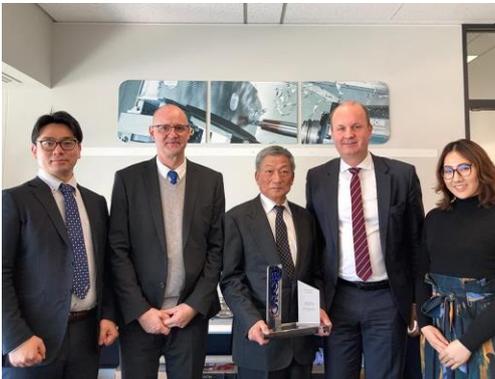


## Newsletter

### Generationswechsel in Asien

Nr. 024

22.12.2022



**Mit Ren Hongzhi, Werksleiter in China und Endo Hideaki, Niederlassungsleiter in Japan verabschieden sich zwei erfolgreiche Manager aus dem operativen Geschäft bei GROB. Park Yeong-Gyu in Korea bleibt GROB als Manager erhalten und wechselt in den Verkauf von Universalmaschinen.**

Bei GROB-China wurden die Weichen bereits vor zwei Jahren gestellt, als Ren Hongzhi als Mann der ersten Stunde von GROB China in den Aufsichtsrat von GROB-China wechselte und seine Position als CEO von Marcus Ortler übernommen wurde. Ren Hongzhi hat in über achtzehn Jahren maßgeblich zur positiven Entwicklung von GROB in China beigetragen und das Werk in Dalian mit seinem Team zu einem der besten Maschinenbauunternehmen im ganzen Land entwickelt. Den Verkauf in China machen weiterhin Biao Wang und Thomas Neubert.

Auch Endo Hideaki, der GROB-Japan im Jahr 2019 gründete, geht in den Ruhestand. Er kam 2013 zu GROB und war bis 2018 als Key Account Manager für GROB in Nordamerika tätig. Aufgrund seiner guten Kontakte zu japanischen Kunden im amerikanischen Markt war er der „Türöffner“ für GROB und konnte einige erfolgreiche Projekte umsetzen. Sein Nachfolger wird der langjährige Managing Director von GROB-Asia Pacific (GAP) Uwe Wedler. Als ausgewiesener Stratege hat Wedler für GROB den Verkauf im asiatisch-pazifischen Raum aufgebaut und war besonders in Thailand, Vietnam und Malaysia sehr erfolgreich unterwegs. Da in Thailand viele japanische OEMs produzieren lassen – vergleichbar wie die amerikanischen OEMs in Mexiko – hat die Serviceorganisation von GROB-Asia Pacific unsere GROB-Niederlassung in Japan bereits seit Jahren unterstützt.



Durch die Neuausrichtung von GROB-Korea kommt es auch im Management zu einem Wechsel. Hansung Kim, der mehrere Jahre in Mindelheim arbeitete und dort die GROB-Welt in allen Bereichen der Zerspanungssysteme für OEMs und TIER1, der E-Mobilität und der Universalmaschinen kennenlernen konnte, ist seit Mai 2022 wieder in Korea und übernimmt zum 01.01.2023 die Position des Managing Directors. Sein Vorgänger Park Yeong-Gyu wechselt in den Vertrieb und übernimmt den Verkauf von Universalmaschinen.

**Vor dem Hintergrund des Generationswechsels in Asien haben wir CSO Christian Müller einige Fragen gestellt.**

**Was bedeutet der Generationswechsel für GROB?**

**Christian Müller:** Es bedeutet, dass wir mit einer erweiterten Produktpalette und einer angepassten Vertriebsstrategie uns breiter aufstellen wollen, um aus allen Märkten für GROB noch mehr Aufträge zu generieren.

**Wie hat sich GROB auf diesen Wechsel vorbereitet?**

Hansung Kim wurde in Deutschland über mehrere Jahre ausgebildet. Endo Hideaki war in USA für viele Jahre für GROB tätig und ist zweimal im Jahr nach Japan zu diversen Management-Meetings geflogen. Sein Nachfolger Uwe Wedler ist für GROB seit mehreren Jahren im asiatisch-pazifischen Raum aktiv und mit GROB-Produkten bestens vertraut. Marcus Ostler ist als Produktionsdirektor bei GROB in China in die neue CEO-Funktion praktisch reingewachsen.

**Was haben sie an Ren Hongzhi und Endo Hideaki am meisten geschätzt? Was waren ihre größten Verdienste?**

Ren Hongzhi überzeugte durch seine absolute Markt- & Kundenkenntnis. Er hat GROB China zu dem gemacht, was es heute ist. Endo Hideaki zeichnete sich durch sein sehr gutes Networking mit den japanischen Kunden aus und stand sehr loyal zur Firma GROB.



### **Wie sieht nach Ihrer Meinung die Entwicklung in China, ROK und Japan aus?**

Wenn in China die COVID-Politik endlich wieder gelockert wird und damit der Alltag wieder einkehren kann, wird der chinesische Markt mit seinem „Local for Local“-Ansatz für GROB-China perfekt. Wir rechnen mit vielen Aufträgen, ein Stück weit beflügelt durch die dritte Investitionswelle der E-Mobilität.

In Korea müssen wir diversifizieren, sämtliche Kunden angehen und so über unserer breiten Produktpalette neue Aufträge für GROB-Südkorea generieren. Es bleibt weiterhin spannend. In der E-Mobilität arbeiten wir verstärkt mit den wichtigsten lokalen Playern zusammen, um unsere Markpräsenz zu steigern.

In Japan haben wir erst kürzlich eine fundierte Marktanalyse fertiggestellt und über 650 Leads generiert, die es nun abzuarbeiten gilt. Das wird unser Geschäft für Universalmaschinen beflügeln. Wir sind mit den OEMs im guten Austausch, um E-Mobilitäts- & Zerspanungsprojekte zu identifizieren, um an diesen wichtigen Projekten zu partizipieren. Dieses gilt für Projekte sowohl in Japan als auch in Übersee.