

DJW-NEWS

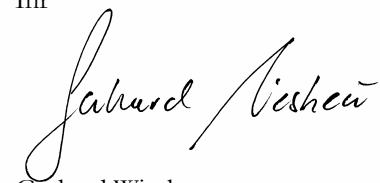
Editorial



Erst kürzlich stufte die Ratingagentur Fitch die Bonität von Japan von AA- auf A+ herab. Nach Berechnungen der OECD dürfte die Staatsverschuldung in Japan in diesem Jahr auf 220 % des Bruttoinlandsproduktes (BIP) steigen. Auch unter Berücksichtigung des großen Finanzvermögens des japanischen Staates wie Devisenreserven liegt die Staatsverschuldung in Japan nach Berechnungen der OECD immerhin noch bei 125 % des BIP. Diese Zahlen zeigen deutlich, dass Japan die vergangenen 20 Jahre nicht dazu genutzt hat, die Schulden abzubauen, weshalb dieser Zeitraum oft auch als „verlorene Dekaden“ bezeichnet wird. So stieg die Summe der privaten und öffentlichen Verschuldung von 400 % des BIP im Jahr 1990 auf zuletzt knapp 500 % des BIP. Das ist vor allem darauf zurückzuführen, dass Japans Wirtschaft nominal in diesem Zeitraum nur um durchschnittlich 0,6 % pro Jahr wuchs, während die durchschnittliche Zinslast mit 2,6 % deutlich darüber lag. Dass ein Schuldenabbau auch in relativ kurzer Zeit möglich ist, zeigt das Beispiel Großbritannien nach dem Zweiten Weltkrieg: Mit einem hohen nominalen Wirtschaftswachstum von 7 % und einem durchschnittlichen Zinssatz von 4,2 % schaffte es das Vereinigte Königreich, die Verschuldung von 395 % des BIP im Jahre 1947 auf nur noch 200 % des BIP im Jahre 1959 nahezu zu halbieren. Das entscheidende Erfolgskriterium dafür war eine durchschnittliche Inflation von 4 %, die sich nur durch einen signifikanten Einsatz der „Notenpresse“ der Zentralbank erreichen ließ. Vor diesem Hintergrund ist die neue, aggressiver ausgerichtete Geldpolitik in Japan als Schritt in die richtige Richtung

zu werten. Bisher war die japanische Zentralbank viel zu zögerlich: Zwar setzte sie schon in der Vergangenheit die „Notenpresse“ ein, kaufte jedoch nur Geldmarktpapiere von den Geschäftsbanken, was den geldpolitischen Schritten von Anfang an ihre Wirkung nahm. Die Vorgabe eines bindenden Inflationsziels und die umfangreichen geldpolitischen Lockerungen sprechen dafür, dass Japan die Deflation bald wird überwinden können. Inflationsraten von ca. 2 % bei einem Zinsniveau von ca. 0 % dürften einen erfolgreichen Schuldenabbau einleiten – was umso nötiger ist, als der Status quo nicht mehr lange aufrecht zu halten sein dürfte. Das Haushaltsdefizit des Staates von geschätzten 10 % des BIP in diesem Jahr dürfte nur zur Hälfte von den Ersparnissen der Privathaushalte gedeckt sein, während die andere Hälfte von den Ersparnissen der Unternehmen kommen dürfte. Die Unternehmen in Japan haben schon seit vielen Jahren eine ungewöhnlich hohe Sparquote, was eine fehlende Investitionsbereitschaft signalisiert. Ohne ausreichende Investitionen geht aber die Zukunftsfähigkeit und damit die Schuldenrückzahlungsfähigkeit eines Landes langsam verloren. Der Politikwechsel bei der japanischen Zentralbank war schon lange überfällig und dürfte gerade noch rechtzeitig gekommen sein.

Ihr



Gerhard Wiesheu
Vorstandsvorsitzender DJW

Mitarbeiter als Brückenbauer

Personalentwicklung in global agierenden Unternehmen am Beispiel der Lufthansa

Welche Strategien verfolgen global aufgestellte deutsche Unternehmen bei der Besetzung von Managerpositionen und bei der Einbindung einer multikulturellen Mitarbeiterschaft? Dieses Thema ist sowohl für japanische als auch für deutsche Unternehmen von hoher Relevanz. Besonders auch für die Lufthansa. Die Fluggesellschaften des Konzerns fliegen 283 Ziele in 105 Ländern an – allein im asiatisch-pazifischen Raum sind es über 700 wöchentli-

che Frequenzen zu 61 Zielen. Diese Vielfalt schlägt sich auch bei der Herkunft der Mitarbeiter nieder: Weltweit sind im Lufthansa Konzern 149 Nationalitäten vertreten. Dabei tritt die Lufthansa als deutsches Unternehmen auf und pflegt seine deutsche „corporate identity“. Bestimmte positive Eigenschaften (USP – „unique selling points“) wie Sicherheit und Zuverlässigkeit werden mit Deutschland verbunden und unterstützen die Marke „Lufthansa“. Der



Foto: Uwe Müller (Mitte), Vice President Sales Germany, Switserland and Austria for Lufthansa Passage Airlines, mit Bernhard Brauner (Director Sales, Lufthansa Düsseldorf) und Julia Hollmann (Geschäftsführerin DJW) nach seinem Vortrag zum gleichen Thema während eines Frühstücksgesprächs („Asa no Kai“) mit DJW-Mitgliedern am 4. Mai 2012 in Düsseldorf

Vorstand des Konzerns ist gänzlich deutsch besetzt – im Gegensatz zu einigen anderen Airlines wie beispielsweise Korean Air, wo sechs von sieben Vorstandsmitgliedern Nicht-Koreaner sind. Auch das Management von Lufthansa besteht weltweit zu 80 Prozent aus Deutschen; der Anteil lokaler Manager ist gering. Einzig Lufthansa USA bildet hier eine Ausnahme. Expats der Lufthansa bleiben in der Regel sehr lange im Ausland, da erfahrungsgemäß viel Zeit notwendig ist, bis sie die lokalen Gegebenheiten und Kultur erfasst und sich akklimatisiert haben. Dadurch werden sie einerseits zu Spezialisten für ihre jeweilige Einsatzregion vor Ort und können durch ihre Erfahrungen wertvolle Dienste für das Mutterhaus leisten, wenn es darum geht, wie mit kulturellen Unterschieden in einem bestimmten Markt umgegangen werden soll. Bei der Rückkehr nach Deutschland ist der Prozess der Wiedereingliederung nicht immer ganz einfach – für beide Seiten. Im Unterschied zum Management sind die Crews, das Bodenpersonal und die Vertriebsteams

in den Zielländern international gemischt. Diese internationale Mitarbeiterschaft wird weltweit aber in einem Schulungszentren in Deutschland ausgebildet, um eine Brücke zwischen der „corporate identity“, gemäß der sie im eigenen Land (Zielland) tätig werden sollen, und den dortigen Gepflogenheiten schlagen zu können. Japan zählt für das Unternehmen zu den wichtigsten asiatischen Märkten. Aktuell werden 80 Prozent der Tickets auf Lufthansa-Verbindungen von und nach Japan im japanischen Markt verkauft – nur 20 Prozent der Tickets gehen an Reisende aus Europa. Auch die Zielgruppen könnten unterschiedlicher nicht sein: Während aus Japan überwiegend Touristen nach Europa kommen (ca. 80 Prozent der Flüge), sind Flugreisende aus Europa nach Japan überwiegend Geschäftsreisende (ca. 80 Prozent) und nur zu einem kleinen Teil Touristen (ca. 20 Prozent). Diese Zahlen belegen eindrucksvoll, dass Japan sich noch nicht als touristisch interessantes und bezahlbares Reiseland etabliert hat.

Umweltpolitische Zusammenarbeit

Herausforderungen der Energiewende

Von Dr. Ruprecht Vondran,
Ehrevorsitzender DJW

„Wer nicht über seine Zukunft nachdenkt, hat auch keine“. Am Japanstandort Düsseldorf wollte man dieses Risiko nicht eingehen. An ihrem traditionellen Wirtschaftstag Japan versuchten dieses Mal deshalb Deutsche und Japaner gemeinsam, über „Chancen der Energiewende“ nachzudenken. Das Bemühen war ergiebig. Sie entdeckten eine Fülle von Projekten, die in Arbeitsteilung noch schneller, noch überzeugender, noch aussichtsreicher angegangen werden können – energieoptimierten Hausbau und grüne Stadtplanung, stromsparende Anlagen und Geräte, umweltbewusste Bürgerinitiativen und Arbeitsgemeinschaften, zielführende Anreize, Richtlinien und Gesetze. Sie teilten die Freude an Schaubildern, die den Fortschritt belegen: Hier wie dort werden Atomreaktoren stillgesetzt und damit Sicherheit gewonnen. Anlass zur Zufriedenheit? Ja, aber nicht ganz. Ein wichtiger Begriff fehlte durchgängig in allen Referaten und Diskussionsbeiträgen. Das „Kyoto-Protokoll“ war keinem auch nur ein Wort wert. Dabei stand es noch vor wenigen Monaten im Mittelpunkt einer Weltkonferenz und geradezu erbitterter Diskussionen. Vielleicht war es Absicht, diese Erinnerung auszublenden. Vielleicht ist es auch nur im Rausch der Freude über ein hohes Maß an Gemeinsamkeit vergessen worden. Dabei gehören auch diese Fragen auf die Agenda: Sind Treibhausgase kein Thema

mehr? Macht es Sinn, wenn Deutsche und Japaner sowie einige andere (sie stehen für 30 % der globalen Emission) daran festhalten, den Ausstoß zu verringern, während die USA und China sowie andere (sie stehen für 70 %) keinerlei international vereinbarte Regelwerke akzeptieren? Geht nicht parallel zu fast jedem stillgelegten Atomreaktor der Ausstoß an Kohlenstoffoxyden in die Höhe? Wird es nicht einiger Jahrzehnte bedürfen, bis erneuerbare Energien 100 % unseres Bedarfs decken? Und wird auch dann noch Reservekapazität in Kohlenstofftechnologie notwendig sein, weil auf Wind und Sonne nicht ständig Verlass ist? Und schließlich: Was bedeuten die damit verbundenen Kosten für energieintensive Industrien und ihre Arbeitsplätze?

Es ist sicher gut, ja notwendig und richtig, dass Japan und Deutschland enger zusammenrücken, um Erfahrungen auszutauschen und gemeinsame industriell umsetzbare Energieprojekte zu entwickeln. Wir sollten uns weiter in dieser Richtung bemühen. Aber wir sollten darüber nicht vergessen, uns der wichtigen Themen anzunehmen, die mit den hier genannten Fragen angerissen worden sind. Es bedarf nicht nur freundlicher Wohlwollensbekundungen, sondern einer handfesten engeren umweltpolitischen Zusammenarbeit, wenn wir uns in einem von hartem Wettbewerb bestimmten globalen Umfeld als moderne Industrienationen behaupten wollen.

▶ „Executive Training Programm“

Trainingsprogramm und Stipendium für Eintritt in den japanischen Markt

Von Larissa Skwirblies,
ETP Cluster Coordinator



Experten sagen bis 2020 einen Anstieg des Exports der EU nach Japan und Korea auf jährlich 20-40 Milliarden Euro voraus. Damit eröffnen sich für europäische Unternehmen signifikante Export- und Wachstumschancen. Um diese Exportchancen zu nutzen, müssen Unternehmen sowie ihre Mitarbeiter sprachliche als auch kulturelle Barrieren überwinden. Hier setzt das „Executive Training Programm“ (kurz ETP) der Europäischen Kommission an. Das 45-wöchige Trainingsprogramm behandelt die Kultur, Geschichte und Gesellschaft Japans, beinhaltet vertiefenden Studien zu Wirtschaft und Sprache an der renommierten Waseda Universität in Japan, sowie ein Praxismodul in einem Unternehmen vor Ort. Das Programm wird von der Europäischen Kommission finanziert und vergibt u.a. ein monatliches Stipendium in Höhe von 2.200 Euro an die Teilnehmer. Es richtet sich branchenübergreifend sowohl an Führungskräfte großer als auch klein- und mittelständischer Unternehmen, die in den japanischen Markt eintreten oder ihr

Geschäft dort ausbauen möchten. Eberhard Baehr, Country Division Head Japan von Bayer HealthCare und Alumni des ETP empfiehlt das Programm. Als Manager in internationalem Umfeld brauche man die Erfahrung "Es geht auch anders". Es geht um direkte Erfahrungen im Land, den täglichen Umgang mit den Menschen und den direkten Einblick in Arbeitsabläufe in einer japanischen Firma. Meist hat ein Expatriat in Japan außerhalb der geschäftlichen Umgebung eher wenig Kontakt zu Japanern und erlebt daher nur einen kleinen Ausschnitt der Kultur und Gedankenwelt dieses Landes. Das ETP ermöglicht z.B. durch das Erlernen der japanischen Sprache einen breiteren Zugang zu dieser Welt und einem Miteinander, das auf anderem Wege schwer zu erreichen ist. Bayer hat mit Eberhardt Baehr einen Mitarbeiter gewonnen, der auf alle Situationen im japanischen Geschäftsleben vorbereitet ist: „Ich kann die Brücke von Europa nach Japan für sie schlagen“. Weitere Informationen finden Sie unter www.euetp.eu.

▶ Manga-Fontäne

Mit Kunst Verbindungen schaffen

"Kunst schlägt Brücken" – das ist das Thema der 2. Hamburg Art Week, im Rahmen derer sich vom 1. bis 10.06.2012 die teilnehmenden Künstlerinnen und Künstler, Hamburger Galerien und öffentliche Institutionen präsentieren. Eine Verbindung zwischen zwei Kulturen schafft der Foto- und Videokünstler Kanjo Také, dessen "Digital Arts"-Projekt vom DJW unterstützt wird. Také erweckt auf einer künstlichen Wasserwand – 30 Meter breit, knapp 20 Meter hoch – Manga-Heldinnen zum Leben. Diese wurden von ihm kreiert, fotografisch erschaffen, anschließend abstrahiert und in Szene gesetzt. Den Figuren

wird durch die flüssige Leinwand eine plastische Aura verliehen, die Manga-Traumwelt wird durch Gischt und Wind noch weiter entmaterialisiert.

Kanjo Také hat sich in Japan-Kreisen u.a. auch durch die Videoinstallation „Fukushima“ im Rahmen der Ausstellung „Ferne Gefährten“ (2011) in Mannheim anlässlich „150 Jahre Deutsch-Japanische Freundschaft“ einen Namen gemacht. Mit Kamera und Computer hat er außerdem die bekannten Farbholzschnitte der Serie „36 Ansichten des Berg Fuji“ von Hokusai ins 21. Jahrhundert versetzt.

Kontakt: www.kunstraum49.com



Foto: Mangaheldin by Kanjo Také



Foto: Mangfontäne by Kanjo Také

Messen in Japan

Unterstützung durch die JETRO

Die staatliche japanische Außenhandelsförderung JETRO (Japan External Trade Organization) unterstützt ausländische Unternehmen, die in Japan investieren, mit japanischen Unternehmen kooperieren oder ihre Produkte nach Japan exportieren wollen auf vielfältige Weise, z.B. im Rahmen von Seminaren sowie Messebeteiligungen. In diesem Herbst finden folgende Messen und Fachsymposien in Japan statt, an denen deutsche Unternehmen mit finanzieller Unterstützung der japanischen Seite teilnehmen können:

- „Cloud Computing Expo Japan“, Chiba (24.-26.10.2012)
- „Tokyo International Industry Exhibition“, Tokyo (20.-22.11.2012)

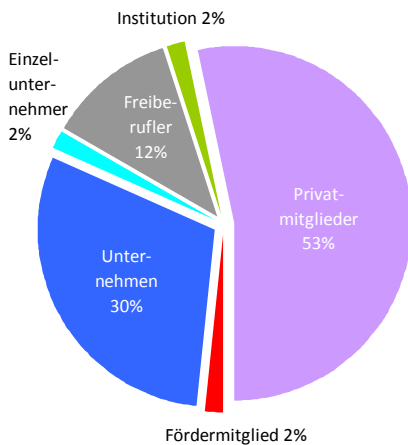
- „Suwa Area Industrial Messe 2012“, Suwa (15.-17.11.2012)
- „Osaka New Energy Business Meeting“, Osaka (23.-24.01.2013).

Unternehmen, die an den Einladungsprogrammen teilnehmen, können sich nicht nur einen Eindruck von den Regeln des japanischen Marktes sowie den Geschäftsgepflogenheiten machen, sondern auch vor Ort Einzelgespräche mit potenziellen Partnern führen.

Weitere Informationen finden Sie auf der DJW-Homepage (www.djw.de) unter „Veranstaltungen unserer Mitglieder und Partner“. Bitte beachten Sie den Bewerbungsschluss.

Neues aus dem DJW

Erhöhung der Präsenz in Japan



Graphik: Neumitglieder 2012 nach Kategorie

Der DJW hat sich im Laufe seiner 25jährigen Geschichte als Netzwerk zur Förderung von Wirtschafts- und Geschäftsbeziehungen zwischen Deutschland und Japan, mit besonderem Fokus auf Klein- und mittelständischen Betriebe, etabliert. Er zählt derzeit etwa 1200 Mitglieder. Etwa ein Drittel davon sind Unternehmen, Institutionen und Freiberufler aus verschiedensten Bereichen. Die meist vertretenen Branchen bei den Herstellern sind die Automobil(zulieferer)industrie, die Elektroindustrie und der Maschinenbau. Eine Besonderheit des DJW ist, dass er auch zahlreiche private Persönlichkeiten zu seinen Mitgliedern zählen kann, die etwa zwei Drittel der Mitgliedschaft stellen. Es sind engagierte Personen, die entweder in einem deutsch-japanischen Geschäftsumfeld tätig sind oder sich anderweitig der deutsch-japanischen Zusammenarbeit widmen. Die DJW-Mitglieder verteilen sich über den ganzen Erdball: Während ein Großteil in Deutschland lebt, sind etwa 10 Prozent in Japan ansässig, ein kleiner Teil in anderen Ländern wie dem europäischen Ausland (z.B. Nieder-

lande, Schweiz), China oder den USA.

Um in den Orten mit hoher Mitgliederichte präsent zu sein, hat der DJW begonnen, an diesen Orten in Kooperation mit verschiedenen Partnern regelmäßige Frühstücksgespräche („Asa no Kai“) sowie – am Abend – auch Business Dinner durchzuführen. In Kürze sind wieder mehrere solcher Veranstaltungen geplant:

- München (04.07.2012)
- Hamburg (05.09.2012)
- Tokyo (17.10.2012)

Um seine Präsenz in Japan noch zu erhöhen, erweitert der DJW fernerhin seinen Vorstand mit Repräsentanten vor Ort und eröffnet in Kürze auch ein Kontaktbüro in Tokyo, das als „Madoguchi“ und erste Anlaufstelle für Mitglieder und Interessenten in Japan dient.

Diese und weitere Pläne des DJW werden Thema der diesjährigen Mitgliederversammlung am 5. Oktober in Frankfurt sein (siehe auch Veranstaltungshinweis unten auf dieser Seite).

Save the date

DJW-Mitgliederversammlung und Symposium

Frankfurt, 05.10.2012

Die ordentliche DJW-Mitgliederversammlung findet dieses Jahr in Frankfurt statt. Neben der Wahl neuer Vorstandsmitglieder und diversen Berichten stehen auch die Neu-Definition von Arbeitsgruppen sowie die Vorstellung weiterer Zukunftspläne auf

dem Programm. In der anschließenden Vortragsveranstaltung werden wir u.a. den Diplomaten Hisashi Owada, Richter am Internationalen Gerichtshof in Den Haag, begrüßen können. Wir freuen uns auf einen regen Erfahrungs- und Gedankenaustausch!

Impressum

Herausgeber:
Deutsch-Japanischer Wirtschaftskreis
Chefredaktion: Julia Hollmann. Mitarbeit:
Gabriele Kastrop-Fukui

Bezug

Die DJW News können kostenlos per E-Mail bezogen werden: Bitte schreiben Sie eine Mail an info@djw.de mit dem Betreff „Newsletter“. Eine Printversion ist gegen Portoerstattung beziehbar. Download kostenlos: www.djw.de.

Verantwortlich: DJW, Graf-Adolf-Str. 49, 40210 Düsseldorf
Tel.: 0211 – 9945 9191, Fax: 0211 – 9945 9212
Trotz sorgfältiger Bearbeitung übernehmen wir keine Gewähr für die Richtigkeit der Daten.

ISSN: 1616-9751