschichtung entfällt.“

Die Zeit bleibt nicht stehen. Die Produktwelt entwickelt sich stetig weiter und wird immer differenzierter, die Grenzen zwischen Lack- und Folienbeschichtung werden fließender und die Anforderungen an den Werkstoff Stahl steigen. Gefragt sind heute Vormaterialien, deren Eigenschaften exakt auf die jeweilige Nutzung abgestimmt sind – und das will ThyssenKrupp Steel künftig auch stärker nach außen sichtbar machen. Das Unternehmen hat sich daher dazu entschlossen, bandbeschichtete Feinbleche ausschließlich unter der Marke PLADUR®

anzubieten. Ergänzende Sub-Brands, also Unterteilungen dieser Marke, geben dann Hinweise auf die spezielle Verwendbarkeit und erleichtern den Kunden die Auswahl des jeweiligen Werkstoffs. Eine neue Broschürenlinie begleitet die Außendarstellung des Profit Centers Color und verdeutlicht den Mehrwert der vorhandenen Werkstoffpotenziale für die unterschiedlichsten Anwendungen.

Weitere Pluspunkte für die Kunden bringt auch eine organisatorische Änderung innerhalb des Stahlunternehmens: Seit Einführung der Teamorganisation betreuen im Profit Center Color nun vier Vertriebsteams jeweils einen festen Kundenstamm. Das Prinzip „one face to the customer“, also eine schlanke und auf Kundenbedürfnisse ausgerichtete Struktur mit schnellen Entscheidungsprozessen von Mensch zu Mensch,



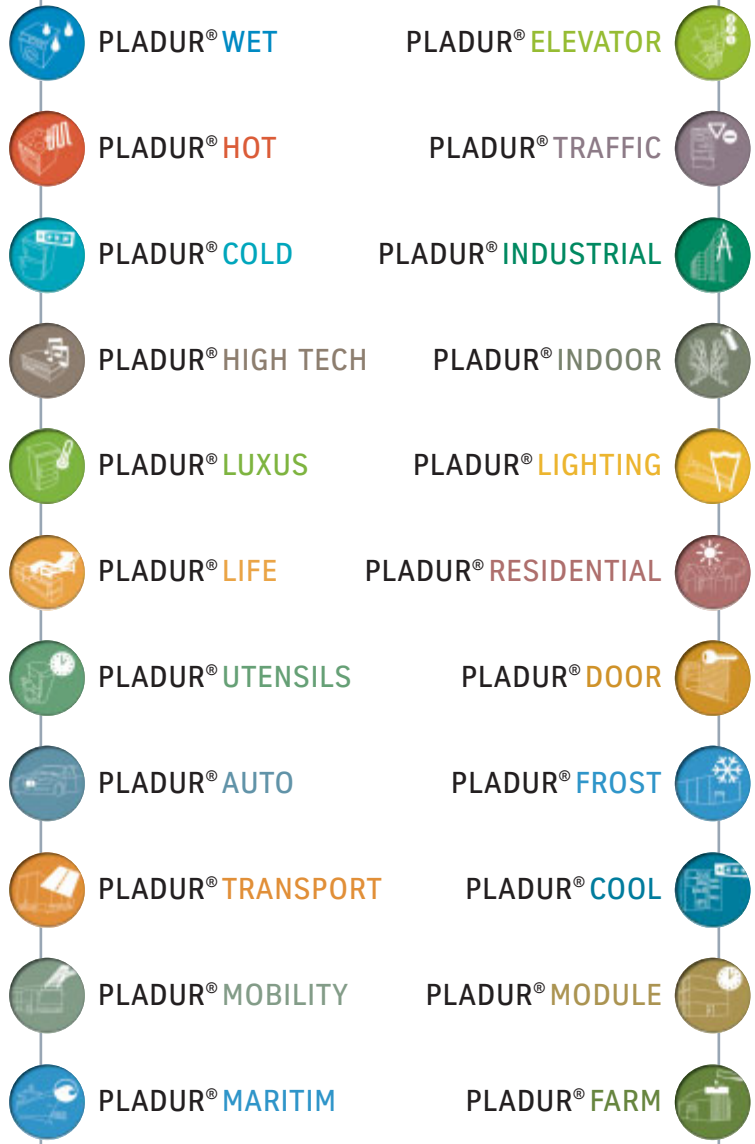
▲ Nur einige wenige Beispiele für die Anwendungsmöglichkeiten, die bandbeschichtete Feinbleche von ThyssenKrupp Steel heute bieten. Innovations- und Entwicklungsteams arbeiten gemeinsam mit Kunden an weiteren zukunftsweisenden Produkten und Systemlösungen.

nutzt den Kunden. Zusätzlich zu den Vertriebsteams steht auch das Team Markt und Innovation für die schnelle Beantwortung von Fragen zur Verfügung. Seine Aufgaben sind, Markt- und Kundentrends aufzuspüren, Kundenwünsche zu erkennen und individuelle Produktinnovationen zu entwickeln. Spezielle Projektteams im Profit Center Color arbeiten darüber hinaus gemeinsam mit anderen Forschungs- und Entwicklungsbereichen innerhalb des ThyssenKrupp Konzerns zusammen, um zukunftsweisende Produkte und Systemlösungen, fortschrittliche Werkstoffkonzepte sowie neuartige Beschichtungs- und Verarbeitungstechnologien für neue Anwendungen anbieten zu können.

red.


www.thyssenkrupp-steel.com/color

So sieht sie aus, die neue Markenstrategie des Profit Centers Color. ThyssenKrupp Steel bietet jetzt bandbeschichtete Feinbleche unter der Marke PLADUR® an. Ergänzende Sub-Brands, also Unterteilungen dieser Marke, geben Hinweise auf die spezielle Verwendbarkeit und erleichtern dem Kunden die Auswahl des für seine Anwendung geeigneten Werkstoffs.



Funktion und Design aus dem Schwabenland

Premium-Möbelbauer Rolf Benz vertraut auf Stahl

A photograph of a modern dining room. In the foreground, a white upholstered chair with a unique, curved backrest and a silver metal base is shown. In the background, a dark wooden dining table is set with a white cup and saucer on a purple placemat. Another white chair is visible behind the table. The floor is dark and reflective.

Der Architekt Sir Norman Foster ist weltberühmt geworden durch Bauwerke, die mit ihrer Funktionalität Maßstäbe setzen. In der Möbelindustrie verfolgt die schwäbische Firma Rolf Benz denselben Ansatz. Sessel, Stühle und Tische aus Nagold bei Stuttgart sehen nicht nur gut aus, sie sind ganz wesentlich auch Funktionsmöbel. Man kann sie verändern, den individuellen Bedürfnissen und Situationen anpassen. Aus Sofas werden Liegen, Fernsehsessel, Spielwiesen. Und wie Sir Norman in der Architektur spielt Rolf Benz in der Möbelbranche ganz oben mit.



„Wir versuchen, den Trend zu bestimmen“, erklärt Gunter Dürr, für den Einkauf zuständiger Direktor in Nagold. Dunkelblau, Aubergine und Schokobraun sind bei Rolf Benz die kommenden Farben. Dazwischen auch mal ein dunkler Fliederton. Beim Rundgang durch den riesigen Showroom dominieren diese kühlen, sachlichen Töne neben Naturfarben und hin und wieder einem grellen Rot oder Hellgrün. Die Menschen kommen von weit her, um Probe zu sitzen und die Bezugstoffe zu studieren. Aus rund 200 farbigen Ledern und weiteren 400 Stoffen können sie wählen. Aber am Ende entscheidet sich mehr als die Hälfte für eine Farbe. „Die Kunden nehmen jede Farbe, solange sie schwarz ist“, sagt Dürr. Wundern kann ihn das nicht. Schwarz passt in fast jede Wohnumgebung, und wer ein paar tausend Euro für eine hochwertige Sitzgarnitur ausgibt, will nicht schon nach zwei, drei Jahren aus der Mode sein.

Das Design ist bei Rolf Benz aber nur die eine Seite der Erfolgsmedaille. Die andere Seite ist die Funktion. Ein

Liegesessel muss beispielsweise stufenlos in jede beliebige Stellung gebracht werden können, ein Sofasitzkissen in jede Richtung schwenkbar sein, ein Stuhl der Bequemlichkeit halber möglichst frei schwingen. Dafür braucht der Möbelbauer Stahlskelette. „Diese Anforderungen an Stabilität und Festigkeit sind unlösbar mit anderen Werkstoffen. Das geht nur mit Stahl“, sagt Einkaufschef Dürr.

Ein Beispiel: der Rolf Benz 7800, ein neuer frei schwingender, gepolsterter Stuhl, der in schwarzem Leder im Profil an das Zeichen des „Zorro“ erinnert. Bis zu 150 Kilogramm Gewicht kann der filigran wirkende Produktneuling tragen. „Dieser Stuhl muss extreme statische Belastungen aushalten, aber er darf andererseits auch nicht zu schwer sein, sonst kann man ihn nicht verrücken“, erläutert Einkaufschef Dürr. Stahlkunden wie Rolf Benz sind daher an der Entwicklung immer leichter Stähle interessiert, die man aber auch noch bezahlen können muss; Entwicklungen, an denen ThyssenKrupp Steel bereits arbeitet. Der Duisburger Stahlkonzern liefert schon

▲ Der lange Weg vom Entwurf bis zum fertigen Designerstuhl auf einen Blick: Rolf-Benz-Einkaufsmanager Horst Flaig (links) und ThyssenKrupp Steel-Mann Dr. Peter Biele begutachten das ausgeschäumte Stahlskelett des neuen Verkaufsschlagers „7800“.

heute den Werkstoff für das High Tech-Innenleben der Rolf-Benz-Sitze. „Rolf Benz und ThyssenKrupp Steel haben etwas gemeinsam: Sie besetzen beide Spitzenpositionen in ihrer jeweiligen Branche“, freut sich Dr. Peter Biele, technischer Kundenberater für Industriekunden bei ThyssenKrupp Steel in Duisburg.

Metalle, allen voran Stahl, haben bei Rolf Benz erst vor rund zehn Jahren Einzug gehalten. Seither verdrängen sie den traditionellen Werkstoff Holz Stück für Stück. „Ich kenne heute kein Produkt mehr, das nicht irgendein Metallteil im Innern hätte“, sagt Dürr und lacht: „Früher waren wir hier alle Holzwürmer.“ Die Umstellung war daher für Konstrukteure und Handwerker gleichermaßen schwierig. Aber sie war auch alternativlos, wollte man den modernen Anforderungen an die Funktion gerecht werden. Mit Holz stößt man in Sachen Beweglichkeit schnell an die Grenzen. Aber auch Aluminium eignet sich nicht als Substitut für Stahl. Es ist zwar viel leichter, aber dafür ist es auch unverhältnismäßig teuer und kann obendrein nicht die nötige Festigkeit garantieren. „Einen Stuhl wie den 7800 kann man mit keinem anderen Werkstoff außer Stahl realisieren“, ist Dürr überzeugt.

Die Funktionalität von Möbelstücken hatte schon für den Firmengründer Rolf Benz in den 60er Jahren Priorität. Der

Designer hatte erkannt, dass Sitzmöbel genauso zweckmäßig sein müssen wie Schränke oder Regalsysteme. Die Folge waren Wohnlandschaften, bei denen die einzelnen Sitzelemente vielfach miteinander kombinierbar waren. Die so genannten Anreihenelemente reklamiert man bei Rolf Benz heute als Erfindung des Hauses.

Im Laufe der Jahrzehnte hat Rolf Benz das Produktspektrum kräftig erweitert. Zu den Sesseln und Sofas gesellten sich erst Tische und Stühle, später Designleuchten. Seit ein paar Jahren werden auch Sideboards, Geschirrschränke und Vitrinen, so genannte Solitärarmöbel, angeboten.

Heute gehört die Rolf Benz AG & Co KG zur Möbelgruppe Hüls. Gefertigt wird in zwei Betrieben unweit der Hauptverwaltung in Nagold. Im Durchschnitt werden pro Tag 641 Sitzeinheiten hergestellt. Zuletzt kam die Firma 2005 mit rund 550 Mitarbeitern auf einen Umsatz von 85 Millionen Euro.

Über 80 Möbelprogramme werden derzeit aufgelegt. Jedes Programm wiederum besteht aus einer Vielzahl einzelner Modelle in unterschiedlichen Größen. Pro Jahr kommen sechs bis zehn neue Programme hinzu. Dem Publikum stellen die Sitz-Spezialisten ihre Neuigkeiten auf den großen internationalen Möbelmessen vor, etwa in Mailand oder Köln.

Zusätzlich veranstaltet Rolf Benz jedes Frühjahr und jeden Herbst eine Hausmesse. Verkauft wird die Edelmarke aber ausschließlich über den Fachhandel. Rolf Benz liefert an Kunden in 54 Ländern. „Das meiste Geschäft machen wir aber mit dem benachbarten Ausland, vor allem mit der Schweiz, Österreich und den Benelux-Ländern“, sagt Dürr.

Mitten in einem Komplex moderner Konstruktions- und Demonstrationshallen steht noch immer das alte, solide Gebäude, in dem Rolf Benz mit seinen Ideen den Grundstein für eine nunmehr seit mehr als 40 Jahren andauernde Erfolgsgeschichte legte. In einer Ecke der Eingangshalle steht eine Sitzgruppe. Sie sieht modern und zweckmäßig aus: verchromte Armlehnen und Sesselgestelle, klare Formen, Glastisch mit Chromrändern. Das Modell „addiform“. Rolf Benz hatte es 1964 entworfen. Es wurde sein erster Verkaufsschlager.

Bärbel Brockmann

www.rolf-benz.de

www.thyssenkrupp-steel.de/industrie

▼ Ein Freischwinger zeigt Bein: Stahl garantiert im Möbelbau nicht nur Stabilität und Bequemlichkeit. Er lässt sich als Kontrast zu Stoffen und Leder auch gut in Szene setzen.



NewsFlash

EuroBLECH 2006

Über 1.400 Aussteller aus 40 Ländern, mehr als je zuvor, präsentierten im Herbst auf der größten europäischen Technologiemesse für Blechbearbeitung in Hannover alles rund um die Herstellung und Bearbeitung von Blechen. Dabei gab es zahlreiche Messeneuheiten und Spitzentechnologie zu sehen – auch von ThyssenKrupp Steel. Rund 65.000 Fachbesucher zeigten sich von der Produktvielfalt und Stahlkompetenz des Duisburger Unternehmens beeindruckt, das zusammen mit anderen Gesellschaften des Konzerns mit einem Messestand vertreten war. Die Botschaft: ThyssenKrupp Steel hat sich vom reinen Werkstofflieferanten zum Systemanbieter entwickelt. Besondere Stärke: Innovationsfreudigkeit und Kundennähe. Die nächste EuroBLECH findet Ende Oktober 2008 statt.

www.euro-blech.de

Weltweit modernstes Prozesslabor

ThyssenKrupp Steel besitzt das modernste automatisierte Prozesslabor der Welt: Im High Tech-Labor des Oxygenstahlwerks 2 werden pro Tag rund 500 Proben aus dem Produktionsfluss – von der Roheisenentschweifung bis hin zum Strangguss – analysiert. Die Proben werden blitzschnell von einem der fünf Hochleistungsspektrometer mittels Funkemissionen und Röntgenstrahlen auf ihre genaue Zusammensetzung kontrolliert. Von der Probenentnahme bis zur Ermittlung der Daten dauert die Analyse nur unglaubliche drei Minuten.

ThyssenKrupp Steel Extrapolationsmethode

Die ThyssenKrupp Steel Division Auto hat ein neues Rechenmodell entwickelt, mit dem sich der Prüfaufwand beim Ermitteln von Werkstoffkennwerten im Bereich Blechumformung deutlich verringern lässt. Gleichzeitig bietet die Methode wesentlich realistischere und zuverlässigere Daten als bislang gebräuchliche Formeln ohne die Verwendung von Zusatzexperimenten. Das Modell soll Automobilherstellern und -zulieferern als Softwarebaustein für die Materialdatenaufbereitung ihrer Umform-Simulationsprogramme zur Verfügung gestellt werden. Zunächst gibt es ihn für alle kaltgewalzten Produkte von ThyssenKrupp Steel, später wird er auch für Warmband weiterentwickelt.

UnionOcel eröffnet Lager in Tschechien

UnionOcel s.r.o., die tschechische Tochtergesellschaft der Union Stahl Holding GmbH, an der auch ThyssenKrupp Steel beteiligt ist, hat Mitte September im tschechischen Kopřivnice ein neues Zentrallager mit Bearbeitungsbetrieb für die mittel- und osteuropäischen Grobblech-Märkte eröffnet. Das knapp 10.000 Quadratmeter große Hallenlager bietet Platz für bis zu 30.000 Tonnen warmgewalztes Grobblech. Nächstes Jahr kommen ein Verwaltungsgebäude sowie eine separate Halle dazu, in der Laseranlagen und mechanische Bearbeitung untergebracht sind. UnionOcel ist mit Abstand Marktführer für hochwertige Grobbleche in Mittel- und Osteuropa.

www.unionocel.cz

Analytisches Messzentrum bündelt Kompetenz

Das analytische Messzentrum von ThyssenKrupp Steel vereinigt – nicht nur räumlich, sondern auch organisatorisch – die Bereiche Metallografie, Metallkunde und Oberflächenanalytik und bietet Forschungsteams innerhalb des Unternehmens Unterstützung bei der Entwicklung innovativer Stahlsorten. Die durchgeführten Beschreibungen und Messungen schaffen Voraussetzungen für optimierte Materialien und Prozesse, die gewonnenen Erkenntnisse fließen direkt in die Konzeption von Werkstoffen und Verfahren ein.

Neue Entkohlungsline bei Electrical Steel

Im Gelsenkirchener Werk von ThyssenKrupp Electrical Steel wurde der Grundstein für eine neue Entkohlungsline gelegt und damit die Produktion von qualitativ hochwertigen Elektrobandgütern mit niedrigem Kohlenstoffgehalt und guten magnetischen Eigenschaften erweitert. Die Anlage soll bereits zum Jahreswechsel ihren Probebetrieb aufnehmen. Die Erweiterungsinvestition in Höhe von mehr als zehn Millionen Euro ist Teil der Vorwärtstrategie des Unternehmens, die im vergangenen Geschäftsjahr eingeleitet wurde.

www.tkes.com

Thermodach für Südafrika

ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme liefert für ein neues Werk des Spanplattenherstellers PG Bison Ltd. 80.000 Quadratmeter Thermodach-Bauelemente mit Triplex-Fuge nach Ugje, Südafrika. Mit den Elementen werden die Dächer eines mehrteiligen Hallenkomplexes gebaut. Bison Ltd. hat sich für Thermodach-Bauelemente entschieden, weil sie mit der Triplex-Fuge über ein innovatives Dichtungskonzept verfügen, das unter anderem besonders guten Schutz gegen Kondenswasser bietet.

www.tks-bau.de

Service Center und die Nutzfahrzeugindustrie

Das ThyssenKrupp Stahl-Service-Center versorgt Nutzfahrzeug- und Anhängerhersteller sowie ihre Zulieferer mit Material unter anderem für Achs- und Rahmenkonstruktionen, Fahrerinnen, Ladecontainer und weitere Press-, Stanz- und Ziehteile. Der stärksten Nachfrage erfreuen sich warmgewalzte Flachstahlerzeugnisse. Die Kunden interessieren sich zunehmend auch für hoch- und höherfeste Stahlsorten.

www.thyssenkrupp-stahl-service-center.de

Rhenus Logistics baut mit DAVEX®

ThyssenKrupp DAVEX hat 52.000 Meter Leichtbauprofile für das neue Logistikzentrum der Rhenus Logistics auf dem Duisburger Logport-Gelände geliefert. Die Profile dienen als horizontale Träger in einem Hochregallager mit Platz für 34.000 Europaletten. Die DAVEX®-Doppel-T-Profile aus dünnem Stahlblech eignen sich besonders für Anwendungen im Regal- und Trockenbau sowie im tragenden Stahlleichtbau. Bei gleicher Tragfähigkeit kommen sie mit deutlich weniger Vormaterial als herkömmliche Produkte aus und sind deshalb preiswerter.

www.davex.de



PSA vertraut stärker auf ThyssenKrupp Steel

Neue Stahlsorten für Peugeot und Citroën

Seit Ende November wird auf der Dortmunder Westfalenhütte wieder französisch gesprochen. In der Feuerverzinkungsanlage gibt es hochrangigen Besuch vom Großkunden PSA Peugeot Citroën. Die technischen Experten kommen aus der PSA-Forschungsabteilung in Poissy bei Paris und wollen beim Beginn des Zulassungsverfahrens für weitere Stahlsorten für ihr Unternehmen dabei sein.

„Bravo, lassen Sie in Ihren Anstrengungen nicht nach.“

Thierry Marchal,
Qualitätssicherung PSA Sochaux

Für PSA steht fest: Bei der Belieferung mit dem Basiswerkstoff Stahl kommt es für einen Autokonzern darauf an, die Risiken möglichst breit zu streuen. Also muss der hochwertige Stahl bei mehreren Herstellern eingekauft werden. 16 Stahlsorten bezieht PSA bereits von der Dortmunder Feuerverzinkungsanlage von ThyssenKrupp Steel, zwei neue sollen hinzukommen. Ein Jahr wird es dauern, bis der Zulassungsprozess abgeschlossen und das erste Coil, der Erstmusterring, abgeliefert wird. Danach können die neuen Güten für PSA in Serie gehen. In der Zukunft sollen dann weitere Zulassungen folgen.

Es kommt nicht von ungefähr, dass PSA bei der Diversifizierung seines Einkaufs-portfolios auf ThyssenKrupp Steel setzt. „Die Beziehungen sind in den vergangenen Jahren immer enger und besser geworden“, meint Daniela Bolocan,

Leiterin des Key-Account-Teams PSA. Für beide Seiten ist die Zulassung neuer Stahlsorten eine klassische Win-Win-Situation: PSA wird unabhängiger und ThyssenKrupp Steel kann den Absatz erhöhen und sein Produktportfolio mit diesem Kunden erweitern.

PSA bezieht von ThyssenKrupp Steel pro Jahr 300.000 Tonnen feuerverzinkte Bleche. Die Hälfte davon kommt aus Dortmund. Geliefert wird vor allem in die Werke nach Rennes und Sochaux in Frankreich sowie in das neue Werk Trnava in der Slowakei. „Eine besonders enge Bindung haben wir zu Sochaux“, sagt Bolocan. Seit Jahren gibt es einen regen Austausch von Mitarbeitern, Dortmunder Fachleute werden in Frankreich geschult. Sie informieren sich vor Ort über die Bedürfnisse des Kunden und verfolgen den gesamten Produktionsprozess. Die häufigen Kontakte helfen, sich gegenseitig besser zu verstehen. Das zahlt sich aus. Bei der letzten Jahresbeurteilung durch PSA Sochaux gab es viel Lob. „Bravo Ihnen allen und lassen Sie in Ihren Anstrengungen nicht nach“, konstatierte Thierry Marchal, Chef der dortigen Qualitätssicherung.

Im wahrsten Sinne des Wortes verstehen will Gernot Nothacker seine französischen Kollegen. Seit Anfang 2006 lernt der Fachkoordinator für die Produktion in der Feuerverzinkungsanlage 8 zusammen mit einem Kollegen die fremde Sprache. Nothacker ist Qualitäts-pate für die Peugeot-Modelle und damit erster Ansprechpartner in Qualitätsfragen. Inzwischen kann er sich schon recht gut verständigen. „Unsere Sprachbemühungen sind sehr positiv aufgenommen worden. Die Atmosphäre im Gespräch hat sich deutlich verbessert“, meint Nothacker. Über das Atmosphärische hinaus spürt er auch ganz praktische Vorteile. Oft könne man

Detailschwierigkeiten besser verstehen, wenn man keinen Dolmetscher brauche.

„Obwohl wir ja Nachbarn sind, sind die Mentalitäten bei Deutschen und Franzosen doch sehr unterschiedlich. Aber wenn man intensiv zusammenarbeitet, kann man am Ende des Tages die Erfolge sehen“, meint der Dortmunder Werksdirektor Rudolf Schönenberg. Die Franzosen haben gespürt, dass ihre Bedürfnisse ernst genommen werden. „Der regelmäßige Austausch hat zur Beseitigung von vermeidbaren Fehlern geführt“, ist er überzeugt. Inzwischen bezieht die PSA-Führung ihren Dortmunder Lieferanten auch bei bevorstehenden Modellwechseln mit ein, und man erarbeitet gemeinsam Materiallösungen.

„Die Zulassung neuer Stahlsorten ist eine klassische Win-win-Situation.“

Daniela Bolocan,
Leiterin des Key-Account-Teams PSA

Für ThyssenKrupp Steel ist PSA der zweitgrößte Abnehmer feuerverzinkter Bleche. Geliefert wird für einen Großteil der Modellpalette, darunter auch für die Nobelkarosse Citroën C6. In der voll-automatischen Feuerverzinkungsanlage 8 steht eine Karosse des Peugeot 407. ThyssenKrupp Steel hat sie vor zwei Jahren gekauft. „Die Mitarbeiter haben den Kunden so stets vor Augen“, erklärt Werksdirektor Schönenberg.

Bärbel Brockmann

www.psa-peugeot-citroen.com
www.thyssenkrupp-steel.de/auto

◀ Dem Kunden ganz nah: In der Dortmunder Feuerverzinkungsanlage von ThyssenKrupp Steel führt die Karosse des Peugeot 407 allen Mitarbeitern stets vor Augen, für wen sie arbeiten.

Norwegische Pflüge
revolutionieren
die Landwirtschaft

Kverneland produziert mit Qualitätsstahl aus Deutschland

▲ Die Kverneland Group mit Sitz in Norwegen blickt auf eine mehr als 125-jährige Firmentradition zurück. Sie hat sich spezialisiert auf die Herstellung von Landmaschinen, insbesondere Pflügen. Mittlerweile ist das Unternehmen mit 2.300 Mitarbeitern in 45 Ländern weltweit mit seinen Produkten präsent. Allein am norwegischen Traditionsstandort Klepp erwirtschaften rund 400 Mitarbeiter einen jährlichen Umsatz von rund 575 Millionen norwegischen Kronen (NOK), das sind etwa 70 Millionen Euro.

„Der wichtigste Wettbewerbsvorteil unserer Pflüge sind ihre hervorragende Stahlqualität und Materialtechnologie“, betont Kverneland-Laborleiter Arnold Furre. „In ThyssenKrupp Steel haben wir nunmehr seit über 30 Jahren unseren perfekten Lieferanten und Systempartner gefunden.“

Furchen, Scharen und Körper der Pflüge, die bei Kverneland in Norwegen produziert werden, bestehen aus Stahl. Rund 20.000 bis 30.000 Tonnen des Werkstoffs verarbeitet das traditionsreiche Unternehmen bei Stavanger jährlich. Der Stahl ist maßgeschneidert und exakt auf die Bodenbeschaffungen seines späteren Einsatzortes ausgerichtet. Ob steiniges und sehr hartes Erdreich in Norwegen oder weicher, lehmiger Boden in Südeuropa, jeder Landwirt bekommt von Kverneland seinen individuellen Pflug. Das Flaggschiff des Unternehmens ist ein 14-furchiger Aufsattelvoll-drehpflug, der in ein und derselben Furche das zu bearbeitende Feld rauf- und wieder runterfährt und so überaus

effektiv, umweltfreundlich und zeitsparend den Boden beackert. Angehängt an einen großen Schlepper mit 450 bis 500 PS wird er in modernen Großbetrieben eingesetzt. Aber auch für den mittelständischen Landwirt hat die Kverneland-Gruppe etwas im Sortiment, zum Beispiel den einfachen fünf-furchigen Pflug. Zwischen 12.000 und 60.000 Euro kostet so eine High Tech-Maschine, die Transportkosten noch nicht mitgerechnet.

„Die Haltbarkeit unserer Landmaschinen ist das Wichtigste“, erklärt Einkaufschef Odd Geir Aarre. „Je nach Beanspruchung können die Pflüge Generationen überdauern. Dabei spielt vor allem die

Qualität unseres Vormaterials eine entscheidende Rolle.“ So müssen die einzelnen Furchen und Scharen eines Pfluges fest und zäh zugleich sein. Ein Paradox? Keinesfalls. „Unsere Spezialität sind Stahlbauteile, die an den Stellen, wo sie sich in den Erdboden wühlen, extrem hart und widerstandsfähig sind. Dasselbe Bauteil ist dort, wo es mit Schrauben am Körper des Pfluges fixiert ist oder sich mit anderen Bauteilen verbindet, überaus flexibel und zäh, damit es unter der enormen Beanspruchung nicht zu Rissen kommt.“

„Seit Anfang der 70er Jahre beziehen wir hauptsächlich extrem harte, borlegierte Vergütungsstähle von ThyssenKrupp Steel“, beschreibt Aarre den Tribut an die neuen Herausforderungen und extremen Anforderungen der weltweiten Landwirtschaft. Das Vormaterial wird nach altbewährter Firmenrezeptur gehärtet und für den Einsatz im Pflug vorbereitet. Dabei bekommt jedes einzelne Bauteil eine individuelle Sonderbehandlung. Welche? „Das bleibt unser gut gehütetes Firmengeheimnis“, schmunzelt er.

▼ Ob steinig oder lehmig, hart, weich oder sandig: Kverneland produziert Pflüge für jedes Erdreich rund um den Globus. Es gibt 35 verschiedene Grundmodelle, aus denen bis zu 20.500 unterschiedliche Varianten hergestellt werden können, Neuentwicklungen kommen stetig hinzu.

Kein Geheimnis ist es, dass sich die zuständigen Fach- und Forschungsabteilungen von Kverneland und ThyssenKrupp Steel regelmäßig zweimal pro Jahr treffen. „Dann denken wir über Werkstoffoptimierungen nach, diskutieren über unser Material und seine Verschleiß Eigenschaften“, sagt der bei ThyssenKrupp Steel zuständige technische Verkäufer Axel Grafen. „Nicht zuletzt aus diesem Grund sind Reklamationen für uns ein Fremdwort“, betont Furre, der in seinen zwei Labors täglich neue Stahlsorten unter die Lupe nimmt und Komponenten sowie ganze Pflugkonstruktionen prüft. „In Gesprächen suchen wir nach praxisorientierten und flexiblen Lösungen, das ist für uns von unschätzbarem Wert.“ Er erinnert sich: „Vor gut drei Jahren hatten wir Probleme im Bereich der Schraublöcher eines großen Bauteils. Sie sind quasi über Nacht gerissen und das Material ist schließlich gebrochen. Sofort haben wir Axel Grafen angerufen, der uns unmittelbar mit dem Werkstoffkompetenzzentrum von ThyssenKrupp Steel zusammenbrachte. Einige Proben und wenige Wochen später war offensichtlich, wo die Fehlerursache lag, und wir konnten sie schnell und unkompliziert beheben.“

Aarre ist von der engen Zusammenarbeit mit ThyssenKrupp Steel überzeugt: „Um weiterhin zur Spitzenklasse der



▲ Zweimal im Jahr treffen sich (v. l.) Kverneland-Laborleiter Arnold Furre und Einkaufschef Odd Geir Aarre sowie Axel Grafen, technischer Verkäufer bei ThyssenKrupp Steel. Dann wird wie hier über die Qualität des Vormaterials, die Verarbeitung und Verschleißverbesserungen diskutiert – für beide Parteien eine fruchtbare Gesprächsrunde.

Landmaschinenhersteller zu zählen, müssen wir unentwegt über Verbesserungen und Neuheiten nachdenken. ThyssenKrupp Steel versorgt uns seit je mit innovativen Ideen, vernünftigen Lösungen und wichtigen theoretischen Berechnungen. Zusammen mit unserer Kompetenz im Landmaschinenbau sind das große Vorteile, die unsere Position als weltweit führender Hersteller von Landmaschinen auch künftig sichern werden.“

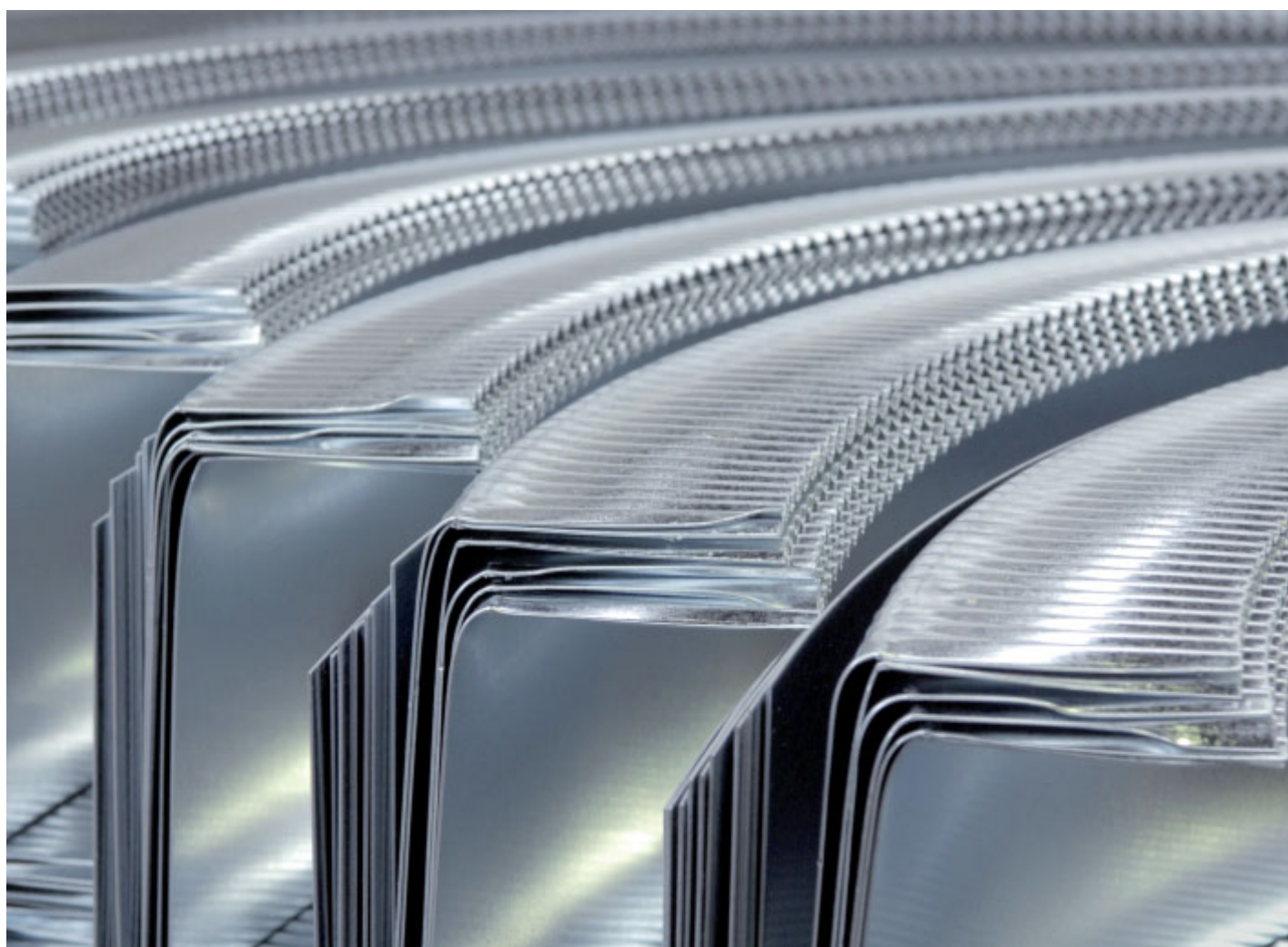
Christiane Hoch-Baumann

www.kvernelandgroup.com
www.thyssenkrupp-steel.com/industrie



Feinblechwerk Rasselstein: Ausfall gibt's nicht mehr

Neue Kundengruppen für Blechverpackungen



▲ Geschnitten, gestapelt, maßgeschneidert: Coil-Außenwinkel aus beidseitig veredeltem Stahlblech. Es gibt sie in einem Durchmesser von 700 bis 2.200 Millimetern und in einer Dicke von 0,70 bis 0,85 Millimetern.

Seit Jahren gilt Outsourcing als Mantra moderner Unternehmensführung. Alles, was nicht zum reinen Kerngeschäft gehört, wird außer Haus gegeben. Viele haben damit gute Erfahrungen gemacht, einige haben sich aber auch ein blaues Auge geholt. Outsourcing bietet nämlich keine Erfolgsgarantie. Das hat man im Neuwieder Feinblechwerk Rasselstein der ThyssenKrupp Steel AG früh erkannt.

Neben dem Hauptprodukt elektrolytisch verzinkte Feinbleche für die Autoindustrie produziert der Standort am Mittelrhein Verpackungen aus Stahl. Das in der Betriebsabteilung Neurapack gebündelte Geschäft ist mit der Zeit immer größer geworden. „Wir haben mit den Verpackungen erfolgreich eine neue Ertragsquelle aufgebaut“, erklärt Matthias Janz, Leiter der Produktion in Neuwied. Die Verpackungen werden aus Stahlblechen hergestellt, die bei der Produktion nicht zu hundert Prozent den hohen Qualitätsansprüchen der Autobauer genügen. Diese häufig mit dem bloßen Auge gar nicht sichtbaren Materialmängel tauchen meist zu Beginn oder am Ende des Walzprozesses auf.

Mit der Verwertung von Ausfallmaterial hat man in Neuwied schon in den 60er Jahren begonnen, damals allerdings nur in geringem Umfang. „Seit Mitte der 90er Jahre sind wir größer geworden. Jetzt wollen wir einen breiten Markt erschließen“, sagt Burghard David, Leiter des Service Teams Technik. Pro Jahr werden allein 3,4 Millionen Kantenschutz-Winkel hergestellt. Die Produktpalette ist indes viel größer. Dazu gehören Innen- und Außenkragen für Blech-Coils verschiedener Größe, Einwegwinkel, Coil-Innenhülsen und Stirnbleche. Besonders ausgeklügelt ist der Kantenschutz mit einer kleinen Ausbuchtung am 90-Grad-Winkel. Diese Sicken verhindern bei der Verpackung von Blechen oder anderen Tafeln, dass die oberen oder unteren Teile des Packguts geknickt und damit beschädigt werden.

Bislang werden nur Stahlprodukte mit dem Kantenschutz aus Neuwied verpackt und ausschließlich an konzern-eigene Firmen im In- und Ausland geliefert. Beides soll sich ändern. „Unsere Produkte sind für jede Art von Gütern geeignet, die auf Paletten verpackt werden“, sagt Janz. Damit erweitert sich der potenzielle Kundenkreis enorm. Ins Blickfeld rücken beispielsweise ganze Branchen, wie die Papierindustrie. Zu den ersten externen Kunden gehört der italienische Verpackungsspezialist Italpack.

Geliefert wird just in time. In der weitläufigen Lagerhalle in Neuwied tragen

die Stapel an Winkeln, Ronden und Seitenteilen große Schilder. „Jakarta 210 256“ oder „Saudi-Arabien 556 239“ steht darauf, Zielort und Auftragsnummer. „Wir liefern dann, wenn der Kunde das Material braucht“, sagt David. In der Regel wird die Hausspedition beauftragt. „In dringenden Fällen lassen wir uns aber immer etwas einfallen, damit der Kunde nicht auf dem Trockenen sitzt“, versichert er.

Angesichts der geplanten Ausweitung des Geschäfts wird bei Neurapack auch wieder investiert. Zuletzt wurde eine neue Innenkragenmaschine in Betrieb genommen. Eine neue Winkelprofiliermaschine ist bestellt und wird Mitte nächsten Jahres die Produktion aufnehmen. Die Mitarbeiter von Neurapack richten sich schon auf zusätzliche Schichten ein. „Wir wissen, dass demnächst mehrere Großaufträge kommen und wir dann einen Zahn zulegen müssen“, sagt Wolfgang Göller, der seit 31 Jahren im Unternehmen arbeitet. „Aber das sichert ja auch unsere Arbeitsplätze“, fügt er hinzu. 34 Männer arbeiten bei Neurapack im Zwei-Schicht-Betrieb. Wenn es auftragsmäßig eng wird, werden sie eine dritte Schicht einlegen müssen.

Bärbel Brockmann



▲ Der Clou ist die Sicke. Mit der Ausbuchtung im Kantenschutz werden Beschädigungen an den oberen beziehungsweise unteren Tafeln im Paket vermieden.

▼ Richtig verpackt, kommt kein Kratzer an das Coil. Neurapack-Kundenberater Jürgen Schroll (links), Matthias Janz (Mitte) und Burghard David (rechts) an einem durch Innen- und Außenwinkel sowie eine seitliche Feinblechrolle vollständig geschützten Coil.



Besuchen Sie uns in München
auf der **BAU 2007**
vom 15. bis 20. Januar 2007
in Halle B3, Stand 109

Agenda

BAU 2007

**17. Internationale Fachmesse für Baustoffe, Bausysteme und Bauerneuerung
15. bis 20. Januar 2007, München**

Die BAU in München ist Leitmesse der europäischen Baustoffbranche. Mit rund 2.000 Ausstellern und 200.000 Besuchern ist sie Plattform für internationale Geschäftsbeziehungen. Auf einem Gemeinschaftsstand nutzen ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme, Hoesch Bausysteme (Wien), ems Isoliertechnik sowie ThyssenKrupp Nirosta und ThyssenKrupp DAVEX den Messeplatz, um Innovationen vorzustellen und die Marketingstrategie der Bauelement-Gruppe zu erläutern. Am 18. Januar lädt ThyssenKrupp Steel zum Kundenevent.

Swissbau

23. bis 27. Januar 2007, Basel

ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme präsentiert sich zusammen mit seinem Schweizer Vertriebspartner Panel Systems auf der größten Schweizer Baumesse Swissbau in Basel. Panel Systems vertreibt für ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme seit über zehn Jahren die gesamte Produktpalette für den Hochbau in der Schweiz und gilt als kompetenter Partner für Architekten, Bauingenieure, Bauherren und Planer bei Fragen zum Einsatz von Dach- und Fassadenelementen aus Stahl.

SFT Architektur Congress und Messe Systeme – Fassaden – Trends

14. bis 16. März 2007, Münster

ThyssenKrupp Steel zeigt zusammen mit der ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme-Gruppe und

ThyssenKrupp DAVEX innovative Highlights für den gewerblichen Hochbau auf der SFT in Münster. Der Kongress vereint namhafte Architekten aus der gesamten Welt. Symposien bieten Diskussionsstoff zum Thema innovative Fassadengestaltung aus unterschiedlichsten Systemen und Werkstoffen.

R+T Asia

**International Trade Fair for Roller Shutters, Doors/Gates Systems and Sun Protection
2. bis 4. April 2007, Schanghai**

Zurzeit gibt es nichts, was in China nicht boomt – so auch der Markt für Rollläden und Tore. ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme folgt dem Trend und präsentiert sich mit Rollläden auf der R+T Messe in Schanghai.

Mosbuild

**13. Internationale Ausstellung für Baustoffe und Bauausrüstung
3. bis 6. April 2007, Moskau**

Mosbuild ist die größte und bedeutungsvollste Baumesse in Russland. Im Rahmen der osteuropäischen Vorwärtsstrategie von ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme ist die Teilnahme ein Muss, um im russischen Markt Fuß zu fassen. Gezeigt wird das gesamte Produktportfolio der Bausysteme-Gruppe.

Auto Shanghai

**12. International Automobile & Manufacturing Technology Exhibition
22. bis 28. April 2007, Schanghai**

ThyssenKrupp Steel stellt zusammen mit ThyssenKrupp Technologies in Schanghai Produkte der in China operativen Unternehmen für die Belieferung der Automobilindustrie aus. Ziel: Bekanntheitsgrad erhöhen und Image festigen.

Dabei wird begleitend zum Leitmotiv der Ausstellung „Technology and Nature in Harmony“ die Botschaft transportiert: „Wir fertigen in China so umweltfreundlich wie in Deutschland.“

BAUMA 2007

**28. Internationale Fachmesse für Baumaschinen, Baustoffmaschinen, Bergbaumaschinen, Baufahrzeuge und Baugeräte
23. bis 29. April 2007, München**

Mit rund 3.000 Ausstellern aus 48 Staaten ist die BAUMA weltweit die größte Messe ihrer Art. Rund ein Viertel aller Besucher stammt aus dem Ausland. ThyssenKrupp Steel ist mit dem Profit Center Grobblech vertreten und präsentiert seine Sonderbaustähle XAR® und die vergüteten N-A-XTRA® und XABO®. Abgerundet wird die Präsentation mit einer Kundenveranstaltung am 26. April.

CWIEME 2007

**Coil Winding, Insulation & Electrical Manufacturing Exhibition Conference
22. bis 24. Mai 2007, Berlin**

Die Europäische Union ist der weltgrößte Markt für Elektrogeräte, -vorrichtungen und -anwendungen. Die Elektroindustrie ist nahezu so groß wie die nordamerikanische und japanische zusammen. Die weltgrößte Messe dieser Branche ist die CWIEME in Berlin. ThyssenKrupp Steel und ThyssenKrupp Electrical Steel sind mit Produkten aus korn- und nicht kornorientiertem Elektroband der Marke PowerCore® dabei.

Kontakt: **Dr. Jens Jordan**, Vorstandsbereich/Marketing, Tel. 0203 52-45560, E-Mail: jens.jordan@thyssenkrupp.com

Wir denken Stahl weiter

ThyssenKrupp Steel



compact

3/2006

Das Kundenmagazin von ThyssenKrupp Steel

www.thyssenkrupp-steel.com

ThyssenKrupp Steel goes global

Unternehmen investiert in internationales Wachstum



Bau 2007
Stahl kommt
groß raus



Peugeot/Citroën
Vertrauen in
neue Stahlsorten

Wir denken Stahl weiter

ThyssenKrupp Steel

