

Mit Multichannelvertrieb in die Zukunft

eShop-Angebote setzen sich auch in der Stahlbranche mehr und mehr durch. Gerade für Einkäufer soll der Markt dadurch transparenter und übersichtlicher und die Reaktionszeit auf Bedarfe verringert werden können. Anbieter von digitalen Marktplätzen, wie zum Beispiel XOM aus Berlin, können inzwischen zusammen mit ihren Kunden erste Bilanzen ziehen.

Alexander Tumasjan ist überzeugt von den Vorteilen der Digitalisierung, auch im B2B-Bereich. Der Vertriebsleiter bei der SCHÄFER Lochbleche GmbH hat die digitale Transformation des Spezialanbieters mit begleitet: „Die umfassende Digitalisierung betrifft sowohl die Produktionsabläufe als auch die kundenorientierten Prozesse. Dabei stellen wir die Kundenzufriedenheit mit unserer Multi-channel-Strategie in den Mittelpunkt. Wer den direkten Austausch bevorzugt, den beraten wir sehr gerne persönlich. Wer sich online wohler fühlt, dem bieten wir umfangreiche digitale Services.“ SCHÄFER Lochbleche gehört zu den mittlerweile über 60 Händlern, die sich für eine Nutzung des XOM Marketplace entschieden haben, um ihre Produkte auf einer stabilen und sicheren digitalen Plattform anzubieten. Hier müssen sich Einkäufer nur registrieren und verifizieren und können dann online Produkte suchen, Angebote einholen und auch Preisverhandlungen über den Marketplace führen. „Ich denke, dass sich die digitalen Services von SCHÄFER und XOM Materials gut ergänzen“, sagt Alexander Tumasjan. „Auf Plattformen wie dem XOM Marketplace können Kunden gleich bei mehreren Anbietern online bestellen. So etwas wird sicherlich immer mehr zum Normalfall werden. Da wir mit unserem ei-

genen Webshop gute Erfahrungen gemacht haben, wollen wir nun noch einen Schritt weiter gehen in Richtung digitale Zukunft.“

Plattform bringt Vereinfachung

Auch der Bremer NE-Metallhändler AMCO setzt auf den Marketplace als Ergänzung zum eigenen Webshop. Geschäftsführer Maximilian Krämer ist sich sicher, dass dieser Weg zukunftsweisend und unumkehrbar ist. „Ich sehe die mittelfristige Zukunft des Metallhandels in einem Multi-Channel-Vertrieb. Die Einsparung von Transaktionskosten ist für Kunden und Anbieter so attraktiv, dass der E-Commerce in einigen Segmenten, insbesondere den Commodities, eine große Rolle spielen wird.“ So ließen sich pro Tag mehr Anfragen bearbeiten und eine höhere Anzahl an Aufträgen generieren. Für AMCO war es letztlich folgerichtig, sich auch an einer Online-Plattform wie dem XOM Marketplace zu betei-

gen. Hier sind eine ganze Reihe Händler vertreten, was Einkäufern zusätzliche Vorteile bringt. „Geschäftskunden ändern ihr Einkaufsverhalten. Erfahrungen aus deren privater Online-Einkaufswelt werden oftmals als Erwartungshaltung an uns gerichtet. Dies müssen wir als B2B-Anbieter als Ansporn verstehen, unsere Shops und Plattformen so User-freundlich zu gestalten, wie es nur eben geht.“

Vertriebswege nutzen

„Ich denke, dass man sämtliche Vertriebswege, die einem zur Verfügung stehen, auf jeden Fall nutzen sollte“, meint auch Roland Rebeck, Marketingleiter bei der Otto Zickhoff GmbH. „Im Stahlbereich ist es immer noch so, dass viel über Telefon und E-Mail läuft, aber ich bin mir sicher, dass E-Shops und Plattformen sich auch hier durchsetzen werden.“ Das sei auch eine Generationenfrage: „Die jungen Einkäufer werden im B2B-Bereich genauso einkaufen wollen wie sie es privat gewohnt sind, nämlich einfach und übersichtlich im Internet. Irgendwann wird es ohne das Internet gar nicht mehr gehen. Da macht ein digitaler Marktplatz absolut Sinn.“



eProcurement-Lösungen sollen den Einkauf und die Planung einfacher, effizienter und intelligenter machen. Sie kombinieren den Materialbedarf mit Angeboten, Verfügbarkeiten, Bestell- und Lieferdaten. Der gesamte Beschaffungsprozess reduziert sich auf wenige Mausclicks. Fotos: XOM

Einfach gestaltet

BELMET aus Österreich ist jüngst der Plattform beigetreten. Der Großhändler vertreibt die Stahlprodukte des weißrussischen Anbieters BMZ. Was BELMET nach eigenen Angaben auszeichnet, ist eine umfangreiche und kundenspezifische Palette an Serviceleistungen in den Bereichen Logistik, Lagerung und Finanzierung. Ganz frisch im Team ist Maximilian Ortner, der als Key Account Manager auch die Aufgabe hat, die digitale Transformation voranzubringen: „Wir arbeiten gerade am Tracking von Lieferungen, aber mit XOM wollen wir auch frischen Wind in den

Sales bringen und den eCommerce pushen.“

BELMET bietet auf dem Marketplace hauptsächlich Nahtlosrohre und Rundstahl in sehr engen Maßtoleranzen an. Einkäufer können diese online beziehen und müssen sich dazu nur auf der Plattform registrieren. Über verschiedene Suchfilter zu Form, Material und Durchmesser lässt sich die Ergebnisliste schnell eingrenzen. Verfügbarkeit und Lieferzeiten sind dann online einsehbar, auch die Preisverhandlung kann über den digitalen Marktplatz erfolgen.

KR/CP



Ein digitaler Marktplatz sammelt das Angebot von zahlreichen Stahl- und Metallhändlern. Einkäufer erhalten so schnell eine Angebotsübersicht von mehreren Anbietern.

Künstliche Intelligenz

Die Zukunft für den Maschinenbau

Künstliche Intelligenz wird in der Produktion zu erheblichem Fortschritt führen – ohne die Rolle des Menschen dabei zu minimieren. Die Maschinenbaubetriebe setzen insbesondere auf die Technik des „Machine Learning“ und stellen sich ihrer Verantwortung, so der VDMA in einer aktuellen Analyse.

Künstliche Intelligenz ist ein Teilbereich der Informatik, der sich mit der Automatisierung intelligenten Verhaltens und dem maschinellen Lernen befasst. Computerprogramme, die auf Machine Learning basieren, können mit Hilfe von Algorithmen eigenständig Lösungen für neue und unbekannte Probleme finden. Das künstliche System „erkennt Muster“ und Gesetzmäßigkeiten in den Lerndaten, die es zugespielt bekommt. Die Technik ist inzwischen schon weit vorangeschritten, die Art der algorithmischen Berechnung von Wahrscheinlichkeiten, die für maschinelles Lernen notwendig ist, setzt allerdings immer das Handeln von Menschen voraus.

Mensch und Maschine

Mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz können Menschen zukünftig noch enger mit Maschinen zusammenarbeiten. Machine Learning sorgt da-

für, dass Maschinen die Bedürfnisse der Menschen oder des Prozesses immer besser erkennen und darauf eingehen. Auch einfache monotone Arbeiten, die sich häufig wiederholen, lassen sich in Zukunft besser durch KI-basierte Lösungen ausführen oder unterstützen wie das Prüfen von Rechnungen oder notwendige Qualitätsprüfungen. Daher werden immer mehr Ingenieure/innen und Informatiker/innen benötigt, die diese Systeme entwickeln und zur Marktreife bringen. Somit werden in der Industrie zunehmend neue Arbeitsplätze geschaffen. Ebenso suchen Unternehmen nach Fachkräften und Ingenieuren, die die jeweiligen Prozesse beherrschen, denn KI kann immer nur in Symbiose mit vorhandenem Prozesswissen funktionieren. Der Einsatz von KI-basierten Lösungen ersetzt nicht den Menschen im Maschinenbau, sondern verlangt nach

ihm als Trainer beziehungsweise Manager. Die Weiterbildung in diesem Themenfeld spielt daher eine entscheidende Rolle. KI-Kompetenz wird nicht nur von IT-Spezialisten und Programmierern verlangt, sondern von Beschäftigten aller Funktionen, Ebenen und Fachbereichen.

Machine Learning in der Theorie

Der erste Schritt auf dem Weg zu Machine Learning ist das Antrainieren der Maschine mit einer großen Anzahl von Lerndaten, um später einen passenden Algorithmus für den Produktionsbetrieb zu gewinnen. Diese Lerndaten müssen sehr gut aufbereitet sein und dem Prozess genau entsprechen, der später unterstützt werden soll. Die Auswahl und Aufbereitung der Daten verursachen daher den größten Aufwand in einem solchen Projekt. Anschließend wird der Algorithmus in das produktive Sy-



Selbstlernende Maschinen werden künftig nicht mehr aus modernen Produktions- und Fertigungshallen wegzudenken sein. Foto: Unsplash

stem integriert. Ab diesem Zeitpunkt erfüllt er seine erlernte Aufgabe, ohne aber neue Erfahrungen zu sammeln oder sich selbstständig zu verbessern. Der Dateninput führt nun zu einem Datenoutput, der genau dem erlernten Verhalten entspricht.

Machine Learning in der Praxis

Machine Learning kann sowohl genutzt werden, um Produkteigenschaften, als auch interne Prozesse zu optimieren. Hinsichtlich des Einsatzes bei Produkten unterscheiden sich die Verwendungsmöglichkeiten von Machine Learning ebenfalls: Einerseits kann dies im Produkt selbst, andererseits auch im Prozessumfeld der Maschine, etwa in Form von Wartungs- oder zusätzlichen Mehrwertdiensten erfolgen.

Bedeutung für den Maschinenbau

Welche Bedeutung Machine Learning für den Maschinenbau hat, zeigt eine aktuelle Umfrage des VDMA. Vor al-

lem in den Anwendungsbereichen Kundendienst (64 Prozent), Konstruktion und Entwicklung (54 Prozent) und in der Produktion (50 Prozent) haben Lösungen auf Basis von Machine Learning eine mittlere bis hohe Relevanz.

Rund 46 Prozent der Teilnehmer haben schon eine entsprechende Lösung für die Unternehmensprozesse oder in den Produkten bzw. Dienstleistungen im Einsatz. Genutzt wird Machine Learning vor allem in der Konstruktion und Entwicklung (14 Prozent), im Kundendienst (13 Prozent), in der Produktion (13 Prozent), im Rechnungswesen und Controlling (10 Prozent) sowie im Condition Monitoring (13 Prozent) und für Remote Service (13 Prozent). Zudem planen die befragten Unternehmen in den kommenden drei Jahren, den Einsatz in den Prozessen und Produkten deutlich zu verstärken. Bis 2022 will dann beispielsweise mehr als die Hälfte der Firmen Machine Learning-basierte Lösungen im Kundendienst verwenden.