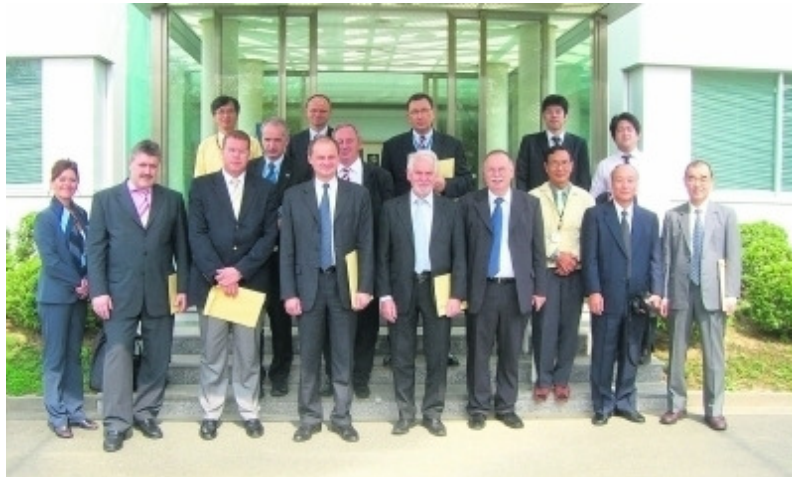


Lokale Wirtschaft

## Ein Markt und seine Besonderheiten

Peter Herwig bereiste mit Thüringer Delegation Japan und Südkorea und knüpfte Kontakte



Dienstreise: Peter Herwig (6. v. r.) beim Gruppenfoto in Südkorea. Foto: Privat

**Schmalkalden** – Die asiatische und die mitteleuropäische Kultur sind grundverschieden, doch sie sind nicht trennend. Über Grenzen und Sprachbarrieren hinweg verstehen sich Menschen, respektieren einander, handeln gemeinschaftlich und nehmen gemeinsam wirtschaftliche Erfolge ins Visier.

Solche hatte jüngst auch eine offizielle Delegation des Freistaates Thüringen im Blick als sie mit Ministerpräsident Dieter Althaus an der Spitze in Südkorea und Japan weilte. Vor allem Informationen über Leistungen und Produkte der optischen Industrie und der Medizintechnik hatten die Thüringer im Gepäck. Speziell mit diesen beiden Standbeinen will die Thüringer Wirtschaft im fernen Osten auf dem asiatischen Markt weiter Fuß fassen. Auch Unternehmen der Metallbranche aus Südthüringen kamen zur Vorstellung.

Zur Delegation gehörte unter anderem auch Peter Herwig von der Herwig Bohrtechnik Schmalkalden GmbH. Er ist in Sachen Fernost mittlerweile ein „alter Hase“, immerhin pflegt er bereits seit gut zehn Jahren Kontakte nach Japan. Im Land der aufgehenden Sonne war der Unternehmer jetzt bereits zum fünften Mal, in Südkorea schon das zweite Mal. Dorthin, genauer nach Seoul, führte die erste Reiseetappe.

Vier Argumente hatte Peter Herwig bei den vor Ort anberaumten Wirtschaftskontakten als Trumpf im Ärmel: Das weltweit anerkannte Herstellungssiegel „Made in Germany“, die Topqualität seiner Produkte, einen akzeptablen Verkaufspreis und den guten Ruf absoluter Termintreue. „Wenn man diese Anforderungen erfüllt, ist ein Unternehmen auf dem asiatischen Markt erfolgreich“, betonte Peter Herwig in einem ersten Rückblick auf die Reise.

In Seoul hatte ihm die Deutsche Außenhandelskammer vier Gesprächstermine vermittelt. Das waren vier Unternehmen, deren Nachfrage genau auf das Angebot der Herwig Bohrtechnik passte, äußerte sich der Schmalkalder Unternehmer hoch zufrieden. „Die hatten schon Listen mitgebracht von Artikeln, die sie benötigen“, erklärte er die Konkretheit des Gespräches. Zum Vergleich, bei seinem ersten Aufenthalt in Südkorea hatte Herwig sechs Firmenkontakte und alle blieben erfolglos.

Am zweiten Tag besichtigte er mit der Delegation mehrere Firmen und Forschungseinrichtungen. Man müsse in Deutschland aufpassen, dass das asiatische Innovationstempo der heimischen Wirtschaft nicht das Wasser abgräbt. Viele Fragen würden in Südkorea und Japan pragmatischer und

zielorientierter als in Deutschland geklärt. Hierzulande säßen zu viele Papiertiger mit zu vielen Vorschriften als Hindernis auf dem Weg zu neuen Technologien und Produkten.

Für den Markt in Fernost hatte der Schmalkalder Spezialist spezielle Bohrer im Angebot. Dazu muss man wissen, dass beim Hausbau und der Inneneinrichtung in Asien keine Dübel verwendet werden. Die Schrauben sitzen vielmehr direkt im Beton, berichtete Peter Herwig. Daher müssen Bohrer genau dem Härtegrad des Materials angepasst sein. Aus diesem Grund gibt es für ein 4-mm-Loch zum Beispiel gleich vier verschieden starke Bohrer. Von 3,0 bis 3,5 Millimeter reicht deren Durchmesser. Hier ist die Fertigung im Bereich eines Hundertstels gefragt. Solch eine Präzision sei für den deutschen Markt nicht notwendig, stellte Peter Herwig einen bedeutenden Unterschied heraus.

Am dritten Reisetag stand Tokio auf dem Programm. Dort konnte der Schmalkalder Unternehmer für sich und seine 36 Beschäftigten einen schönen Erfolg erzielen.

Sein langjähriger Geschäftspartner Mr. Ochiai schloss mit ihm per Handschlag einen neuen Vertrag. „Es ist wichtig, dass die Verträge exakt erfüllt werden und das man persönlich Kontakt hält“, erklärte Peter Herwig zu diesem Abschluss. Denn trotz allem High-Tech zählt im traditionsbewussten Japan das Gespräch mit dem Geschäftspartner sehr viel.

Das zeigte sich auch am vierten Besuchstag. An dem wurden wiederum verschiedene Firmen und Institute besichtigt. Auch dabei stand oft genug die in Japan höchst förmliche Übergabe der Visitenkarten an. Die wurde stets, mit beiden Händen präsentiert, mit einer langen und tiefen Verbeugung überreicht. Auch solche Gepflogenheiten müssen geachtet werden, mahnte Peter Herwig den Respekt für andere Kulturen an.

Für ihn war die jüngste Reise ein Erfolg. Die Auftragsbücher des Unternehmens sind in diesem Jahr randvoll und auch für 2009 sieht es gut aus. „Wir Schmalkalder müssen in die Welt hinaus“, umriss er abschließend das Ziel der besseren eigenen Vermarktung. Man wisse auf dem Weltmarkt einfach zu wenig über Angebote aus Südhüringen, wo es aber genügend innovative Produkte gibt. „Wir schmoren noch zu sehr im eigenen Saft“, so Herwig. eh