

# Japanisches Management

Im Vergleich zum Management in Deutschland / Österreich und in den USA

EDITION DOPPELPUNKT; ISBN 978-3-85273-203-9

Die Beziehungen der deutschsprachigen Länder und der USA zu Japan haben sich in den letzten Jahren enorm verändert. Um einen guten Erfolg zu erzielen, ist sicherlich die Kenntnis über wirtschaftliche Eigenheiten dieser Länder wichtig. Die Ausführungen von Toshiyuki FUJITA führen zu besserem Verständnis und damit zu einem leichteren Umgang in der Verhandlung mit der Führungsebene.

Das Buch kostet € 22,- und enthält neben aufschlussreichen Statistiken Einsicht in die japanischen Großhandelsunternehmen, *Sōgō-Shōshas*. Diese Großhandelshäuser „handeln weltweit fast alle Produkte vom Mineralwasser bis zum Satelliten, obwohl jedes Unternehmen über seine eigenen Fachgebiete verfügt ... Das weit verbreitete globale Netzwerk von *Shōshas* gibt ihnen (u. a.) die Möglichkeit, Information von Angebot und Nachfrage auf dem globalen Markt zu sammeln und zu analysieren.“ (S. 91) In Punkt 5 (S. 93) wird die Minimierung des Risikos mittels langjährigem und weltweitem Know-how-Reservoir beschrieben. Der / die Lesende bekommt Einblick in die Unternehmensgebarung von Sony, Panasonic, Nissan, Toyota, Honda u. a. Der Unterschied in der Unternehmensführung hängt von der Unternehmensphilosophie jeder Firma ab. Beispielsweise bei Toyota spielt die „KAIZEN“-Bestrebung (Veränderung zum Besseren) eine wichtige Rolle, um einen großen Gewinn zu erzielen.

Vor allem der Vergleich von Österreich, Deutschland, Schweiz und den USA zu Japan führt zu wertvollen Erkenntnissen.

Beispielhaft möchte ich aus dem Management anführen:

JAPAN: langfristiger Aufbau des Betriebsvermögens, es gibt immer noch Lebenszeit-Beschäftigung, obwohl dies seit den 90er-Jahren nicht überall aufrecht erhalten werden konnte; auch wollen die Jungen nicht „lebenslang“ an eine Firma gebunden sein. Den älteren und erfahrenen Mitarbeitern zollt man hohen Respekt (heutzutage schon etwas aufgeweicht) und es gibt interne Betriebsgewerkschaften. USA: kurzfristige, effektive Vermögensanschaffung durch Ankauf und Verkauf, Manager-Kaste. DEUTSCHLAND / ÖSTERREICH: differenziertes Produktionsprogramm, Koexistenz der Konkurrenten, Absprachen.

Folgende Fragen wurden an das USA-Management und an das japanische Management gestellt:

„Was erachten Sie als Ziel oder Ziele des Unternehmens? Was bedeutet Erfolg für Sie? USA: Profit (quarterly) JAPAN: Kundenzufriedenheit (langfristig) – Der Gewinn ist Konsequenz daraus, aber nicht das Ziel.“ (S. 51).

Toshiyuki FUJITA hielt nach Beendigung seiner 37-jährigen Beschäftigung bei der Itochu Corporation in der Schweiz, Österreich und Deutschland acht Jahre lang u. a. an der Kansai-Gaidai Universität Vorlesungen über Internationales Management. Als Gastprofessor hält er Vorlesungen an den Universitäten Augsburg, München und Wien.

Petra Sela