

# Entertainment in Japan

## „Kanpai“ und seine Bedeutung für das Japan-Geschäft.

Von Gerd Schneider



Es war schon hell geworden, als Joachim Gerken\* sich nach einer intensiven Nacht mit japanischen Kunden die Augen rieb und nicht wusste, ob er den Tag im Büro überstehen würde. Doch er wusste, dass sich ein Japaner einen schweren „Kater“ am nächsten Tag nicht anmerken lassen würde.

Wie viele westliche Japan-Kenner und Expatriates hatte Herr Gerken bereits erfahren, dass der Aufbau von persönlichen Beziehungen zu japanischen Geschäftspartnern eine sehr hohe Bedeutung für den Geschäftserfolg hat und dass Entertainment mit regelmäßigen alkoholischen Ausflügen, teils mit extremen Ausprägungen, in Japan zum Geschäftsalltag gehört.

Die Bedeutung des Entertainments als vorrangige Möglichkeit, einander persönlich besser kennenzulernen, wird von Westlern oft als nettes Extra bei Besuchen oder Verhandlungen mit Japanern verkannt. Europäer sind sachorientiert und gewohnt mit Fakten zu überzeugen, und erst nach Eingang einer Geschäftsbeziehung am Aufbau von persönlichen Beziehungen zu arbeiten. Japaner hingegen sind beziehungsorientiert. Daher ist für sie zunächst der Aufbau von guten persönlichen Beziehungen von essentieller Bedeutung, damit es überhaupt zu einer Geschäftsbeziehung kommen kann.

Zum Aufbau solcher Beziehungen zu einem potentiellen Geschäftspartner oder auch neuen Kollegen eignen sich primär abendliche Dinner mit anschließenden Second Meetings und Karaoke Bars. Gemeinsame Mittagessen spielen eine eher untergeordnete Bedeutung. Bei den abendlichen Zusammenkünften in Restaurants wird zunächst der Appetit bei den frischesten Köstlichkeiten des Landes gestillt, ohne dabei dem Alkohol zu sehr zu frönen. Aus Angst vor anschließenden Alkoholexzessen versuchen Europäer immer wieder, sich mit Ausreden vor sogenannten „Second Meetings“ zu drücken. Dabei beginnt hier erst der wirkliche Beziehungsaufbau.

Mit einem „Kanpai“ und auch vielen nachfolgenden deutschen „Prosts“ bei Bier, Sake oder Whiskey kann man endlich den Verstoß einiger in der japanischen Gesellschaft bestehenden Regeln mit Alkoholkonsum entschuldigen. Mit leichter Zunge sagt sich vieles einfacher und man kann auch mehr über die wahren Absichten des Gegenübers erfahren. Hier wird ein Geschäftsmann wieder zum Kind, es wird gemeinsam gelacht und gespielt. Machen Sie auf jeden Fall mit! Als Spielverderber werden Sie Ihre neuen Partner nur schwerlich von einer positiven Zusammenarbeit überzeugen. Vermeiden Sie dabei stets, über geschäftliche Dinge zu sprechen.

Karaoke, eine der abendlichen Lieblingsbeschäftigungen vieler japanischer Geschäftsleute, kann sehr viel Spaß machen, wenn man sich erst einmal überwunden hat. Nach ein paar Gläsern Bier sollte einem die Überwindung, vor allen anderen auf einer kleinen Bühne ein Liedchen zum Besten zu geben, nicht mehr so schwer fallen. Lehnen Sie die Aufforderung zum Singen nicht ab. Wenn es Ihnen allzu schwer fällt, nehmen Sie sich einen japanischen Geschäftspartner mit nach vorne und „bestehen“ auf ein gemeinsames Ständchen. Kein Japaner wird Ihnen das abschlagen. Denken Sie auch daran: blamieren können Sie sich nicht, denn alle sind da, um Spaß zu haben. Und ein perfekt vorgebrachtes Lied kann auch schon mal etwas langweilig sein.

Und Sie werden es kaum glauben: Am nächsten Morgen sind alle durch Alkohol verursachten Ausrutscher vom Vorabend vergessen, und jeder ist wieder die gewohnte Respektsperson, als ob nichts gewesen wäre. Stellen Sie sich eine solche Situation einmal in Deutschland vor: Ihre Ausrutscher vom Vorabend hätten im Kollegium schneller die Runde gemacht, als Sie in der Firma erschienen wären.

Nehmen Sie eine Einladung zum abendlichen Entertainment als positives Zeichen für die Bereitschaft, Sie näher kennen lernen zu wollen. Lehnen Sie diese – auch wenn sie spontan und kurzfristig ausgesprochen wurde – nicht ab, es sei denn Sie haben sehr wichtige Gründe dafür. Vergessen Sie nicht, eine sehr kurze und spontane Dankesrede beim Essen zu halten, womit Sie Ihrem Gastgeber gegenüber Respekt und Wertschätzung zollen. In der Regel zahlt der Gastgeber die gesamte Rechnung ohne „Dutch“ zu teilen.

Denken Sie daran: das abendliche Entertainment ist in Japan einer der Hauptschlüssel zum geschäftlichen Erfolg. Nutzen Sie die Gelegenheiten soweit Sie können.

(\* Name frei erfunden)

### KONTAKT

Dipl.-Kfm. **Gerd Schneider** ist Geschäftsführer von Accenta Asia. Als Führungskraft war er viele Jahre in Japan und Korea. Heute ist er Berater für Asiengeschäfte und im Executive Search und interkulturellen Training von Managern für Asien tätig.  
Tel.: +49 (0)221 5716784  
[www.accenta-asia.com](http://www.accenta-asia.com)