

# JETRO - INFORMATIONEN

Newsletter der Japan External Trade Organization in Deutschland

## TERMINE

Reise von Bundeswirtschaftsminister Rainer Brüderle nach China und Japan, 11. bis 16. Oktober 2010	02
3. Deutsch-Japanisches Umweltdialogforum	02
JETRO Zone auf der Foodex Japan 2011	03
Japanischer Gemeinschaftsstand auf der IFAT ENTSORGA, vom 13. bis 17. September in München	03
Asien-Pazifik-Wochen Berlin, vom 06. bis 17. September 2011	04
JETRO auf der Innotrans, 21. bis 24. September in Berlin	04
Unternehmerreise Japan „Wirtschaftsmotor Alter“, 30.10. bis 05.11.2010	05
Unternehmerreise aus Yokohama mit Fokus Biotechnologie, 15. bis 17. November 2010	06

## NACHRICHTEN

Studie zum Markteintritt deutscher Firmen in Japan	
Kurznachrichten	07
CHADEMO Association	09
3D-Erlebnis ohne Brille	09
Forscher aus Kyoto unterdrücken erfolgreich Metastasen in der Leber beim Dickdarmkrebs	09

## BERICHTE

Toyota und Deutsche Bahn stellen Kooperationsprojekt im Rahmen von „BeMobility“ vor	10
Das japanische Geschäft im Internet	11
Do you have more background information? Die Japaner und ihre Liebe zum Detail	12
Buchtipps	14

JETRO im Internet: <http://www.jetro.go.jp/germany>

Hier können Sie die JETRO-Informationen über den Button „Newsletter“ abonnieren.

Abbestellung: [http://www5.jetro.go.jp/mreg/menu?id=1&CHOICE\\_LANG=ENG](http://www5.jetro.go.jp/mreg/menu?id=1&CHOICE_LANG=ENG)

### JETRO Berlin

Friedrichstr. 70  
10117 Berlin  
Tel.: 030-2094 5560  
Fax: 030-2094 5561  
E-Mail: [info@b.jetro.de](mailto:info@b.jetro.de)

### JETRO Düsseldorf

Immermannstrasse 65 c  
40210 Düsseldorf  
Tel.: 0211-13 602 0  
Fax: 0211-32 641 1  
E-Mail: [info@d.jetro.de](mailto:info@d.jetro.de)

**Reise von Bundeswirtschaftsminister Rainer Brüderle nach China und Japan,  
11. bis 16. Oktober 2010**

Vom 11. bis 16. Oktober 2010 reist Bundeswirtschaftsminister Brüderle in Begleitung einer Wirtschaftsdelegation in die VR China und nach Japan. In China sind Gespräche mit der Regierung geplant. Daneben wird der Minister in Shanghai die Messe „German Living“ eröffnen und die EXPO besuchen. Am 14.10. ist dann die Weiterreise nach Nagoya vorgesehen, wo neben der Besichtigung der Monosilananlage von Evonik auch ein Gespräch mit dem regionalen Spitzenverband der Wirtschaft, der Chubu Economic Federation, auf dem Programm steht. In Tokyo sind dann Gespräche mit dem japanischen Wirtschaftsminister Masayuki Naoshima, dem japanischen Industrieverband Keidanren, dem Staatsminister für Wirtschafts- und Fiskalpolitik und ggf. dem Zentralbank-Gouverneur geplant. Die Wirtschaftsdelegation soll in die Regierungsgespräche integriert werden.

Der Asien-Pazifik-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft (APA) wurde vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gebeten, interessierte Unternehmensvertreter darauf hinzuweisen, dass man sich für die Mitreise bewerben kann. Die Möglichkeit zur Teilnahme haben Vorsitzende des Vorstands bzw. der Geschäftsführung und Inhaber von Unternehmen.

Die Abreise erfolgt voraussichtlich am 11. Oktober von Berlin mit einer Maschine der Bundesluftwaffe.

Interessierte können sich **bis zum 27. August 2010** bewerben. Bitte teilen Sie auch ggf. Projekte des Unternehmens in China und Japan mit, bei denen eine Unterstützung durch die Bundesregierung hilfreich wäre.

Bitte senden Sie dafür eine Mail an Frau Elke Troppenz: [e.troppenz@bdi.eu](mailto:e.troppenz@bdi.eu)

Die endgültige Auswahl erfolgt durch das Bundeswirtschaftsministerium.

Nähere Informationen zu den Kosten, Reisedetails und Anmeldeunterlagen erhalten Sie bei Frau Alexandra Waldmann (030-2028-1517) oder bei Frau Elke Troppenz (030-2028-1503).

**3. Deutsch-Japanisches Umweltdialogforum**

Nicht nur die Wirtschaft, auch die Politik beider Länder räumt der Elektromobilität einen hohen Rang ein. Im Rahmen des dritten deutsch-japanischen Umweltdialogforums findet am 7. und 8. September 2010 ein zweitägiges Fachsymposium: „Elektromobilität: Schlüsseltechnologien für einen Meilenstein auf dem Weg zu einer CO2-neutralen Gesellschaft“ statt.

Veranstaltet vom Bundesumweltministerium, der deutschen Bundesstiftung Umwelt und NEDO (New Energy and Industrial Technology Development Organisation), wird über den aktuellen Stand und die Strategien beider Länder zur Verbreitung der Elektromobilität informiert und über mögliche Kooperationen bei der Lösung technologischer Herausforderungen diskutiert. Genauere Informationen zu Programm und Anmeldung unter:

[www.ecos-consult.com/244.html](http://www.ecos-consult.com/244.html)

### JETRO Zone auf der Foodex Japan 2011

Die JETRO lädt auch in diesem Jahr wieder zur JETRO Zone auf der FOODEX JAPAN 2011 (1.-4. März 2011) ein. Die Foodex findet seit 1976 jährlich statt und ist Asiens größte Lebensmittel-ausstellung. Die Anmeldung ist möglich für Lebensmittel- und Getränkefirmen, die ihre Produkte auf dem japanischen Markt präsentieren wollen. Im vergangenen Jahr konnten mehr als 70.000 Besucher bei der Makuhari-Messe in Chiba begrüßt werden. Am JETRO Pavillon finden Sie 60 Stände (50 Aussteller und 10 Jetro).

Nähere Informationen zur Anmeldung und alle Bedingungen finden Sie hier:

<http://www.jetro.go.jp/en/news/announcement/20100708311-news>

Anmeldeschluss ist der **09. September 2010**.

### Japanischer Gemeinschaftsstand auf der IFAT ENTSORGA, vom 13. bis 17. September in München

Umwelttechnologie ist nach wie vor ein Bereich, in dem Deutschland und Japan weltweit führend sind und höchste Innovationsraten aufweisen. Dennoch gibt es noch ein breites Potenzial an Kooperationsmöglichkeiten.

Auf der Weltleitmesse für Wasser-, Abwasser-, Abfall- und Rohstoffwirtschaft IFAT ENTSORGA, die vom 13.-17. September 2010 in München

stattfindet, wird die JETRO mit einem Gemeinschaftsstand vertreten sein, an dem auch vier japanische Unternehmen ihre Produkte vorstellen, die auf der Suche nach deutschen Partnern sind.

Die Firma Designers Guild präsentiert einen Luftsprudler mit einer extrem geringen Durchflussmenge, durch den bis zu 95 % Wasser gespart werden können. HOCL Inc. stellt ein Gerät zur Sterilisierung von Wasser vor, während die ITOCHU CHEMICAL FRONTIER Corporation mit Rohmaterialien zur Entkeimung von Wasser handelt. Die Meidensha Corporation („MEIDEN“) zeigt ihre flachen Keramikfiltersysteme zur Wasseraufbereitung.

Sehr gerne begrüßen wir Sie auch persönlich an unserem **Stand 214 in Halle A5**. Vorherige Terminvereinbarungen sind unter [investjapan@d.jetro.de](mailto:investjapan@d.jetro.de) möglich.



(Luftsprudler von Designers Guild)

### Asien-Pazifik-Wochen Berlin, vom 06. bis 17. September 2011

Die Zukunftsthemen „Wasser“, „Ernährung“ und „Gesundheit“ stehen im Mittelpunkt des Programms der 8. Asien-Pazifik-Wochen unter dem Motto „Asien-Pazifik: Partner für eine gemeinsame Zukunft“ vom 6. bis 17. September 2011 in Berlin. Die Themen greifen stark ineinander. Ein gesundes Leben ist abhängig sowohl vom Zugang zu sauberem Wasser als auch von den Möglichkeiten, sich ausreichend und vielseitig zu ernähren. Europa und die Asien-Pazifik-Region befinden sich im Spannungsfeld zwischen Unterversorgung und Überproduktion, zwischen Tradition und moderner Technik.

Wirtschafts- und Wissenschaftsforen widmen sich neuesten Erkenntnissen im Wasserressourcenmanagement, der Wassergewinnung und -reinigung, der Ernährungsforschung und Lebensmittelsicherheit sowie moderner Medizintechnik und neuer Verfahren der integrativen Medizin, um unseren Herausforderungen in Zukunft stärker gemeinsam zu begegnen.

In unterschiedlichen Veranstaltungsformaten wie Ausstellungen, Performances, Konzerten und Lesungen setzt sich das Kulturprogramm der Asien-Pazifik-Wochen mit der Leitidee des Essens als Grundbedürfnis und als Kulturform in Europa und der Region Asien-Pazifik auseinander.

Die Gesamtkoordination erfolgt in der Senatskanzlei Berlin.

Es werden noch Projekte gesucht, die sich im Kontext des urbanen Lebens mit dem Thema Gesundheit in Asien und Europa auseinandersetzen. Projektvorschläge können **bis zum 17. September 2010** in englischer Sprache und digital beim Haus der Kulturen der Welt eingereicht werden.

<http://www.berlin.de/apforum/apw/index.html>

### JETRO auf der InnoTrans, 21. bis 24. September in Berlin

Im September findet in Berlin wieder die Leitmesse für Verkehrstechnik InnoTrans statt. Die JETRO wird dort zusammen mit 16 japanischen Ausstellern vertreten sein. Es wird täglich verschiedene Unternehmenspräsentationen geben. Auf dem von der JORSA (Japan Overseas Rolling Stock Association) organisierten Japan-Stand, der von JETRO unterstützt wird, stellen sich unter anderem Mitsubishi Electric Corporation, Kinki Sharyo, Kintetsu Railcar Engineering, Sumitomo Metal, Toyo Electrics, Nippon Signal, Sekisui Chemical und Tokyo Metro vor. Dane-



© SXC, Mereltje 89



ben werden auch große Unternehmen, wie beispielsweise Hitachi, Kawasaki Heavy oder Toshiba an der Messe teilnehmen.

Der Ausstellungsschwerpunkt der Messe liegt auf Schienenverkehrstechnik. Weitere Bereiche sind Railway Infrastructure, Interiors, Public Transport oder Tunnel Construction.

Sie finden uns in **Halle 6.2 Stand 105**.

Weitere Informationen unter:

[www.innotrans.com](http://www.innotrans.com)

**Unternehmerreise Japan „Wirtschaftsmotor Alter“, 30.10. bis 05.11.2010**

Die Industrie- und Handelskammern aus Baden-Württemberg initiieren und fördern eine Unternehmerreise vom 30. Oktober bis 5. November. Neben Besuchen bei verschiedenen Unternehmen, Kontaktgesprächen und Fachworkshops zum japanischen Markt, steht auch der Besuch der „3rd International Conference for Universal Design“ auf dem Programm. Der japanische „Silbermarkt“ gilt weltweit als innovativ und wegweisend. Auch in Deutschland müssen sich Unternehmen auf lange Sicht mit der Alterung der Gesellschaft, nicht nur vom Standpunkt eines möglichen Fachkräftemangels, auseinandersetzen. Senioren werden auch immer stärker als Konsumenten wahrgenommen. Den teilnehmenden Unternehmen soll die Möglichkeit eingeräumt werden, sich mit den japanischen Kollegen auszutauschen und Hintergründe der japanischen Herangehensweise an das Thema zu verstehen. Interessenten können sich bei den folgenden Ansprechpartnern vormerken lassen:

IHK Südlicher Oberrhein  
 Susi Tölzel  
 Tel.: 0761 / 3858 – 122  
 E-Mail: [susi.toelzel@freiburg.ihk.de](mailto:susi.toelzel@freiburg.ihk.de)

BWIKH  
 Britta Andrei  
 Tel. 0711 2005 313  
 E-Mail: [britta.andrei@bw.ihk.de](mailto:britta.andrei@bw.ihk.de)

Nähere Informationen unter:  
[http://www.bw.ihk.de/index.php?id=199&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=557&tx\\_ttnews\[backPid\]=198&cHash=fb6bb47792](http://www.bw.ihk.de/index.php?id=199&tx_ttnews[tt_news]=557&tx_ttnews[backPid]=198&cHash=fb6bb47792)  
[http://www.suedlicher-oberrhein.ihk.de/produktmarken/international/auwi\\_aktuelles/auwi\\_japan\\_reiseunterlagen.jsp](http://www.suedlicher-oberrhein.ihk.de/produktmarken/international/auwi_aktuelles/auwi_japan_reiseunterlagen.jsp)



### Unternehmerreise aus Yokohama mit Fokus Biotechnologie, 15. bis 17. November 2010

Eine Delegation von kleinen und mittelständischen Biotechnologie-Unternehmen aus Yokohama wird im November nach Deutschland reisen, um unter anderem die Bio-Europe Messe in München besuchen. Ziel der Firmen ist es, auf dieser Reise Kontakte zu europäischen Biotechnologieunternehmen zu knüpfen und Partner für Kooperationen zu finden.

Die Firma GeneCare Co., Ltd. ist spezialisiert auf die Entwicklung von Medikamenten zur Verzögerung von Hepatomen. Die Firma Medical Science Co., Ltd. entwickelt Kulturschalen für Zellkulturen. Die Firma NanoDex Inc. forscht an Carriern, die Wirkstoffe gezielt an Tumorzellen anbringen. Das Spezialgebiet der Firma BioMedCore Inc. sind Liposome für Pharmazie, Kosmetik, Nahrungsmittel und weitere Anwendungsgebiete. Die Firma HyphaGenesis bietet eine mikrobiologische Bibliothek mit Proben von asiatischen Pilzen und Mikroben an.

Die Unternehmen sind Mitglieder des Clusters Yokohama-Kanagawa Bio Business Network (YK-Bionet), einem der führenden Biotechnologie-Cluster in Japan.



Informationen bei:  
The City of Yokohama Frankfurt  
Representative Office  
Mr. Hiroyuki OKAMOTO  
069/24 23 110  
[info@yokohama-city.de](mailto:info@yokohama-city.de)

### Studie zum Markteintritt deutscher Firmen in Japan



Die Fachhochschule Köln und ABeam Consulting, die größte globale Unternehmensberatung japanischen Ursprungs, haben gemeinsam in einer aktuellen Studie die Herausforderungen und Erfolgsfaktoren für einen Markteintritt deutscher Firmen in Japan untersucht. Dazu wurden über einhundert sowohl bereits in Japan tätige als auch noch vor der Expansion stehende deutsche Unternehmen zu ihren Erfahrungen und Erwartungen befragt.

Das Ergebnis: Japan bleibt ein attraktiver, aber auch ein anspruchsvoller Markt für deutsche Unternehmen. Für einen erfolgreichen Markteintritt und die Bewältigung der für Japan spezifischen Herausforderungen kann externe Unterstützung zu einem Erfolgsfaktor werden. Die komplette, 18-seitige Studie kann kostenfrei von der Webseite [www.abeam.com](http://www.abeam.com) auf Deutsch oder Englisch heruntergeladen werden.

<http://www.abeam.com/global/article/2010/07/20/international-business-operations-japan.html>

**Kurznachrichten**

Die Talsohle bei Büromieten und Gebäudepreisen in den japanischen Ballungszentren scheint erreicht zu sein. Im Juli ist die Leerstandsrate bei Büroimmobilien in Tokyo erstmals seit 30 Monaten nicht mehr gestiegen. Japanische und ausländische Immobilienfonds kaufen wieder. Im Juni stieg die Leerstandsrate im Bürobereich in den 23 Bezirken von Tokio zwar noch auf 7,5 Prozent und in den fünf Zentrumsbezirken auf 9,1 Prozent. Im vergangenen Jahr waren die Bodenpreise in Tokio um 11,3 Prozent und für gewerblich genutzte Flächen um 7,3 Prozent gefallen. Aber inzwischen füllen sich neue Gebäude, die 2009 noch weitgehend leer standen. Im Juli sank die Leerstandsrate in Tokio erstmals seit zweieinhalb Jahren. Auch in Osaka ist die Leerstandsrate bei neuen Gebäuden von einem Hoch von 59 Prozent im April auf 53 Prozent im Mai gesunken.

(JapanMarkt.de, 06.08.2010)

Im Juni haben sich Fujitsu und Toshiba darauf geeinigt, ihre Handysparten zusammenzulegen. Fujitsu wird dabei den größten Anteil des Joint Ventures übernehmen. Dadurch entsteht der zweitgrößte Mobilfunkhersteller Japans, nach Sharp und vor Panasonic. Großes Potential sehen beide besonders bei den Smartphones. Neue Modelle sollen in Zukunft auch für das Auslandsgeschäft entwickelt werden.

(JapanMarkt, Juli 2010)

Japan hat sich offen für eine gelegentliche Erweiterung der G-8-Gruppe gezeigt. Man sollte darüber nachdenken, von Zeit zu Zeit auch China einzuladen, sagte der Sprecher des japanischen Ministerpräsidenten Naoto Kan. Der nächste G-8-Gipfel findet in Nizza statt.

(Asia Bridge, 7/8:2010)

Das Geschäft mit Tablett-Computern wird für Apple und seinen Pionier iPad härter. Die neuesten Rivalen kommen von Sharp – ein Handheld-Rechner mit Abmessungen eines Smartphones und ein größeres Modell, das bei Design und Größe dem iPad sehr nahe kommt. Die Geräte sollen im September in Japan und den USA auf den Markt kommen. Ein Preis ist noch nicht bekannt, doch auch dabei dürfte sich Sharp an Apples iPad orientieren.

(JapanMarkt.de, 29.07.2010)

Bayer CropScience hat die Zulassung für seinen Wirkstoff Isotianil in Japan erhalten. Das neue Reisfungizid – von Bayer CropScience unter der Marke Routine vertrieben – wurde 2010 bereits erfolgreich in den koreanischen Markt eingeführt. Die Markteinführung in Japan ist für das kommende Jahr geplant. Isotianil wurde gemeinsam mit dem japanischen Unternehmen Sumitomo Chemical speziell für den japanischen Reisanbau gegen die Pflanzenkrankheit Reisbräune entwickelt. Es stammt aus der chemischen Klasse der Isothiazole und stimuliert die natürlichen Abwehrmechanismen der Reispflanzen – sie entwickeln eine höhere Widerstandsfähigkeit.

Zum ersten Mal ist es damit gelungen, eine Substanz zu finden, die eine geringe Aufwandmenge mit einer sogenannten resistenzinduzierenden Wirkung kombiniert. Diese umweltfreundliche Lösung ist dadurch für den Einsatz im Reisanbau hervorragend geeignet.

(JapanMarkt.de, 22.07.2010)

Sanyo hat die erste Brotmaschine erfunden, die ihr Brot vollautomatisch aus ganzen Reiskörnern backen kann. Bislang gibt es nur Brotmaschinen für Reismehl, das jedoch nicht überall zu kaufen und zudem teuer ist. Nach der Kalkulation von Sanyo soll ein Brot aus dieser Maschine pro Stück etwa 150 Yen kosten. Beim Einsatz von gekauftem Reismehl käme man auf einen Preis von 340

Yen. Die Maschine kommt unter dem Namen Gopan im Oktober in Japan für einen Preis von rund 50.000 Yen (450 Euro) auf den Markt. Im Ausland wird das Gerät voraussichtlich ab dem Frühjahr 2011 angeboten.

(JapanMarkt.de, 15.07.2010)

Die Management Circle AG veranstaltet in diesem Jahr in verschiedenen deutschen Städten ein Seminar, das über die Verfahren der Produktzulassungen in China und Japan informiert. Unternehmen können sich hier einen ersten Überblick u. a. über Rechtsvorschriften, Zulassungsstellen, Normung verschaffen, die mit Fallbeispielen untermauert werden.

Nähere Informationen zu Seminar und Anmeldung finden Sie unter:

[http://www.managementcircle.de/deutsch/leistungen/veranstaltung.php?VA\\_NR=107483&ID=1&PARAM=&navanchor=1110031](http://www.managementcircle.de/deutsch/leistungen/veranstaltung.php?VA_NR=107483&ID=1&PARAM=&navanchor=1110031)

(Japan Kontakt, 7:2010)

Die Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC) hat im April mit dem Verkauf der neuen LKW-Generation "Fuso Super Great" begonnen. Der neue Truck, der die weltweit strengste Abgasrichtlinie JP09 (Japan Long-Term Emission Regulation) erfüllt, wurde in Zusammenarbeit mit Daimler Trucks entwickelt. Der in Kawasaki produzierte Fuso Super-Truck wird von allen MFTBC-Händlern in Japan vertrieben.

(Japan Kontakt, 7:2010)

Das Stuttgarter Fraunhofer Institut für Produktionstechnik und Automatisierung IPA wird anlässlich des Freundschaftsjahres „150 Jahre Deutschland-Japan“ im Jahr 2011 das vorläufig so benannte „Fraunhofer IPA Osaka Center“ in Osaka gründen und damit die bilaterale Forschung zwischen Deutschland und Japan intensivieren. Das Zentrum bietet dann einen Rahmen für die Stadt Osaka und das Fraunhofer IPA beim Informationsaustausch im Bereich angewandter Forschung, bei der gemeinsamen Veranstaltung von Seminaren und Symposien und bei der gemeinsamen Forschung und Entwicklung zwischen Fraunhofer IPA und den im Gebiet Kansai ansässigen Forschungseinrichtungen, Universitäten und Unternehmen kooperieren.

(JapanMarkt.de, 13.07.2010)

Für 23 Züge der neuen Shinkansen-Generation E5 wird der deutsche Hersteller Knorr Bremse die Bremskomponenten für die Motordrehgestelle liefern. Die neu entwickelte, sehr kompakte und gewichtssparende Bremszangenvariante hatte JR überzeugt, da die Bremsscheiben auf die extremen Anforderungen einer möglichen Notbremsung im Erdbebenfall ausgelegt sind. In den Überlegungen spielte auch eine Rolle, dass leistungsfähigere Bremssysteme zunehmend wichtiger werden, um im Konkurrenzdruck zu anderen Transportmitteln wie z. B. dem Flugzeug zu bestehen. Der E5 soll vor allem in den neuen Strecke nach Norden („Tohoku“) eingesetzt werden und muss die Strecke statt bisher mit 275 nun mit 320 Kilometern pro Stunde zurücklegen können.

(Japan Kontakt, 7:2010)

Im Januar 2010 nahm die neue Geschäftseinheit des Kabelanbieters LEONI, die Leoni WCS Japan K. K. im zentraljapanischen Nagoya ihre Tätigkeit auf. Hier befindet sich der Sitz der derzeitigen und zukünftigen Kunden, vor allem in den Bereichen Robotik, Maschinenbau sowie Automatisierungs- und Antriebstechnik. Bereits seit 1999 ist Leoni auf dem japanischen Markt aktiv und pflegt u. a. Kontakte zu Honda Kyoucho, Futaba Industrial und Fuji Assembly. Leoni beabsichtigt, sich in Japan von nun an besonders auf die Bereiche Automobilkabel, Solar, Glasfaser und Draht zu konzentrieren.

(Japan Kontakt, 7:2010)

### **CHADEMO Association**

Im Frühjahr 2010 gründeten die Automobilhersteller Toyota, Nissan, Mitsubishi, Fuji Heavy Industries und der japanische Stromerzeuger TEPCO eine Interessengemeinschaft zur Entwicklung globaler Standards für Schnellladestationen. Die Gründung wurde mit großem Interesse begleitet. Weitere 158 Unternehmen, Behörden und auch nicht-japanische Partner haben bereits laut über einen möglichen Beitritt nachgedacht.

Der Name CHADEMO Association hat zwei Bedeutungen. Zum einen steht die Abkürzung für „charge de Move – Laden zum Fahren“, zum anderen findet sich auch der japanische Satz: „O cha demo ikaga desu ka.“ – „Wie wäre es mit einem gemeinsamen Tee (während des Ladens)?“ wieder. In der Zeitspanne, die für die vollständige Ladung benötigt wird, lässt sich in Ruhe eine Tasse japanischen Tees trinken.

Julia Krüger, JETRO Berlin  
(Japan Kontakt, 7:2010)

### **3D-Erlebnis ohne Brille**

In den Keihanna Forschungslaboren des NICT (National Institute of Information and Communications Technology) wurde der weltweit erste Bildschirm entwickelt auf dem das räumliche Sehen ohne 3D-Brille möglich ist.

Ein unter dem Tisch installierter Mechanismus macht dies z. B. bei Meetings möglich. Durch einen transparenten konischen Bildschirm erfasst das menschliche Auge die von 96 kleinen Projektoren dargestellten Bilder, die rund um den Bildschirm installiert sind. Dabei ist die Struktur des Bildschirms so beschaffen, dass das rechte und linke Auge unterschiedliche Bilder erkennen und sie zusammenfügen, wodurch der 3D-Effekt entsteht.

Momentan arbeiten die Forscher an Techniken zur Darstellung von Bildern höherer Qualität und Größe sowie daran, die Bilder aus jedem Blickwinkel erkennen zu können.

Informationen unter: <http://klab.nict.go.jp/> oder +81-774-95-2641

Julia Krüger, JETRO Berlin

### **Forscher aus Kyoto unterdrücken erfolgreich Metastasen in der Leber beim Dickdarmkrebs**

Das Forscherteam um Prof. Makoto Taketo, Universität Kyoto, hat den Mechanismus hinter der Bildung von Metastasen in der Leber bei Dickdarmkrebs entschlüsselt und ein Medikament entwickelt, das die Bildung von Metastasen in der Leber erfolgreich unterdrückt. Die Forschungsergebnisse wurden in der Online-Ausgabe der „Proceedings of the National Academy of Science in the United States of America“ veröffentlicht.

Nähere Informationen erhalten Sie auf der Homepage der Hochschule für Medizin an der Universität Kyoto, Institut für Pharmakologie: [www.kyoto-u.ac.jp/ja/](http://www.kyoto-u.ac.jp/ja/) oder +81-75-753-4477

Julia Krüger, JETRO Berlin

## Toyota und Deutsche Bahn stellen Kooperationsprojekt im Rahmen von „BeMobility“ vor

Am 5. Juli 2010 luden die Deutsche Bahn und Toyota zum Kick-off für ein Kooperationsprojekt im Rahmen des Feldversuchs „BeMobility“. In diesem Forschungsprojekt unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung soll mit verschiedenen Partnern in der Modellregion Berlin-Potsdam u. a. die Vernetzung von öffentlichem Verkehr und Elektroauto auf ihre technische Durchführbarkeit, die reelle Nachfrage, städtebauliche Realisierung und Möglichkeiten der Verbesserung des Personenverkehrs untersucht werden. Da hier der öffentliche Nahverkehr gut ausgebaut ist, könnte die Hauptstadt eine Vorreiterrolle als Zukunftslabor für Elektromobilität einnehmen, so die Bürgermeisterin und Senatorin für Stadtentwicklung von Berlin Ingeborg Junge-Reyer.

Im Zuge des Versuchs im Großraum Berlin stellt Toyota 18 Prius Plug-In Hybridautos zur Verfügung, die von Kunden des DB-Carsharing in Berlin ab dem ersten August 2010 genutzt werden können. Da die Fahrzeuge neben der Rückgewinnung von Energie beim Bremsen im Stadtverkehr auch durch das Laden an einer haushaltsüblichen 230V-Steckdose innerhalb von 90 Minuten wieder voll aufgeladen werden können, erhöht sich die Reichweite auf 20 Kilometer und der Benzinverbrauch sinkt auf 2,6 Liter pro Kilometer. Ein weiterer Vorteil ist der höhere Anteil der rein elektrisch zurückgelegten Kilometer im Stadtverkehr und somit eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen. Auch PS-Liebhaber bleiben nicht auf der Strecke. Im elektrisch angetriebenen Modus werden Spitzengeschwindigkeiten von 100 km/h erzeugt, bei höherem Tempo greift der Verbrennungsmotor.

Koei Saga, Managing Officer Toyota Motor Corporation, geht davon aus, dass auch dieser Feldversuch Aufschluss über weitere Verbesserungen und Möglichkeiten einer noch höheren Kundenzufriedenheit geben wird. Durch die Rückmeldung der Nutzer könne man die nächste Stufe der Entwicklung genauer ins Auge fassen. Die Verknüpfung von öffentlichem Nahverkehr und Elektrofahrzeugen wird auch in Japan bereits geprüft. Der deutsche Partner DB verspricht sich neue Erkenntnisse über die Anforderungen zukünftiger Kunden, die umweltfreundliches, mit geringen CO<sub>2</sub>-Emissionen verbundenes Reisen erwarten, trotzdem jedoch nicht auf Flexibilität und Komfort verzichten wollen.

Das große Interesse an einer Zusammenarbeit zwischen deutschen und japanischen Unternehmen im Bereich Elektromobilität verdeutlicht auch der bereits im November 2009 am Frankfurter Flughafen durchgeführte Test mit zwei Fahrzeugen der Marke i-MiEV von Mitsubishi. Stefan Schulte, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Fraport AG, machte deutlich, warum Elektrofahrzeuge für den Flughafenbetreiber interessant sind: „Fahrzeuge mit einem reinen Elektroantrieb und einer Reichweite von bis zu 160 Kilometern sind prädestiniert für den Einsatz am Flughafen mit dem dort vorherrschenden Kurzstreckenverkehr.“

Neben der Erweiterung der PKW-Flotte durch Autos mit Elektroantrieb auf bis zu 60 Prozent im Jahr 2020, plane man den schrittweisen Ausbau der Ladeinfrastruktur auf dem Flughafengelände. Schulte sieht jedoch weitere Möglichkeiten neben der Verwendung des in Serie produzierten i-MiEV. „Auch



© Ono

für unsere Spezialfahrzeuge, wie beispielsweise Schleppfahrzeuge, ist die Antriebstechnik hochinteressant.“ Die rund 3.000 existierenden Fahrzeuge bei Fraport sollen mit dem Start der Serienproduktion für den europäischen Kontinent ab Oktober 2010 sukzessive ausgetauscht werden. Bereits bei der Übergabe der Testfahrzeuge im letzten Jahr machte Martin van Vugt, Geschäftsführer der Mitsubishi Motors Deutschland GmbH, deutlich, dass man in der Entwicklung moderner und leistungsfähiger Elektrofahrzeuge in Großserie eines der wichtigsten Kompetenzfelder der Zukunft sehe.

Julia Krüger, JETRO Berlin

## Das japanische Geschäft im Internet

Der Onlinehandel in Japan boomt und Experten rechnen für die nächsten Jahre mit einem weiteren Anstieg. Besonders die Verbreitung der Smartphones, mit denen man auch online einkaufen kann, sorgt für steigende Umsätze. Der Onlinehandel übertrifft schon jetzt die Umsätze aller japanischen Kaufhäuser. Wer als ausländischer Anbieter in Japan Geschäfte machen will, sollte sich frühzeitig auf das Kaufverhalten der japanischen Konsumenten einstellen.

Es gibt kaum noch ein Produkt, das man nicht über das Internet kaufen oder bestellen kann: Von Dienstleistungen über Flugtickets, Lebensmittel, Bücher oder Versicherungen kann man nahezu alles online bestellen, für Viele ist das bereits zur Alltäglichkeit geworden. Laut einer Studie haben 86 % der Internetnutzer bereits Erfahrungen mit dem Onlinehandel.



© SXC

Der japanische B2C-Onlinehandel betrug im Jahr 2009 etwa 52 Milliarden Euro. Damit ist der Umsatz innerhalb von drei Jahren um 50 % gestiegen. Man rechnet sogar damit, dass die Umsätze in den kommenden Jahren noch weiter steigen, auf etwa 100 Milliarden Euro bis 2014.

Gerade in den Zeiten der Krise suchen viele Konsumenten im Internet nach günstigen Angeboten. Daher boomen besonders Seiten von

Anbietern, die sich auf Preisvergleiche spezialisiert haben, wie beispielsweise Kakaku.com. Viele japanische Frauen kaufen auch Luxusartikel aus dem Ausland wie Handtaschen und Schuhe über das Internet.

Neben dem Preis bietet der Onlinehandel noch einen weiteren Vorteil: Zeitersparnis und Bequemlichkeit. Der Kunde muss nicht mehr das Haus verlassen und stundenlang durch die Geschäfte laufen um das gewünschte Produkt zu erhalten. Ob Regen oder Sonnenschein, egal zu welcher Uhrzeit und an welchem Wochentag, Internethandel geht immer - bequem von zu Hause aus.

Online-Portale wie Amazon Japan liefern mehr als nur Bücher und DVDs. Genau wie inzwischen bei Amazon Deutschland, kann man Lebensmittel, Kleidung, Kosmetik und Kameras erwerben. Allein in Japan verkauft Amazon 20 Millionen Produkte. Bei Rakuten, Japans größtem Shopping-Portal, findet man mit 35 Millionen Warenposten einfach alles. 2009 konnte das Unternehmen seinen Online-Umsatz um mehr als 25 % steigern (rund eine Milliarde Euro).

Vor allem das Einkaufen per Mobiltelefon wird in Japan zunehmend beliebter. In Japan liegt die Zahl der Mobilfunknutzer bei 106 Millionen. Mehr als 90 % der Telefone dort sind internetfähig. Gleichzeitig bieten die Anbieter relativ günstige Tarife, die den Trend zum mobilen Shopping fördern. Japanische Unternehmen haben sich schnell angepasst und entwickelten Dienste und Technologien, die das Mobiltelefon zum „Allzweckinstrument“ machen. Die Zahlen sprechen für sich: Der mobile Handel steigt wesentlich schneller und stärker an, als der Einkauf übers Internet. Laut dem Forschungsinstitut Nomura soll der Handel über Mobilfunkgeräte im Jahr 2009 bereits 17 % ausgemacht haben (vor zwei Jahren waren es 6 %). Bis zum Jahr 2014 erwartet man einen Anstieg auf etwa 20 %. Hinzu kämen noch die Downloads von Musik und Spielen auf das Mobiltelefon.

Viele Anbieter von Online-Portalen sind dabei, ihre Angebote für Mobiltelefone nutzerfreundlicher zu gestalten. Dabei kann sich Yahoo Japan

auf den Mobilfunkanbieter Softbank stützen, der Hauptaktionär der Suchmaschine ist. In allen Handys von Softbank ist Yahoo standardmäßiges Einstiegsportal ins mobile Internet. Auch Rakuten hat seine mobilen Seiten umgestaltet und bedienerfreundlicher gemacht.

Wenn Unternehmen in Japan erfolgreich verkaufen wollen, müssen sie den Konsumenten ein attraktives virtuelles Shopperlebnis bieten. Wie im realen Leben spielen Kundenbetreuung und Service bei den Verbrauchern eine große Rolle. Amazon Japan zeigt, wie es gehen kann. Waren, die auf Lager sind, können in Tokyo und Osaka noch am gleichen Tag ausgeliefert werden, dank voll automatisierter Distributionszentren und einem zuverlässigen japanischen Paketdienst.

Bearbeitet und zusammengefasst von  
Katrín Basalla, JETRO Berlin  
(Quelle: Pascal Gudorf in JapanMarkt, Juli 2010)

### Do you have more background information? Die Japaner und ihre Liebe zum Detail

„Japaner sind einfach zu detailversessen. Besonders in Meetings kommen sie vom Hundertsten in Tausendste und verstricken sich in vollkommen nebensächlichen Details. Sie sind einfach nicht in der Lage, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und brauchen deshalb immens lange, um simple Sachverhalte zu klären. So kommt man doch nicht weiter. Ich kann nicht verstehen, wie eine so umständliche Nation wirtschaftlich überhaupt so erfolgreich sein kann.“

Kein interkulturelles Japantraining vergeht, ohne dass deutsche Teilnehmer sich über die (aus ihrer Sicht übertriebene) Detailverliebtheit ihrer japanischen Partner und Kollegen beklagen. Diese japanische Eigenheit kostet Zeit und Nerven - nicht nur in Meetings. Auch in E-Mails neigen Japaner dazu, lange Fragenkataloge aufzulisten. Jede Antwort, die ein deutscher Mitarbeiter gibt, wirft unter Umständen neue Fragen auf. Entscheidungen dauern aus unserer Sicht oft unverhältnismäßig lange, weil zahlreiche Faktoren betrachtet und mit vielen Mitarbeitern diskutiert werden. Und schließlich macht sich die Liebe zum Detail beim Qualitätsmanagement bemerkbar. Jede noch so kleine Abweichung von der Norm – zum Beispiel ein kleiner Knick in der Verpackung eines ansonsten einwandfreien Produktes – zieht eine Beanstandung oder gar Zurückweisung von japanischer Seite mit sich.

Woher rührt die japanische Neigung zur Akribie? Und wie geht man am besten mit ihr um?



### Risikovermeidung

Japaner zählen zu den Nationen, die sich durch eine besonders hohe Unsicherheitsvermeidung auszeichnen. Mit anderen Worten: Sie sind ausgesprochen risikoscheu und versuchen, potentielle „Gefahren“ zu vermeiden und von vornherein auszuschalten. Das funktioniert am besten, wenn man möglichst viele Informationen zu einem Thema sammelt und auswertet. Dabei sind Ableitungen und Interpretationen zu vermeiden: Wenn eine Studie belegt, dass ein technisches Gerät bei minus 40 Grad und bei plus 40 Grad reibungslos funktioniert, so heißt das aus japanischer Sicht noch lange nicht, dass dies auch bei 0 Grad der Fall ist. Vielleicht tritt genau dann eine spezifische Konstellation ein, die eine Beeinträchtigung verursacht. Und das gilt es herauszufinden.

Japaner denken weniger in Prozentkategorien. 95 % Sicherheit mögen für uns in Ordnung sein. Aus japanischer Sicht sind 5 % Restrisiko oftmals nicht hinnehmbar und müssen eliminiert oder zumindest weiter reduziert werden. Kein Wunder also, wenn viele Japaner von der sprichwörtlichen deutschen Gründlichkeit enttäuscht sind. In Deutschlandtrainings berichten japanische Teilnehmer oftmals, dass sie die deutschen Kollegen und Partner als unerwartet „abauto“ („about“) und weniger als präzise empfinden.

### Bedenken ernst nehmen

Viele deutsche Geschäftsleute interpretieren die japanische Detailorientierung als bewusste Verzögerungstaktik oder mangelnde Fokussierung auf japanischer Seite. Beides trifft in aller Regel nicht zu, denn die Bedenken entspringen zumeist tatsächlicher Besorgnis. Ein großer Fehler ist es daher, die japanischen Einwände vom Tisch zu wischen: „Das spielt doch nun wirklich keine Rolle.“ „Darum geht es doch überhaupt nicht.“

Setzen Sie sich in jedem Fall mit den Äußerungen der Japaner auseinander. Das ist besonders wichtig, wenn Sie auf der Lieferantenseite stehen. Wer Einwände und Bedenken japanischer Kunden nicht ernst nimmt, gerät schnell in den Verdacht, kein echtes Interesse an der Geschäftsbeziehung zu haben. Das kann fatale Folgen haben und dazu führen, dass die Japaner in Zukunft noch penibler reagieren oder einen Abbruch der Zusammenarbeit erwägen.

Sich mit Detailwünschen auseinanderzusetzen, heißt nicht, ihnen bedingungslos nachzukommen. Wer als Erstreaktion Engagement und Bereitschaft zeigt, hat aber oftmals schon viel gewonnen. Signalisieren Sie, dass Sie sich mit dem Thema ernsthaft beschäftigen werden. So können Sie die japanische Seite am ehesten beschwichtigen und dazu bringen, andere – aus Ihrer Sicht vielleicht wichtigere Aspekte – zuerst zu behandeln. Im zweiten Schritt geht es darum herauszufinden, warum ein scheinbar kleiner Punkt so wichtig für die Japaner ist. Fragen Sie in offiziellen und inoffiziellen Gesprächen genau nach und versuchen Sie, die Motivation der Japaner zu ergründen. Danach können Sie entscheiden, wie Sie vorgehen: einwilligen oder gegensteuern. Beides ist möglich.

Dieser Weg mag sehr lang und umständlich erscheinen. Er lohnt sich aber oftmals, weil er konstruktive Ergebnisse zeitigt, die Geschäftsbeziehung schont und eine gute Investition in die Zukunft ist: Nachfolgende Detaildiskussionen verlaufen nicht selten leichter und schneller

Angela Kessel

Angela Kessel ist Inhaberin von Access Culture. Access Culture bietet interkulturelle Trainings und Beratung für deutsche und japanische Unternehmen an. [www.accessculture.de](http://www.accessculture.de)

## Buchtipps

### Zum Nachlesen: Elektromobilität in Japan und Deutschland

Ende 2009 veranstaltete der Deutsch-Japanische-Wirtschaftskreis die Konferenz „Chancen und Grenzen der Elektromobilität“. Der nun erschienene Band 22 der DJW-Reihe fasst die Rahmenbedingungen und Infrastruktur aus beiden Ländern aus Sicht von Politik und Industrie zusammen und gibt einen Überblick über die gegenwärtigen Strategien.

Die Bestellung erfolgt unter: [info@djw.de](mailto:info@djw.de)

### Interkulturelles Asienmanagement Japan/Korea

Eine praktische Einstiegshilfe für Unternehmen, die einen Einstieg in den japanischen oder koreanischen Markt ins Auge fassen. Die kulturellen und kommunikativen Besonderheiten in den beiden ostasiatischen Ländern werden von der Autorin praxisnah und detailliert geschildert. Dank den Hinweisen und Ratschlägen zu Mentalität, Kunden- und Kooperationsstruktur sowie Unternehmensführung lassen sich Fallen leichter umgehen und Missverständnisse vermeiden.

Lee, Sung-Hee: Interkulturelles Asienmanagement Japan/Korea. Ein Ratgeber aus der Praxis für die Praxis. 2., neu bearbeitete Auflage 2010; Expert Verlag, Renningen  
ISBN 978-3-8169-2938-3

### Tokio Total

Der ehemalige Korrespondent des Handelsblatts in Tokyo, Finn Mayer-Kuckuk hat seine Erlebnisse aus seiner vierjährigen Japanzeit in Anekdoten aus dem Alltag veröffentlicht. Unter dem Titel: „Tokio Total – mein Leben als Langnese“ werden altbekannte und neue Eindrücke aus dem Land des Lächelns vorgestellt. Dabei geht die Tour von Karaoke, über U-Bahnen, Kirschblüte und Sushi mitten hinein in den japanischen Alltag. Selbst der Autor kann sich der Faszination nicht entziehen und ertappt sich irgendwann sogar dabei japanischer als ein Japaner Altpapier zu bügeln bevor er es wegwirft. Die ideale Sommerlektüre und ein Blick auf die japanische Welt mit einem Augenzwinkern.

Mayer-Kuckuk, Finn: Tokio Total – mein Leben als Langnese. Goldmann Verlag, München  
ISBN 3442312116

Julia Krüger, JETRO Berlin

### Crashkurs. Japanisch für Geschäftsleute

In diesem Jahr ist ein neues Lehrbuch speziell für Geschäftsleute erschienen, die praxisnah und möglichst schnell Japanisch lernen wollen. Das Buch, das verständlich und übersichtlich aufgebaut ist, bietet neben typischen, hilfreichen Wendungen und Vokabeln auch äußerst nützliche Artikel für das japanische (Geschäfts)leben: Wie werden Visitenkarten richtig ausgetauscht, was muss im Restaurant beachtet werden oder worauf kommt es bei Meetings und Besprechungen an? Für den Anfänger besonders einfach, wird die japanische Schrift erst am Ende des Buches eingeführt. Die Schreibung der japanischen Schrift wird hier nicht gelehrt. Dieses Buch dient hauptsächlich der mündlichen Kommunikation und wird daher in lateinischer Lautschrift präsentiert. Schließlich handelt es sich um einen Crashkurs! Für Geschäftsreisende ist das Buch sehr zu empfehlen, wer länger in Japan bleiben will, sollte aber unbedingt auch die japanischen Zeichen lernen.

Angela Kessel, Reiko Kobayashi: Crashkurs Japanisch für Geschäftsleute. Lehrbuch mit Audio-CD, Klett Verlag, Stuttgart, ISBN 978-3-12-528845-4

Katrin Basalla, JETRO Berlin

Seit Anfang August 2010 hat das Büro der **JETRO Berlin** einen neuen Generaldirektor:  
Herrn **Dr. Toshinori SAEKI**.

#### Impressum



Herausgeber:  
JETRO Berlin,

Friedrichstr. 70, 10117 Berlin, Tel.: 030-2094 5560, Fax: 030-2094 5561,

URL: <http://www.jetro.go.jp/germany>, Redaktion: Katrin Basalla, E-Mail: [basalla@b.jetro.de](mailto:basalla@b.jetro.de).

Copyright © 2010

für alle Texte und Bilder, soweit nicht anders vermerkt, bei Japan External Trade Organization (JETRO).  
Der Nachdruck einzelner Artikel ist nach Rücksprache mit der Redaktion möglich.