

Interkulturelle Kompetenz für die „Westentasche“

IHK Pocket-Guide Japan

www.mittlerer-niederrhein.ihk.de International



Kreft | Mönchengladbach | Neuss | Viersen



Auflösung des Quiz (S. 14) 1 b., 2 a., 3 c., 4 a., 5 c., 6 b.

www.ihk-interkulturelle-kompetenz.de

Sie unter folgender Internetadresse:
Interkulturelle Kompetenz finden
Wissenswertes zum Thema
Alle Ausgaben und noch mehr

Länder-Ausgaben erscheinen.
„Westentasche“ sind weitere
Interkulturelle Kompetenz für die
IHK Pocket-Guide –

Weitere Ausgaben

In der Reihe IHK Pocket-Guide –
soweit nicht anders vermerkt.
August 2014,

Stand der Publikation

Stefan Enders
Tel.: 02131 9268-562
E-Mail: enders@neuss.ihk.de

Ansprechpartner

www.mittlerer-niederrhein.ihk.de
41460 Neuss
Friedrichstraße 40
Geschäftsbereich International
IHK Mittlerer Niederrhein

Herausgeber



HINTERGRUND UND ZIELE

2

Wer über interkulturelle Kompetenz verfügt, ist in der Lage, mit Menschen aus anderen Kulturen erfolgreich zu agieren.

Ein für beide Seiten zufriedenstellendes Miteinander ist nicht selbstverständlich. Oft unterscheiden sich die Denk- und Verhaltensmuster von Menschen unterschiedlicher kultureller Herkunft deutlich voneinander. Die Unkenntnis der jeweiligen Anschauungen, Werte und Gepflogenheiten kann schnell zu Missverständnissen führen. Und damit zum Scheitern von internationalen Geschäften und Beziehungen.

Das Literaturangebot zum Erwerb von interkultureller Kompetenz ist so vielfältig wie platzgreifend. Mit unseren Interkulturellen Pocket-Guides bieten wir Ihnen ein Format für die „Westentasche“. Sie liefern Wissenswertes zu ausgesuchten Kulturen, handlich und übersichtlich präsentiert. Etwa zur Vorbereitung in der Hotellobby auf den ersten Smalltalk mit dem ausländischen Kunden. Oder zum raschen Nachschlagen von Verhaltenstipps während der Taxifahrt zum Geschäftsessen.

Wir wünschen Ihnen eine kurzweilige und nutzbringende Lektüre!

UNSER CO-AUTOR UND EXPERTE

Jochen Möckel

Seit 2005 berät der Japan-Kenner Unternehmen, die Geschäftsbeziehungen zu japanischen Firmen aufbauen oder sich auf dem Markt etablieren möchten. Schwerpunkte sind interkulturelle Seminare sowie die Kontaktabnähmung im b2b-Bereich. Er verfügt über verhandlungssichere Japanischkenntnisse. www.jochen-moeckel.de



15

GUT ZU WISSEN

Nützliche Adressen



Institutionen

Deutsche Industrie- und Handelskammer in Japan
Sanbancho KS Building, 5F
2-4 Sanbancho
Chiyoda-ku, Tokyo 102-0075
Tel.: +81 3 5276 9811
www.japan.ahk.de

Botschaft der Bundesrepublik Deutschland
4-5-10 Minami-Azabu
4-Chome
Minato-ku, Tokyo 106-0047
Tel.: +81 3 5791 7700
www.tokyo.diplo.de

Goethe-Institut Tokyo
7-5-56 Akasaka
Minato-ku, Tokyo 107-0052
Tel.: +81 3 3584 3201
www.goethe.de/tokyo

Japanisch-Deutsche Gesellschaft
Maya Shinanomachi Nr. 2
Shinjuku-ku, Tokyo 60-0016
Tel.: +81 3 5368 2326
www.jdg.or.jp

Medien

The Japan Times (Zeitung)
www.japantimes.co.jp

The Daily Yomiuri (Zeitung)
www.yomiuri.co.jp

NHK (Radio- u. TV-Sender)
www.nhk.or.jp/english

JAPANMARKT Online
(Internet-Magazin)
www.japanmarkt.de

Die Inhalte dieser Publikation wurden mit größtmöglicher Sorgfalt erarbeitet und zusammengestellt. Für ihre Richtigkeit und Vollständigkeit sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernimmt die IHK Mittlerer Niederrhein keine Gewähr. Dies gilt auch für die Inhalte der hier lediglich zu Informationszwecken angegebenen externen Internetseiten. Der Nachdruck, auch auszugsweise, ist nur mit Quellenangabe gestattet.

(Japanische Weisheit)

Wenn du es eilig hast,
dann mache einen Umweg.

15	Gut zu wissen	!
14	Wie war das noch mal?	🔄
12	Mini-Sprachführer Japanisch	🗨️
11	Private Einladungen	
10	Das Geschäftsessen	
9	Die Geschäftsverhandlung	
8	Die Konversation	
7	Die erste Begegnung	
7	Verhaltensstipps	👤
6	Kulturstandards	📄
4	Japan im Kurzprofil	📋

Die Lösungen finden Sie auf der letzten Seite (Rückseite).



Quiz

WIE WAR DAS NOCH MAL? 14

MINI-SPRACHFÜHRER JAPANISCH 13

INHALT 3

JAPAN IM KURZPROFIL* 4



Staatsname Japan (Nippon, Nihon)

Staatsform Parlamentarische Monarchie

Hauptstadt Tokyo

Größe 377.915 km² (BRD: 357.022 km²)

Staatsoberhaupt Kaiser Akihito

Regierungschef Premierminister Shinzo Abe (Demokratische Partei Japans, DPJ)

Nationalflagge Die Nationalflagge Japans wird allgemein als „Hinomaru“ („Sonnenscheibe“) bezeichnet. Bereits im 17. Jahrhundert führten japanische Schiffe der heutigen Flagge ähnelnde Fahnen. Verbindlich wurde eine solche Beflaggung für alle japanischen Schiffe erst Mitte des 19. Jahrhunderts. Erst am 13. August 1999 wurde die Fahne zur offiziellen Nationalflagge Japans erklärt.

Nationalhymne „kimi ga yo“ („Kaiser, deine Herrschaft“)

Geschichte **1603** Mit Entstehen des Shogunats Tokugawa bricht eine mehr als 200 Jahre andauernde Blütezeit an.
1867 Der japanische Kaiser wird wieder eingesetzt. In der Folge setzt die Industrialisierung Japans ein.
1952 Mit Inkrafttreten des Friedensvertrags von San Francisco erhält Japan die volle Souveränität zurück.

Religion Die traditionell stärksten Religionen sind der Schintoismus und der Buddhismus. Daneben existieren christliche und andere religiöse Minderheiten.



Alltagsglossar

Bank

Restaurant

Speisekarte

Apotheke

Krankenhaus

Arzt

Deutsche Botschaft

Polizei

Taxi

Flughafen

eins

zwei

drei

vier

fünf

sechs

sieben

acht

neun

zehn

fünfzig

hundert

tausend



ginkō [ginkoo]

resutoran [reʃutoran]

menyū [menjuu]

yakkyoku [jackjoku]

byōin [bjoin]

isha [ischa]

doitsu taishikan [doitʃu taischikan]

keisatsu [keiʃatʃu]

takushī [takuschii]

kūkō [kuukoo]

ichi [itschi]

ni

san [ʃan]

shi [schi] oder: yon [jon]

go

roku

shichi [schitschi] oder: nana

hachi [hatschi]

kyū [kjuu]

jū [juu]

gojū [gojuu]

hyaku [hjaku]

sen

[...]: Aussprachehilfe

Sprache	Amstssprache ist Japanisch.
Wichtige Feiertage	1. Januar Neujahrstag 11. November Jahrestag der Gründung des Kaiserreichs 23. Dezember Geburtstag von Kaiser Akhito
Bevölkerung	127,3 Mio. Einwohner (2013)
Wachstum	-0,2 % Bevölkerungszuwachs (2013)
Alterstruktur	0-14 Jahre: 13,2 % 15-64 Jahre: 62,0 % 65 Jahre und älter: 24,8 % (Schätzungen für 2014)
Klima	Das Klima im Inselreich gestaltet sich von Insel zu Insel unterschiedlich. Auf Hokkaido herrschen ein kalter Winter und ein warmer Sommer. Auf Honshu, Shikoku und Kyushu ist das Klima gemäßigt bis subtropisch, auf Okinawa subtropisch.
BIP	4.846,3 Mrd. USD (Schätzung für 2014, Stand: Mai 2014)
BIP-pro-Kopf	38.142 USD (Schätzung für 2014, Stand: Mai 2014)
Währung	Yen (JPY) (Durchschnitt für 2013: 1,0 EUR = 132,04 JPY)

*Quellen: Auswärtiges Amt, Botschaft von Japan, CIA, Germany Trade & Invest, Weltbank, eigene Recherchen. Stand: August 2014, soweit nicht anders vermerkt.

Guten Morgen!	ohayō gozaimasu! [ohajoo gosaimas]
Guten Tag!	konnichiwa! [konitschwa]
Guten Abend!	konbanwa!
Wie geht es Ihnen?	o-genki desu ka? [o-genki des ka]
Mir geht es gut.	(hai,) genki desu. ... to mōshimasu. [to mooschimas]
Ich heiße ...	o-namae wa (nan desu ka)? [o-namae wa (nan des ka)]
Herzlich willkommen!	yoku irasshaimashita! [oku irasschaimaschita]
Ich freue mich, Sie kennenzulernen.	hajimemashite. [hajimemaschite]
Ich komme aus kara kimashita [kara kimaschita]
Deutschland	doitsu [doitsu]
Danke für Ihre Einladung.	shōtai arigatō gozaimashita. [schotai arigatoo gosai-
Auf Wiedersehen!	sayōnara! [sajoonara]
Vielen Dank!	dōmo arigatō gozaimasu! [doomo arigatoo gosaimas]
Bitte. (als Antwort auf „danke“)	dō itashimashite. [do itaschimaschite]
Ja.	hai.
Nein.	ie, kekko desu. [ie, kekoo des]



Begrüßung | Konversation

Deutschland	Japan
<p>Sachorientierung: Konzentration auf Inhalte und Aufgaben (Priorität). Über die Sache wird eine (Personen-)Beziehung hergestellt.</p> <p>Regelorientierung: Regeln und Strukturen sind wichtig. Sie dienen zur Risikominimierung, Orientierung, Kontrolle und Fehlervorbeugung.</p> <p>Zeitdiktat: Terminplanung und Pünktlichkeit sind wichtig.</p> <p>Individualismus: Die Freiheit des Einzelnen sowie das Streben nach Selbstverwirklichung stehen im Mittelpunkt.</p> <p>Low-Context Culture: Man sagt, was man denkt, eindeutig und unverschlüsselt. Das „Was“ ist wichtig, nicht das „Wie“.</p> <p>Trennung von Persönlichkeits- und Lebensbereichen: Beruf und Privates werden ungemischt.</p>	<p>Beziehungs- bzw. Personenorientierung: Kennenlernen der Person (Rolle, Status etc.) hat zunächst höchste Priorität.</p> <p>Autoritäts-, Hierarchieorientierung: Rang und Alter (Senioritätsprinzip, „senpai-kohai“) sind wichtig. Jüngere berichten an Ältere.</p> <p>Auch ohne Zeitdiktat: Pünktlichkeit ist u.a. auch ein Ausdruck von Höflichkeit und Respekt!</p> <p>Kollektivismus: Die Gruppenzugehörigkeit bestimmt das Handeln und Denken.</p> <p>High-Context Culture: Das „Wie“ ist wichtiger als das „Was“. Ein ausgeprägtes Harmoniebedürfnis prägt Kommunikation und Vorgehen.</p> <p>Trennung von Persönlichkeits- und Lebensbereichen: Beruf- und Privatsphäre werden strikt getrennt gehalten, nur in Ausnahmefällen fließt Persönliches in den Geschäftsalltag ein.</p>

Private Einladungen
<ul style="list-style-type: none"> In Japan werden Privat- und Geschäftsleben sorgfältig voneinander getrennt. Private Einladungen von Japanern in die heimischen „vier Wände“ kommen daher nur sehr selten vor. Falls eine solche Einladung dennoch ausgesprochen wird, gilt dies als große Ehre und als Privileg. In Privathäusern werden die Straßenschuhe ausgezogen. Der Gast erhält Pantoffeln. Die traditionellen Tatami-Räume (mit Reisstrohmatte ausgelegte Zimmer) werden nur in Strümpfen oder barfuß betreten. Zu den Nationalgetränken Japans gehören der Tee und der Reiswein Sake. Der Tee wird häufig in äußerst kostbaren Keramikgefäßen getrunken. Dabei werden Süßigkeiten gereicht, die Sie nicht ablehnen, sondern vollständig aufessen sollten (das gilt vor allem für den Tee genuss im Rahmen einer japanischen Teezeremonie). Der Sake kann heiß serviert werden und sollte dann auch heiß getrunken werden. Mit einem sorgfältig ausgesuchten und hochwertig verpackten Geschenk drücken Sie Ihre Hochachtung und Dankbarkeit aus. Teure Spirituosen oder Lebensmittel, idealerweise aus Ihrer Heimatregion, sind häufig eine gute Wahl. Vermeiden Sie auch bei der Verpackung Farben, Motive oder Gegenstände, die in Japan Negatives symbolisieren. Z.B. stehen die Farbe Weiß und die Zahl Vier für den Tod, Fuchs- oder Dachsmotive gelten als anzüglich. Übergeben werden die Geschenke am besten zum Abschied – mit beiden Händen.



- Aufgrund der starken Beziehungsorientierung der Japaner spielen gesellschaftliche Termine im informellen Rahmen eine wichtige Rolle. Deren Bedeutung auch für den Geschäftserfolg spiegelt sich in dem geläufigen Kunstbegriff „**nomination**“ (Verbindung aus dem japanischen Wort „nomu“ („trinken“) und dem englischen Begriff „communication“) wider.
- Die Verabredung zum Geschäftsessen erfolgt häufig in ein traditionelles Restaurant. Dort werden die Straßenschuhe gegen Pantoffeln getauscht, traditionelle Tatami-Räume werden in Strümpfen oder barfuß betreten.
- Überlassen Sie die Bestellung des Essens Ihrem Gastgeber oder lassen Sie sich von ihm beraten.
- Wer mit **Stäbchen** umgehen kann, genießt hohe Anerkennung. Beachten Sie aber, dass Sie mit diesem Essgerät nicht herumfuchteln oder im Essen herumrühren sollten.
- Der Genuss von **Alkohol** ist weitverbreitet und fester Bestandteil des sozialen Miteinanders. Das gegenseitige Zutrosten und das Aussprechen von Trinksprüchen sind durchaus üblich. Die Regeln sehen vor, sich nicht selbst nachzuschchenken, dafür aber seinem Tischnachbarn nachzufüllen.
- Der Gastgeber bzw. der Einladende ist derjenige, der die **Rechnung** übernimmt. Erwidern Sie die Einladung (und das sollten Sie!), dann stimmen Sie dies vorher mit dem Restaurant ab (andernfalls geht die Rechnung an den „Einheimischen“).
- Nach einem (abendlichen) Geschäftsessen erfolgt meistens die Einladung in eine **Karaoke-Bar**. Nehmen Sie diese Einladung unbedingt an und beteiligen Sie sich ungezwungen an dieser unter Japanern sehr beliebten und meistens „feucht-fröhlichen“ Abendgestaltung.

Das Geschäftsessen



VERHALTENSTIPPS

10

- Erkundigen Sie sich vor der ersten Begegnung nach der richtigen **Aussprache** des Namens Ihres Geschäftspartners und ggf. nach der Darstellung seines Namens in lateinischer Schrift.
- Achten Sie auf gute **Kleidung**. In Japan wird auf ein gepflegtes und qualitativ hochwertiges Erscheinungsbild sehr geachtet, schuldrige Kleidung wird schnell als Nichtachtung ausgelegt. Denken Sie auch an die Qualität und den Zustand Ihrer Strümpfe, da z.B. beim Sitzen auf den Tatami-Matten die Schuhe ausgezogen werden.
- Das Händeschütteln (wie auch andere körperliche Berührungen) zur **Begrüßung** ist in Japan nicht üblich. Nur wenn Ihnen die Hand entgegengestreckt wird, sollten Sie diese durch (leichten!) Händedruck annehmen. Usus sind hingegen unterschiedlich stark ausgeprägte Verbeugungsrituale, mit einer leichten, kurzen Verbeugung sind Sie „auf der sicheren Seite“.
- Der Austausch der **Visitenkarten** ist von enormer Wichtigkeit. Die Visitenkarte wird mit beiden Händen und einer leichten Verbeugung überreicht bzw. entgegengenommen. Übergeben Sie dabei Ihre Karte so, dass der Empfänger den Inhalt lesen kann. Schauen Sie sich die Ihnen überreichte Karte aufmerksam an und fragen Sie ruhig nach der Bedeutung der Schriftzeichen und ihrer richtigen Aussprache. So signalisieren Sie Interesse.
- **Geschenke** haben in Japan eine lange Tradition und keinen negativen Beigeschmack. Vielmehr zeugen sie von Respekt und dem Willen, eine persönliche Beziehung aufzubauen. Bringen Sie etwas Interessantes aus Ihrer Heimat/Region mit. Messer, Scheren oder Brieföffner sollten als Geschenke vermieden werden, da sie als Synbole für Trennung gelten. Packen Sie Ihr Geschenk schön und kunstvoll ein. Übrigens: Ausgepackt werden Geschenke in der Regel erst später.

Die erste Begegnung



VERHALTENSTIPPS

7

Die Geschäftsverhandlung



VERHALTENSTIPPS

6

- **Pünktlichkeit** hat (auch) in Japan höchste Priorität. Geschäftstermine beginnen daher sehr pünktlich. Stellen Sie sich darauf ein, um den Geschäftserfolg nicht zu gefährden.
- **Gruppenorientiertes und hierarchisches Verhalten** ist in Japan sehr ausgeprägt. Zu wichtigen Geschäftsterminen sollte ein hochrangiger, entscheidungsbefugter Unternehmensvertreter von Mitarbeitern der mittleren und unteren Führungsebenen begleitet werden.
- Informieren Sie Ihre japanischen Verhandlungspartner am besten vorab über den jeweiligen Rang und die Unternehmensfunktion Ihrer Delegationsteilnehmer. Denken Sie an die hohe Bedeutung des rituellen Austausches der Visitenkarten. Erkundigen Sie sich Ihrerseits genau über die Stellung Ihrer Gesprächspartner.
- Insbesondere beim ersten Treffen beginnt die Verhandlung mit **Smalltalk**, um eine harmonische und persönliche Atmosphäre herzustellen. Erst danach wird das Verhandlungsthema aufgegriffen, ohne dass die vorher kommunizierte Agenda zwangsweise den Ablauf vorgibt.
- Bringen Sie viel **Zeit** und **Geduld** mit. Entscheidungen werden im ersten Verhandlungstermin nur selten getroffen. Japaner treffen Entscheidungen nur in der Gruppe und nach längeren Abstimmungsprozessen „hinter verschlossenen Türen“. Die Teilnahme japanischer (oberster) Entscheidungsträger an Verhandlungsterminen kommt fast nie vor.
- Vergewenwärtigen Sie sich, dass nach japanischer Tradition die persönliche, auf Harmonie basierende Beziehung im Vordergrund einer Geschäftsverbindung steht. **Verträge** bedeuten daher in erster Linie die Basis für eine vertrauensvolle und nachhaltige Beziehung, weniger eine unumstößliche und detaillierte Regelung.

Die Konversation



VERHALTENSTIPPS

8

- Bitte beachten Sie: In Japan herrscht ein anderes Kommunikationsmuster als in Deutschland. Japan ist eine **High-Context-Kultur**, d.h., Faktoren wie die Gesprächsumgebung, die Körperhaltung, die Tonart und der Status bzw. die Funktion des Gesprächsteilnehmers bestimmen die Konversation wesentlich mit.
- Die aus Deutschland gewohnte Lautstärke, Sprechgeschwindigkeit, Direktheit, Emotionalität und Körpersprache sollten der **zurückhaltenden** und **subtilen Art** der Japaner angepasst werden. Eine zu ausladende Gestik und Rhetorik kann verunsichernd und einschüchternd wirken. **Höflichkeit** ist Trumpf!
- Das in der Tradition verankerte **Harmoniebedürfnis** der Japaner führt sehr häufig zu Unterschieden zwischen Meinung und Gesagtem. Z.B. werden Sie ein direktes „Nein“ von einem Japaner selten hören. Umgekehrt sollte man seinen japanischen Geschäftspartner mit einem (schroffen) „Nein“ oder einer direkt geäußerten Kritik nicht „vor den Kopf stoßen“. Legen Sie sich daher entsprechende Redewendungen zur „Umschiffung dieser Klippen“ zurecht, bzw. achten Sie bei Ihrem Gesprächspartner genau auf solche kommunikativen „Manöver“. Lesen Sie zwischen den Zeilen!
- Gewöhnungsbedürftig sind die teilweise langen **Pausen**, die Japaner im Wortwechsel machen. In Japan gilt es als unhöflich, das Gegenüber zu unterbrechen oder den Anschein zu erwecken, man denke nicht über das Gesagte des Gesprächspartners nach. Nehmen Sie daher die für Sie ggf. ungewohnte oder sogar unangenehme Gesprächsstille in Kauf und antworten erst nach einigen Sekunden Pause auf den Beitrag Ihres Gegenübers.