



VON RÖHREN UND MÄRKTEN

Die Mannesmannröhren-Werke setzen für strategische Marktanalyse und Nachfrageprognose auf eine Analytics-Lösung von SAS®

„Wir haben eine riesige Datenbasis – und SAS bringt die analytische Intelligenz hinein. Ohne diese Analysen, die uns helfen, den Markt besser zu verstehen, könnten wir unsere strategischen Ziele weniger präzise definieren und überwachen.“

Jürgen Theis

Leiter Markt- und Wettbewerbsanalyse, Mannesmannröhren-Werke GmbH

■ Branche

Industrie

■ Aufgabe

Sammlung, Verwaltung und Analyse von weltweiten Produktions-, Export-Import- und Kapazitätsdaten als Basis der Markt- und Wettbewerbsbeobachtung

■ TOP Herausforderung

Höchste Aktualität; kürzeste Auswertungszeiten; frühestmögliche Trenderkennung

■ Lösung

SAS Analytics mit SAS® Enterprise Guide®

■ TOP Nutzen

Marktentwicklungen und Trends lassen sich frühzeitig erkennen, strategische Ziele lassen sich entsprechend definieren

Der Kunde

Seit weit über 100 Jahren gilt Mannesmann als Inbegriff für Stahlrohre höchster Qualität. 1886 entdeckten die Unternehmensgründer Reinhard und Max Mannesmann ein Verfahren zur Herstellung nahtloser Stahlrohre – eine epochale Erfindung, die die industrielle Entwicklung entscheidend beeinflusste. Heute produzieren die Mannesmannröhren-Werke mit rund 6.000 Mitarbeitern jährlich über eine Million Tonnen an Stahlrohren. Die Premiumprodukte des Unternehmens finden Abnehmer in allen großen Industriebranchen. Ein Schwerpunkt liegt dort, wo Stahlrohre zum sicheren Transport von Öl und Gas oder zur Energiegewinnung in Kraftwerken eingesetzt werden. Daneben sind die Mannesmannröhren-Werke zuverlässiger Partner für den Maschinenbau, die Chemie und Petrochemie sowie für die Automobilindustrie.

Die Aufgabe

Stahl ist international. Und auch vor dem Markt für Stahlrohre macht die Globalisierung nicht halt. Vor allem in Asien sind in den letzten Jahren neue Wettbewerber aufgetreten, die mit ihren Produkten in den Markt drängen. Für ein Traditionsunternehmen wie die Mannesmannröhren-Werke ist es deshalb enorm wichtig, den Markt laufend zu beobachten und zu analysieren. „Wir müssen die Warenströme, die Importe und Exporte, kennen, um rechtzeitig über Marktveränderungen und die Entwicklung der Nachfrage Bescheid zu wissen“, sagt Jürgen Theis, Leiter Markt- und Wettbe-

werbsanalyse bei der Mannesmannröhren-Werke GmbH. „Je besser und aussagekräftiger unsere Ergebnisse sind, desto genauer können wir unsere Unternehmensstrategie am Geschäft der Zukunft ausrichten.“ Dafür steht dem Unternehmen eine Vielzahl von Daten zur Verfügung – teils aus eigener Marktforschung, teils bereitgestellt vom Wirtschaftsverband Stahl. „Wir haben Marktdaten zu 120 Ländern – von 1975 bis heute.“ Diese Fülle an Informationen ist in der Branche wohl einmalig. Aber bekanntlich sind Daten ja zunächst einmal nur ein Rohstoff, mit dem an sich Unternehmen meist noch nicht viel anfangen können. Entscheidend ist, was man daraus macht.

Die Lösung

Um diese Wissensschätze zu heben, haben die Mannesmannröhren-Werke eine Analytics-Lösung mit SAS aufgebaut. Dafür wurden die Daten in zwei Datenbanken abgelegt: Da ist zunächst einmal die so genannte Außenhandelsdatenbank. Hier liegen – monatlich aktualisiert – alle maßgeblichen Daten zu Produktion, Exporten und Importen von Stahlrohren. Weltweit und mit Blick auf über 30 Jahre Industrie- und Wirtschaftsentwicklung. „Aus diesen Zahlen lässt sich die allgemeine Marktversorgung ableiten“, erklärt Jürgen Theis. „Und gleichzeitig können wir mit SAS die konkreten Warenströme auswerten und das Marktverhalten des Wettbewerbs analysieren.“ Die Mannesmannröhren-Werke haben den Markt damit fest im Blick: Wer hat welche Rohre produziert? Nahtlosrohre oder

geschweißte Rohre? Was hat er exportiert? Und vor allem in welchen Markt sind diese Rohre gegangen? Auf diese Weise und mit Hilfe eines speziellen Hochrechnungstools können die Experten der Mannesmannröhren-Werke genau analysieren, was sich auf dem Weltmarkt tut. Sie können Trends frühzeitig identifizieren, Veränderungen in Angebotsstruktur und Nachfragemustern sowie Ursachen für Entwicklungen erkennen. Solche Standardanalysen werden einmal monatlich durchgeführt. Die Reports gehen dann an die betroffenen Stellen in der Unternehmenszentrale und in den produktbezogen aufgestellten Tochter- und Beteiligungsgesellschaften. Darüber hinaus lassen sich mit der SAS Lösung auch Ad-hoc-Reports für spezifische Fragestellungen durchführen. So hat etwa der Vertrieb die Möglichkeit, individuelle Berichte zur Entwicklung und zum aktuellen Stand der Dinge in bestimmten Ländern oder Regionen oder mit Blick auf einen speziellen Rohrtyp anzufordern. So lassen sich Märkte und Segmente ganz gezielt und mit besten Erfolgsaussichten ansprechen.

Von diesen Ad-hoc-Analysen profitiert derzeit auch die Europäische Union: Seitens der Gemeinschaft wird aktuell eine Dumping-Klage gegen chinesische Importe von Nahtlosrohren vorbereitet. Chinesische Hersteller stehen im Verdacht, den europäischen Markt mit Billigrohren zu überschwemmen. Das für die Klage notwendige Datenmaterial hat Jürgen Theis den Behörden zur Verfügung gestellt. „Wir hatten nicht nur den von China nach Europa exportierten Tonnenwert der betreffenden Rohrtypen,

sondern auch den Wert in Euro“, erklärt er sein Vorgehen. „Und dann konnten wir analysieren, wie sich die Tonne-Euro-Relation im betreffenden Zeitraum entwickelt hat – und ob hier eine Dumping-Tendenz vorliegt. Das sind alles harte Fakten – und damit eine immense Hilfe in dem Verfahren.“

In der zweiten Datenbank trägt das Unternehmen die Ergebnisse seiner eigenen Marktforschung zusammen. „Wir sammeln alle öffentlich zugänglichen Informationen über unseren Wettbewerb“, berichtet Jürgen Theis. Aus Pressemitteilungen, Geschäftsberichten und ähnlichen Quellen zieht er Informationen über die Aktivitäten innerhalb der Branche, zum Beispiel über den Neubau oder die Schließung von Anlagen. „Auf dieser Basis können wir ziemlich unkompliziert analysieren, wie sich zum Beispiel die Produktion bestimmter Rohrtypen in einer speziellen Region entwickelt hat.“ Neben verschiedenen kleineren Reports und laufenden Ad-hoc-Abfragen ziehen die Experten aus dieser Datenbank vor allem einen jährlichen Generalreport, der einen Überblick über die weltweite Stahlrohrintdustrie gibt: über Kapazitäten, Entwicklungen und Trends. Aber auch spontane Ad-hoc-Reports sind möglich und an der Tagesordnung.

Alles in allem betreiben die Mannesmannröhren-Werke mit SAS ein Informationssystem, das weltweit einmalig sein dürfte: eine Datenmenge und -vielfalt, die ihresgleichen sucht – im Zusammenspiel mit der analytischen Kraft von SAS. „Wenn wir Unternehmensberater im Haus haben, die für ihre Arbeit natürlich

valide Hintergrundinformationen brauchen, bekommen diese immer ganz glänzende Augen, wenn sie unser System sehen“, sagt Theis schmunzelnd. „Manchmal müssen sie gar nicht mehr viel machen, sondern nur noch unsere Auswertungen von Warenströmen, von Nachfrageentwicklungen und von Markttrends nehmen und sie nach ihrem Gusto grafisch aufbereiten.“

Der Nutzen

- **Datenschätze:** Die Mannesmannröhren-Werke haben in ihren Datenbanken alle wichtigen Informationen rund um den Stahlrohmarkt seit 1975 – SAS liefert die notwendige Intelligenz, um diese Schätze zu bergen und zu nutzen
- **Globale Warenströme:** Aus Daten zu Produktion, Exporten und Importen lässt sich mit SAS Analytics ein genaues Bild der aktuellen Versorgung mit Stahlrohren zeichnen
- **Nachfrageprognosen und Trends:** Die Lösung macht kommende Marktentwicklungen sichtbar und erlaubt es, die Nachfrage in bestimmten Regionen oder für spezielle Produktgruppen zuverlässig vorherzusagen
- **Standardberichte und Ad-hoc-Reports:** Die Datenbasis wird automatisch regelmäßig nach Standardvorgaben analysiert – Berichte im Monatsrhythmus bringen das Management auf den neuesten Stand. Ad-hoc-Reports helfen bei individuellen Fragestellungen



THE
POWER
TO KNOW.

SAS Institute GmbH, In der Neckarhelle 162, 69118 Heidelberg, Germany
Phone +49 6221 415-123, Fax +49 6221 415-145 www.sas.de

SAS and all other SAS Institute Inc. product or service names are registered trademarks or trademarks of SAS Institute Inc. in the USA and other countries. ® indicates USA registration. Other brand and product names are trademarks of their respective companies. Copyright © 2009, SAS Institute Inc. All rights reserved.