

Zhejiang Jiuli Hi-Tech Metals Co., Ltd

## „Qualität Made in China“

**In den nächsten Jahren möchte das Unternehmen Zhejiang Jiuli Hi-Tech Metals Co., Ltd (früher: Zhejiang Jiuli Stainless Steel Pipe Co., Ltd) auf dem internationalen Edelstahlmarkt präsenter sein. Dafür plant Jiuli die Einrichtung von Niederlassungen in Europa und den USA. Der Hersteller von Edelstahlrohren hat seinen Hauptsitz und den größten Teil der Produktionseinrichtungen in Zhenxi Town, Huzhou City, 150 Kilometer von Shanghai entfernt. Mit den geplanten Standorten in Europa und Nordamerika ist das Unternehmen darum bemüht, neue Kunden zu gewinnen - und den Service für die bereits vorhandenen Kunden noch weiter zu optimieren.**

Ein wichtiger Meilenstein für Jiuli war die Investition in die „Hot extrusion mill“. Vor fast drei Jahren wurde bereits Tag und Nacht an der Fertigstellung der 35MN Pressanlage gearbeitet. Die Gesamtinvestition betrug damals umgerechnet 50 Millionen US-Dollar. Die jährliche Kapazität sollte 20.000 Tonnen Edelstahlrohre betragen. Die Installation hat sich für Jiuli ausgezahlt: „Unsere hot extrusion press arbeitet reibungslos, und deswegen können wir sagen, dass sich der Produktionsablauf von Jiuli enorm verbessert hat“, berichtet Zhou Zhijiang, Gründer und Präsident von Jiuli, „Wir haben jetzt eine bedeutend größere Kapazität, um schwierige und hochwertige Güten zu produzieren. Jiuli will sich mehr auf Duplex, Superduplex und Nickellegierungen konzentrieren. In der Vergangenheit war China vom Import abhängig. Aber jetzt sind wir selber Produzenten. Und vielleicht können wir sogar diese Art von Qualität selber exportieren, da wir mehr produzieren. Der Ertrag aus den Verkäufen ist im Vergleich zu 2006 um 57 Prozent gestiegen“, sagt Zhou.



### Neue Herausforderungen

Eine Herausforderung ist die Beschaffung von Rohstoffen. Für ein weltweites Problem sorgt dabei der hohe Nickelpreis. Wie geht Jiuli mit dieser Situation um, wenn das Unternehmen gleichzeitig seine Produktion steigern will? Zhou: „Wir haben zwei verschiedene Arten von Vormaterial: einmal für Spulen, Platten, Bleche und für geschweißte Materialien. Zudem brauchen wir runde Stäbe für nahtlose Produkte. Noch vor drei Jahren wurden 70 Prozent der Vormaterialien für Stäbe importiert. Heute ist das anders. Jetzt kaufen wir 70 Prozent der Rohmaterialien von einheimischen Herstellern und 30 Prozent werden importiert.“ Das Vormaterial für Stäbe bezieht Jiuli von Baosteel, Tisco sowie von europäischen und amerikanischen



Herstellern, auf dem einheimischen Markt von ShanghaiKrupp, Baoxin, Pohang und Tisco. Laut Zhou hätte in China in den vergangenen drei Jahren das Schmelzen, Schneiden und Walzen dominiert. Indem aber die Stahl- und Eisenfirmen wie Baosteel, Tisco und Pohang ihre Kapazitäten modernisiert hätten, sei auch die Qualität der Produkte gestiegen. Seitdem kaufe Jiuli auch von ihnen Vormaterial. „Wir vergleichen immer den einheimischen mit dem internationalen Markt. Wenn internationale Hersteller einen guten Preis anbieten und gute Lieferbedingungen haben, kaufen wir von ihnen. Materialien für Spezialstähle beziehen wir überwiegend auf dem internationalen

Markt. Wir werden auch weiterhin internationale Lieferanten haben, solange die Qualität und der Preis stimmen.“

Nach der Investition in den Jiuli Stainless Steel Industrial Park (JSSIP) und der darauf folgenden Investition in das Presswerk hat Jiuli das Ende der sprichwörtlichen Fahnenstange noch nicht erreicht. Im August 2006 hat es mit der Installation einer neuen Anlage für kaltbearbeiteten nahtlosen Stahl für Rohre begonnen. Die jährliche Kapazität soll 28.000 Tonnen betragen. Voraussichtlich wird die Anlage im September oder Oktober 2008 betriebsbereit sein.

Was ist für ihn die größte Herausforderung in den nächsten fünf Jahren? „In China werden die Geschäfte in den nächsten Jahren gut laufen. Nach 20 Jahren des Aufbaus wächst China noch immer sehr schnell und ist noch nicht am Ziel angekommen. Viele Experten sagen, dass der chinesische Energiemarkt noch erheblich wachsen wird. Es wird demnach eine starke Entwicklung in den Branchen Energie, Petrochemie und Wasser erwartet. Dieses Wachstum wird auch die Nachfrage nach Edelstahl und Rohren steigen lassen.“ Mit dem Blick auf den internationalen Markt meint Zhou, dass Indien ein großer Absatzmarkt für Jiuli geworden sei. Seit zwei Jahren verkaufe das Unternehmen sehr viel in dieses Land. Aber auch der russische und der indonesische Markt boomen.

Die Herausforderung liegt für Zhou im Wettbewerb. „Baosteel und Tisco haben angekündigt, dass sie mit der Installation einer 6.000 Tonnen Hot extrusion mill in den Markt für Rohre einsteigen werden. Und ihre Kapazitäten werden nicht klein sein. Wir werden uns sehr starker Konkurrenz stellen müssen“, prognostiziert er. Denn auch kleinere Werke und Hersteller von Rohren versuchen, ihre Kapazitäten zu erweitern, gleichzeitig würden sie aber auch niedrige Preise anbieten. Eine Konsolidierungsphase sei in diesem Marktsegment zu erwarten, die aber bis jetzt noch nicht eingesetzt habe.

Zhou fürchtet den wachsenden Wettbewerb nicht. Im Gegenteil: Er habe das Managementteam ermutigt, künftigen Entwicklungen immer einen Schritt voraus zu sein - auf einen Markt, der das Team immer wieder herausfordert. Exemplarisch für den unternehmerischen und dynamischen Geist, den dieses ehrgeizige und junge chinesische Konzern verkörpert.

Wie in früheren Berichten - beispielsweise in der Stainless Steel World - nachzulesen ist, hat Jiuli insoweit alles geliefert, was es auch versprochen hatte. Darüber hinaus befindet sich das Unternehmen auf dem richtigen Weg, seine Mission in die Tat umzusetzen: Den Begriff „Made in China“ zu einem Synonym zu machen, das sowohl für höchste Qualität als auch für traditionell günstige Preise steht. „Wenn unser Unternehmen ab April 2008 erst einmal an der Börse ist, werden wir mehr finanzielle Ressourcen für fortlaufende Investitionen haben. Unterstützt von der Entschlossenheit unserer Arbeiter und Angestellten, werden wir ohne jeglichen Zweifel unser Ziel erreichen. Und das ist klar definiert: einer der Hauptakteure auf dem globalen Edelstahlmarkt zu werden.“

Maya George und Sjef Roymans

### IMPRESSUM

#### Herausgeber

KCI GmbH  
Tiergartenstr. 64  
D-47533 Kleve  
Tel. + 49 2821 711 45 0  
Fax + 49 2821 711 45 69  
www.edelstahl-aktuell.de

#### Redaktionsleitung

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

#### V.i.S.d.P.

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

#### Redaktion

Frank Wöbbeking  
Maya George  
Marcus Rohrbacher  
Tel. 02821 711 56 16/17  
frank.woebeking@mediamixx.net  
maya.george@mediamixx.net

#### Redaktion International

John Butterfield  
j.butterfield@kci-world.com

#### Korrespondent USA

Joe Machney

#### Korrespondent China

Xin Zheng

#### Informationen/Anzeigen

Marcus Rohrbacher  
Tel. + 49 2821 711 45 49  
m.rohrbacher@kci-world.com

#### Nicole Nagel

Tel. +49 2821 711 45 44  
n.nagel@kci-world.com

#### Robert à Campo

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

#### Abonnementsservice

Marita Heickmann  
Tel. +49 2821 711 45 40  
m.heickmann@kci-world.com

#### Erica Riethorst

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

Abonnements verlängern sich nach zwölf Monaten automatisch.

#### Design & Layout

Günni Hendricks  
Arts Studio Hendricks Kleve

#### Satz

Claire Smeets/Reintjes, Kleve

#### Druck

Thieme Mediacenter, Nijmegen

#### Fotos:

ArcelorMittal, AtomicAquatics, Baosteel, Behnisch Architekten, Böhler Edelstahl, Breitenfeld Edelstahl, Cobb Grill, Estaro, Handelskammer Hamburg, Jiuli, Karkoska, Klarmann Edelstahlverarbeitung GmbH, Klöckner & Co., Michel Herbelin, Philippi Design/CORdatum, Siemens, Stahl-Informationszentrum, Stahl Krebs, Steeldesign, ThyssenKrupp Stainless, ThyssenKrupp Titanium, VDMA, Vip Secure Yacht, voestalpine, Warenzeichenverband Edelstahl Rosfrei, Westfalia, Wintershall

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.



Darum hat Jiuli auch mittlerweile seinen Namen geändert. Die frühere Zhejiang Jiuli Stainless Steel Pipe Co., Ltd wurde in Zhejiang Jiuli Hi-Tech Metals Co., Ltd umgewandelt. Der Grund ist logisch: Mit der Erweiterung der Produktionsbandbreite wurde dementsprechend auch der Name angepasst. Zhou: „Wir haben unsere Firma verändert. Wir sind jetzt professioneller - auch bei schwierigen Materialgüten. Und wir werden in Zukunft mehr in R&D investieren.“

Besonders viel Wert legt das Unternehmen auf Qualität. Um eine konstante Produktqualität zu garantieren, hat Jiuli in moderne Technologie, Ausrüstung und Know-how investiert. So wurden ein Qualitätsmanagementsystem gemäß der ISO 9001-2000 eingeführt und ein gut ausgestattetes Labor für Tests eingerichtet. Jiuli ist qualifizierter Hersteller durch DNV, GL, BV, ABS, CCS, und PED 97/ 23/ EC und ISO 14001.

### Im Focus: Deutschland

Seit 1999 agiert Jiuli auf dem globalen Markt. Zu den Kunden zählen Unternehmen wie BASF, Bayer, Alstom, um nur einige Beispiele zu nennen. Die Exportrate nach Europa beträgt fünf Prozent. Für Jiuli bietet der deutsche Markt ein enormes Potenzial. „Ja, der europäische und amerikanische Markt sind sehr wichtig für uns, neben unserem traditionell asiatischem Markt“, betont Zhou. „In diesem Halbjahr haben wir unseren Export bereits verdoppelt. 2007 wird der Export rund 55 Millionen US-Dollar betragen. In diesem Jahr beträgt die Exportrate 25 bis 27 Prozent. Für 2008 erwarten wir, dass der Export um bis zu 30 Prozent steigen wird“, lässt er verlauten. Außerdem plane Jiuli Niederlassungen in Europa und den USA zu gründen. Konkrete Pläne lägen allerdings noch nicht vor. Zurzeit suche man noch nach geeigneten Standorten und Geschäftsvertretern.