



Siehe meine Siebe: Siebfabrik-Geschäftsführer Christoph Leppla (Mitte) zeigt den Kollegen aus Japan einen Riesensieb made in Öschingen. Ganz besonders interessiert sind die Firmenchefs Yuki Shinozuka (vierter von links) und Hiroto Ohnuki (ganz rechts). Bild: Franke

# Das Konkrete hat viele Facetten

**Wirtschaft** Es ist nicht leicht für Mittelständler in Deutschland und Japan, fruchtbare Kontakte rund um den Erdball aufzubauen. Gestern tourten Unternehmer beider Länder durch den Kreis Tübingen. Von Eike Freese

Für Yuki Shinozuka hat sich sein erster Deutschland-Besuch jetzt schon gelohnt: „Es ist immer interessant, zu sehen, wie in anderen Ländern gearbeitet wird“, so der Endzwanziger: „In Deutschland scheint mir der Kontakt von kleineren Mittelständlern zu den Konzernen viel unkomplizierter und direkter.“ Shinozuka ist noch nicht lange Geschäftsführer von Shinozuka Press, einem Familienbetrieb aus Itako, rund hundert Kilometer östlich von Tokio: 21 Mitarbeiter, Auto-Zulieferer, gegründet vom Opa. Nun ist der junge CEO mit anderen Chefs in Baden-Württemberg unterwegs, um einen Einblick in Mittelständler zu bekommen, Kontakte zu knüpfen und sich auszutauschen. „Auch wir liefern zwar Teile für Nissan und Suzuki“, so Shinozuka, „aber wir spüren in Japan im Kontakt zu Konzernen mehr Hierarchie.“

Gestern begannen Shinozuka, seine Kollegen und weitere Funktionäre aus der Region um Hitachi ihre rund einwöchige Tour durchs Land: IPG in Karlsruhe, Siebfabrik Maurer in Öschingen, Walter AG in

Tübingen – und das war nur Tag Eins. „Wir haben das eng getaktet, aber es soll sich ja auch lohnen“, sagt Verena Krauer vom Netzwerk

„In Deutschland scheint mir der Kontakt von Mittelständlern zu Großkonzernen viel unkomplizierter und direkter.“

**Yuki Shinozuka**  
Geschäftsführer Shinozuka Press

Automotive BW, das den Austausch gemeinsam mit der japanischen Außenhandelsorganisation Jetro einfädelt. Bei den Treffen soll es weit über Repräsentation und Händeschütteln hinausgehen, so Krauer. „Es soll möglichst konkret werden – aber in der Wirtschaft kann auch das Konkrete viele Facetten haben.“ Der Beginn, sagt Krauer, seien indes stets Besuche und Kontakte, die Vertrauen initiieren. Rai-

ner Ziegerer etwa, Chef des Werkzeugbauers Zipo aus dem Kreis Heilbronn, plant mit einem Japan-Kontakt aus dem Januar nun einen gemeinsamen Messeauftritt: „Das ist ein Anfang und wir werden sehen, was daraus noch entsteht.“

Traditionell sind die Hürden für einige Mittelständler in Deutschland hoch, Ressourcen für Kontakte in Fernost zu investieren. Christoph Leppla, der Geschäftsführer der Öschinger Siebfabrik, war Anfang des Jahres in Japan und kann die Scheu nur zum Teil nachvollziehen: „Mit Englisch kommt man sehr weit und die kulturellen Unterschiede kann man auch überbrücken“, so Leppla. Hiroto Ohnuki, Geschäftsführer der japanischen Autoteile-Schmiede Ohnuki aus Hitachi, gibt ihm Recht: „Auch bei unserer Größe mit 60 Beschäftigten arbeiten wir mit Unternehmen in Deutschland und der Schweiz zusammen und sind viel auf Messen in Europa unterwegs. Letztlich ist Zusammenarbeit nur eine Frage der Technik und der Qualität.“

Überflüssig ist damit Vermittlerarbeit von Lobby- und Netzwerk-

gruppen aber nicht. „Unsere Aufgabe besteht nicht zuletzt darin, aus der unüberschaubaren Vielzahl überhaupt Unternehmen zu filtern,

„Letztlich ist Zusammenarbeit nur eine Frage der Technik und der Qualität.“

**Hiroto Ohnuki**  
Geschäftsführer Ohnuki

bei denen eine Kooperation lohnen kann“, sagt Karolina Polanski, Projektkoordinatorin von Jetro (Japan External Trade Organization). Ei-

nen Marktüberblick über Japan könne man von einem deutschen Zulieferer im Normalfall nur schwer erwarten. „Unsere Arbeit hilft damit den Unternehmen auf beiden Seiten, die es sich sonst nicht so zutrauen.“

Jenseits davon helfen zweifellos Freundlichkeit und Hellsichtigkeit weiter: Die Leute von der Siebfabrik etwa schmissen gestern Nachmittag für die Gäste eigens den Fernseher an, als das WM-Spiel Japan gegen Kolumbien lief. „The day Japan won against Colombia in football“ schmeichelte man zur Belustigung der Gäste weit vor dem Anstoß auf dem Firmen-Bildschirm. Am Ende stand es 2:1 für Japan. Kein schlechter Anfang.

## Hauptkunde Papierindustrie: die Öschinger Siebfabrik

**82 Beschäftigte** arbeiten derzeit bei der Siebfabrik Arthur Maurer in Öschingen. 80 Prozent des Umsatzes machen die Öschinger

mit gewebten Sieben für die Industrie. Hauptabnehmer ist die Papierindustrie, aber auch Automotive, Medizintechnik oder Faserze-

mentfirmen sind Kunden. Jeweils zu einem Drittel werden die Produkte in Deutschland, Europa und der Welt abgesetzt.