

Inhaltsverzeichnis

Vorwort von Terutomo Ozawa	11
Vorbemerkung	15
Einführung: Grund zur „Japanik“?	17
1. Ängste und Eifersüchte im Abendland	21
2. Doch die Japaner sind anders	27
2.1. Das Streben nach hochqualifizierter Produktion	48
2.2. F&E – wofür?	59
2.3. Doch Japan ist anders	63
3. Japanische Firmen	69
3.1. Das unschlagbare japanische Produkt – ein Profil	69
3.1.1. Format	69
3.1.2. Brennstoffe und Rohstoffe	70
3.1.3. Umwelt und Nebenwirkungen	71
3.1.4. Standardisierung	72
3.1.5. Fertigungsverfahren	74
3.1.6. Hardware gegen Software	74
3.2. Über das Heranwachsen einer japanischen Firma	76
3.3. Die Praxis des japanischen Managements	81
y 3.4. Können japanische Firmen überhaupt scheitern?	86

Inhaltsverzeichnis

Vorwort von Terutomo Ozawa	11
Vorbemerkung	15
Einführung: Grund zur „Japanik“?	17
1. Ängste und Eifersüchte im Abendland	21
2. Doch die Japaner sind anders	27
2.1. Das Streben nach hochqualifizierter Produktion	48
2.2. F&E – wofür?	59
2.3. Doch Japan ist anders	63
3. Japanische Firmen	69
3.1. Das unschlagbare japanische Produkt – ein Profil	69
3.1.1. Format	69
3.1.2. Brennstoffe und Rohstoffe	70
3.1.3. Umwelt und Nebenwirkungen	71
3.1.4. Standardisierung	72
3.1.5. Fertigungsverfahren	74
3.1.6. Hardware gegen Software	74
3.2. Über das Heranwachsen einer japanischen Firma	76
3.3. Die Praxis des japanischen Managements	81
3.4. Können japanische Firmen überhaupt scheitern?	86

4.	Die spezifisch multinationale Herausforderung (oder die kreativen Vorteile des Nachzüglers)	93
4.1.	Multinationalismus im eigenen Land	94
4.2.	Internationales Netz der Handelsgesellschaften	95
4.3.	Bescheidene Geschäfte im Ausland	97
4.4.	Die unabhängige Export- und Investitions- expansion der Großfirmen	98
4.5.	Auslagerung der schwächeren statt der stärkeren Industrien aus Japan	100
4.6.	Produktion in den Entwicklungsländern	100
4.7.	Der japanische Multinationalismus in Europa	104
4.8.	Japanische Investitionen in Nordamerika	106
4.9.	Wird sich das Bild ändern?	108
5.	Japanisch-westliche Wettbewerbsdynamik: Fallbeispiele aus der Industrie	111
5.1.	Die Fernsehgeräteindustrie	111
5.1.1.	Die japanische Dominanz	116
5.1.2.	Die Evolution des japanischen Vorstoßes	120
5.1.3.	Die Reaktion Europas und der USA auf den japanischen Vorstoß	121
5.1.3.1.	US-Firmen	122
5.1.3.2.	Europa	124
5.2.	Die Halbleiter-Industrie	129
5.2.1.	Technologie	130
5.2.2.	Hauptakteure	133
5.2.3.	Das Wachstum des Marktes und der japanische Vorstoß	136
5.2.4.	Die geschäftliche Orientierung der Japaner	138
5.2.5.	Die multinationale Produktion	141
5.2.6.	Ein Ansatz zur Beurteilung des Wettbewerbsergebnisses	144
5.3.	Stahl	146

5.3.1.	Die Reaktionen der Firmen auf die Veränderungen des komparativen Vorteils	148
5.3.1.1.	Europäische Reaktionen	149
5.3.1.2.	Die US-Industrie	151
5.3.1.3.	Die Armco-Strategie	152
5.3.2.	Die künftige Herausforderung aus den Entwicklungsländern	153
5.3.3.	Die japanische Position	154
5.4.	Kunstfasern	155
5.4.1.	Die Herausforderung durch die Schwellenländer	156
5.4.2.	Staatlicher Schutz	159
5.4.3.	Firmenstrategien	160
5.4.3.1.	Der britische multinationale Konzern ICI	162
5.4.3.2.	Asahi Chemical	164
6.	Was ist zu tun?	167
6.1.	Der japanischen Konkurrenz das Leben erschweren: Die Fehler des Westens	167
6.1.1.	Zu wenig F&E	167
6.1.2.	Enger Zeithorizont	168
6.1.3.	Enge regionale Begrenzung	169
6.1.4.	Begrenzte Produktperspektiven	172
6.1.5.	Ignorierung von Marktsegmenten	173
6.2.	Positive Optionen für westliche Firmen	174
6.2.1.	Der Verkauf an Japan	175
6.2.2.	Die Produktion in Japan	176
6.2.3.	Lizenzen und andere Verbindungen	176
6.3.	Markttechnische und kulturelle Vorteile des Westens	179
6.4.	Die Stärken des Westens	180
6.5.	Ist die Wirtschaftspolitik gefordert?	183
	Anmerkungen	191
	Literaturverzeichnis	201