

Im Porträt: Daniel Mende, Account Manager bei der Böllinghaus Steel GmbH

Digitalisierung: Den Menschen dahinter nicht vergessen

Der „Steelfluencer“ Daniel Mende von Böllinghaus Steel feiert sein 10-jähriges Jubiläum mit dem Werkstoff Edelstahl und ist fasziniert wie am ersten Tag. Mit seiner Begeisterungsfähigkeit möchte er seine Reichweite nicht nur bei Stahl-Profis, sondern auch bei Endnutzern außerhalb der Branche für einen Bildungsauftrag nutzen. Zudem unterstreicht der junge Familienvater die Wichtigkeit, dem Produkt oder Unternehmen ein Gesicht zu geben und so den persönlichen Kontakt zu Kunden und Partnern zu erleichtern.

EA: Wie sind Sie in die Edelstahlbranche gelangt?

DM: Während meiner Tätigkeit im Geschäftsbereich Handel der Salzgitter AG habe ich 2014 die Aufgabe bekommen, ein internationales Handelsgeschäft für Edelstahl aufzubauen, nachdem ich knapp 5 Jahre das Automobil und Werkzeugstahl Geschäft mit begleiten durfte. Nun arbeite ich seit über 2 Jahren für einen Hersteller und der technische Aspekt ist deutlich intensiver als im Handel.

EA: Was sind heute Ihre Aufgaben und wie gehen Sie diese an?

DM: Nachdem ich für Böllinghaus Steel 2 Jahre das Europageschäft mit begleiten durfte, habe ich nun die Aufgabe der Geschäftsentwicklung in der Region Asien, Afrika und Mittlerer Osten. Das ist natürlich eine sehr spannende Aufgabe, weil man hier keine Komfortzonen hat, in die man sich zurück flüchten kann. Es ist dabei wichtig, sich nicht zu scheuen, mit seinem Gesicht für etwas zu stehen. Nur Sichtbarkeit bringt Erfolg. LinkedIn nutze ich gerne, weil man damit sehr viele Menschen erreicht. So viele Leute könnte ich in einem halben Jahr nicht anrufen (lacht). Es ist natürlich im Marketing schwer messbar, was dann wirklich zu Aufträgen führt, aber die Sichtbarkeit ist definitiv wertvoll. Das Wort Steelfluencer habe ich bewusst gewählt, weil ich

für das Thema begeistern möchte. Mein Ziel ist, nicht nur Leute zu erreichen, die bereits ein Teil der Stahlbranche sind, sondern auch Menschen zu begeistern, die davor noch nicht viele Berührungspunkte mit dem Thema hatten.

EA: Was macht für Sie die Faszination von Edelstahl aus?

DM: Die Tatsache, dass er zu 100 % recycelbar ist. Durch das wachsende Nachhaltigkeitsbewusstsein wird die Stahlindustrie – besonders das Segment Edelstahl – stark an Bedeutung gewinnen. Aber auch die Tatsache, dass der Edelstahl so viele Kerneigenschaften bestärken kann wie z.B. Hitzebeständigkeit, Säurebeständigkeit und Langlebigkeit macht ihn so besonders und das am Ende in so vielen filigranen Formen. Verbraucher kaufen ein Konsumgut aus Edelstahl meistens eher unachtsam. Ich möchte Anwendungsbeispiele geben, mit denen beispielsweise etwas Hochwertiges von etwas Mittelmäßigem unterschieden oder wie die Herkunft nachvollzogen werden kann. Gerade durch den Nachhaltigkeitsaspekt des Edelstahls ist das für viele Nutzer, die bewusst kaufen wollen, sehr wichtig.

EA: Wo sehen Sie die größte Herausforderung in Ihrem Bereich (heute und/oder zukünftig)?

DM: Die Digitalisierung schreitet so schnell voran, dass man

den Menschen dahinter oft vergisst. Besonders die Stahlbranche ist ein People Business und man schätzt den persönlichen Austausch auch über private Themen wie den letzten sonnigen Urlaub mit der Familie, das spannende Hobby und das sportliche Traumauto. Daher ist es wichtig, einfach Mensch zu sein mit Humor, Charme und Authentizität.

Ich bin gerne ein Gesicht für Böllinghaus. Es ist einfach schöner, wenn die Leute bei der Kontaktaufnahme das Gefühl haben, sich mit einem Menschen in Verbindung setzen zu können. Natürlich kann man die Digitalisierung nicht aufhalten, aber wir sollten aufpassen, dass wir mit Erreichbarkeit nur durch irgendwelche Telefonzentralen nichts verschlimmbessern.

EA: Wo sehen Sie die größten Veränderungen der Branche in den vergangenen Jahren und zukünftig?

Stahl-Erschmelzung und Verarbeitung ist sehr energieintensiv und das ist sehr konträr zum wachsenden Thema Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Die Stahlbranche hat sich Jahrzehnte lang in der Komfortzone ausgeruht, immer mit der klaren Überzeugung, dass man Stahl doch immer und überall braucht. Diese Zeiten sind nun vorbei und man muss das Rad neu erfinden, um



Daniel Mende.
Foto: Böllinghaus Steel GmbH

klimaneutral oder zumindest klimaschonend zu werden. Ein Schlüsselmoment der Branche und ein toller Zeitpunkt mit ins Stahlboot einzusteigen, um mitzuwirken.

EA: Worauf sind Sie stolz?

DM: Als Vater von 2 Kindern und Ehemann bin ich privat sehr stolz, ein glückliches Familienleben zu führen und einen Beitrag für die Zukunft zu leisten. In diesem Jahr bin ich 18 Jahre mit meiner Frau zusammen und es ist schön, durch all die eigenen Entwicklungsphasen sowohl beruflich als auch privat zu gehen und gemeinsam immer wieder am Ball zu bleiben. Beruflich bin ich stolz, dass ich immer noch ich selbst bin und mich nicht verstellen muss, das ist für mich sehr wichtig, denn dann bewertet man den Beruf auch eher als Berufung und nicht als Mittel zum Zweck.

EA: Wobei können Sie am besten abschalten und entspannen?

DM: Als Vater von zwei kleinen Kindern schätze ich Ruhe und Entspannung aktuell besonders. Für mich sind es zum Beispiel Saunagänge, Spaziergänge oder auch mal ein kleiner Stau, der einen durchatmen lässt.