

# Positive Bilanz nach erstem Jahr in Deutschland

*Das japanische Unternehmen NSK Nakanishi Inc. ist seit über einem Jahr mit einer Tochterfirma erfolgreich auf dem deutschen und europäischen Markt vertreten. Über die Erfahrungen in dieser Zeit und die zukünftigen Pläne und Ziele von NSK Europe sprachen wir mit Eiichi Nakanishi, dem Vorstandsvorsitzenden von NSK Nakanishi Inc.*

## | Redaktion

Man spricht immer von vielen kulturellen und wirtschaftlichen Unterschieden zwischen Japan und Deutschland. NSK Nakanishi Inc. ist nun seit mehr als einem Jahr mit einer eigenen Niederlassung auf dem deutschen Markt tätig. Stimmt das, und konnten die verschiedenen Unternehmenskulturen aufeinander abgestimmt und erfolgreich mit der japanischen Unternehmensphilosophie vereint werden?

Es stimmt, es gibt einige Unterschiede zwischen Japan und Deutschland. Doch meine persönliche Erfahrung hat gezeigt, dass diese, speziell in der Arbeitsweise und zwischen den beiden Unternehmenskulturen, nicht so dramatisch sind, wie man meinen könnte. Bisher gab es jedenfalls keine Probleme damit. Ein Grund dafür ist sicher die Zusammenarbeit mit Herrn Ing. Peter Mesev, dem Leiter der deutschen Niederlassung. Er kennt den deutschen und europäischen Markt bestens und er weiß, wie die Wirtschafts- und Arbeitsprozesse hier funktionieren. Das gilt auch für die Kommunikation der verschiedenen Niederlassungen untereinander. Ich kenne Herrn Ing. Mesev nun schon sehr lange, genauer gesagt mehr als zehn Jahre. In dieser Zeit haben wir gelernt, miteinander zu kommunizieren und zusammenzuarbeiten. Das ist die perfekte Basis für unseren Erfolg.

Der Eintritt in den deutschen und europäischen Markt war für NSK mit verschiedenen Erwartungen verbunden. Sind die angestrebten Ziele erreicht worden?

Ich bin mit dem Ergebnis des vergangenen Jahres mehr als zufrieden. Meine Erwartungen wurden übertroffen, und ich möchte mich dafür bei dem gesamten NSK Europe Team be-

danken. Am Anfang hatte ich mit mehr Schwierigkeiten gerechnet und ich dachte, es würde mehr Probleme geben. Aber glücklicherweise arbeiten wir, ganz im Gegenteil, sehr erfolgreich.

Ein Grund für diesen positiven Start ist beispielsweise unser Produkt Ultimate 500. Dieser Mikromotor für das Dentallabor war bereits in Europa bekannt, bevor wir die NSK Niederlassung in Deutschland eröffnet haben. Das heißt, europäische Kunden kannten unsere Produkte bereits im Vorfeld. Wir mussten also nicht bei Null anfangen.

Ein anderes Ziel war es Händler, Zahnärzte und Meinungsführer, die drei wichtigsten Gruppen im Markt, zu erreichen. In diesem Punkt haben wir noch nicht alles geschafft. Aber man muss bedenken, dass wir uns sehr hohe Ziele gesteckt hatten und deshalb können wir mit dem Ergebnis von nur einem Jahr sehr zufrieden sein. Insbesondere, wenn ich das mit unseren Wettbewerbern vergleiche, die Jahrzehnte lang Zeit hatten sich zu etablieren. Ich denke ein weiterer Grund für diesen Erfolg ist die perfekte Kombination von Produkten, Qualität und Preis, die NSK zu bieten hat. Zudem haben wir von Beginn an unser gesamtes Tun auf die Zahnärzte fokussiert, was diese akzeptieren und anerkennen.

Sie sagten, ein Grund für den Erfolg von NSK ist die perfekte Kombination von Produkten, Qualität und Preis. Es ist allgemein bekannt, dass das Preisniveau auf dem deutschen Markt sehr hoch ist. Was halten Sie von diesem Zustand und wie verhalten Sie sich dazu? Nehmen Ihre Kunden etwas davon wahr?

Richtig, der deutsche Markt wird von einem



Firmensitz der NSK Europe, Frankfurt.



Eiichi Nakanishi, Präsident der NSK Nakanishi Inc. mit Ing. Peter Mesev, General Manager NSK Europe.