

Albrecht Zwick GmbH / Zwick Edelstahl GmbH

Edelstahl und Information

Was haben die Quadriga auf dem Brandenburger Tor, die Fassade der Allianz in Hamburg und die Skelette von Bussen gemeinsam? Ganz einfach: Sie enthalten Edelstahlrohre, die von der Albrecht Zwick GmbH produziert wurden. Das Familienunternehmen in Hagen, das 1919 als Fertigungsfabrik gegründet wurde, ist mittlerweile ein moderner Händler für Konstruktionsrohre, Flachstahl, Winkel und Blankstahl. Natürlich werden auch weiterhin Spezialitäten produziert. Die Grundlage für den Erfolg: umfassende Information.

Hagen im Mai 2006: Achim Zwick ist in seinem Element: „Bei Inco sorgen die Übernahmeangebote für Unruhe, der drohende Streik konnte jedoch abgewendet werden. Der iranische Präsident schreibt plötzlich einen Brief an George Bush. Und die Banken empfehlen massiv, in Rohstofffonds zu investieren“, sprudelt es aus ihm heraus. Was das mit der Zwick Edelstahl GmbH in Hagen zu tun hat? „Diese wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen haben direkten Einfluss auf den Nickelpreis – und damit auf meine Einkaufsstrategie“, erklärt der Geschäftsführer des Unternehmens. Der abgesagte Streik bei Inco werde kurzfristig die Nickelnotierungen unter Druck bringen. Der achtwöchige Produktionsstopp von Inco in Indonesien wirke ausgleichend. Der Brief des iranischen Präsidenten hatte unmittelbare Preissenkungen zur Folge, die prompt ablehnende Antwort aus den USA brachte wieder steigende Preise mit sich. Und dass die Banken zurzeit in großem Stil in Rohstofffonds investieren, trägt auch dazu bei, den Nickelpreis auf seinem hohen Niveau zu halten.

Gruß von Iacocca

„30 Prozent meiner Arbeitszeit investiere ich darin, auf dem neuesten Informationsstand zu bleiben“, sagt Zwick. Gemäß dem Leitsatz von Lee Iacocca: „Ein guter Manager entscheidet, wenn er 75 Prozent der relevanten Informationen hat; bei 50 Prozent ist er ein Spieler, bei 90 Prozent ein Nachzügler. Die Kunst liegt darin, den richtigen Zeitpunkt zu erkennen.“

Diesen Informationsaufwand betreibt Zwick nicht nur für das eigene Unternehmen, sondern auch zum Wohle der Kunden. „Auf Wunsch beraten meine Mitarbeiter und ich unsere

Kunden auf Basis unseres jeweils aktuellen Wissensstandes“, erklärt Zwick. „Wir verkaufen Edelstahl mit Hintergrundwissen“ (siehe Kasten).

Neue Hallen

Das Ergebnis seiner Einkaufsstrategie kann Zwick im neuen Lager präsentieren. „Als der Nickelpreis im Januar entgegen der Erwartung stieg, habe ich meine Lagerdeckungsreichweite deutlich erhöht“, sagt er. Eine richtige Entscheidung: Die gegenwärtig starke Nachfrage kann er problemlos bedienen, obwohl die Hersteller monatelange Lieferzeiten haben.

Die Voraussetzung für einen effektiven Lagerbestand bietet ein neuer Hallenkomplex, der nur wenige hundert Meter vom Hauptsitz des Unternehmens entfernt eingerichtet wurde. Auf einem 48.000 Quadratmeter großen Areal hat Zwick zwei Hallen erworben und von Grund auf renoviert. Dank moderner Laufkräne unter dem Hallendach und abgesenkter Ladebuchten können die Transport-Lkw problemlos von einem einzigen Mitarbeiter beladen werden. „Anderswo werden hierfür drei Leute eingesetzt. Auf lange Sicht eine immense Kostenersparnis“, erklärt Zwick.

Das „Who is Who“ der Branche

Bei einem Gang durch das Lager begegnet dem Besucher das „Who is Who“ der Edelstahlbranche – auf Kundenseite wie auf Lieferantenseite. Was ist das Geheimnis des Erfolgs? Zwick lacht. „Ich bezeichne mich gerne als McDonald's der Edelstahlbranche: Keiner will dort gewesen sein, aber es ist immer rappendvoll.“ Und der wahre Grund? Der liegt in einer ausgewogenen Mischung aus Massengeschäft und Fachwissen. Die starken



Preisschwankungen im Edelstahlbereich beispielsweise seien ihm bereits seit der Kindheit vertraut; das bringe es mit sich, wenn der Vater und Großvater ein Familienunternehmen leiteten. Aufgrund dieser Preisschwankungen müsse die eigene Einkaufspolitik immer auf die künftigen Marktgegebenheiten abgestimmt sein, es dürfe nie zuviel oder zuwenig Material gelagert werden. Das erfordere umfangreiches Wissen über die Besonderheiten der Edelstahlbranche. Gleichzeitig müsse er mit der Mentalität eines Massenhändlers vorgehen. „Ich kaufe bei den Herstellern große Mengen ein, wodurch ich gute Preise erhalte und günstig weiterverkaufen kann“, erläutert er. Kombiniert mit einer hohen Umschlaggeschwindigkeit, sieht er darin die Basis für einen erfolgreichen Handel.

Das Hauptsortiment lässt sich grob in vier Kategorien einordnen: Rundrohre geschliffen und ungeschliffen sowie Vierkantrohre geschliffen und ungeschliffen – in allen gängigen Abmessungen. „Wir sind Marktführer in der europäischen Busindustrie“, berichtet Zwick. Das Skelett eines Busses bestehe aus etwa 120 Metern Vierkant-Edelstahlrohren – meistens aus dem Hause Zwick. Zudem liefert das Unternehmen Blankstahl und Flachstahl. Neu im Angebot sind Winkel.

Wandel zu Handel und Produktion

Wie hat sich der Fertigungsbetrieb zum Händler gewandelt? Das Unternehmen wurde 1919 von August Zwick als Rohr- und Fittingsfabrik gegründet. Nach dem Zweiten Weltkrieg entstand daraus die Albrecht Zwick GmbH. „Im Laufe der neunziger Jahre jedoch sind wir als Hersteller von TIG geschweißten Rohren unter Druck geraten. „Die neu entstandenen Kapazitäten von hochfrequenzgeschweißten Rohren machten die Massenproduktion von TIG-geschweißten Rohren unwirtschaftlich“, blickt Zwick zurück. „Wir haben daher Kooperationen mit HF-Rohrherstellern gesucht und gefunden.“, erinnert sich Zwick. „Dieser Weg war nicht immer einfach, da wir Wettbewerber zu Lieferanten wandeln mussten.“

Perspektive: Wachstum

Der Erfolg gibt Zwicks Geschäftsstrategie Recht: Das diesjährige Handelsvolumen dürfte bei 30.000 Tonnen Edelstahl liegen, der Umsatz bei 70 Millionen Euro. Wie sind die Perspektiven für das Unternehmen? „Ich verfolge das Projekt 50-50: Wenn ich 50 bin, möchte ich 50.000 Tonnen Edelstahl umschlagen“, lacht Zwick. „Im Ernst: Wir müssen wachsen, und zwar überproportional zum Markt. Nur dann können wir auf Dauer bestehen“, ist er überzeugt. Um dieses Ziel zu erreichen, ist es unerlässlich, täglich auf dem neuesten Stand zu bleiben...

IMPRESSUM

Herausgeber

KCI Publishing B.V.
NL - Zutphen

KCI GmbH

Boschstr. 16 · D-47533 Kleve
Tel.: +49 2821 – 89 44 100
Fax: +49 2821 – 89 44 109
www.edelstahl-aktuell.net

Editorial Director

Sjef Roymans MA
s.roymans@kci-world.com

Publishing Director

Donald D. F. Wiedemeyer
d.wiedemeyer@kci-world.com

Informationen / Werbung

Nicole Nagel
Tel.: +31 575 585 281
n.nagel@kci-world.com

Marcus Rohrbacher

Tel.: +49 2821 / 89 44 103
m.rohrbacher@kci-world.com

Robert à Campo

Tel.: +31 575 585 275
r.a.campo@kci-world.com

Abonnementservice

Erica Riethorst
Tel.: +31 575 585 271
e.riethorst@kci-world.com

Redaktion

Mediamixx
Frank
Wöbbeking



Christine
Veestra

Tel.: +49
2821 / 980 480
frank@mediamixx.net

Redaktion International

Sarah Thompson
Tel.: +31 575 585 277
s.thompson@kci-world.com

Design & Layout

Günni Hendricks,
Art-Studio Hendricks, Kleve
art-hendricks@t-online.de

Satz

Claire Smeets/Reintjes, Kleve

Druck

Thieme Media Center
NL - Nijmegen

KCI Publishing B.V.

Jacob Damsingel 17
NL-7201 AN Zutphen
Tel. +31 575 – 585 270
Fax: +31 575 – 511 099
www.kci-world.net

Fotos

Andritz, Böhler-Uddeholm, BP, Butting, Elbenwald GmbH, Frank Wöbbeking, Gaggenau, Informationsstelle Edelstahl Rostfrei, KCI, Kunstschmiede Schneider, Linde, Martina Helzel, Pilz GmbH, Rüdiger Dehnen, Sandvik, Schloss Triestewitz, Schmolz + Bickenbach, Severstal, Stahl-Zentrum, Thormählen+Peuckert, ThyssenKrupp, Wall AG, Zwick GmbH

Cartoon Ruben van Dooren

Der Herausgeber und die Redaktion haben bei der Erstellung dieser Zeitung äußerste Sorgfalt walten lassen. Dennoch können der Herausgeber und die Autoren keinesfalls die Korrektheit oder Vollständigkeit aller Informationen garantieren. Deshalb übernehmen der Herausgeber und die Autoren keinerlei Haftung für Schäden infolge von Handlungen oder Entscheidungen, die auf Informationen aus dieser Ausgabe beruhen. Lesern dieser Ausgabe wird deshalb ausdrücklich empfohlen, sich nicht ausschließlich auf diese Informationen zu verlassen, sondern auch ihr professionelles Know-how und ihre Erfahrung einzubeziehen sowie die zu nutzenden Informationen zu überprüfen. KCI Publishing kann auch nicht die Korrektheit von Informationen garantieren, die von Unternehmen, Organisationen und Behörden erteilt werden. Der Herausgeber behält sich das Recht vor, Absätze zu kombinieren, zu verändern oder zu löschen.

Der Herausgeber behält sich das Recht vor, (Teile von) Artikel(n) weiterzuverwerten und auf unterschiedliche Weise zu verbreiten. Alle Rechte vorbehalten. Die Inhalte unterliegen dem Urheberrecht und den Gesetzen zum Schutz geistigen Eigentums sowie den entsprechenden internationalen Abkommen. Sie dürfen ohne die schriftliche Genehmigung des Herausgebers weder für private noch für Handelszwecke kopiert, verändert, ausgedruckt oder in anderen Medien – welcher Art auch immer – verwendet werden.



Daten und Fakten

Name des Unternehmens:
Zwick Edelstahl GmbH
Gegründet: 1919
Firmensitz: Hagen
Geschäftsführer: Achim Zwick
Mitarbeiter: 36
Lagerkapazität: 15.000 t
Umsatzerwartung 2006: 70 Millionen Euro

Adressdaten:

Bandstahlstraße 27
58093 Hagen
Tel. +49 2331 - 35945-0
Fax. +49 2331 - 35945-50
E-Mail: info@zwick-edelstahl.de
Internet: www.zwick-edelstahl.de

LZ-Prognose

Wie entwickeln sich die Legierungszuschläge? Dafür hat Achim Zwick eine Prognosemethode entwickelt. „Die Annahmen basieren auf dem jeweiligen Ist-Zustand, sind aber für die nahe Zukunft sehr genau“, erklärt er. Persönlich aktualisiert er die Prognose täglich, im Internet können die Kunden immer wieder ein Update sehen. Es gibt sogar einen eigenen Zugang für Premium-Kunden, die sich mittels Passwort einloggen können. Auf Messen präsentiert er seine aktuellen Prognosen auf einem großen Plasmabildschirm, wie hier auf der tube 2006.
www.zwick-edelstahl.de

Frank Wöbbeking