

### INTERVIEW MIT Volker Heuzeroth

President & CEO European Operations, Yazaki Europe Limited



© Volker Heuzeroth

**Japanisches Generalkonsulat:** Herr Heuzeroth, können Sie uns kurz Ihren persönlichen Werdegang schildern?

**Volker Heuzeroth:** Seit 35 Jahren bin ich für die europäische Automobilzulieferindustrie tätig. Am 1. Oktober 99 habe ich bei Yazaki Europe Limited die Funktion des President & CEO übernommen. Meine Aufgabe ist es, die europäischen Aktivitäten zu leiten und die Koordination mit dem japanischen Stammhaus sicherzustellen.

**Japanisches Generalkonsulat:** Welche Aufgaben und Ziele verfolgt Yazaki in Europa?

**Volker Heuzeroth:** Yazaki startete die Aktivitäten in Europa mit dem primären Ziel, die japanischen Transplants zu unterstützen und lokal zu beliefern. In den Folgejahren gelang es, andere europäische Automobilhersteller als Kunden zu gewinnen und die Marktposition damit systematisch auszubauen. Unsere Produktpalette umfasst Bordnetze, Steckverbindingssysteme, Kombiinstrumente, elektronische Steuermodule und Lenkstockschalter.

**Japanisches Generalkonsulat:** Werden alle diese Produkte in Europa entwickelt und hergestellt?

**Volker Heuzeroth:** Yazaki Europe Limited beschäftigt einschließlich der Standorte in Marokko und der Türkei 21.000 Mitarbeiter in insgesamt 16 Ländern. Die 4 Entwicklungszentren in Deutschland, Großbritannien, Portugal und Kroatien sowie Verkaufs- und Ingenieurbüros in unmittelbarer Kundennähe entwickeln und vermarkten kundenspezifische Produkte, die dann in den verschiedenen Werken produziert werden, zum Teil auch in asiatischen Ländern.

Um die Anforderungen der global aufgestellten Automobilhersteller optimal zu erfüllen, haben wir ein weltweites Kommunikations-, Entwicklungs- und Vertriebsnetzwerk eingerichtet. Dieses wird darüber hinaus durch übergreifende Funktionen wie z. B. Qualitäts- oder Projekt-Management angereichert.

**Japanisches Generalkonsulat:** Im Zusammenhang mit dem Klimawandel gibt es viele Diskussionen über die Umweltbelastung durch den Ausstoß von CO<sub>2</sub>. Der Ruf nach schadstoffärmeren Fahrzeugen wird lauter. Wie beurteilen Sie diese Situation und die Notwendigkeit nach einer Verschärfung der Richtlinien?

**Volker Heuzeroth:** Der Individualverkehr ist heute nicht mehr wegzudenken. Gleichzeitig ist es eine globale gesellschaftliche Aufgabe, die Umwelt zu schützen und den Ausstoß von Schadstoffen zu reduzieren oder gar zu vermeiden. Zweifellos auch eine große Herausforderung für die Automobilhersteller und ihre Zulieferer! Für die kontinuierliche Verbesserung wird ein hoher Entwick-

lungsaufwand betrieben und es werden Wege gesucht, den Prozess zu beschleunigen.

**Japanisches Generalkonsulat:** Können Sie etwas zu umweltverbessernden Aktivitäten und Maßnahmen in Ihrem Haus sagen?

**Volker Heuzeroth:** Die Entwicklung umweltfreundlicher Produkte hat höchste Priorität für Yazaki in Europa, aber auch weltweit. Es geht nicht nur darum, die Kundenanforderungen und gesetzlichen Richtlinien oder Empfehlungen zu erfüllen, sondern möglichst proaktiv die nächsten Schritte konkret einzuleiten.

Yazaki ist Zulieferer für Toyota Hybridfahrzeuge und war in die Entwicklung dieser Technik eingebunden.

Wir haben klare Ziele zur Verbannung von Schwermetallen wie Blei, Cadmium, Quecksilber, Chrom aus unseren Produkten und diese bereits weitgehend umsetzen können. Ebenfalls haben wir mit dem Einsatz halogenfreier Leitungen begonnen und werden dies weiter vorantreiben.

Als Beitrag zur Reduzierung des Kraftstoffverbrauchs arbeiten wir an der Gewichtsreduzierung unserer Produkte, ohne den hohen Qualitätsstand oder die Hochwertigkeit zu beeinträchtigen. Gleichzeitig versuchen wir dabei, den Materialeinsatz zu reduzieren.

**Japanisches Generalkonsulat:** Welche Schwerpunkte liegen Ihnen in der Automobilindustrie besonders nahe?

**Volker Heuzeroth:** Ziel für die gesamte Automobilindustrie muss es sein, zuverlässige, umweltfreundliche und sparsame Fahrzeuge zu entwickeln. Das schließt auch die Recyclebarkeit der Altfahrzeuge mit ein.

Ein wichtiges Ziel für Yazaki ist es, mit entsprechenden Produktentwicklungen und sicheren und umweltfreundlichen Produktionsstätten aktiv diese Prozesse mitzugestalten. So prüfen wir zum Beispiel in unseren Werken den Einsatz erneuerbarer Energien.

Im letzten Jahr haben wir unser erstes Werk in der Türkei auf solare Warmwasserversorgung umgestellt. Die in Planung befindlichen neuen Werke werden mit umweltfreundlichen solarthermisch betriebenen Absorptionsklimaanlagen aus eigenem Hause ausgestattet. Bei dieser Technologie ist Yazaki weltweiter Technologieführer.

**Japanisches Generalkonsulat:** Wie beurteilen Sie als Europäer die Zusammenarbeit mit Ihren japanischen Kollegen und wie bewerten Sie den Einfluss der unterschiedlichen Kulturen?

**Volker Heuzeroth:** Yazaki Corporation ist ein japanisches Unternehmen mit global ausgerichteter Geschäftstätigkeit. Mit weltweit über 180.000 Mitarbeitern in 41 Ländern gehört der Umgang mit vielfältigen Kulturen zum Tagesgeschäft. Die Zusammenarbeit mit den japanischen Kollegen ist von gegenseitigem Respekt und Vertrauen geprägt. Wir verstehen uns als globales Team.

Wichtig ist, dass wir uns mittels unserer internati-

(Fortsetzung S. 2)

### Wirtschaftsbücher - eine Auswahl

Japans Wirtschaft befindet sich seit einiger Zeit auf stabilem Wachstumskurs. Auch die Unternehmen erzielen wieder Gewinne. Die guten Ergebnisse sind unter anderem Resultat konsequenter Investitionen in Forschung und Entwicklung sowie einer gezielten Förderung von Forschung und Technologie durch die japanische Regierung.

Der im Januar erschienene Sammelband „Japans Zukunftsindustrien“ gibt einen umfangreichen Überblick über Japans Industrien und Technologien, die international als zukunftsweisend gelten. In den insgesamt sechzehn Beiträgen sind zunächst die Grundlagen und Rahmenbedingungen für die Entwicklung von Zukunftsindustrien in Japan umrissen. Die daran anschließenden Aufsätze beschäftigen sich mit den einzelnen Zukunftsindustrien: **Life Sciences, Miniaturisierung/Automatisierung, Information und Kommunikation, Transport und Services.** Das Buch ist in Zusammenarbeit zwischen dem Deutschen Institut für Japanstudien (DIJ) in Tōkyō und dem GIGA Institut für Asienkunde in Hamburg entstanden.

Andreas Moerke, Anja Walke (Hg.): Japans Zukunftsindustrien, 389 S., Springer Verlag 2007

### Ausgesuchte Produkte

Das Umweltbewusstsein der japanischen Verbraucher hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Somit rücken umweltfreundliche Produkte immer mehr in den Vordergrund. Aufgrund der hohen Ansprüche an die Produktqualität wird in Japan Obst und Gemüse, das nicht einwandfrei in Ordnung oder unregelmäßig geformt ist, aus dem Verkaufsangebot herausgenommen. In der Regel finden diese Produkte keinen Abnehmer und müssen weggeworfen werden. Da die Produkte dennoch über ihren vollen Vitamin- und Nährstoffgehalt verfügen, werden sie seit einiger Zeit als Gesundheitsdrink oder als Dessert aufbereitet und verkauft. Das Obst und Gemüse wird ultrahoch erhitzt und schonend zu Purée verarbeitet. Durch die starke Hitzezufuhr entfallen Früchte und Gemüse ihre natürliche Süße und zerfallen in eine puréeartige Masse, ohne dass ihr Nährstoffgehalt durch Schneideinstrumente zerstört wird.

onalen Möglichkeiten auf die regionalen Anforderungen der Märkte einstellen, um flexibel auf die Bedürfnisse der Kunden reagieren zu können.

### Japanisches Generalkonsulat: Was ist Ihr nächstes großes Ziel in Europa?

**Volker Heuzeroth:** Yazaki ist in Japan ebenfalls in der Sparte „Energie und Umwelt“ aktiv und produziert Sonnenkollektoren, Gasuhren und, wie bereits erwähnt, Absorptionskältemaschinen. Mein Wunsch und mein Ziel ist es, diese Produkte auch in Europa zu vermarkten.

#### Yazaki Corporation

- ⇒ 1929 Gründung
- ⇒ 1980 Eröffnung der ersten Niederlassung in Europa – Yazaki Europe Limited
- ⇒ 100 % in Privatbesitz der Familie Yazaki
- ⇒ Firmenname: Yazaki (Ya = Pfeil, Zaki = Halbinsel, Firmensymbol: Pfeil)
- ⇒ 87 % Produkte Automobilsektor
- ⇒ mehr als 180.000 Mitarbeiter in 41 Ländern weltweit
- ⇒ Projekte: Förderung interkultureller Begegnungen (Summer Camp in Japan, Austauschprogramm, internationale Veranstaltungen)

### Japans Wirtschaft macht sich fit für die Globalisierung

Um international konkurrenzfähig zu bleiben, befürwortet die Regierung Abe eine weitere Forcierung von Innovationen und Maßnahmen zur weiteren Markttöffnung.

Dieser Kurs wird in einer Studie der OECD bestätigt. Sie empfiehlt der japanischen Wirtschaft, die Chancen der Globalisierung durch mehr Handel, umfangreichere ausländische Direktinvestitionen und eine höhere Präsenz ausländischer Arbeitskräfte zu nutzen. Darüber hinaus fordert sie eine weitere Verbesserung der Rahmenbedingungen für Innovationen.

Die Studie bescheinigt Japan bei Zöllen und Hindernissen für Direktinvestitionen im internationalen Vergleich eine gute Position. Problematisch seien nach wie vor die nicht-tarifären Hindernisse. Ausländische Investoren nannten bei einer Umfrage des Ministry of Economy, Trade and Industry als Hindernisse für ein Engagement auf dem japanischen Markt die hohe Kostenstruktur, die hohen Erwartungen der japanischen Verbraucher an die Produktqualität, Schwierigkeiten bei der Rekrutierung von Personal und wettbewerbs-hemmende Handelspraktiken.

In Japan sind im Wesentlichen nicht-produzierende ausländische Unternehmen tätig. Dabei nimmt die Handelssparte 39% ein, die Service-Industrie 13% und die ITK-Branche 11%. Bei der produzierenden Industrie stehen die chemische Industrie mit 5% und der Maschinenbau mit 4% auf den oberen Rängen. Aufgeschlüsselt nach Ländern, nehmen die Unternehmen aus Europa einen Anteil von 43% ein, die Unternehmen aus den USA 37% und die asiatischen Unternehmen 15%, darunter China mit einem Anteil von 6%. Der Anteil der europäischen Unternehmen ist gestiegen. In Summe haben sie 2005 37,7 Milliarden Yen investiert (davon entfallen 35,4 Milliarden Yen auf die 25 EU-Staaten). Die amerikanischen Unternehmen investierten mit 47,3 Milliarden Yen die höchste Summe.

Ähnlich ist das Verhältnis bei Mergers & Acquisitions. Hier halten die USA einen Anteil von etwas über 40%, Europa kommt auf von 27,9% (2005). Der Anteil Asiens hat sich in den vergangenen Jahren von 12% auf 20,4% nahezu verdoppelt.

Quelle: Japanisches Außenministerium, Wirtschaftsabteilung

## Schadstoffarme Autos Japans Beitrag zum Klimaschutz

**Japan hat zugesichert, die Emission von Kohlendioxid bis zum Jahr 2010 auf 6% unter den Stand von 1990 zu senken. Auch der Transportsektor wird zu diesem Ziel beitragen. Bis 2010 soll der Ausstoß von CO<sub>2</sub> durch einen geringeren Spritverbrauch, einen besseren Verkehrsfluss und schadstoffärmere Autos um 54,9 Millionen Tonnen gesenkt werden. Automobile machen 20% des japanischen Energieverbrauchs aus.**

Japanische Automobilhersteller haben schon frühzeitig auf entsprechende Technik gesetzt. Bereits 1967 entwickelte Toyota den ersten hybridbetriebenen Pkw. Die Hybridtechnik kombiniert den herkömmlichen Verbrennungsmotor mit einem Elektromotor, der beim Anfahren und Bremsen entstehende Energie nutzt. Inzwischen bieten alle großen japanischen Automobilher-



© Toyota Motorcorporation, Hybrid-Pkw



© Yamato Transport Co., Ltd.

steller die Hybridtechnik serienmäßig auf dem Kfz-Massenmarkt an. Toyota ist mit dem hybridbetriebenen Lexus im Luxussegment vorgedrungen.

Hybridautos fahren mit einem Liter Benzin 35 Kilometer, etwa 2,5-mal weiter als herkömmliche Autos. Der Verkehrsclub Deutschland veröffentlicht jährlich eine Liste von Autos, deren CO<sub>2</sub>-Emissionen und Ausstoß an krebserregenden Stoffen am niedrigsten ist. Auf den ersten zehn Plätzen befanden sich sieben japanische Kfz.

2004 fuhren insgesamt 250.293 umweltfreundliche Autos auf Japans Straßen. Den größten Anteil haben Hybridfahrzeuge (196.800), gefolgt von Automobilen mit Erdgas- (24.263) und Flüssiggas-antrieb (20.670).

Eine Alternative zur Hybridtechnik bieten Kraftfahrzeuge mit Brennstoffzellenantrieb, die Wasserstoff und Sauerstoff durch einen elektromechanischen Prozess schadstofffrei in Energie umwandeln. Auch in diesem Bereich wollen japanische Unternehmen versuchen, möglichst als erste marktreife Produkte anzubieten. Alle großen japanischen Automobilhersteller haben bereits erste Prototypen entwickelt und Testfahrten auf öffentlichen Straßen begonnen. Die Prototypen können mit einer Tankfüllung durchschnittlich 200 Kilometer weit fahren, langfristiges Ziel sind 500 Kilometer. Einige Produzenten stellen Regierungs- und Kommunalbehörden sowie Unternehmen, die Zugang zum Brennstoffzellenmarkt haben, Fahrzeuge auf Leasingbasis zur Verfügung. Auf der Expo in Aichi 2005 war bereits ein Bus mit Brennstoffzellentechnik im Einsatz.

Nach Plänen des Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) soll bis zum Jahr 2030 die Zahl der Brennstoffzellen-Kfz auf 15 Millionen steigen und die Zahl der Wasserstofftankstellen auf 8.500. Derzeit stehen 12 Tankstellen zur Verfü-

gung.

Einen Überblick über die zukunftssträchtige Technik von Brennstoffzellen und Wasserstoffenergie gibt die seit 2005 jährlich stattfindende Messe „International Fuel Cell Expo“. 2006 wurden dort im Rahmen des *Japan Hydrogen and Fuel Cell Demonstration Project* sieben Autos und Busse vorgestellt. Die Messebesucher hatten Gelegenheit zu Testfahrten auf dem Messegelände.

Neben dem Einsatz der Hybrid- und Brennstoffzellentechnologie setzen Automobilhersteller und Regierung auf die Reduzierung des Spritverbrauchs. Das Design der Autos wird aerodynamisch angepasst. Umweltfreundliche Leichtbaumaterialien und Reifen mit geringem Rollwiderstand halten verstärkt Einzug in den Fahrzeugbau. Neue Technologien verringern den Reibungsverlust im Motor, unterstützt von speziellen Motorölen mit geringer Viskosität. Dadurch lässt sich der Benzinverbrauch deutlich reduzieren. Spritsparende Autos werden steuerlich begünstigt. 2004 waren mehr als vier Millionen als spritsparend klassifizierte Pkws und Lkws auf Japans Straßen unterwegs.

Mit der „Biomass Nippon Strategy“ wird die Regierung den Einsatz von Biokraftstoffen bis zum Jahr 2010 verstärkt fördern. Etwa 500.000 Kiloliter Benzin sollen dann durch Biokraftstoffe ersetzt werden. Insbesondere Okinawa wird als Produktionsstandort für Biomasse gefördert, weil hier Zuckerrohr im großen Stil angepflanzt wird. Auch auf Hokkaido ist eine Produktion auf Weizenbasis im größeren Stil denkbar. Als Grundlage für Biokraftstoffe können weitere natürliche Stoffe dienen, wie Pflanzen- und Holzabfall. Auch die Verwendung von Nahrungsmittelabfällen wird geprüft. Die Someya Shoten Gruppe in Tōkyō entwickelt beispielsweise aus verbrauchten Pflanzenöl Kraftstoff mit dem Namen VDF (Vegetable Diesel Fuel). Japaner lieben frittierte Speisen und jedes Jahr verbrauchen japanische Köche 400.000 Tonnen Kochöl. Der Pflanzenöl-Kraftstoff wird an einer eigenen Tankstelle vertrieben.

Gemäß der geltenden gesetzlichen Bestimmungen darf Benzin bisher nur 3% Bioethanol beigemischt werden. Dieser Anteil soll bis 2020 auf 10% erhöht werden. Bis 2030 ist geplant, alle Neufahrzeuge so auszustatten, dass sie mit einem 10% Ethanol-Gemisch fahren können. Bis dahin muss der Ausbau der Tankstellen erfolgen. Bisher ist Biokraftstoff an normalen Tankstellen nicht verfügbar. Ebenso notwendig sind Investitionen in die Produktionsanlagen und Raffinerien. Vorläufig muss Japan Bioethanol importieren. Noch haben die japanischen Automobilhersteller bei der Entwicklung von Fahrzeugen, die auf flexibler Kraftstoffbasis laufen, Nachholbedarf. Toyota hat allerdings angekündigt, 2007 in Brasilien die ersten bioethanol-betriebenen Modelle auf den Markt zu bringen.

Gemeinsam mit Nippon Oil hat Toyota Biodiesel auf Palmöl-Basis entwickelt. 2010 soll Biodiesel für den Alltagsgebrauch verfügbar sein, wobei Diesel in Japan ausschließlich in Lastwagen und Bussen eingesetzt wird.

## KONJUNKTUR im Februar

Trotz einer leichten Abschwächung des privaten Konsums setzt die japanische Wirtschaft ihren Wachstumskurs fort. Die Unternehmensgewinne entwickeln sich positiv und die Ausrüstungsinvestitionen steigen an. Die Beschäftigungslage gestaltet sich zusehends freundlicher. Der Export entwickelt sich stabil, die Produktion nimmt leicht zu.

**Privater Verbrauch und Investitionen:** Der private Verbrauch und das Vertrauen der Konsumenten sind stabil. Im Vergleich zum Januar haben sich die Verbraucherausgaben leicht abgeschwächt. Der Einzelhandel verzeichnete weniger Umsatz. Die Zulassung von Neuwagen ist seit Dezember rückläufig. Inlandsreisen sind im Vergleich zum Vorjahr gesunken, Auslandsreisen gestiegen. Die Ausrüstungsinvestitionen steigen weiter an. Von Juli bis September 2006 ist der Bedarf an Ausrüstungsinvestitionen in der produzierenden Industrie gesunken, während er im nicht-produzierenden Gewerbe gestiegen ist.

**Export und Import:** Export und Import zeigen sich stabil. Die Stahlexporte nach Asien steigen weiterhin, während der Export von Maschinen sinkt. Die Exporte in die EU entwickeln sich stetig. Ein leichter Rückgang ist bei Elektronikprodukten zu verzeichnen. Die Ausfuhrzahlen in die USA sind unverändert. Auf der Importseite verläuft die Entwicklung gleich bleibend.

**Unternehmen:** Die Produktion entwickelt sich aufgrund steigender Ausrüstungsinvestitionen weiterhin dynamisch. Der Dienstleistungssektor entwickelt sich stabil. Die Unternehmensgewinne sind aufgrund gesteigerter Umsätze im Juli bis September 2006 um 15,5% gestiegen. Die Unternehmensgewinne steigen im fünften Jahr in Folge, die Umsätze im vierten Jahr in Folge. Die Unternehmensinsolvenzen sind im Januar 2007 auf einen Tiefststand von 1.100 gefallen.

**Beschäftigung:** Die Arbeitslosenrate befindet sich nach wie vor auf relativ hohem Niveau, zeigt aber abnehmende Tendenz. Insbesondere die hohe Jugendarbeitslosigkeit weist erste Anzeichen einer Erholung auf. Im Vergleich zum Vorjahr ist sie stark gesunken.

Bei der Zahl der Erwerbstätigen hat es keine bedeutenden Veränderungen gegeben. Löhne und Gehälter entwickeln sich stabil, bei den Bonuszahlungen im November und Dezember 2006 war im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung von 0,1 Prozentpunkten zu verzeichnen.

Quelle: Monatlicher Bericht zur Wirtschaftslage des Cabinet Office, 19. Februar 2007

Quellen: <a href="http://www.stat.go.jp">www.stat.go.jp</a> <a href="http://www.boj.or.jp">www.boj.or.jp</a> <a href="http://www3.nikkei.co.jp">www3.nikkei.co.jp</a>	Januar 2007	zum letzten Monat
<b>Verbraucherpreisindex</b> (ohne Lebensmittel, 2005=100)	100,2 (Dezember 2006)	+ 0,1
<b>Private Konsumausgaben</b> (pro Haushalt, inkl. Landwirte)	340.959 Yen (Dezember 2006)	- 1,9% (Dezember 2005, real)
<b>Arbeitslosenquote (in %)</b>	4,1% (Dezember 2006)	+ 0,1
<b>Geldmarktzinsen für 10 Jahre in %</b>	1.695	+ 0,02
<b>Yen pro Euro</b>	158,16	+ 1,18
<b>Nikkei-Index</b>	17.383,42	+ 157,59

### Things Japanese: *Inkan* - Namenssiegel

In Japan werden Geschäfte und Verträge auch heute noch mit dem *Inkan*, oder umgangssprachlich *Hanko*, besiegelt. Beides sind Siegelstempel, die sich Unternehmen und Privatpersonen anfertigen lassen oder in Stempelläden kaufen können. Die Siegeläden führen vorgefertigte *Inkan* für die meisten Familiennamen, so dass häufig mehrere Personen den gleichen Stempel benutzen.

Bei offiziellen Geschäften, wie beispielsweise Bank- oder Immobiliengeschäften, reicht ein solcher Stempel nicht aus. Hier ist ein Siegelstempel mit offizieller Bescheinigung notwendig. Diese Siegel sind in der Regel handgeschnitzt und daher unterscheidbar. Es wird für den Besitzer bei der jeweiligen Gemeinde und für Unternehmen im Handelsregister registriert.

Ausländer, können ebenfalls Siegel führen. Ihre Namen werden in lateinischer Schrift, in den japanischen Silbenschriften *Hiragana* oder *Katakana* oder den Schriftzeichen *Kanji* graviert.

Neben den Namenssiegeln ist der Gebrauch der Unterschrift üblich. Mit zunehmendem E-Mail-Schriftverkehr und der Ausbreitung des E-Commerce droht der *Inkan* als Identifizierungsmittel allerdings an Bedeutung zu verlieren.

## Nachrichten aus NRW

⇒ Am 9. und 10. Februar fand in Essen das Treffen der G-7-Finanzminister und -Notenbankchefs statt. Aus Japan nahmen Finanzminister OMI Koji und der Präsident der Bank von Japan, FUKUI Toshihiko teil. Finanzminister OMI betonte, dass er trotz seines nur eintägigen Aufenthaltes am Rande des Gipfels ausgesprochen erfolgreiche Gespräche mit Bundes-



© WATANABE Masato, Finanzminister OMI mit Vertretern der Japanischen IHK und des Japanischen Industrie- und Handelskammer

in Düsseldorf (darunter Präsident NAKANO Takayoshi), um sich ein Bild über die hiesigen japanischen Unternehmen und die japanische Gemeinde zu machen.

⇒ Am 15. März 2007 veranstaltet die Stadt Tōkyō in Zusammenarbeit mit der Japanischen Außenhandelszentrale (JETRO) und der IHK Düsseldorf ein Seminar, das sich speziell mit dem Investitionspotential der Region Tōkyō befasst. Neben Vorträgen rund um das Thema „Doing Business in Tōkyō“ werden deutsche Unternehmen, die sich erfolgreich in Japans Wirtschaftsmetropole niedergelassen haben, von ihren individuellen Erfahrungen berichten. Junya Sumi, Business Advisor der Japanischen Außenhandelszentrale (JETRO), wird einen Einblick in das „Invest in Japan“- Programm der JETRO geben. Flankierend findet eine Kooperationsbörse mit japanischen Unternehmen aus den Bereichen Medizintechnik und Laborbedarf, Farben und Lacke, Sicherheitstechnik und Telekommunikation statt. Jedes Unternehmen präsentiert sich im „Tōkyō Showcase“ mit einem eigenen Stand. Einzelgespräche sind möglich. Auskunft: JETRO Düsseldorf, Simone Lankhorst, Tel.: 0211-13 60 224, E-mail: [lankhorst@d.jetro.de](mailto:lankhorst@d.jetro.de)

⇒ Für japaninteressierte junge Studierende und Berufstätige bis zu 30 Jahren bietet die Internationale Weiterbildung und Entwicklung GmbH (inwent) im Auftrag des Studienwerks für Deutsch-Japanischen Kulturaustausch in NRW e.V. einen erstmaligen vierwöchigen Japanaufenthalt an. Das Stipendienprogramm beinhaltet eine Kombination aus Studienreise und Praxisphase in einem japanischen Unternehmen. Bewerbungsfrist ist der 5. April 2007. Auskunft: Inwent, Maija Spaeth, Tel: 0228 - 4460-1275, E-mail: [maija.spaeth@inwent.org](mailto:maija.spaeth@inwent.org)



### Impressum

Herausgeber:  
Japanisches Generalkonsulat  
Wirtschaftsabteilung  
Immermannstr. 45  
40210 Düsseldorf

Tel.: 0211/16 48 2-47  
Fax: 0211/16 48 2-46  
E-Mail: [nka@jgk-dus.de](mailto:nka@jgk-dus.de)  
Homepage: [www.dus.emb-japan.go.jp](http://www.dus.emb-japan.go.jp)

#### Redaktion

Wirtschaftsabteilung des Japanischen Generalkonsulats in Düsseldorf. HIGASHI Masayuki (verantwortlich), Stephanie Otten

Nippon Keizai Aktuell ist kostenlos zu beziehen. Die hier veröffentlichten Artikel entsprechen nicht unbedingt der Meinung der