Neuigkeit |

Deutsch-Japanisches Symposium

Japan ist drittgrößte Wirtschaftsnation der Welt. Noch. Unternehmen kämpfen gegen sinkende Produktivität. Ein Deutsch-Japanisches Symposium an der HWR Berlin stellt japanische Managementstrategien auf den Prüfstand.

16.02.2016

Japan ist drittgrößte Wirtschaftsnation der Welt. Noch. Unternehmen kämpfen gegen sinkende Produktivität. Ein Deutsch-Japanisches Symposium an der HWR Berlin stellt japanische Managementstrategien auf den Prüfstand.

Um Möglichkeiten, durch Implementierung anderer Managementmethoden und -strategien den Abwärtstrend der ökonomischen Vormachtstellung Japans im globalen Wettbewerb aufzuhalten, ging es beim Symposium „Challenges in Japanese Marketing“. Ausgerichtet wurde die eintägige Konferenz Mitte Februar vom Berlin Institute for International Business Studies (BIIBS) der Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR) Berlin.

„Arbeitnehmer/innen arbeiten durchschnittlich in Deutschland weniger als in Japan und dennoch ist die Produktivität hier höher“, konstatiert Yotetsu Hayashi, der Beauftragte der japanischen Botschaft für Wirtschaftskooperationen mit Deutschland. Es müssten mehr Talente aus dem Ausland gewonnen und Frauen als Arbeitnehmerinnen und Führungskräfte in Wirtschaft, Verwaltung und Gesellschaft gefördert werden, formuliert Hayashi als Zielrichtung. Japan könne dabei viel von Deutschland lernen, denn beide Länder stehen vor ähnlichen sozialen Herausforderungen, haben gleiche Wertesysteme, beide Länder verbinden langjährige enge Beziehungen. Der Sprecher der japanischen Vertretung verwies zudem darauf, dass Deutschland der drittgrößte Investor in Japan ist und im Gegenzug Deutschland der Champion unter den Zielländern für japanische Unternehmen.

Gegenwärtige Entwicklungen sind unbedingt vor dem Hintergrund traditionell gewachsener ökonomischer Strukturen und Führungsstile zu betrachten, die auch in der japanischen Kultur und Geschichte begründet liegen, führt Prof. Yuji Kajiwaki von der Kagawa Universität in Takamatsu in seinem Vortrag aus. Der Wissenschaftler, der seit April 2015 als Gastforscher am Fachbereich Duales Studium der HWR Berlin tätig ist, analysiert und entwickelt neue Modelle für Wirtschaftsunternehmen in der globalen Wissensgesellschaft. Kajiwaki hat sechs Determinanten identifiziert, die zur Modernisierung der japanischen Wirtschaft beitragen können. Dazu gehören zum Beispiel die schrittweise Abschaffung der traditionell verankerten lebenslangen Firmenzugehörigkeit von Arbeitnehmer/innen und ein Gehaltssystem, das sich vor allem nach Alter und Dauer der Betriebszugehörigkeit richtet. Auch hinsichtlich der Arbeitsbedingungen in Japan gebe es Entwicklungspotential, um die Produktivität nachhaltig zu steigern. Exemplarisch führt der japanische Ökonomieexperte an, dass japanischen Beschäftigten in der Regel nicht mehr als acht bezahlte Urlaubstage pro Jahr zustehen.

Der Generaldirektor der Japan External Trade Organization (JETRO) Herr Masuda erläuterte, welche politischen Initiativen eingeleitete wurden, um die Wettbewerbsfähigkeit Japans zu steigern und den Arbeitsmarkt neu zu beleben. Die Ähnlichkeiten beider Volkswirtschaften, Japan und Deutschland, seinen ein guter Ausgangspunkt für eine Weiterführung und Intensivierung der wirtschaftlichen Beziehungen. JETRO könne dabei deutsche Unternehmen unterstützen, Kontakte aufzubauen und Investitionen in Japan zu tätigen.

Die Perspektive japanischer Unternehmen wurde durch Herrn Masahito Hiratake (General Manager Mitsubishi International GmbH) vertreten, der Einblicke in die strategischen Initiativen eines sogenannten „SOGO SHOSHA“, eines großen und international aktiven japanischen Handfelshauses erlaubte. Diese befänden sich in einem Transformationsprozess – von einem Handelsunternehmen zu einem „Value Chain Innovator“. Auch Mitsubishi würde sich den veränderten Rahmenbedingungen stellen. Die neue Wachstumsstrategie strebe nach Innovationen, durch welche wirtschaftliche, ökologische und soziale Herausforderungen geleichermaßen gelöst werden sollen.

Kulturelle Herausforderungen, Aspekte der Corporate Social Responsibility sowie die Problematik der eingeschränkten Aufstiegschancen weiblicher Angestellzter in japanischen Unternehmen wurden durch Henning von Ackeren (Ableton AG), Professor KanjoTanimoto (Waseda Universität), Prof. Takeshi Matsuda, Gastforscher an der HWR Berlin und Professor an der Komazawa Universität in Tokio sowie Prof. Dr. Silke Bustamante vertieft. Die Professorin für Unternehmensführung am Fachbereich Duales Studium der HWR Berlin gab auch den Impuls für die ersten einjährigen Forschungsaufenthalte japanischer Wissenschaftler an der HWR Berlin und das Deutsch-Japanische Symposium. Sie war im Rahmen eines Forschungssemesters zum Thema CSR an der HWR-Partneruniversität in Kobe (Japan) und hatte neben dem intensiven Austausch mit japanischen Wissenschaftler/innen Gelegenheit, die bestehende Kooperation zwischen beiden Hochschulen zu intensivieren und neue Kontakte zu knüpfen. Die HWR Berlin unterhält zudem mit der Otaru University of Commerce eine aktive Hochschulpartnerschaft.

Bericht und Fotos: Sylke Schumann, HWR Berlin