

KAZUHIKO  
KOBAYASHI

# Business mit Japan

Was  
europäische Manager  
wissen müssen

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort . . . . .	9
<b>1 Überblick über Japan . . . . .</b>	<b>19</b>
1.1 Allgemeine Informationen . . . . .	21
1.2 Geschichtlicher Hintergrund . . . . .	23
1.3 Die Mentalität . . . . .	29
1.4 Die Wirtschafts- und Sozialstruktur . . . . .	36
1.4.1 Dango . . . . .	36
1.4.2 Kanryoo ...-., . . . . .	39
1.4.3 Amakudari . . . . .	41
1.4.4 Die Schulbildung . . . . .	46
1.4.5 Berufs- beziehungsweise praktische Ausbildung . . . . .	50
1.5 Die Infrastruktur . . . . .	53
<b>2 Wie leben und arbeiten die Japaner? . . . . .</b>	<b>57</b>
2.1 Die Kauf- und Zahlungskräfte sind die Söhne und Töchter! . . . . .	61
2.2 Die Löhne und Gehälter sind hoch, aber . . . . .	62
2.3 Die Japaner arbeiten in Gruppen . . . . .	66
2.4 Das Geschäft beginnt nach Feierabend! . . . . .	68
2.5 Abendliches Amüsement . . . . .	71
2.6 Die japanische Küche . . . . .	80
2.7 Gebräuche und Sitten . . . . .	82
2.7.1 »Ja« bedeutet unter Umständen »Nein« . . . . .	82
2.7.2 Umgangsformen . . . . .	84
2.7.3 Achten Sie auf Ihre Garderobe! . . . . .	88
2.7.4 Bewirtung . . . . .	89

2.7.5	Geschenkregele	91
2.8	Welche Tabus gibt es zu beachten?	98
2.9	Worauf man sonst noch achten sollte	102
2.9.1	Einige Tips für den Umgang mit Japanerinnen	105
2.10	An welchen Reaktionen merkt man, daß man etwas falsch gemacht oder jemanden beleidigt hat?	115
3	<b>Der japanische Markt</b>	117
3.1	Lohnt sich der japanische Markt?	119
3.2	Die Japaner sind deutschen Produkten gegenüber sehr positiv eingestellt!	119
3.3	Es gibt in Japan nicht nur den Fujiyama und Tokyo! Gehen Sie lieber aufs Land!	121
3.4	Besuchen Sie Kaufhäuser und Supermärkte!	123
3.5	Vergessen Sie Ihre europäische Denkweise!	125
3.6	Ist Ihre Firma bereits in Japan vertreten? Wenn ja, wie?	129
3.7	Suchen Sie eine neue Geschäftsverbindung?	131
3.7.1	Besteht eine Verkaufschance für Ihr Produkt?	131
3.7.2	Der erste Schritt zum Aufbau eines Exportgeschäftes	134
3.7.3	Was tun, wenn Sie einen oder mehrere Interessenten haben?	137
3.8	Kundenorientierung und »Eroberungsstrategien« deutscher und japanischer Unternehmen im Vergleich	139
3.9	Den japanischen Markt beherrschen die Hersteller	149
3.10	Kurzer Überblick über die Vertriebswege	150

3.11	Charakteristische Merkmale verschiedener Firmenkategorien. . . . .	152
3.11.1	Hersteller. . . . .	152
3.11.2	Handelsfirmen. . . . .	157
3.12	Markttrends in Japan. . . . .	158
3.13	Jetzt ist die Zeit, mit den Japanern zu handeln!. . . . .	165
3.14	Eröffnen Sie sich neue Horizonte!. . . . .	166
3.15	Zwei Schritte zurück und drei Schritte vorwärts!. . . . .	167
3.16	Vergessen Sie nicht, daß Sie Ihre Produkte in Japan verkaufen wollen, und nicht in Deutschland oder Europa!. . . . .	169
3.17	Service gehört auch zur Qualität des Produktes!. . . . .	171
3.18	Vorurteile und Engstirnigkeit bringen nur Schaden!. . . . .	172
<b>4</b>	<b>Hilfe amtlicher Organisationen . . . . .</b>	<b>175</b>
<b>5</b>	<b>Noch ein paar Ratschläge für diejenigen, die bereits nach Japan exportieren . . . . .</b>	<b>179</b>
<b>6</b>	<b>Vertrag und Vertragsabschluß. . . . .</b>	<b>183</b>
	<b>Nachwort. . . . .</b>	<b>189</b>