

Ian Melville: Marketing in Japan

Oxford: Butterworth-Heinemann, 1999, 250 S., 42,95 US\$

Für viele westliche Unternehmen ist der japanische Markt immer noch ein Markt, der als besonders schwierig zu bearbeiten gilt. Sprachschwierigkeiten und Kulturunterschiede werden als die größten Markteintrittsbarrieren gesehen und halten viele westliche Unternehmen davon ab, sich geschäftlich mit dem japanischen Markt auseinanderzusetzen. Ian Melvilles Buch *Marketing in Japan* versucht nun, die Besonderheiten dieses Marktes zu erläutern und diese Missverständnisse zu beseitigen. Das Buch ist nicht, wie der Titel vermuten lässt, an MarketingforscherInnen und Marketingspezialisten gerichtet, sondern ist in erster Linie als Handbuch für Personen und Unternehmen gedacht, die vorhaben einen Markteintritt in Japan zu wagen.

Das Buch gliedert sich in drei Teile. Am Beginn steht eine sehr klare und übersichtliche Zusammenfassung über den japanischen Markt und seine geschichtlichen und strukturellen Grundlagen. Melville gibt zudem einen guten Überblick über die jetzige Marktsituation und die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf mögliche Geschäftsmöglichkeiten ausländischer Unternehmen.

Der zweite Teil des Buches beschäftigt sich mit der Fragestellung wie ein westliches Unternehmen den japanischen Markt effizient bearbeiten könnte. Hier behandelt das Buch generelle betriebswirtschaftliche Probleme eines Unternehmens beim Markteintritt in einen fremden Markt, berücksichtigt aber gleichzeitig die Besonderheiten eines Markteintrittes in Japan. Melville geht hier besonders genau auf den japanischen Arbeitsmarkt ein, der für die meisten Unternehmen eine oft schwer zu überwindende Eintrittsbarriere darstellt, weil japanische Arbeitnehmer generell heimische Firmen bevorzugen.

Der Hauptteil des Buches widmet sich den Aktivitäten ausländischer Unternehmen im japanischen Markt. Hier beschreibt Melville vor allem die Marktmechanismen sehr detailliert. Besonderheiten, wie beispielsweise der hohe Qualitätsanspruch der japanischen Kunden, die starke Relevanz persönlicher Beziehungen zwischen Geschäftspartnern und japanische Geschäftsetikette werden genau erläutert. Besonders hervorzuheben sind hier die vielen Beispiele von westlichen Unternehmen, an denen Melville zeigt, dass geschäftlicher Erfolg in Japan durchaus möglich ist, aber oft auch durch Ignoranz oder kulturelle Unkenntnis vereitelt wird. Den Abschluss des Buches bildet eine Auflistung von Unternehmen und Organisationen, die einen möglichen Markteintritt in den japanischen Markt erleichtern oder verbessern können.

Bei der Lektüre des Buches wird schnell klar, dass Melville sich selbst sehr lange in Japan aufgehalten hat und viele seiner Informationen aus Erfahrungen zieht, die er selbst bei der Bearbeitung dieses, im internationalen Management als "besonders anspruchsvoll" bezeichneten, Marktes gemacht hat. Dieser Eindruck wird vor allem durch Fallstudien, die erfolgreiche Marktbearbeitung durch ausländische Firmen beschreiben, verstärkt. Das Buch ist eine Quelle von Informationen für alle, die ernsthaft einen Markteintritt in den japanischen Markt erwägen, aber auch eine sehr

praxisnahe und lesbare Beschreibung des japanischen Marktes. Besonders angenehm ist aber vor allem die Art, wie Melville den japanischen Markt darstellt und japanische Konsumenten beschreibt. Was das Buch wohltuend von der üblichen Managementliteratur abhebt, ist der ermutigende Ton, mit dem der potentielle Markteintritt geschildert wird, und die praktische Erfahrung des Autors, die man beim Lesen sehr schnell erkennt.

Der Grundtenor des Buches ist daher: Der japanische Markt ist zwar anspruchsvoll und mit anderen Märkten nicht vergleichbar, aber es ist für ausländische Unternehmen trotzdem möglich, mit guter Vorbereitung und Einfühlungsvermögen, in Japan zu reüssieren.

Parissa Haghirian

Soong Hoom Kil, Chung-in Moon (Ed.): Understanding Korean Politics: An Introduction

New York: State University of New York Press, 2001, 366 S., 21,95 US\$

Mit ihrer Veröffentlichung *Understanding Korean Politics: An Introduction* legen die beiden Herausgeber Kil Soong Hoom und Moon Chung-in eine Einführung in die politische Situation Koreas vor, die als Textbuch für (amerikanische) Studenten angelegt ist. Zehn Kapitel befassen sich mit verschiedenen Aspekten der politischen Entwicklung der Republik Korea (Südkorea) seit Mitte des 20. Jahrhunderts; nur das letzte Kapitel ist der Demokratischen Volksrepublik (Nordkorea) gewidmet. Als Anhang enthält das Buch eine Liste mit weiter führender Literatur zu den einzelnen Themen in englischer Sprache, eine Karte der Halbinsel, die wichtigsten Daten der Republik Korea, die (süd-)koreanische Verfassung sowie eine Grafik der Regierungsstruktur Südkoreas.

Die Tatsache, dass die beiden Herausgeber an koreanischen und auch amerikanischen Universitäten gelehrt und über die koreanische Politik geschrieben haben, wirkt sich positiv auf die Qualität der Artikelauswahl und des jeweiligen Inhalts aus. Die Autoren sind fast ausschließlich Koreaner, die sowohl in Korea wie auch in den USA studiert haben. Mit diesem Hintergrund fällt es den Autoren leichter, die koreanische Politik verständlich darzustellen und mit Hilfe westlicher theoretischer Konzepte zu analysieren.

Der überwiegende Teil der Artikel entstand gegen Ende des Jahres 1997 und steht daher unter dem Einfluss der Wahl Kim Dae-jungs zum Präsidenten im Winter 1997. Besonders in der Einführung, in der die Herausgeber eine kurze Übersicht über die Entwicklung der Wirtschaft und Demokratie in Südkorea geben, spiegelt sich der damalige Optimismus über den neuen Präsidenten wider. Heute, gegen Ende seiner Amtszeit, zeigt sich, dass sich viele Erwartungen nicht erfüllt haben. So war z.B. die Verringerung der Korruption in Regierungskreisen ein erklärtes Ziel; aber die Verhaftung eines Präsidentensohnes unter Korruptionsverdacht im Frühjahr 2002 zeigt die Latenz dieser Probleme.