Speakers' Corner

«Japan meets Germany»: Wie bereiten wir uns auf die Zeit nach Corona vor?

Die Teilnehmer der japanisch-deutschen Diskussionsrunde, der rund 70 Zuschauer beiwohnten.

Es war sicherlich eine dieser Veranstaltungen, die online leichter durchzuführen sind als im echten Leben. «Japan meets Germany» lautete der Titel der Diskussionsrunde, in der sich Werkzeugmacher aus beiden Ländern Mitte März austauschten. Dazu eingeladen hatten die japanische Branchenorganisation JDMIA sowie die beiden deutschen Verbände VDWF und VDMA Werkzeugbau.

Doch auch wenn die realen Wege weit sind, trafen sich bei dem virtuellen Meeting keine Unbekannten. Die deutschen Branchenvertreter stehen ohnehin in konstruktivem Kontakt mit den asiatischen Kollegen. Vor allem aber gab es 2011 eine VDWF-Delegationsreise nach Japan, die Verbindungen schuf und allen Beteiligten noch in lebhafter Erinnerung ist. Bei dem Besuch stellten die Teilnehmer erstaunliche Parallelen fest. Die Ökonomien haben in der globalisierten Wirtschaft mit ähnlichen Problemen zu kämpfen: Beide Länder fertigen hochwertige Industriegüter und sie müssen sich als wichtigste Ressource auf das Wissen ihrer Menschen konzentrieren. Die Energie- und Lohnkosten in Japan sind ebenfalls mit dem Niveau in Deutschland vergleichbar. Trotz einiger kultureller Unterschiede – das ist ja das Spannende an solchen Begegnungen! – entdeckten beide Seiten Gemeinsamkeiten wie das große Interesse am Entwickeln und Erproben, Forschen und Tüfteln.

Was den Werkzeug- und Formenbau anbelangt, zeigte sich, dass die Struktur der japanischen Branche in etwa der deutschen entspricht. Und eine weitere Parallele: Wie wir Deutschen, die sich im internationalen Vergleich als eher umweltbewegt sehen, dachten auch die japanischen Werkzeugmacher bereits über Energieeinsparungen nach. Zur Verbesserung ihrer Ökobilanz setzten sie auf kürzere Zykluszeiten und die Substitution von Metallen durch Kunststoffe im Automobilbau. Die VDWF-Delegation bilanzierte damals, dass in den japanischen Unternehmen «kein Hexenwerk betrieben wird», vielmehr kämpften die Kollegen dort mit ganz ähnlichen Problemen.

Vor allem das Thema China wird damals wie heute unterschiedlich wahrgenommen, was allerdings angesichts der geographischen Gegebenheiten wenig verwunderlich ist. In Deutschland überwiegt weiterhin die Vorsicht gegenüber potenziellen Wettbewerbern aus dem «Reich der Mitte». Die japanischen Werkzeugmacher sehen die chinesischen Unternehmen darüber

hinaus auch als «verlängerte Werkbank» mit der Möglichkeit, dort einfachere Produkte kostengünstig herstellen zu lassen. In die aktuelle Diskussion brachte Masakazu Kitano vom JDMIA einen anderen Aspekt ein: «Eine der großen Herausforderungen für die Branche in Japan ist der Handelskrieg zwischen den USA und China.» Die beiden Nationen sind die beiden größten Auslandsmärkte Japans. Zusammen nehmen sie rund 40 Prozent der Exporte aus dem Land auf. Daher reagiert Japans Wirtschaft auch besonders sensibel auf die negativen Auswirkungen des Handelszwists.

Im Zentrum des aktuellen Austauschs stand nun die Frage, wie sich die Unternehmen auf die Zeit nach Corona vorbereiten. Dabei zeigte sich zunächst, welche Problemstellungen die Branchenbetriebe beschäftigen. Wiederum gab es viele Gemeinsamkeiten. Japanische und deutsche Werkzeugmacher setzen weiterhin eher auf Klasse denn auf Masse: Das bedingt einen hohen Modernisierungsdruck etwa in Sachen Digitalisierung. Auch die Bedeutung nachhaltigen Wirtschaftens hat in beiden Ländern nochmals zugenommen. Übergreifend beklagten viele Teilnehmer den Fachkräftemangel. Hatte die VDWF-Delegation in Japan der würdevolle Umgang mit älteren Mitarbeitern beeindruckt, betonten bei der Veranstaltung im März vor allem die deutschen Unternehmer die Notwendigkeit einer neuen Führungskultur, um während und nach der Krise Nachwuchs zu gewinnen, zu motivieren und zu halten. Als gemeinsames Anliegen zeichnet sich ebenfalls ab, für die Post-Corona-Zeit neue Produkte und Geschäftsfelder zu entwickeln – nicht zuletzt, um die Abhängigkeit von der Autoindustrie zu verringern.

Auch wenn weniger Reisen dank mehr digitaler Kommunikation allgemein als positiv empfunden wird, sagte VDWF-Geschäftsführer Ralf Dürrwächter zum Abschluss der Veranstaltung: «Ich hoffe nicht, dass es weitere zehn Jahre dauert, bis unsere Reisegruppe wieder nach Japan kommt. In jedem Fall möchte ich eine herzliche Einladung an unsere japanischen Kollegen aussprechen, uns und unsere Betriebe im deutschsprachigen Raum zu besuchen!» Markus Heseding, Geschäftsführer des Fachverbands Präzisionswerkzeuge im VDMA, nutzte sein Schlusswort für einen Appell: «In jedem Umbruch steckt eine Chance! Die japanische und die deutsche Branche sind gut aufgestellt, die richtigen Entscheidungen zu treffen und sie für eine erfolgreiche Zukunft zu nutzen.» | ois

2011 besuchte eine VDWF-Delegation Japan und dort auch den ansässigen Werkzeug- und Formenbauverband. Bei Firmenbesuchen und in Diskussionsrunden stellten die Vertreter beider Verbände eine Menge Gemeinsamkeiten fest.

Anna Tschacha
Geschäftsführerin Deckerform,
Aichach

Innovative Nachhaltigkeit

Die Welt nach Corona wird anders aussehen als die heutige. Wir glauben aber auch, dass alles, was sich in dieser Zeit bewährt, nach Corona immer noch gefragt sein wird. Das heißt: Mit allem, was wir jetzt erfolgreich betreiben, werden wir auch nach Corona Erfolg haben.

Derzeit sehe ich vier entscheidende Trends: Zunächst einmal das Thema Nachhaltigkeit, das ich gern als «innovative Nachhaltigkeit» bezeichnen möchte. Denn es geht nicht um eine Welt ohne Kunststoff, sondern eine Welt mit Kunststoff, in der wir die vorhandenen Ressourcen sinnvoll einsetzen. Der nächste Trend, der direkt mit dem Punkt Nachhaltigkeit zusammenhängt, ist der Leichtbau. Er gewinnt nicht nur in der Automobilindustrie, sondern auch in anderen Bereichen immer mehr an Bedeutung. Wir erreichen beispielsweise durch das Spritzschäum-Verfahren eine maximale Festigkeit des Bauteils bei minimalem Materialeinsatz.

Das Paar Automatisierung und Digitalisierung ist als dritter wichtiger Trend zu nennen. Es begleitet uns schon sehr lange. Da Fachkräfte leider immer schwieriger zu finden sind, wollen wir so viel wie möglich automatisieren, um die Kosten der Produktion zu senken und weiterhin attraktive Preise anbieten zu können. Mein abschließender Punkt ist die Feststellung, dass die Menschen immer mehr Wert auf Individualität, auf die eigene Persönlichkeit legen. Das ist ein ganz entscheidender Faktor für die Mitarbeiterführung der Zukunft. Für diesen Trend müssen wir die notwendige Sensibilität mitbringen und jeden Einzelnen abholen, um ein starkes Team zu formen.

Freude über Kooperationen und Partnerschaften mit ausländischen Firmen

Showa Precision Tools entwickelt und fertigt seit 60 Jahren Präzisionspressformen in Yokohama und deckt damit die Bedürfnisse verschiedener Branchen ab, darunter Automotive, Luft- und Raumfahrt sowie IT. Ein wichtiger Kunde ist für uns aber auch die Lebensmittelindustrie: Wir sind Hersteller von Blechumformwerkzeugen und von Spritzgussformen für die Verpackungsmittelindustrie. Deshalb interessieren wir uns sehr dafür, wie sich diese Branche in Zukunft verändern wird. Gegenwärtig wird viel über die Verschmutzung der Meere durch Mikroplastik diskutiert. Unter anderem deswegen achte ich sehr darauf, dass die Modernisierung unseres Unternehmens und seiner Produkte vielfältig ist und den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung entspricht.

Für ein KMU wie uns ist es nicht einfach, ins Ausland zu gehen und Geschäfte zu machen. Inzwischen haben sich aber viele internationale Unternehmen erfolgreich in unserer Heimat-

Mit unseren Lösungen sind Sie agil wie ein Kolibri

Unsere digitalen Lösungen
speziell für die Einzelfertigung
→ einfach und ohne Installation:

- ☑ Agile Fertigungsplanung
- ☑ Fertigungssteuerung im Takt
- ☑ Ganzheitliches Fertigungsmanagement
- ☑ Umfängliche Prozessautomatisierung
- ☑ 4.0-Systemintegration
- ☑ Umsetzungsmanagement
- ☑ Informationsmanagement
- ☑ Fehler- und Problemmanagement

the agile
Hummingbird
MES-System®

→ Ihr Nutzen:

- ☑ Termintreue
- ☑ Durchlaufsicherheit
- ☑ Kapazitätsgewinn
- ☑ Echtzeit-Transparenz
- ☑ Einzelteileverfolgung
- ☑ Automatische Datenerfassung

Hummingbird Services GmbH · Frankenstraße 152 · 90461 Nürnberg
Tel.: +49 - 911 - 2379480 · E-Mail: vertrieb@hummingbird-services.de

www.hummingbird-systems.com

Shigeto Kida
Geschäftsführer Showa Precision Tools, Yokohama

region Yokohama angesiedelt. Vor zwei Jahren trat beispielsweise ein ausländisches Unternehmen mit einer Niederlassung dort an uns heran, was schließlich zu einem Auftrag über Werkzeuge für einen Pkw-Prototyp führte. Wir freuen uns über Kooperationen und Partnerschaften mit ausländischen Firmen und ihren japanischen Dependancen.

Die Nähe zu Unternehmen aus aller Welt stellt für unsere japanischen KMU, die selbst eine Expansion ins Ausland in Erwägung ziehen, eine große Chance dar. Zugleich bietet die Zusammenarbeit mit den lokalen Unternehmen für die neu angekommenen ausländischen Unternehmen die Möglichkeit, sich mit anderen Technologien vertraut zu machen und einen Impuls zu setzen, um sich schnell in Japan zu etablieren.

Homeoffice wird deutlich attraktiver

Die Situation nach der Corona-Pandemie wird von Nachhaltigkeit in allen Formen geprägt sein, beginnend mit CO_2-Reduktion und Umweltschutzmaßnahmen. Für diese Fragen wird zukünftig ein anderes Empfinden herrschen – und da die jungen Leute bei diesem Thema anderthalb Generationen Stillstand erlebt haben, werden wir aus der Kunststoffbranche uns umweltfreundlich und vor allem recyclingwillig darstellen müssen. Ich kann mir keine Welt ohne Kunststoff vorstellen, aber er muss eben spezifisch eingesetzt werden und sauber getrennt werden können. Es wird auch ein erhöhtes Bewusstsein für die Thematik Bewegung und Mobilität in der Bevölkerung geben, mit Auswirkungen auf die Automobilbranche.

Was unsere derzeitige Lage anbelangt, muss ich erwähnen, dass wir etwa 25 Prozent unseres Personals abgebaut haben. Ohne Kurzarbeit würde es unser Unternehmen nicht mehr geben. Erfreulicherweise haben wir aber seit Oktober vergangenen Jahres wieder viele Aufträge bekommen. In Zukunft möchten wir in Technologie investieren und auch unser Patentwesen weiterentwickeln. Ganz sicher werden wir den Non-Automotive-Bereich stärken, um die Abhängigkeit von dieser Branche zu reduzieren.

In Sachen Arbeitsorganisation haben die gängigen Videokonferenz- und Planungstools inzwischen einiges zu bieten. Homeoffice wird dadurch deutlich attraktiver. Wir bestreiten mittlerweile etwa 10 Prozent unserer Montagen mit Datenbrillen, alternativ verwenden wir auch FaceTime.

Diese digitalen Kommunikationswege, begünstigen die interne Kommunikation aber auch Kooperationen. Ich halte nationales und internationales Networking, wie wir es mit Japan machen, für ganz entscheidend für die Entwicklung unserer Branche. Nur wenn wir uns auf unsere gemeinsamen Stärken besinnen und zusammenarbeiten, können wir erfolgreich sein.

Axel Wittig
Geschäftsführer Webo, Amtzell

Marco Schülken
Geschäftsführer Schülken Form, Waltershausen
Vorsitzender VDMA Werkzeugbau

Interne Prozesse auf dem Prüfstand

Wir reden immer über die Corona-Krise. Doch ich sehe unsere Lage differenzierter: Angefangen hat es Mitte 2019 mit einer Automobilkrise, und diese wurde ab 2020 durch die Corona-Pandemie verschärft. Auch unser Unternehmen hat im vergangenen Jahr deutlich weniger Umsatz gemacht. Aber wir haben die Zeit genutzt, um gestärkt aus dieser Krise hervorzugehen. Dafür haben wir eine ganze Menge Entwicklung betrieben. Ich möchte einige Beispiele nennen: Wir haben Markteintritte vorbereitet und können sofort starten, sobald wir wieder reisen dürfen. Außerdem haben wir sämtliche internen Prozesse auf den Prüfstand gestellt und diesbezüglich erfolgreich Umstellungen durchführen können. Damit sind wir an vielen Stellen im Unternehmen produktiver geworden. Ein weiterer Punkt war die Energiewirtschaft in unserem Betrieb: Wir haben Möglichkeiten gefunden, um in den nächsten Jahren signifikante Einsparungen beim Strom zu erzielen. Auch mit dem Thema Geschäftsreisen haben wir uns befasst. Wir haben inzwischen einige Werkzeugabnahmen digital durchgeführt – und das hat gut funktioniert. Deshalb werden wir das weiter vorantreiben, damit unsere Kunden und wir weniger reisen müssen.

Ein großes Gebiet des Wandels sind die Personalführung und die Arbeitsbedingungen. Unser Team ist sehr jung – viele Mitarbeiter haben Kinder. Deshalb mussten wir angesichts der Schul- und Kindergartenschließungen gewährleisten, dass unsere Kollegen ihren Nachwuchs beaufsichtigen konnten. Wir haben dadurch viel über Online-Tools gelernt und festgestellt, dass wir – zumindest temporär – aus der Ferne wunderbar zusammenarbeiten können. Auch Maschinen lassen sich von zu Hause aus programmieren. Wir werden diese Thematik nach Corona weiterverfolgen und uns überlegen, ob tatsächlich immer jeder Mitarbeiter vor Ort sein muss. Wir sehen das als Chance, als Unternehmen flexibler zu werden.

Im gesamten Betrieb vollzieht sich derzeit ein Generationenwechsel. Darauf müssen wir uns einlassen und unser Führungsverhalten ändern – was aber nicht immer einfach ist. Wir haben die neuen Generationen Y und Z, die eine völlig andere Erwartungen an den Job haben. Hier müssen wir uns Gedanken machen, wie wir diese Menschen zukünftig an die Hand nehmen können. In der aktuellen Krisensituation zeigt sich, dass Mitarbeiter Existenzängste haben und demotiviert sein können. An dieser Stelle arbeiten wir mit Hochdruck, um unsere gesamte Mannschaft wieder ins Boot zu holen.

D4:Produktion
ERP- und PPS-Software
für Ihren Werkzeug-/ Formenbau
- Einzelteile- und Prototypenfertigung
- Werkzeug- und Formenbau
- Baugruppen- und Serienfertigung
- Stanztechnik
- Blechbearbeitung
Qualitätsmanagement (CAQ)
Schnelle, zuverlässige Kalkulation
Grafische Produktionsplanung
Schlanke, komfortable BDE
Bezahlbare Maschinendaten (MDE)
Ready for Automotive
www.D4-Software.com
Spandauer Straße 46 · 57072 Siegen
Standort Siegen: +49 (0) 2 71 40 58 2-0
Standort Karlsruhe: +49 (0) 7 21 83 14 20-0
E-Mail: info@D4-Software.com

Prof. Wolfgang Boos
Geschäftsführer
WBA Aachener Werkzeugbau Akademie

Neue Werkstoffe und neue Geschäftsfelder erschließen

Unsere Firma hat sich auf die Herstellung von Werkzeugen für Aluminiumdruckguss spezialisiert. Wir wissen alle, dass die Zeichen in der Branche auf Digitalisierung stehen: Angesichts dieser Herausforderung spüren wir die Folgen von Covid-19 ganz besonders. Krisen beschleunigen den Wandel – somit bin ich fest davon überzeugt, dass die Welt nach Corona eine gänzlich andere sein wird.

Trotz oder vielleicht gerade wegen der Krise rangiert das Thema der Nachhaltigkeit weit oben auf der Agenda. Wir stehen vor der großen Herausforderung, auf eine CO_2-freie Wirtschaft umzustellen. Dafür muss sich unsere Denkweise schon beim Werkstoff ändern. Da wir allerdings 90 bis 95 Prozent unserer Produkte an die Automobilindustrie liefern, können wir nicht übergangslos auf diese Industrie verzichten. Es gilt also zu überlegen, wie wir mit dem Einsatz von Aluteilen die Bauweise vereinfachen oder Gewicht einsparen können – und auch, wie wir gebrauchte Aluteile recyceln können.

Daraus ergibt sich für unser Unternehmen eine Strategie für ein neues Geschäftsfeld nach der Pandemie. Derzeit ist unser größtes Werkzeug vier Tonnen schwer, doch wir müssen das Volumen wahrscheinlich auf sechs oder acht Tonnen steigern, damit eine gesamte Karosserie in einem gegossen werden kann. Hierfür werden wir eine neue Marktstrategie erarbeiten.

Es ist egal, wie sich die Digitalisierung entwickeln wird oder ob neue Werkstoffe eingeführt werden: Die Menschen werden immer im Mittelpunkt stehen. Deshalb wollen wir auf die Ausbildung, Fortbildung, Fachkräfte und auf die Ressourcen großen Wert legen. Außerdem bereiten wir uns darauf vor, nach Corona neue Geschäftsfelder zu erschließen.

Saturo Koide
Geschäftsführer Koide, Iwata, und Präsident der Japan Die and Mold Industry Association (JDMIA)

Daten monetarisieren

Für die Zeit nach der Corona-Pandemie halte ich drei Punkte für wesentlich. Zunächst gilt es, den Nutzen der Digitalisierung ganz stark in den Vordergrund zu stellen. Das heißt, wir müssen die Erkenntnisse, die wir erhalten, auch monetarisieren. Derzeit sind wir bei der Visualisierung der Daten und haben wir noch einen großen Schritt vor uns.

Mein zweiter Punkt betrifft die Integration innovativer Technologien, von denen uns manche schon in der Breite zur Verfügung stehen. Hier gilt es beispielsweise, den 3D-Druck mit Fräsen zu kombinieren. Am Ende sollte wieder eine stabile und robuste Prozesskette stehen, die Hightech und bewährte Verfahren vereint.

Drittens müssen wir über unsere Geschäftsmodelle nachdenken. Wir dürfen das Werkzeug nicht mehr als Produkt sehen, das allein im Mittelpunkt steht. Zukünftig müssen wir eine Dienstleistung verkaufen, die mit der Konstruktion beginnt und mit der Abnahme am zu fertigenden Produkt endet. Vor uns liegt eine spannende Zeit! Und ich freue mich, diese im Netzwerk mit den deutschen, europäischen und internationalen Werkzeugmachern zu gestalten.

Rapp

Kompetenz in 2K-Spritzgießformen und anspruchsvollem Werkzeugbau

Formenbau Rapp GmbH
Blumenstraße 13
74369 Löchgau

Telefon 0 71 43 / 2 10 55
Telefax 0 71 43 / 2 36 01
info@formenbau-rapp.de
www.formenbau-rapp.de

Stefan Zecha
Geschäftsführer Zecha, Königsbach-Stein
Vorsitzender VDMA Präzisionswerkzeuge

Fachkräftemangel in Japan und Deutschland

Japan und Deutschland haben ganz ähnliche technologische Wurzeln, entsprechend ähnlich stellen sich die technischen Probleme dar. Beide Länder sind hochpreisig und sehr qualitätsgetrieben, auch das Thema Fachkräftemangel teilen wir. Auf der anderen Seite haben wir hervorragende Hochschulen. Das verschafft uns kurze Wege in Sachen Innovation und fördert die Entwicklung neuer Produkte – das ist ein Riesenvorteil für beide Länder.

Die Corona-Krise hat gezeigt, dass wir uns über Video, Datenbrille und sonstige digitale Techniken sehr gut austauschen können. Auch die Veranstaltung «Japan meets Germany» ist ein Beweis dafür. Doch sind wir ehrlich: Selbst wenn dieses Format vor zwei Jahren technisch möglich gewesen wäre – man hätte es einfach nicht gemacht. Heute erleben wir die Vorteile, weil wir müssen. Wir erkennen beispielsweise, dass auch andere Prozessschritte im virtuellen Raum möglich sind. In der Produktion können wir online ebenfalls besser kooperieren. Hier hat also in unserer Einstellung zum Digitalen ein Wandel stattgefunden. Somit können wir weniger reisen – was ich prinzipiell begrüße – und uns dennoch mehr international ausrichten: Das ist ein wichtiger Teil der Lösung für viele unserer Problemstellungen.

Ein anderer Aspekt ist die Diversifizierung unserer Kunden. Wir sollten uns nicht mehr so stark auf die Automobilindustrie konzentrieren, sondern unsere Angebote und Akquise auf andere Bereiche ausweiten. Wir müssen uns auf eine neue Energiepolitik einstellen. Wir müssen auf Wasserstoff setzen, auf grüne Kraftstoffe, auf Elektrizität aus Wind und Sonnenkraft. Diese Neuausrichtung ist eine Chance, denn sie bedeutet für uns neue Geschäftsfelder, neue Werkstoffe und damit neue Möglichkeiten.

Dank Corona bot sich uns die Gelegenheit, einmal über alles nachzudenken und uns selbst zu hinterfragen: Wollen wir so weiter machen oder wollen wir eine neue Zeit für unsere Jugend? Ich meine, die Zäsur war gut, um zu sehen: Es geht auch anders.

EXPERTE FÜR
SPRITZGIESSFORMEN

µ-Tec

µ-Tec GmbH
Jagdschänkenstraße 102
09116 Chemnitz
Telefon 0371 2836467 0
www.my-tec.de

«Der Pessimist beschwert sich über den Wind, der Optimist erwartet, dass er sich ändert, der Realist richtet sein Segel aus.»
(William Arthur Ward)

Wir sind die, die gern bei der Erledigung Ihrer Aufträge die Segel gut ausrichten.

Wann testen Sie uns an?

- **Werkzeuge**
- **Elektroden**
- **Formteile**

wir sind schneller genau.

Osamu Oba
Geschäftsführer Sayama Mold Manufacturing, Iruma

Dr. Jens Buchert
Geschäftsführer Karl Walter Formen- und Kokillenbau, Göppingen

Expertise vertiefen

Der Markt nach der Corona-Krise wird nicht wieder so groß werden wird wie zuvor. Dadurch bleibt der Kosten- und der Preisdruck gleich oder nimmt sogar noch zu. Wenn das Marktvolumen also keine 100 Prozent mehr erreicht, wir aber alle noch die gleichen Kapazitäten haben, müssen wir uns folglich weiter spezialisieren und unsere Alleinstellungsmerkmale ausbauen.

Der in Europa und speziell in Deutschland auszumachende Trend, den Einkauf von Werkzeugen international immer weiter zu streuen, wird sich auch nach Corona fortsetzen. Am Anfang der Pandemie schien es bei den Einkäufern eine Phase zu geben, wieder mehr Werkzeuge in Europa und speziell in Deutschland zu beschaffen, um zukünftige Probleme, wie sie zu Beginn der Corona-Krise auftraten, zu umgehen. Aber das scheint schon wieder vergessen.

Für unser Unternehmen ist es wichtig, die Digitalisierung und die Vernetzung mit anderen Firmen voranzutreiben. Wir haben bei der Digitalisierung ein gewisses gutes Level erreicht und wollen auch noch weitergehen. Die Umsetzung des nächsten Schritts ist aber nicht trivial. Deshalb suchen wir den Austausch mit anderen Ländern, wie z. B. mit Japan. Denn möglicherweise ist man dort schon weiter oder es gibt Ansätze, mit denen die Implementierung leichter zu bewerkstelligen ist. Vielleicht gibt es aber auch Bereiche, bei denen wir die Nase vorn haben, ohne es zu wissen. Daher finde ich diesen Dialog sehr vielversprechend.

Entscheidend ist, dass wir als kleine und mittelständisch geprägte Unternehmen unsere Expertise vertiefen – egal auf welchem Teil der Erde –, sonst wird es in der Welt nach Corona wenig Spielraum für uns geben.

Gemeinsam mit den deutschen Werkzeugmachern wachsen

Wie die gesamte japanische Gesellschaft und Industrie war unsere Firma letztes Jahr sehr stark von der Corona-Krise betroffen. Deshalb haben wir mit größeren Problemen zu kämpfen als sonst. Wir sind ein kleines Unternehmen und können darum nur auf beschränkte Ressourcen zugreifen. Außerdem müssen wir uns mit der Digitalisierung auseinandersetzen und unsere Mitarbeiter in diesem Bereich ausbilden. Leider ist es nicht so einfach, gut ausgebildete Mitarbeiter zu bekommen, deshalb stellen wir nicht nur Fachkräfte aus Japan ein, sondern auch aus China und Vietnam.

Ich möchte noch einige Punkte aus den Bereichen Vertrieb und Technologie erwähnen. Unser Nachbarland China ist ein sehr großer Industriemarkt: Dort werden viele Waren günstig in Massenproduktion hergestellt. Doch wir wollen uns weiterhin für Spitzentechnologie einsetzen. Da wären beispielsweise die Gebiete Umwelt, Energie, Biotechnologie, Telekommunikation und natürlich auch die Digitalisierung. Besonders große Bedeutung für unsere Firma hat die Medizintechnologie. Wir produzieren Werkzeuge für Roboter, mit denen Operationen durchgeführt werden. Auch die Metall- und Kunststoffimplantate würden wir gerne bei uns entwickeln und in den Markt bringen. Das Know-how für diese innovativen Teile möchten wir mit unseren Kunden generieren, die aus Japan, Nordamerika, Deutschland und dem restlichen Europa kommen. Dafür kann ich mir sehr gut vorstellen, mit deutschen Kollegen und Herstellern zu kooperieren, um neue Vertriebswege zu erschließen. Ich will diesbezüglich mit den deutschen Werkzeugmachern in Kontakt bleiben und Informationen austauschen, damit wir gemeinsam wachsen können.

A better plan.
A better future.
www.claho.com