

Business Traveller



Mobil Fliegen

Schmalrumpf-Jets auf der Langstrecke



Hotel

The Silo, Pentahotel Wiesbaden



Service

Verhandeln in Japan



Ziele

Osaka, Chicago

Teilen ist Trend

Wie Geschäftsreisende
von der Sharing Economy
profitieren können





BUSINESS TRAVELLER-Serie

Verhandeln unterwegs

Folge 83 Erfolg in Japan (Teil 1)

Dieses Land im Fernen Osten war für Europa viele Jahrhunderte lang ein weitgehend unbeschriebenes Blatt. Umso erstaunlicher ist die Entwicklung, die Japan und seine Industrien, insbesondere die Automobil- und Computerbranche, nach Ende des Zweiten Weltkriegs vollzogen haben: Innerhalb nur weniger Jahrzehnte gelangen dem Land ein in seiner Dynamik imposantes wirtschaftliches Wachstum und eine weltweite Expansion. Eines der beeindruckendsten Beispiele für Technik und Innovation ist der Shinkansen-Kugelfzug, der bereits 1964 zu den Olympischen Sommerspielen in Tokio eingesetzt wurde und technisch nach wie vor State of the Art ist.

Es lohnt sich, einen näheren Blick auf das Geschäfts- und Kommunikationsverhalten dieses perfektionistischen und konsumentenfreundlichen Landes zu werfen. Heute und in der nächsten Ausgabe geht es um Verhandlungsführung und Geschäftsabschluss.

Der Ablauf von Verhandlungen

Im Rahmen der Kommunikation, speziell bei Verhandlungen, braucht man einen guten Dolmetscher, auch wenn dessen Dienste teuer sein können. Kenntnisse der westeuropäischen wie japanischen Mentalität sind wichtig, ebenso ist es von Vorteil, wenn der Dolmetscher mit Produkten und Technologien des deutschen Unternehmens vertraut ist. Am Anfang steht der Smalltalk. In Be-

sprechungen sollten Sie in aller Regel vermeiden, „amerikanisch“ oder auch „westeuropäisch“ zu verhandeln, d. h., schnell, direkt und informell zur Sache zu kommen. Die Prioritäten werden in Japan gänzlich anders gesetzt – am Anfang jeder Vertragsverhandlung steht der Aufbau einer vertrauensvollen Beziehung.

Die eigentliche Besprechung beginnt mit der Vorstellung von Unternehmen und Produkten, auch wenn diese bereits bekannt sind.

Halten Sie Ihre Präsentation nicht zu humorvoll ab, bleiben Sie stringent, und geben Sie am Anfang einen Überblick über das, was Sie präsentieren werden. Betonen Sie ruhig die Vorzüge Ihrer Firma, Ihrer Produkte und Dienstleistungen. Tradition und Stolz, für ein Unternehmen zu arbeiten, sind in Japan bekannt und akzeptiert. Vermeiden Sie aber Übertreibungen. Ihre Präsentation sollte auf Englisch und Japanisch verfasst sein.

Japaner haben, wie viele asiatische Verhandler, einen anderen Zugang zum

Vertrag: Sie sehen die Vertragsdokumente als Ganzes und werden Konzessionen nicht beim Durchgehen der einzelnen Punkte, sondern erst viel später, d. h. nach Diskussion zumindest eines Großteils der Verträge machen. Wenn es dann zu Konzessionen kommt, sind japanische Verhandler bewundernswert ausdauernd. Hier gilt umso mehr: zäh, aber immer freundlich. Dabei sollte man beachten:

- Während der Geschäftsverhandlung wird man auch über den Preis sprechen. An erster Stelle steht jedoch der Mehrwert für den Kunden. Japaner sind extrem „wert- und kundenorientiert“, außerdem markenbewusst. Benennen Sie daher den spezifischen Mehrwert Ihrer Produkte/Dienstleistungen gegenüber dem Wettbewerb. Japaner tendieren oft dazu, möglichst gleichartige Produkte gegenüberzustellen und die preisgünstigste Alternative zu wählen.
- Sollten Preiskonzessionen gemacht werden, bieten Sie höflich Gegenleistungen („tit for tat“) an, z. B. höhere Abnahmemengen.
- Es ist wichtig, die Entscheidungsträger beim japanischen Kunden mit relevanten Argumenten anzusprechen.
- Informieren Sie sich genau zu Wettbewerbspreisen. Die japanischen Kunden kennen diese bis ins letzte Detail. Über weitere Aspekte der Verhandlungsführung einschließlich des erfolgreichen Vertragsabschlusses berichten wir im nächsten Heft.



Sergey Frank
ist Personalberater und begleitet seit mehr als 20 Jahren Unternehmen auf ihrem Weg in die Internationalisierung.

In unserer Serie zeigt er Strategien auf für das Business auf internationalem Terrain – ebenso wie Fettnäpfchen, die drohen, wenn unterschiedliche Kulturen aufeinanderprallen.

Kontakt: sergey.frank@sergey-frank.com