



Masterlehrgang „PROJEKTMANAGEMENT“

Abschluss im Juni 2010

„Complexity of intercultural work processes - A reflection of intercultural complexity using the example of business experience in Japan“

An empirical survey of individual experiences when doing business on the Japanese Market

Mag.a Helen Monschein

loudres@gmx.at; helen.monschein@gmx.net

Zusammenfassung:

Diese Studie basiert darauf die Bedeutung von kulturellen Einflüssen auf Geschäftsbeziehungen, aus der Sicht von Experten, die Erfahrung auf dem japanischen Markt haben, herauszufinden. Die qualitative Forschungsmethode der Experteninterviews diente dazu spezifische Erfahrungen zu sammeln, um diese nach der Methode der qualitativen Inhaltsanalyse von Philipp Mayring zu analysieren. Ein Categoriesystem wurde erstellt um den Text interpretierbar zu machen und damit die Intensität des kulturellen Einflusses aber auch das Bewusstsein darüber aufzuzeigen. Dabei spielte auch die Komplexität von interkulturellen Arbeitsbeziehungen eine wichtige Rolle und steht im Interessensfeld der Studie. Ein weiterer Teil der Studie war die Fragestellung ob die Geschäftserfahrung auf dem Japanischen Markt, die Art der Geschäftstätigkeit des Interviewten maßgeblich beeinflusst hat. Der theoretische Teil der Arbeit reflektiert die Komplexität von nur einer Kultur, der empirische Teil vertieft sich in individuellen Erfahrungen. Die Analyse hat gezeigt, dass sogar gut vorbereitete und gut eingeschulte Experten den starken Einfluss von Kultur auf internationale Geschäftsbeziehungen unterschätzen und, dass der Einfluss auf einen selber mindestens genauso groß ist. Wenn man international arbeitet, muss man mit komplexen Problemen und Situationen rechnen auf die man sich nicht vorbereiten kann. Nichtsdestotrotz ist eine effiziente Vorbereitung auf die neue Kultur essentiell für einen Geschäftserfolg, egal um welche Art von Geschäft es sich handelt. Gute Ratschläge und der Erfahrungsschatz von anderen können einem helfen sich grundsätzlich auf einen geschäftsbezogenen Auslandsaufenthalt vorzubereiten. Aber sogar dann können diese Taktiken einen nicht davor schützen Fehler zu machen, was letztendlich vielleicht gar nicht schlecht ist. Es sind vermutlich die Fehler aus denen wir am besten lernen mit einer fremden Kultur umzugehen. Die Erfahrung mit einer fremden Kultur ändert nicht nur das Bewusstsein über Kultur als Einflussfaktor auf Geschäftsbeziehungen, es ändert einen grundsätzlich in der Art Geschäfte zu führen.

Abstract:

This study is based on figuring out the significance of cultural impacts on business relationships according to people who have work experience in the Japanese market. Specific experiences were gathered via the qualitative research method of expert interviews and analyzed by using the method of qualitative content analysis by Philipp Mayring. A system of categories was built to make the text interpretable, in order to make out the intensity of influence and the awareness of culture within international businesses. At the same time a high regard is on the complexity of intercultural business relationships, which are also in the field of interest of this survey. Also part of the study was the

question if the experience doing business in the Japanese market changed the respondent's habits to do business in the first place. The theoretical work reflects the complexity of only one culture and the survey points out individual experiences. The analyses show that even well-prepared and well-briefed people underestimate the impact of culture on international business affairs and the impact on oneself is also huge. When working in the international sphere one has to face complex problems and situations that are not possible to prepare for. Nevertheless, an efficient exposure to the new culture is essential for the success of the business, no matter which kind of business. Good recommendations and learning from the experiences of others can help to provide a good base for doing business abroad. Even so, these tactics cannot possibly prevent no mistakes at all, which might be good in the end anyway. Probably these mistakes teach us the best how to deal with a new culture. An experience with a foreign culture changes not only the awareness of culture as a factor of influence on business relationships, but also in doing business in general.