

Die Bedeutung kultureller Werte

Thomas Feldmann untersucht in seiner diesem Buch zugrunde liegenden Magisterarbeit den Einfluss kultureller Werte auf ökonomische Phänomene und dessen Auswirkung. Mit Hilfe verschiedener gesellschaftswissenschaftlicher und ökonomischer Ansätze nimmt er darin Unternehmensphilosophien dreier wichtiger japanischer Traditionsunternehmen unter die Lupe: Matsushita, Honda und Toyota. Deren Organisationsstruktur und Strategien basieren auf Gedanken und Ideen der Gründer und Nachfolger, welche in unterschiedlichen Zeitphasen wirkten. Von ihnen verwendete Begrifflichkeiten und Formulierungen sieht er als beispielhafte kulturelle Ausdrucksformen. Für Feldmann sind Unternehmensphilosophien in Japan historisch tief verwurzelt und besitzen eine lange Tradition, haben weit mehr Auswirkungen auf das japanische Wirtschaftsleben sowie die interne und externe Unternehmenskommunikation, als in amerikanischen oder europäischen Firmen. Den Einzelanalysen entnahm der Autor Schlüsselbegriffe wie Respekt, Pflicht- und Verantwortungsbewusstsein, Originalität und Fleiß sowie Aufrichtigkeit, Ehrlichkeit und stets an oberster Stelle Harmonie und

Teamwork für eine anschließende Inhaltsanalyse der Philosophien von 30 weiteren kleinen und großen, sowie international und national agierende Unternehmen. Feldmanns Auswertungen liefern Aussagen über die Zusammenhänge zwischen Inhalten der Unternehmensphilosophien und dem daraus resultierenden Grad der Internationalität. Ausschließlich in Japan tätige Unternehmen schreiben sich vor allem traditionelle Werte auf die Fahnen. Dagegen bilden Schlagworte wie internationale Aktivität und Wachstum die Grundlage für eine globale Ausrichtung. Weiterhin kommt er zu dem Schluss, dass vor allem offene und moderne Unternehmen erfolgreich und zum Antriebsfaktor eines im globalen Wettbewerb notwendig gewordenen kulturellen Wandels sind. Dies unterstütze Japans Entwicklung von einer traditionell geprägten Kultur hin zu einer zunehmend internationalisierten. **JM**

Feldmann, Thomas: Kultur als Determinante? Unternehmensphilosophien in Japan. IUDICIUM 2007, 141 Seiten, EUR 16,90

