Japan External Trade Organization (JETRO)

August 2020

Taketomi Island, Y. Shimizu ©JNTO

JETRO –

Informationen

Newsletter der JETRO in Deutschland

Liebe Leserinnen und Leser,

dies ist die zweite Ausgabe, die sich der aktuellen Situation anpasst und teilweise im Home-Office konzipiert wurde. Dieses Mal können Sie sich über spannende Online-Veranstaltungen, u. a. für japanische Lebensmittel, im Zeitraum von September bis November informieren. Anfang Juli eröffneten wir unser drittes Büro in Deutschland! Lesen Sie dazu das Interview.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen das Redaktionsteam!

JETRO Berlin
Friedrichstr. 70
10117 Berlin

Telefon: 030 20945560
Fax: 030 20945561
E-Mail: info-bln@jetro.go.jp

JETRO Düsseldorf
Berliner Allee 10
40212 Düsseldorf

Telefon: 0211 136020
Fax: 0211 326411
E-Mail: info-dus@jetro.go.jp

JETRO München
Seitzstr. 23
80538 München

Telefon: 089 21028690
Fax: 089 210286929
E-Mail: mun@jetro.go.jp

Veranstaltungshinweise

Veranstaltungshinweise des DJW

DJW Squad Meeting „Code of Conduct“ 03

Veranstaltungshinweise

Startup-Woche Düsseldorf: Expand Your Business With Japan 03

Virtuelles Unternehmertreffen Medizintechnik NRW-Japan 04

Japan Mall Project [E-Commerce] 04

Nachrichten

Japanese Food Supporter Programm 05

Neueröffnung des dritten deutschen JETRO Büros in München 06

„With and Beyond COVID-19: Business Opportunities in Japan” 08

Berichte

Wo „sicherlich interessant“ ein „Nein“ bedeuten kann 09

Schlussbemerkungen 12

Veranstaltungshinweise des DJW

Besuchen Sie die Veranstaltungen des DJW und erweitern Sie dadurch Ihr persönliches Netzwerk.

Liebe Leserinnen und Leser,
aus aktuellem Anlass möchten wir darauf hinweisen, dass die Veranstaltungen aufgrund des Corona-Virus zurzeit online stattfinden.
Bitte informieren Sie sich dazu auf den jeweiligen Homepages. Vielen Dank!
(Stand 26.08.2020)

DJW Squad Meeting „Code of Conduct“

Datum: 08.09.2020, 09:30 – 11:00 Uhr MESZ, Online
Thema: *Developing The Framework For Cooperation. Join Shaping The Future Of Our Networking Hub.*

Weitere Informationen finden Sie unter:
https://www.djw.de/de/veranstaltungen/djw-veranstaltungen/djw-squad-meeting-code-of-conduct

Veranstaltungshinweise

Startup-Woche Düsseldorf: Expand Your Business With Japan

Datum: 11.09.2020, 10:00 – 11:30 Uhr
Ort: Online-Seminar
Thema: *Expand Your Business With Japan*
Sprache: Englisch
Referenten: (geplant) German Accelerator, Japanese VC, Japanese Corporate, JETRO
Anmeldefrist: 04.09.2020
Anmeldung: https://www.jetro.go.jp/form5/pub/tcd/startupwoche
Veranstalter: JETRO Düsseldorf

Weitere Informationen zur Startup-Woche Düsseldorf und dem Programm finden Sie unter:
https://startupwoche-dus.de/en/sessions/expand-your-business-with-japan/
und auf unserer Homepage:
https://www.jetro.go.jp/germany/topics/_456257.html

Virtuelles Unternehmertreffen Medizintechnik NRW-Japan

Datum: 28.09.2020, 14:00 – 16:00 Uhr
Ort: virtuelles Meeting, via Zoom
Thema: *Innovative Produktionstechnologien für High-Tech Medizinprodukte*
Referenten: IHK zu Düsseldorf, IVAM Fachverband für Mikrotechnik, temicon GmbH, Fraunhofer-Institut für Produktionstechnologie IPT, Innovative Tomography Products GmbH, JETRO Düsseldorf
Anmeldefrist: 21.09.2020
Veranstalter: NRW.International GmbH, IHK zu Düsseldorf, IVAM Fachverband für Mikrotechnik

Weitere Informationen zum Programm und zur Anmeldung finden Sie unter:
https://ivam.de/events/unternehmertreffen_15#program

Japan Mall Project [E-Commerce]

Im Rahmen des „Japan Mall Projects [E-Commerce]“ arbeitet die JETRO gegenwärtig an Möglichkeiten zur Unterstützung des internationalen Online-Verkaufs von japanischen Produkten.

Das Projekt nutzt dazu E-Commerce Webseiten und erfährt auf Grund der Pandemie große Unterstützung.

So startet die JETRO in Deutschland zwischen September und November 2020 eine Kooperation mit Feinkost Käfer und Frischeparadies, bei der im Rahmen einer Japan-Marketingaktion japanische Lebensmittelprodukte in den jeweiligen Online-Shops angeboten werden.

Japan Online-Kooperation
Datum: September – November 2020

©Feinkost Käfer GmbH

Hier geht es zum Online-Shop von Feinkost Käfer:
https://www.feinkost-kaefer.de/onlineshop

Alle Artikel sind während der Aktion auch stationär im Käfer Stammhaus München verfügbar.

©FrischeParadies GmbH & Co. KG

Und hier geht es zum Online-Shop von Frischeparadies:
https://www.frischeparadies.de/onlineshop.html

Weitere Informationen zum Japan Mall Projekt (B2B / B2C) finden Sie hier:
https://www.jetro.go.jp/en/jetro/activities/business/

Ansprechpartner in Deutschland:
Nicole Renger, Tomoharu Mochizuki, JETRO Berlin

Japanese Food Supporter Programm

Seit einigen Jahren unterstützt die JETRO das Japanese Food Supporter Programm, welches zur weltweiten Förderung japanischer Lebensmittel vom Ministerium für Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Fischerei (MAFF) ins Leben gerufen wurde.

Geschäfte (auch Online-Shops), Restaurants, oder Bars, die japanische Lebensmittel und Getränke führen, können dieses Zertifikat kostenlos erhalten und sich als „Japanese Food Supporter" zertifizieren lassen.

Weitere Informationen dazu finden Sie auf unserer Homepage:
https://www.jetro.go.jp/germany/Lebensmittelmarkt/_456610.html
und auf unserer internationalen Homepage:
https://www.jetro.go.jp/en/trends/foods/supporter/

Neueröffnung des dritten deutschen JETRO Büros in München

Das nachfolgende Interview ist ein Auszug aus der Facebook-Seite des Japanischen Generalkonsulats München. Anlässlich der Neueröffnung des dritten deutschen JETRO Büros in Deutschland wurde der Generaldirektor, Herr Hajime Takatsuka, vom Generalkonsulat interviewt.

©JETRO München

JETRO, die "Japan External Trade Organization", hat Anfang Juli ein drittes deutsches JETRO Büro in München eingerichtet. Wir konnten nun ein Interview mit dem Generaldirektor Herr Hajime Takatsuka führen, in dem er uns erklärt hat, was JETROs Aktivitäten und Visionen sind und welche Rolle Süddeutschland für sie spielt:

Wie würden Sie die Funktion und Aufgaben der JETRO beschreiben?

JETRO ist eine Organisation, die 1958 zur Förderung des japanischen Außenhandels gegründet wurde. Maßnahmen und Programme wurden im Laufe der Zeit den aktuellen Bedürfnissen angepasst. Programmschwerpunkte sind gegenwärtig: „Förderung von ausländischen Direktinvestitionen in Japan“, „Unterstützung japanischer Start-ups im Ausland“, „Exportförderung für japanische land-, forst- und fischereiwirtschaftliche Erzeugnisse und Lebensmittel“ sowie „Unterstützung von japanischen Klein- und Mittelunternehmen bei der Geschäftsentwicklung im Ausland“.

Unsere Stärke ist unser engmaschiges Netzwerk im In- und Ausland, auf das wir stolz sind. So verfügen wir über 76 Büros in 55 Ländern weltweit, im Inland stehen Büros in allen 47 Präfekturen Japans zur Verfügung. JETRO nutzt dieses Netzwerk, um z. B. sowohl bei Unternehmen vor Ort in Süddeutschland als auch in den Präfekturen vor Ort in Japan Bedürfnisse und Anliegen zu erfragen und diese dann in einem Matching-Prozess ggf. miteinander in Kontakt zu bringen.

Vor kurzem hat die JETRO nach Düsseldorf und Berlin ein drittes deutsches JETRO Büro in München eingerichtet. Können Sie uns etwas zum Hintergrund dieser Entscheidung sagen?

Die hohe Konzentration von führenden Unternehmen insbesondere des industriellen Sektors in Süddeutschland hat hier den Ausschlag gegeben.

Mehr als 30 Prozent des deutschen Bruttoinlandsproduktes wird in den zwei Bundesländern Bayern und Baden-Württemberg generiert, für die das JETRO Büro in München künftig zuständig sein wird.

©JETRO München

Viele Unternehmen, insbesondere der Automobil- und Automobilzulieferindustrie sowie des Maschinenbaus haben sich hier angesiedelt. Und auch japanische Firmen mit Geschäftsbeziehungen zu diesen Unternehmen sind in letzter Zeit vermehrt mit eigenen Niederlassungen hier vertreten.

Das Büro in München will diesen deutschen und japanischen Unternehmen effiziente Serviceleistungen mit hohen Wirkungsgrad anbieten.

Welche Rolle spielen München und Süddeutschland für das japanische Business bzw. japanische Unternehmen?

Was für japanische Unternehmen die Anziehungskraft des süddeutschen Raums ausmacht, ist die eindrucksvolle Konzentration führender Unternehmen in dieser Region, insbesondere im Bereich Maschinenbau, aber auch von hervorragenden universitären und außeruniversitären Forschungseinrichtungen sowie eine Infrastruktur für die enge Zusammenarbeit mit lokalen Organisation wie z. B. den Landesregierungen und Industrie- und Handelskammern.

In letzter Zeit gibt es darüber hinaus eine lebendige Start-up Szene - insbesondere an den zwei Münchner Universitäten, der Ludwig-Maximilians-Universität München und der Technische Universität München - TUM. JETRO unterstützt einerseits japanische Start-ups bei der Entwicklung ihrer Geschäftstätigkeit im Ausland, andererseits hilft unsere Organisation japanische Unternehmen bei Verhandlungen mit Start-up Unternehmen in Deutschland.

So hat JETRO z. B. im März dieses Jahres mit Unterstützung des Japanischen Generalkonsulates in München einen Start-up Event unter Teilnahme japanischer Unternehmen und deutscher Start-ups in München veranstaltet. Es kann sein, dass sich künftig bei japanischen Unternehmen über Geschäftsbeziehungen zu Zulieferern im Ausland hinaus verstärkt Möglichkeiten für eine Zusammenarbeit mit Start-ups im Zusammenhang mit „Open Innovation“ Ansätzen ergeben werden.

©JETRO München

Welche Ziele und Hoffnungen verfolgen Sie mit der Inbetriebnahme des Münchner Büros?

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, unser Büro so zu gestalten, dass alle Interessenten jederzeit mit Fragen und Anliegen auf uns zukommen können. Sämtliche Mitarbeiter unseres Büros können Anfragen und Aufträge sowohl auf Deutsch als auch auf Japanisch entgegennehmen und beantworten bzw. weiterverfolgen.

Egal um was es sich handelt, kommen Sie gerne auf uns zu!

Wir würden uns freuen, wenn wir durch unsere Funktion darüber hinaus zu einer Stärkung der japanischen Präsenz in Süddeutschland beitragen könnten. Auch würden wir uns freuen, künftig noch enger mit dem Japanischen Generalkonsulat in München zusammenzuarbeiten.

Weitere Informationen finden Sie unter:

JETRO Homepage:
https://www.jetro.go.jp/germany/topics/_454917.html

Japanisches Generalkonsulat München:
https://www.muenchen.de.emb-japan.go.jp/itpr_de/jetro_muenchen.html

Interview auf Facebook:
https://www.facebook.com/notes/japanisches-generalkonsulat-m%C3%BCnchen/interview-mit-herrn-hajime-takatsuka-dem-generaldirektor-jetro-m%C3%BCnchen/902005756945259/

„With and Beyond COVID-19: Business Opportunities in Japan"

Auch in Japan hat die Pandemie einen Prozess an Veränderungen in der Arbeitswelt ausgelöst. Sehen Sie hierzu auf unserem YouTube Channel die Video-Serie zu den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die japanische Geschäftswelt – Teil 1: „Veränderungen in der Arbeitswelt". Weitere Teile folgen in Kürze.

Teil 1: https://www.youtube.com/watch?v=L-oNeNONSKc&feature=youtu.be#KurzArbeitswelt

Weitere Informationen dazu finden Sie auf unserer Homepage:
https://www.jetro.go.jp/germany/topics/_456529.html

Wo „sicherlich interessant“ ein „Nein“ bedeuten kann

Birger Nispel, Geschäftsführer der AirMed Plus GmbH aus Bochum, gehörte 2014 zu den ersten Teilnehmern eines Einladungsprogrammes der Präfektur Fukushima und der JETRO zur Medizintechnikmesse „Medical Creation Fukushima“. Wie sich die Beziehungen seitdem entwickelt haben, schildert dieser Artikel von Tim Müßle, der ursprünglich im Magazin „Wirtschaft im Revier“ der IHK Mittleres Ruhrgebiet veröffentlicht wurde.

Fukushima. Ein Name, der noch immer mit den Schrecken des Nuklear-Unfalls im Jahr 2011 verbunden ist. Genau dieser Unfall hat Birger Nispel 2014 nach Japan verschlagen. Heute ist der Medizintechnik-Ingenieur sogar Unternehmensbotschafter der japanischen Präfektur Fukushima.

Und das kam so: Im Jahr 2014 ist Garrelt Duin noch Wirtschaftsminister von NRW. Das Land stößt gemeinsam mit der japanischen Präfektur Fukushima eine engere wirtschaftliche Kooperation in Medizintechnik und Gesundheitswirtschaft an. Man vereinbart Besuche, und Nispel nimmt im November 2014 an einer Reise nach Fukushima teil. Nispel ist Geschäftsführer der Bochumer AirMed Plus GmbH, und mit seinen fünf Mitarbeitern vertreibt er seit 2009 Medizinprodukte wie Dekubitus-Matratzen. Diese helfen bettlägerigen Menschen, Druckstellen zu vermeiden.

Fukushima? Ist es da nicht immer noch gefährlich? Nicht, wenn man sich vom havarierten Atomkraftwerk Fukushima Daiichi an der Ostküste fernhält. Schließlich ist die Präfektur Fukushima fast so groß wie Schleswig-Holstein. Genug Platz, um der Atomruine auszuweichen. Nispel saugt die fremde Kultur in sich auf. Er knüpft Kontakte, baut ein Netzwerk. Seit der Reise hat der Geschäftsführer und Ingenieur einen inneren Draht zu Japan. Den will er nutzen.

Nispel besucht auf Einladung der Präfektur-Regierung die Messe „Medical Creation“ in Fukushima und lernt einen Hersteller von medizinischen Tests kennen, mit denen Menschen bestimmen können, wie trocken oder feucht ihre Augen sind. Der Test löst bisherige Verfahren ab, die Augen reizen können.

„Wir sind Mittelständler, die sich auf Augenhöhe getroffen haben“, erinnert sich Nispel. „Der Test dauert nur fünf Sekunden und ist schmerzfrei.“ Einen Handelspartner hat er nicht sofort. „Ich hatte keine Kontakte im Bereich Augenheilkunde.“ Also hört Nispel sich in seinem Netzwerk um. „Ein Kontakt in Kanada kannte eine Firma, die sich mit Augenheilkunde bei Tieren beschäftigt, und die Firma kauft den Test inzwischen regelmäßig bei uns, sowohl für Tiere als auch für Menschen.“

Auf die Art verdient Nispel als Händler. Kommen Fragen bei den Kanadiern auf, moderiert Nispel die Gespräche mit dem japanischen Hersteller. Japan gilt im Westen oft als schwieriger Markt. Wer mit Japanern Geschäfte machen will, muss nicht nur hohe Qualität und guten Service bieten, sondern auch kulturelle Eigenheiten überbrücken.

„Japaner benutzen das Wort ‚Nein' zum Beispiel nicht gerne", sagt Nispel, „man bekommt dann eher zu hören, dass man da jetzt nochmal drüber reden müsse, oder dass das ja sicherlich interessant sei, dass aber im Moment andere Prioritäten gelten."

Doch Nispel ahnt, was seine Handelspartner in Japan erwarten. Er überreicht Visitenkarten mit beiden Händen, deutet eine Verbeugung an. Im Gespräch achtet er auf die Untertöne: „Japan ist geographisch und von der Mentalität her eine Insel", berichtet der Medizintechnik-Ingenieur, „wir in Europa haben eine direkte Sprache, die Japaner nutzen eine indirekte. Sie sind sehr höflich und stellen viele Fragen, das kann auch mal befremdlich wirken, wenn man nicht weiß, wieso."

Nispel nimmt die Japaner, wie sie sind. Er lernt einige Bruchstücke Japanisch, um wenigstens jemanden begrüßen oder sich bedanken zu können. Das macht Eindruck, weil Nispel sich Mühe gibt. Der Rest der Konversation läuft auf Englisch. Der Unternehmer reist gerne, und sein ehrliches Interesse an anderen Kulturen zeigt er offen. Durch diese Kombination erhält er oft einen Vertrauensvorschuss. Und dann war da noch die Sache mit den Pralinen ...

Birger Nispel, Unternehmensbotschafter für die Präfektur Fukushima, mit Masao Uchibori, Gouverneur von Fukushima ©Birger Nispel privat

„Als ich 2014 in Fukushima war", erinnert sich Nispel, „habe ich den damaligen Gouverneur Yuhei Sato getroffen." Der Bochumer Geschäftsmann hat ein Gastgeschenk im Gepäck: eine Schachtel Pralinen. Auf einige hat Nispel das Logo der Kampagne „Future from Fukushima" aufbringen lassen. Andere tragen das Logo von Nispels Unternehmen AirMed Plus. Die Idee kommt gut bei Sato an. Doch der Gouverneur bedauert, dass die Süßigkeiten zu schade zum Verzehren seien. „Also habe ich ein zweites Paket Pralinen aus der Tasche gezogen", sagt Nispel mit einem Lächeln, „so hatte er ein Päckchen zum Aufbewahren und eins zum Essen."

Die Wurzeln des Bochumer Geschäftsmannes reichen bis unter Tage. Nispels Großvater war Bergmann, sein Vater auch. Von beiden hat Nispel gelernt, dass man sich gegenseitig helfen und absichern muss. Von Opa, Papa und gegenseitiger Absicherung erzählt er auch seinen japanischen Kontakten. „Diese Metaphorik hat beim Aufbau der Beziehungen geholfen“, sagt Nispel.

AirMed-Plus-Geschäftsführer Birger Nispel mit einer Anti-Dekubitus-Matratze für bettlägerige Patienten ©Tim Müßle

Mit seinen japanischen Begrüßungen, den kleinen Aufmerksamkeiten und Geschichten trifft Nispel den Nerv der Japaner. Und so lässt der nächste Geschäftskontakt nicht lange auf sich warten. 2011 hatte die japanische Firma Kanda Package die Idee, Behandlungsräume zum Patienten zu bringen – aus hochfester Pappe. „Blickdicht, winddicht und durch die Laminierung auch wasserdicht“, beschreibt Nispel.

Kanda Package sucht Absatzmöglichkeiten außerhalb von Japan. Die Steilvorlage wandelt Nispel um. Er mobilisiert einen Kontakt zur griechischen Nichtregierungsorganisation „Euro Relief“, die sich um Flüchtlinge an Griechenlands Küsten und auf Lesbos kümmert. „Der mobile Behandlungsraum wäre ideal, um Flüchtlinge unterzubringen“, beschreibt Nispel. Kanda Package spendet einen Raum und den Transport nach Athen, und Euro Relief bringt den Raum ins Lager Moria. „Inzwischen bietet der Raum Platz für zwölf afrikanische Frauen auf 16 Quadratmetern“, so Nispel. Euro Relief meldet an den Hersteller zurück, was an dem Raum gut funktioniert und was noch verbesserungswürdig ist. Durch sein Engagement erhält Nispel die Erlaubnis, den mobilen Behandlungsraum in ganz Europa zu verkaufen.

Mit seiner Arbeit und seinem Engagement fällt Nispel den Japanern auf, und so beruft der neue Präfekt der Region Fukushima, Masao Uchibori, ihn im Januar 2020 zum „Unternehmensbotschafter für die Präfektur Fukushima“. Dabei konzentriert sich Nispel auf den medizinischen Bereich. Er berät ausländische Unternehmen, die in der EU Medizinprodukte anbieten wollen. Und: „Ich löse Probleme, indem ich Gefühle aufnehme und diese in Handlungsanweisungen übersetze“, beschreibt der Medizin-Ingenieur. „Es hilft Menschen, das finde ich klasse. Wenn ich mit meiner Arbeit Menschen helfe, dann klappt das mit dem Umsatz sowieso.“

Autor: Tim Müßle

Der Artikel wurde erstmals in "Wirtschaft im Revier", dem Magazin der IHK Mittleres Ruhrgebiet, Ausgabe Mai 2020, veröffentlicht.

Liebe Abonnentinnen und Abonnenten unseres Newsletters,

die nächste Ausgabe der JETRO-Informationen erscheint voraussichtlich Ende Oktober 2020. Sollten Sie selbst wirtschaftliche und nicht-gewinnorientierte Veranstaltungsankündigungen oder andere Hinweise in unserem Newsletter veröffentlichen wollen, bitten wir Sie um die Zusendung Ihres Beitrags bis zum **25. September 2020**.

Wir hoffen, dass Sie weiterhin gut auf sich aufpassen. Kommen Sie gut durch den heißen Sommer und bleiben Sie gesund!

Shisa lion, Y. Shimizu ©JNTO

Impressum

Herausgeber:
JETRO Berlin, Friedrichstr. 70, 10117 Berlin, Tel.: 030 20945560, Fax: 030 20945561
Redaktion & Lektorat: Nicole Renger, Petra Rehling, Wenke Lindert
Layout: Nicole Renger
E-Mail: info-bln@jetro.go.jp
URL: https://www.jetro.go.jp/germany/

Wenn Sie den Newsletter abonnieren oder abbestellen wollen:
https://www.jetro.go.jp/en/jetro/mail/list/

INVEST JAPAN

Copyright ©2020
Für alle Texte und Bilder, soweit nicht vermerkt, bei Japan External Trade Organization (JETRO). Der Nachdruck einzelner Artikel ist nach Rücksprache mit der Redaktion möglich.