

## Aus Siebenwurst wird „Sieben Mal Glück“

„Schi Fu“ heißt der größte deutsche Werkzeug- und Formenbauer Siebenwurst bald in China. Und natürlich hofft man, dass der Name zum Programm wird. Im Januar geht die mobile Einsatztruppe „Tool Doctors“ in Shanghai an den Start.

VON CHARLOTTE WOLFF :: Vielversprechend klingt der Name der neuen Niederlassung für chinesische Ohren. Zunächst aber sind es die europäischen und US-amerikanischen Stammkunden, die Siebenwurst mit seinem neuen Dienstleistungsangebot auch vor Ort in China gewinnen will. Mit einem Anteil von 85% sind Automobilzulieferer und -hersteller die Hauptabnehmer des Werkzeugbauers aus dem Altmühltal. Längst hat die Branche den Schritt nach China getan. Und so fiel im vergangenen Jahr auch bei Siebenwurst die Entscheidung für einen Standort in Fernost.

„Klar war, dass wir dringend im Markt vertreten sein müssen, um am Boom in den asiatischen Ländern teilzuhaben“, berichtet Vertriebsleiter und China-Chef Christian Walter. Weniger entschieden war man hingegen bei der Frage: Was brauchen die Kunden in der Volksrepublik? Immerhin gibt es in China bereits mehr als 20.000 Werkzeug- und Formenbauer. Der Wettbewerb ist eng. Noch übersteigen zwar die Exporte des deutschen Werkzeugbaus in die Volksrepublik die chinesischen Ausfuhren nach Deutschland. Doch Walter ist sich sicher, dass sich das Verhältnis bereits in naher Zukunft umkehren wird. „In vier bis fünf Jahren werden die Chinesen, was Qualität und Komplexität bei der Erstellung von Werkzeugen und Formen betrifft, aufgeholt haben“, schätzt Walter. „Dann wird die Nachfrage nach deutschen Werkzeugen und Formen, die nach China exportiert werden, erheblich sinken – allein schon wegen der Logistikkosten.“

### Einstieg mit der Servicemannschaft

Bis dahin will Siebenwurst im Markt Fuß gefasst haben, vielleicht auch eine eigene Produktion aufgebaut haben. Der erste Schritt auf dem Weg dahin ist die Einrichtung eines Serviceteams in China. Wartung, Reparatur und Instandhaltung von Werkzeugen sowie den Werkzeuganlauf sollen die „Tool Doctors“ für die Kunden in China übernehmen. In Europa ist Siebenwurst mit dem Konzept bereits erfolgreich. Zu weit und kostspielig aber wäre die Anreise des europäischen Teams nach China. Mit dem Serviceangebot hofft Christian Walter eine Nische für den Einstieg in China gefunden zu haben. Ihr Interesse hätten die Kunden in Vorgesprächen bereits signalisiert.

Der China-Chef ist zuversichtlich, dass die Leistungen auf Nachfrage treffen werden. Allzu hohe Erwartungen jedoch versucht er zu dämpfen. Drei Jahre Zeit soll „Sieben Mal Glück“ bekommen, um die Gewinnzone zu erreichen. „Wenn das erste Jahr ein Minus bringt, dann werden wir uns nicht gleich zurückziehen“, versichert er. Wechselnde Gesellschafterinteressen muss Walter nicht fürchten. Der größte deutsche Werkzeug- und Formbauer ist ein inhabergeführtes Familienunternehmen. „Für das China-Geschäft bringen wir den langen Atem mit.“



In China wollen die „Tool Doctors“ Werkzeug unterschiedlichster Herkunft reparieren und warten.

Näher am Kunden sein heißt für das Serviceteam künftig, nur noch ein paar Flugstunden entfernt zu sein. Vor der Standortentscheidung wurden alle Kunden und Interessenten in eine Karte eingezeichnet. Ein Cluster ließ sich nicht erkennen, vielmehr waren alle Produktionsstandorte quer übers Land verstreut. Also entschied sich Siebenwurst für Shanghai, wo fast alle potenziellen Kunden ein Büro unterhalten.

Kennengelernt haben die zukünftigen Mitarbeiter ihr Büro in Shanghai schon. Im September gingen die vier Werkzeugspezialisten gemeinsam mit ihrem Chef auf Erkundungsreise. Auf dem Programm stand unter anderem eine Einführung in den Alltag: U-Bahn fahren, ein Supermarktbesuch, Essen im Food Court. Bevor es richtig losgeht, sollen sie wissen, was auf sie zukommt. „Ihre Zufriedenheit ist die Basis“, betont Walter immer wieder. Abbrüche oder Negativberichte bei den Kollegen in der Heimat würden das Geschäft gefährden.

### Shanghai ist die Mastervorlage

Vom Gelingen des Projekts hängen auch die nächsten Schritte ab. Schließlich sei Shanghai die „Mastervorlage“, so Walter. „Wenn es klappt, dann wollen wir in Asien weiterwachsen.“ Bereits bis 2012 sollen zwei weitere chinesische Servicestandorte eröffnen. Die Sondierung für einen Produktionsstandort in Asien hat bereits begonnen. „Keine Low-Cost-Produktion für Europa, sondern eine Produktion für die Region“, sagt der China-Chef. Und noch bevor die Tool Doctors in Shanghai ihr Quartier beziehen, ist ihr erster Auftrag eingegangen. Ein Kunde hat Werkzeug in Deutschland bestellt, das Shanghai Team wird es installieren und die chinesischen Mitarbeiter schulen. ::