INHALTSÜBERSICHT

Prolog

Gegenstand und Zielsetzung der vorliegenden Arbeit (Ein Kurzportrait) **1**

Teil I

Entwicklung eines Modells der humanbasierten Innovationsidentität japanischer Unternehmen **13**

Teil II

Das japanische Contextual Construal of Self und seine innovationsrelevanten Fähigkeiten **93**

Teil III

Human- und wissensbasierte Wettbewerbsvorteile der japanischen Großunternehmen als Resultat ihrer Innovationsidentität **203**

Teil IV

Human- und wissensbezogene Routinen zur Prägung der spezifischen Innovationsidentität japanischer Großunternehmen und ihr Wandel **305**

Literaturverzeichnis **418**

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsübersicht XIV

Inhaltsverzeichnis XV

Abbildungsverzeichnis XXIII

Tabellenverzeichnis XXV

Abkürzungsverzeichnis XXVIII

Gegenstand und Zielsetzung der vorliegenden Arbeit (Ein Kurzportrait) 1

TEIL I

Entwicklung eines Modells der humanbasierten Innovationsidentität japanischer Unternehmen 13

Kapitel 1

Das Japanese-style Management: Fremdbild, Selbstbild und Wahrnehmungsmuster in der vorliegenden Arbeit 14

1.1 Japanische Unternehmen als Konkurrenten der deutschen im zukunftsentscheidenden Innovationswettbewerb 15

1.2 Das Fremdbild des Japanese-style Management aus der Sicht der westlichen Wettbewerber 16

1.2.1 Das Pendelmodell als fundamentales westliches Wahrnehmungsmuster des Japanese-style Management 16

1.2.2 Japanisierung des westlichen Managements 18

1.3 Handlungsumfeld, Leistung und Selbstbild des Japanese-style Management Ende der 90er Jahre 21

1.3.1 Handlungsumfeld japanischer Unternehmen: Zur Wirtschaftskrise in Japan 22

1.3.2 Das aktuelle Selbstbild des Japanese-style Management 27

1.3.3 Leistung des Japanese-style Management in der Wirtschaftskrise: "Dynamic Japan" als Untersuchungsfeld der vorliegenden Arbeit 32

1.4 Auf der Suche nach der Balance: Schlußfolgerungen zur Betrachtung des Japanese-style Management in der vorliegenden Arbeit 39

Kapitel 2

Einleitende Überlegungen zum Begriff der Identität **42**

2.1 Einführung: Definitionen und Ebenen der Identität 42

2.2 Construal of Self: Identität auf der Personenebene 45

2.3 Zum Begriff der Identität einer Unternehmung 49

2.4 "Nihonjinron" als Identitätssuche einer Zivilisation und ihr Einfluß auf die japanischen Unternehmen 51

Kapitel 3

Multi-Level-Modell der humanbasierten Innovationsidentität japanischer Unternehmen (Entwicklung des theoretischen Bezugsrahmens) **57**

3.1 Transformation der Ansätze zur Erklärung der Wettbewerbs- und Innovationserfolge japanischer Unternehmen als Orientierungshilfe 58

3.1.1 Günstige Rahmenbedingungen als außerorganisationale Erklärungsfaktoren des japanischen Wettbewerbserfolgs 58

3.1.2 Personalarbeit als Faktor des Wettbewerbserfolges und Kerndimension des Japanese-style Management 60

3.1.3 Nationale Kultur als Faktor des Wettbewerbserfolgs japanischer Unternehmen 62

3.1.4 Ganzheitliche Ansätze zur Erklärung des Innovationserfolgs japanischer Unternehmen 65

3.1.5 "Knowledge Handling" als Faktor des Innovationserfolgs japanischer Unternehmen 69

3.1.6 Resümee: Zur konzeptionellen Integration von Erfolgsfaktoren 72

3.2 Konstruktion der Innovationsidentität der Unternehmung aus der fähigkeitsorientierten Perspektive 74

3.2.1 Grundlagen des fähigkeitsorientierten Ansatzes des strategischen Managements 74

3.2.2 Ausgewählte konstitutive Merkmale von innovationsrelevanten Kernfähigkeiten der Unternehmung 77

3.2.3 Das Ausgangsmodel von Bogner/Thomas 81

3.3 Das fähigkeitsorientierte Multi-Level-Modell der humanbasierten Innovationsidentität japanischer Unternehmen 82

Das Navigationsschema: Weitere Vorgehensweise bei der Analyse des Multi-Level-Modells der humanbasierten Innovationsidentität **91**

TEIL II

Das japanische Contextual Construal of Self und seine innovationsrelevanten Fähigkeiten 93

Das Navigationsschema: Zentrale Problemstellung des II. Teils 94

Kapitel 4

Das Contextual Construal of Self als zentrale kulturspezifische Determinante der japanischen Innovationsidentität 95

4.1 Einleitung 95

4.2 Vom Gruppenkollektivismus zum Kontextualismus 97

4.3 Auslegung der personellen Identität: Das japanische "Construal of Self" 103

4.3.1 Zur Begriffswahl 103

4.3.2 Das Konzept des "Zwischen" von Kimura: Die zwischenmenschliche Beziehung als primäre Komponente der Identitätsdefinition der Japaner 104

4.3.3 Das Konzept von Hamaguchi: "Relational Actor" als Identitätsmodus der Japaner 108

4.3.4 Das Konzept von Markus/Kitayama: The Interdependent Construal of Self 110

Kapitel 5

Konsequenzen aus der Identitätsforschung für die Analyse der humanbasierten Innovationsidentität der japanischen Unternehmen 115

5.1 Überlegungen zur möglichen Verschiebung der organisations- und innovationstheoretischen Perspektive zum Zwischenmenschlichen hin 115

5.2 Zum innovationsrelevanten Verhältnis zwischen Identität und Rolle des Menschen in Organisationen: *Kaisha Ningen* und *Shigoto Ningen* als idealtypische Modi der Organisationsmitgliedschaft 119

5.3 Organisationaler Innovationsprozeß als "Creative Interactivity" 124

Kapitel 6

Innovationsrelevante Fähigkeiten der japanischen Kontextualisten **128**

6.1 Sozio-emotionale innovationsrelevante Fähigkeiten 128

6.1.1 Vertrauen aus der Sicht der Kontextualisten in der japanischen Organisation 128

6.1.2 Harmonie als innovationsrelevanter kontextualistischer Denk- und Handlungsgrundsatz 130

6.1.3 High-Context-Communication als Medium der Wissenshandhabung im sozio-emotionalen Feld der Kontextualisten 135

6.2 Kognitive innovationsrelevante Fähigkeiten 146

6.2.1 Erwerb und Transfer des Wissens im kontextualistischen Beziehungsfeld 146

6.2.1.1 Zur Interpretation des Lernens in der japanischen Tradition 146

6.2.1.2 Zentrale Bedeutung impliziten Wissens für die kontextualistische Innovationsidentität 150

6.2.1.3 Oneness of Mind and Body: Learning through the Whole Personality 153

6.2.1.4 Lernen als Weg des Handelns und des Sich-Hineinversetzens 155

6.2.1.5 Ausblick zur betrieblichen Innovation 160

6.2.2 Kognitive Fähigkeiten im Umgang mit der wissensbezogenen Innovationskontextualität 163

6.2.2.1 Dimensionen der Innovationskontextualität 163

6.2.2.2 Quellendimension der Innovationskontextualität 165

6.2.2.3 Zeitdimension der Innovationskontextualität 173

6.3 Kognitive Schaltfunktion "Both/And" als Fähigkeit zu Wissensfusionen 182

Kapitel 7

Blick in die Zukunft: Das japanische Paradigma des personellen Identitätswandels **191**

7.1 Beharrliche Kraft der Relatedness 191

7.2 Förderung der Individuierung 192

7.3 Versuch einer Prognose 196

Das Navigationsschema: Multi-Level-Modell der humanbasierten Innovationsidentität japanischer Unternehmen (kumulierte Zwischenergebnisse) **200**

TEIL III

Human- und wissensbasierte Wettbewerbsvorteile der japanischen Großunternehmen als Resultat ihrer Innovationsidentität **203**

Das Navigationsschema: Zentrale Problemstellung des III. Teils **204**

Kapitel 8

Zur Systematisierung von Vorteilen im Innovationswettbewerb **205**

Kapitel 9

Herkömmliche human- und wissensbasierte Wettbewerbsvorteile der japanischen Unternehmen als Ergebnis der kumulativen Entwicklung einer spezifischen organisationalen Innovationsidentität **209**

9.1 Human- und wissensbasierte Dimension der Economies of Scale 209

9.2 Human- und wissensbasierte Dimension der Economies of Scope 215

9.3 Human- und wissensbasierte Dimension der Economies of Quality 217

9.4 Human- und wissensbasierte Dimension der Economies of Speed 221

9.5 Schlußfolgerung und Ausblick 230

9.5.1 Prozeßorientierung als zentrale Innovationsstärke japanischer Unternehmen an der Schwelle zum 21. Jahrhundert 230

9.5.2 Product Innovation als zentrales Innovationsproblem japanischer Unternehmen an der Schwelle zum 21. Jahrhundert 233

Kapitel 10

Innovationsoffensive der japanischen Unternehmen an der Schwelle zum 21. Jahrhundert **239**

10.1 Konkurrenzfähigkeit japanischer Spitzenunternehmen im Innovationswettbewerb: der aktuelle Stand 241

10.2 Entwicklung des finanziellen Innovationspotentials japanischer Unternehmen 246

10.3 Personalbezogene Dimension der japanischen Innovationsoffensive 254

10.4 Patentoffensive im In- und Ausland 260

10.5 Schlußfolgerung 261

Kapitel 11

Economies of Technology Fusion als human- und wissensbasierter Zukunftsvorteil japanischer Spitzenunternehmen im Innovationswettbewerb 263

11.1 Technologiefusion als Innovationsmuster zur Bildung von neuartigen Technologien und Industrien 264

11.2 Wettbewerbsposition japanischer Unternehmen in Branchen, für welche die Technologiefusionen von zentraler Bedeutung sind 266

11.2.1 Technologiefusionen als innovationsbasierter Weg der Diversifikation 266

11.2.2 Technologiefusion in der Mechatronik 268

11.2.3 Technologiefusionen im PC- und Multmediageschäft 270

11.2.4 Technologiefusionen in der Automobilindustrie 274

11.2.5 Ausblick 274

11.3 Spezifische humansbasierte Fähigkeiten zur Wissenshandhabung als Erfolgsfaktor der Technologiefusionen 275

Kapitel 12

Ausblick zur Internationalisierung der Innovationsprozesse: Wird die Innovationsidentität japanischer Großunternehmen japanisch bleiben? 283

12.1 Hypothese über die Globalisierung als Einflußfaktor der organisationalen Innovationsidentität 283

12.2 Zentralistischer Ausgangsmodus der Gestaltung von FuE- und Innovationsprozessen in japanischen Großunternehmen 284

12.3 Produktionsverlagerung ins Ausland als Einflußfaktor der Innovationsidentität japanischer Großunternehmen 287

12.4 Internationalisierung der FuE als Einflußfaktor der Innovationsidentität japanischer Großunternehmen 289

12.4.1 Formen der Internationalisierung der FuE: Ein japanspezifischer Überblick 289

12.4.2 Interorganisationale FuE-Kooperation aus der Sicht der Innovationsidentität 292

12.4.3 Funktionen der ausländischen FuE-Einrichtungen aus der Sicht der Innovationsidentität 295

12.5 Einfluß der Internationalisierung des Innovationsprozesses auf die Innovationsidentität japanischer Großunternehmen: Gesamtbetrachtung und Ausblick 298

Das Navigationsschema: Multi-Level-Modell der humanbasierten Innovationsidentität japanischer Unternehmen (kumulierte Zwischenergebnisse) 304

TEIL IV

Human- und wissensbezogene Routinen zur Prägung der spezifischen Innovationsidentität japanischer Großunternehmen und ihr Wandel 305

Das Navigationsschema: Zentrale Problemstellung des IV. Teils 306

Kapitel 13

Human- und wissensbezogene Unternehmensroutinen im Spannungsfeld zwischen *Kaisha Ningen* und *Shigoto Ningen* als Basismodi der Organisationsmitgliedschaft (Einleitende theoretische Überlegungen) 308

Kapitel 14

Personalwirtschaftliche Routinen als prägende Kraft der Innovationsidentität japanischer Unternehmen im Wandel 314

14.1 Prinzip der lebenslangen Beschäftigung aus der Perspektive der humanbasierten Innovationsidentität 314

14.1.1 Einleitung 314

14.1.2 Beitrag der lebenslangen Beschäftigung zur Bildung der *Kaisha Ningen* als Träger der traditionellen Innovationsidentität japanischer Großunternehmen 316

14.1.3 Aktuelle Modifikationen des Prinzips der lebenslangen Beschäftigung und ihr Einfluß auf die Innovationsidentität 321

14.2 Externe Personalbeschaffung und Personalauswahl aus der Perspektive der humanbasierten Innovationsidentität 334

14.2.1 Einleitung 334

14.2.2 Stärkung der Einheit: Förderung der *Kaisha Ningen* 336

14.2.3 Erhöhung der Mannigfaltigkeit: Förderung der *Shigoto Ningen* 339

14.3 Entgeltpolitik und ihre Modernisierung aus der Perspektive der humanbasierten Innovationsidentität 348

14.4 Personalentwicklung aus der Perspektive der humanbasierten Innovationsidentität 356

14.4.1 Wissensstrategische Job Rotation: Förderung der *Kaisha Ningen* 356

14.4.2 Unternehmensspezifisches On-The-Job Learning: Förderung der *Kaisha Ningen* 364

14.5 "Relatedness" als Führungsstil aus der Perspektive der humanbasierten Innovationsidentität 368

14.6 Einfluß des Wandels personalwirtschaftlicher Unternehmensroutinen auf die humanbasierte Innovationsidentität: Ein Resümee 373

Das Navigationsschema: Multi-Level-Modell der Innovationsidentität japanischer Unternehmen (kumulierte Ergebnisse) 377

Kapitel 15

Humanbasierte Innovationsidentität der Unternehmung als theoretische und praktische Managementherausforderung 378

15.1 Innovationsidentität und ihr Wandel als Herausforderung für das Japanese-style Management: Eine zusammenfassende Betrachtung 379

15.2 Human- und wissensbasierte Innovationsidentität als Herausforderung für die Theorie und Praxis des deutschen personalwirtschaftlichen Innovationsmanagements 383

15.2.1 Zentrale Rolle des Construal of Self als kognitive und sozio-emotionale Denk- und Handlungsdeterminante und seine Berücksichtigung durch das Personal- und Innovationsmanagement 385

15.2.2 Management of Interdependence als zukunftswichtige personal- und innovationswirtschaftliche Aufgabe 396

15.2.3 Entwicklung humanbasierter idiosynkratischer Innovationsfähigkeiten der Unternehmung: Die Suche nach dem eigenen Weg 413

Statt eines Epilogs 417

Literaturverzeichnis 418

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung I: Erforschung der Innovationsidentität japanischer Unternehmen als interdisziplinäres Vorhaben 11

Abbildung 1.1: Westliche Einstellung dem Japanese-style Management gegenüber: ein Pendel-Denkmuster 16

Abbildung 1.2: Zur Etymologie der neueren Management-Konzepte im Westen: das Japanese-style Management auf dem Vormarsch 19

Abbildung 1.3: Über 70% der japanischen Bevölkerung waren mit ihrem Leben 1995 zufrieden 24

Abbildung 3.1: Ausgewählte Gruppen von Erfolgsfaktoren der technologischen Innovationsprozesse in japanischen Unternehmen (Ergebnisse der Literaturbestandsaufnahme) 73

Abbildung 3.2: Konzept der Kernkompetenzen nach Bogner/Thomas: Von kognitiven Routinen zu den Wettbewerbsvorteilen der Unternehmung 81

Abbildung 3.3: Das fähigkeitsorientierte Multi-Level-Modell der humanbasierten Innovationsidentität der Unternehmung 90

Abbildung 3.4: Navigationsschema zum Multi-Level-Modell der humanbasierten Innovationsidentität japanischer Unternehmen 92

Abbildung 4.1: Interdependent und Independent Construal of Self nach Markus/Kitayama 111

Abbildung 6.1: Identitätsbedingte idealtypische Interaktions- und Kommunikationsmuster in Japan und im Westen 139

Abbildung 6.2: Ausgewählte Bedeutungen des Begriffes Lernen in der japanischen Sprache 150

Abbildung 6.3: Zusammenwirken von Learning by Doing und Learning by Following bei japanischen Kontextualisten 157

Abbildung 8.1: Fundamentale Waffen im technologieintensiven Innovationswettbewerb 207

Abbildung 8.2: Humanbasierte Innovationsidentität als Grundlage für Vorteile im Innovationswettbewerb 208

Abbildung 10.1: Prioritäten der japanischen Strategie des innovationsbasierten Fortschritts an der Schwelle zum XXI. Jahrhundert 240

Abbildung 10.2: Welthandelsanteile der OECD-Länder bei FuE-intensiven Gütern 1993 241

Abbildung 10.3: Vergleich der Technologiestärke von japanischen und europäischen Unternehmen der gleichen Branche: die japanische Sicht 244

Abbildung 10.4: Vergleich der Technologiestärke von japanischen und amerikanischen Unternehmen der gleichen Branche: die japanische Sicht 245

Abbildung 10.5: Entwicklung der gesamten Forschungsaufwendungen in Japan 247

Abbildung 10.6: Entwicklung des Anteils der Forschungsaufwendungen (nach ihren Trägern) am Bruttosozialprodukt Japans 248

Abbildung 10.7: Anteil der Forschungsausgaben am Umsatz und die Zahl der Forscher in der japanischen und der amerikanischen Verarbeitungsindustrie 252

Abbildung 10.8: Veränderung der Anzahl der Forscher (Forscher sowie Assistenten u.a.) in Japan 256

Abbildung 10.9: Steigerung der Anzahl der Forscher in Japan (nach verschiedenen Sektoren) 257

Abbildung 12.1: Internationalisierung der Produktion in der japanischen Autoindustrie 288

Abbildung 12.2: Ziele japanischer Großunternehmen bei der Gemeinschaftsforschung mit ausländischen Partnern 294

Abbildung 12.3: Bewertung der relativen Leistung ausländischer FuE-Einrichtungen der japanischen Unternehmen 297

Abbildung 12.4: Gründung von FuE-Einrichtungen im Ausland: Expansionspläne der japanischen Unternehmen 299

Abbildung 13.1: Innovationsrelevante Einzelroutinen im Spannungsfeld zwischen Einheit und Vielfalt 312

Abbildung 15.1: Personalwirtschaftliches Wissensmanagement als Management of Interdependence 400

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle I: Kurzportrait der vorliegenden Arbeit 3/4

Tabelle 1.1: Aufbau des Kapitels 1 14

Tabelle 1.2: Krisenstimmen aus Japan 27

Tabelle 1.3: Japanische Topunternehmen 1997: Starke Wettbewerbsvorteile trotz starker Wirtschaftskrise 37

Tabelle 3.1: Unterschiedliche Modi des Knowledge Handling in japanischen und westlichen Organisationen 69/70

Tabelle 4.1: Verwandte Modi der personellen Identitätsauslegung in der Literatur 103

Tabelle 4.2: Personelle Identität als psychisches und sprachliches Phänomen in der deutschen und der japanischen Kultur (nach Kimura) 107

Tabelle 4.3: Typen der personellen Identität nach Hamaguchi 109

Tabelle 4.4: Key Differences Between an Independent and an Interdependent Construal of Self (nach Markus/Kitayama) 112/113

Tabelle 5.1: Beispiele für "Attribut" und "Rahmen" als personelle Identifikationskriterien nach Nakane 120

Tabelle 5.2: Identitätsbasierte idealtypische Modi der Organisationsmitgliedschaft 121/122

Tabelle 6.1: Interdependent Contextual Construal of Self: Ausgewählte innovationsrelevante Besonderheiten der Motivation 134

Tabelle 6.2: Implizites Wissens in der japanischen Erkenntnistradition und dem Management 152

Tabelle 6.3: Dominierende Mindscapes in Westeuropa und Japan: Wahrnehmung des Wissens und die Logik seiner Handhabung (nach Maruyama) 188

Tabelle 9.1: Bildung der Economies of Scope in japanischen Spitzenunternehmen 215

Tabelle 9.2: Economies of Speed als Wettbewerbsvorteil japanischer Spitzenunternehmen der Automobilindustrie 224

Tabelle 10.1: Japanisches Muster der Inventions- und Exportspezialisierung (Technologien und Gütergruppen) 242

Tabelle 10.2: FuE-Aufwendungen und Personalbestand bei NEC 249

Tabelle 10.3: Entwicklung der japanischen FuE-Ausgaben, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsquellen 250

Tabelle 10.4: Anteil der gesamten FuE-Ausgaben an Umsatzerlösen bei großen japanischen Privatunternehmen 251

Tabelle 10.5: Entwicklung des FuE-Personalbestandes und der Zahl der Forscher in Japan 254

Tabelle 10.6: Steigerung des Anteils der Forscher am FuE-Personal im japanischen Unternehmenssektor 255

Tabelle 10.7: Ablenkung japanischer Forscher durch nicht-kreative Tätigkeiten 259

Tabelle 11.1: Clusterbildung wettbewerbsfähiger Branchen in Japan: Überlegungen von Porter 269

Tabelle 11.2: Wissensbasierte Economies of Scope und Economies of Technology Fusion als supplementäre Waffen im Innovationswettbewerb 276

Tabelle 12.1: Grad der FuE-Internationalisierung bei führenden technologie-intensiven japanischen und westlichen Unternehmen 285

Tabelle 12.2: Japanische Industrieunternehmen wollen in wissensintensiven Bereichen die Innovationskompetenzen zu Hause aufrechterhalten 301

Tabelle 12.3: Warum japanische Unternehmen ihre FuE zu Hause aufrechterhalten 302

Tabelle 12.4: Warum japanische Unternehmen die Produktion von Gütern mit hoher Wertschöpfung zu Hause aufrechterhalten 302

Tabelle 13.1: Aktuelle Entwicklungen in zentralen Spannungsfeldern der humanbasierten Innovationsidentität japanischer Unternehmen 309

Tabelle 13.2: Ausgewählte personalwirtschaftliche Unternehmensroutinen als Einflußfaktoren der humanbasierten Innovationsidentität 311

Tabelle 14.1: To whom belongs the [Japanese] company? - Opinion of the head of the departments 328

Tabelle 14.2: Ausgewählte für die Wissenshandhabung und Innovationsfähigkeit relevante Aspekte des zwischenbetrieblichen Personaltransfers in Japan 331

Tabelle 14.3: Hohe unternehmensspezifische Homogenität japanischen FuE-Personals: Allmähliche Veränderungen 343

Tabelle 14.4: Das Stammpersonal japanischer Unternehmen vergleicht sich mit den heutigen Neueinsteigern 344

Tabelle 14.5: Zentrale Einstellungskriterien größerer japanischer Unternehmen 346

Tabelle 14.6: Einführung des "Annual Pay System" in japanischen Unternehmen: Beschleunigung der evolutionären Entwicklung 351

Tabelle 14.7: Stock Options für japanische Manager: Orientierungswechsel von den Mitarbeitern zu Shareholders? 354

Tabelle 14.8: Die fünf effektivsten Methoden für die Entwicklung von "Specialists Skills" des FuE-Personals in japanischen Unternehmen (Die Sicht der Unternehmensdirektoren) 367

Tabelle 14.9: Modernisierung zentraler personalwirtschaftlicher Core Innovation-Shaping Corporate Routines bei führenden japanischen Großunternehmen (Zusammenfassung) 376

Tabelle 15.1: Neugestaltung des psychologischen Kontraktes als Veränderung von Verpflichtungen (ausgewählte Dimensionen)..... 406

Tabelle 15.2: Handhabung des psychologischen Kontraktes in Japan und den USA..... 407

Tabelle 15.3: Zentrale Fragen aus der Modernisierung des psychologischen Kontraktes an das personalwirtschaftliche Wissensmanagement als Management of Interdependence 410/411