

Akademie der Sozialwissenschaften entstanden ist. Die Untersuchung von Gransow und Li erstreckt sich aber nicht nur auf eine unmittelbare Wertung der Reformen, sondern gibt auch Aufschluß über die persönlichen Lebensziele und sozialen Wertvorstellungen der Befragten: Wie wichtig ist Zeit, respektive Pünktlichkeit? Wie sehen die Wege zum Erfolg aus? Und was hält man von westlichen Lebensstilen, z.B. einer Jeans tragenden, Rockmusik hörenden Jugend?

Das Ergebnis, eine überwiegend positive Einschätzung der Reformpolitik, überrascht ebensowenig wie die Tatsache, daß eine direkte Beziehung zwischen Einkommensniveau und Bewertung der Modernisierungsmaßnahmen besteht. Erstaunlich ist allerdings, daß viele der Befragten den Arbeitsstil der Partei als das größte Reformhindernis sehen, diese Kritik aber nicht mit einem Wunsch nach mehr Demokratie verbinden. Die Autoren interpretieren dies als "Ausdruck des Abschiebens eigener Verantwortung, als Ausdruck einer gewissen politischen Bequemlichkeit."

Unter dem Motto "jeder ist seines Glückes Schmied" setzen die Befragten lieber auf Ausbildung, wobei insbesondere die ohnehin schon Qualifizierten von einem wahren Bildungshunger geplagt zu sein scheinen. Dementsprechend wird auch Zeit immer kostbarer. Schließlich ist Zeit Geld - die neuen Armbanduhren ticken! Allerdings impliziert der Wunsch nach höherem Einkommen nicht unbedingt ein Streben nach westlichen Lebensstilen. Das morgendliche Taijiquan muß nur bedingt dem abendlichen Diskobesuch weichen.

Höchste Lebensziele sind vielmehr die Entfaltung der eigenen Fähigkeiten und geistige Erfüllung. Ein glückliches Familienleben wird erst an dritter Stelle genannt, wobei man das Familienglück zunehmend auf den Ehepartner und die eigenen Kinder beschränkt wissen möchte.

Gransow und Li geben einen repräsentativen Einblick der chinesischen Wertvorstellungen nach fast zehn Reformjahren. Die Umfrage erstreckt sich auf 26 Städte in 16 Provinzen; die ausgewählten Fragen erscheinen ebenso aufschlußreich wie die Modifikation der Antworten nach Einkommensniveau, Bildung, Alter und Geschlecht.

Einzig Kritikpunkt: Trotz der versuchten Aktualisierung mit Hilfe einer Panel-Studie aus dem Jahre 1991 hängt die Studie etwas der Zeit hinter her. Etwas mehr chinesischer Reform- und Zeitgeist hätte eventuell die Aktualität erhöht! Wünschenswert wären anknüpfende Studien, die auch Folgerungen bezüglich eines möglichen Wertewandels zulassen würden.

Elisabeth Grenzebach

Diana Rowland: Japan-Knigge für Manager

Frankfurt, New York: Campus 1994, 174 S.

Das Zitat eines erfahrenen Praktikers im Japan-Geschäft soll den Grundton dieser Buchvorstellung anklingen lassen; Jim Waters, Human Resources Director, Donnelly Mirrors Ltd. (Tochterunternehmen eines US-Flachglasherstellers) schreibt unumwunden: "Too many people see Japan's cultural characteristics as being so unique that we can not emulate the success that Japanese companies

have achieved ... Don't let anyone tell you that the Japanese can do it because of their cultural characteristics and that we can't because of ours."¹ Der Mann hat prinzipiell recht. Aber er übersieht - oder unterschätzt -, daß in jeder Gesellschaft, in jedem kulturell-zivilisatorischem Umfeld wirtschaftliches, besonders unternehmerisches Handeln unübertragbaren Regeln unterliegt, die einen informellen, aber strengen Verhaltenskodex auch im Geschäftsverkehr formen. Das gilt in besonderem Maße für Japan. Den japanischen Verhaltenskodex jedoch als kulturalistische Geheimlehre des Geschäftsgebahrens darzustellen und entsprechend komplizierte Initiationsriten zu fordern, ist ein falscher Weg.

Jim Waters wäre gut mit der hier vorgestellten Publikation gedient, denn die Autorin (um das schreckliche Wort zu gebrauchen: Sie ist "Trainerin für interkulturelles Management") hat ihr Thema mit erfrischender Sachlichkeit angepackt, auch wenn in der Widmung ein wenig schräg von der "Verschmelzung der besten Elemente westlicher und östlicher Denkansätze" die Rede ist. Im ersten von vier Hauptteilen ("Präliminarien") wird dann auch, eher pflichtgemäß, das "Kulturelle" angesprochen, wobei eine Reihe von liebgewordenen Klischees wieder auftauchen, z.B. die angeblich ausschließlich japanische Fähigkeit zu "non-verbaler Kommunikation", Zwang zur Harmonie um jeden Preis usw. (S.18).

Bestechend ist die Arbeit jedoch in den Teilen, die dem Leser konkrete Hinweise auf Verhaltensweisen, Regeln im Geschäftsverkehr und die Formalisierung von Begegnungen mit japanischen Partnern usw. geben. Hier wird deutlich, daß Rowland so viel von japanischer "Etikette" versteht, daß sie dieses komplexe Thema (mit dem sich auch Herr Waters beschäftigen müßte) mit leichter Eindringlichkeit vermitteln kann. Überhaupt hätte der Verlag gut daran getan, nicht den wehrlosen Freiherrn Knigge für den Titel zu bemühen, sondern den Zentralbegriff der "Etikette" aus dem amerikanischen Originaltitel zu übernehmen ("Japanese Business Etiquette").

Der einleitende Teil spricht Themen wie "Verbeugung", "Vorstellung", "Umgang mit japanischen Gästen", aber auch die Technik der Identifikation von Hierarchien an. Von zentraler Bedeutung für den Leser und die Leserin, die Geschäftsbeziehungen mit japanischen Partnern aufbauen und/oder pflegen wollen, sind die Teile "Verhandlungen" (Teil III) und "Die soziale Seite des Geschäfts" (Teil IV). Der Teil II behandelt eher cursorisch den Bereich "Kommunikation", wobei nach Auffassung des Rezensenten einige eher fragwürdige Aussagen gemacht werden, die vielleicht daraus zu erklären sind, daß ein amerikanisches Lesepublikum angesprochen ist. Z.B. ist es in der Absolutheit nicht richtig, wenn Rowland schlicht konstatiert "Eau de Cologne und Parfüms (werden) nicht benutzt" (S. 64); zu dieser Aussage hätten z.B. Chanel, Givenchy oder Paloma Picasso, aber auch Shiseido, Kao und Kanebo einige ergänzende Bemerkungen zu machen (schon des Umsatzes wegen...). Die Anmerkung der Selbstverständlichkeit, peinlich korrekt (d.h. dezent!) gekleidet zu Besprechungen zu erscheinen, ist wohl ebenfalls eher an amerikanisches Publikum gerichtet. Im selben Abschnitt wird auch ein wenig "survival Japanese" angeboten, das sich auf häufig wiederkehrende Situationen bezieht, in denen man einige japanische Formeln gut verwenden kann (Begrüßung, Vorstellung, Anteilnahme etc.), sogar einige überlebensnotwendige Kanji (chines. Zeichen) und Katakana (einfache jap. Silbenschrift) aus dem Alltag werden aufgelistet. Eine weitere nützliche

Kanji-Liste (Funktionsbezeichnungen) findet sich in dem Teil, der die unerläßliche Visitenkarte behandelt (S.32-34).

Im Abschnitt "Verhandlungen" werden kurz, aber überzeugend, praktische Hinweise gegeben, die sich von Empfehlungen zur Auswahl des eigenen Teams, über den Ablauf von Gesprächen bis hin zur Konferenz-Etikette ziehen; einen besonderen Abschnitt widmet (aus eigener Erfahrung) Frau Rowland den spezifischen "Startbedingungen" und Rollenerwartungen, denen eine Geschäftsfrau in Japan unterliegt, wobei sie auf die erheblichen Unterschiede zwischen der Rollenerwartung an die japanischen Frauen und die Position einer westlichen Geschäftsfrau hinweist. Dabei übersieht sie nicht die noch immer vorhandenen Unsicherheiten japanischer Geschäftsleute (ohne Auslandserfahrung) gegenüber westlichen Geschäftsfrauen. Aber sie ist optimistisch, daß bei einiger Feinfühligkeit seitens der westlichen Frauen und unter Ausnutzung des erheblichen "news value" einer Geschäftsfrau die Kommunikation reibungslos klappen kann.

Dankenswerterweise widmet die Autorin der "Sozialen Seite des Geschäfts" ein eigenes Kapitel, denn noch immer ist vielen westlichen (gerade gehetzten europäischen Geschäftsleuten) unbekannt, daß in Japan die Geselligkeit zum Geschäft gehört. Rowland behandelt Trink- und Eßgewohnheiten ebenso wie die überaus wichtige Frage der Geschenke, sie beschreibt Besuchsrituale sowie - ein wenig zu abgehoben vielleicht - den Ablauf einer klassischen Teezeremonie. Der abschließende Teil "Japanische Unternehmenskultur" ist in anderen Veröffentlichungen (z.B. Schneidewind, Jung) bereits ausführlicher und aufgrund eigener Erfahrungen behandelt worden, aber als Abrundung des Handbuchs recht gut geeignet. Weniger überzeugend sind die Tips am Schluß des Buches: Z.B. ist die Mortalitätsrate nach dem Genuß des giftigen Fugu-Fisches bei weitem nicht so hoch, wie Rowland schreibt (die Horror-Stories gehören zum Genuß). Die Liste von Informationseinrichtungen bezieht auch die Botschaften ein, die i.d.R. ungern mit Firmenanfragen befaßt werden. Dagegen fehlen unverständlicherweise Hinweise auf die Deutsche Industrie- und Handelskammer in Tokyo, den Ostasiatischen Verein in Hamburg und den Deutsch-Japanischen Wirtschaftskreis (Düsseldorf), sämtlich Institutionen, die erstklassige Informationen bereithalten; hier hat offenbar der Lektor versagt. Ein ähnliches Defizit läßt die Liste empfohlener Literatur erkennen: Zwar ist verständlich, daß man weitgehend die Titelvorschläge aus dem Original übernommen hat; aber diese Liste hätte durch eine Auswahl der zahlreichen hervorragenden deutschen Veröffentlichungen ergänzt werden müssen.

- 1) EU-Japan Business. News from the EU-Japan Centre for Industrial Cooperation, vol. 8 no. 1, Febr. 1995, p.4.

Manfred Pohl

Thomas Neuschwander: Mythos MITI. Industriepolitik in Japan

Frankfurt am Main et al.: Verlag Peter Lang, 1994 (Analysen zum Wandel politisch-ökonomischer Systeme; 5), 247 S.

Bücher zur japanischen Industriepolitik sind im deutschen Sprachraum selten. Dabei handelt es sich bei dem Thema um eine Schlüsselfrage der Japanfor-