



Hidemaro Shimoda ist erfolgreicher japanischer Unternehmer. Boeing und McDonnell Douglas zählen zu seinen Kunden.

Eine Frage des Vertrauens.

Hidemaro Shimoda ist mit seinem Unternehmen Acoustic Planning Corporation einer der führenden Akustik-Ingenieure Japans. Wir baten ihn zum Interview.

Herr Shimoda, Sie sind ein erfolgreicher Geschäftsmann in Japan und Ihr Bruder war in den frühen 70er-Jahren in Europa einer der Karatepioniere. Wo liegen die Parallelen zwischen Budo (Kampfkunst) und dem Geschäftsleben?

Der Schlüsselbegriff im Budo (Bushido) ist die Ehrlichkeit. Ehrlichkeit wird durch das Zeichen „Makoto“ ausgedrückt, das soviel wie Aufrichtigkeit bedeutet. Aufrichtigkeit spielt auch im Geschäftsleben eine entscheidende Rolle. Jeder erfolgreiche Geschäftsmann wird nur Geschäfte mit Menschen machen, denen er vertrauen kann.

Die Prinzipien der Samurai sind die Wurzeln der japanischen Kultur. Existieren diese Prinzipien in der modernen japanischen Gesellschaft noch?

Diese Prinzipien gelten nach wie vor. Die Japaner legen besonders hohen Wert auf ihre Ehre. Das Schlimmste für sie ist Schmach und Diskriminierung. Sie tolerieren kein schlechtes Verhalten gegenüber anderen und legen größten Wert auf einen respektvollen Umgang miteinander. Der hohe Stellenwert dieser Werte fußt auf dem Ehrenkodex der Samurai.

Was war Ihr Eindruck, als Sie zum ersten Mal vom Programm Der Samurai Manager® gehört haben?

Die Beschreibung des Samurai-Managements hat mich tief beeindruckt. Gleichzeitig war ich sehr überrascht, dass „Der Samurai Manager®“ nicht von Japanern, sondern von Europäern entwickelt und angeboten wird. Selbstverständlich herrscht in der japanischen Geschäftswelt so etwas wie der „Geist der Samurai“. Werte spielen eine wichtige Rolle. Durch die Globalisierung geht diese Haltung jedoch bei jungen Menschen etwas verloren. Deshalb ist das Samurai Management auch für japanische Manager interessant, um ihre eigenen Wurzeln wieder zu entdecken.

Editorial.

Sehr geehrte Leserin,
sehr geehrter Leser,

mit großer Freude können wir feststellen, dass unser Programm Der Samurai Manager® nicht nur im Westen großen Zuspruch erfährt, sondern auch im Mutterland der Samurai, in Japan, auf beachtliches Interesse stößt. Der erfolgreiche japanische Unternehmer Hidemaro Shimoda ist uns dazu für ein Interview zur Verfügung gestanden, in dem er über den Stellenwert der Ethik im japanischen Geschäftsleben erzählt.



Die Einsicht, dass eine gute Wirtschafts- und Unternehmenspraxis auf der Basis moralischer Werte und Ansprüche ruhen muss, erfährt in Ost und West eine Renaissance. Erfolgreiche Unternehmen wissen, dass sie auch eine gesellschaftliche und moralische Verpflichtung zu erfüllen haben.

Und damit sind wir wieder beim Gedanken- gut der legendären Samurai, die diese Grundhaltung kompromisslos vertreten haben und es damit zu höchstem Ansehen in ihrer Gesellschaft brachten.

Viel Freude beim Lesen!

Reinhard Lindner
Geschäftsführer



Der 150. Samurai Manager.

Kai Berger, Head of Human Resources Services bei der Siemens Schweiz AG, ist der 150. zertifizierte Samurai Manager.

„Ich würde das Seminar als 'you understand – you feel – you go' beschreiben, wobei der Schwerpunkt auf 'you feel – you go' liegt. Das ist der deutliche Unterschied zu anderen Seminaren, bei denen der Schwerpunkt oft auf 'you understand' mit viel Theorie und vielen Charts liegt. Im Seminar Der Samurai Manager® werden effiziente Lerninhalte an Führungskräfte und Manager vermittelt, die Körper und Geist gleichzeitig trainieren. Damit wird das Gelernte sofort verinnerlicht und angewendet. Der große Vorteil

des Seminars ist, dass theoretisches Wissen mit Werten und Erfahrungen gleichermaßen vermittelt werden. Das ist eine effiziente Methode, in kurzer Zeit Wissen zu verinnerlichen und sofort authentisch und zielgerichtet anwenden zu können. Das hat mich in dieser Klarheit und dem ausgewogenen Zusammenspiel der einzelnen Faktoren sehr beeindruckt. Bereits während des Kurses konnte ich eine deutlich positive Veränderung der eigenen Haltung und Intuition feststellen“, sagt Kai Berger von Siemens Schweiz nachdem er das Seminar Der Samurai Manager® besucht hat.

Kai Berger wurde im November 2013 als 150. Samurai Manager offiziell zertifiziert.

Das Geheimnis der 3 Schriftzeichen.

Ein Geheimnis des japanischen Erfolges liegt in drei Schriftzeichen: **Shu Ha Ri**

Shu bedeutet soviel wie studieren. Sich einer Sache widmen, etwas seine ganze Aufmerksamkeit zukommen lassen. Japaner werden nicht müde Dinge aus den verschiedensten Perspektiven zu betrachten. Sie interessieren sich für jedes Detail, auch wenn es noch so unwesentlich erscheint.

Ha lässt sich mit verdauen oder auch wirken lassen übersetzen. Alle gewonnenen Eindrücke des Studierten (Shu) wirken lassen. In weiterer Folge wird das Gesehene oder Erlebte mit eigenen Erfahrungen und Wissen kombiniert. In der Silbe „Ha“ ist auch Geduld haben und Gelassenheit implementiert. Es gibt für alles einen richtigen Zeitpunkt. Also nichts überstürzen und überlegt an eine Sache herangehen. Eine Entscheidung muss reifen, und die Grundlage

dafür ist immer Vertrauen. Um vertrauen zu können benötigen die Japaner einerseits eine Vielzahl an Fakten und andererseits einen tiefen Einblick in die Persönlichkeit jener Menschen mit denen sie eine Zusammenarbeit in Betracht ziehen.

Ri beinhaltet etwas „Neues“ kreieren. Aufbauend auf dem Gelernten und kombiniert mit den eigenen Vorstellungen, Erfahrungen und den gewonnenen Erkenntnissen etwas Neues schaffen. Etwas Besseres als das bisher Bekannte.

„Ri“ bedeutet aber auch das Neue entschlossen in die Tat umzusetzen. Mit Mut und Konsequenz verwirklichen.

Die Philosophie des **Shu Ha Ri** rät nicht zu (vor)schnellem Handeln. Die Strategie ist wohlüberlegt, ihre Umsetzung präzise und konsequent und daher höchst erfolgreich.

守 破 離

Die heiße Kartoffel.

Ein Kunde kommt zum Makler mit einer klaren Vorstellung von seiner „Traumimmobilie“. Er beschreibt mit Begeisterung, welche Lage er sich vorstellt, die Größe und Raumaufteilung, wie der Garten aussehen soll usw. Zuletzt nennt er das dafür zur Verfügung stehende Budget. Der Makler erkennt sofort, dass die Umsetzung aller Wünsche damit nicht zu realisieren ist. Gibt er nun zu bedenken, dass damit eine Erfüllung unrealistisch ist, zerstört er den Traum des potenziellen Kunden und die Sache ist gelaufen. Macht er sich jedoch auf die Suche nach einem solchen Objekt so hat er das Problem, dass der Kunde zu wenig Budget für seinen Wunsch hat. Damit ist er in einer denkbar schlechten Verhandlungsposition. Zeigt er dem Kunden ein Objekt, das dessen Vorstellungen entspricht, jedoch das vorhandene Budget übersteigt, kritisiert der Kunde den Preis. Besichtigt der Makler ein Objekt innerhalb des budgetären Rahmens, entspricht das nicht den Erwartungen des Kunden. Was tun?

Chance suchen

Es empfiehlt sich folgendes Wording für den Makler. „Ich werde mich selbstverständlich bemühen ein geeignetes Objekt zu finden, auch

wenn es schwierig wird dieses Preis-Leistungs-Verhältnis zu realisieren. Ich werde mein ganzes Netzwerk einbringen und vielleicht haben wir das nötige Glück. Sollte ich jedoch eine Immobilie finden, die exakt Ihren Vorstellungen entspricht, wir im Preis beispielsweise um 20 Prozent höher liegen, würden Sie meinen, ein solches Objekt brauche ich Ihnen erst gar nicht zu zeigen oder würden Sie es sich zumindest einmal ansehen?“ In neun von zehn Fällen sagt jetzt der Kunde: „Anschauen kann man es sich schon. Das kostet ja nichts“. Der Kunde hat sein Budget plötzlich um ein Fünftel erhöht und der Makler hat seine Chance, ein geeignetes Objekt zu finden, deutlich gesteigert.

Die „Heiße-Kartoffel-Technik“ basiert auf der Taktik, dass der Verhandlungspartner sein Problem zu unserem macht und von uns eine Lösung erwartet. Wir können in dieser Situation meist nur sehr schwer die passende Lösung finden, wodurch die Verhandlungsposition unseres Gegenübers gestärkt wird. Ein guter Verhandler – ein Samurai Manager – wird jedoch wie der beschriebene Makler agieren und somit seine Chancen zum erfolgreichen Abschluss deutlich verbessern.

Samurai Spirit.

Geschichte der Samurai

Die Anfänge

„Die schönste unter allen Blüten ist die Kirsche. Der edelste unter den Menschen ist der Samurai“, so beschreibt ein Sprichwort die Kriegerkaste der japanischen Feudalzeit. Aufstieg und Ansehen der Samurai sind eng mit dem Reprivatisierungsprozess des öffentlichen Landbesitzes im Japan des 10. Jahrhunderts verbunden. Die Samurai waren vergleichbar mit dem mittelalterlichen Rittertum in Europa. Sie dienten ihrem Fürsten (Daimo) und waren ihm zu Treue und Loyalität verpflichtet. Ein Samurai war ein wahrer Meister mit dem Schwert (Katana). Über fünf Jahrhunderte genossen sie in Japan höchstes gesellschaftliches Ansehen, obwohl sie keine Macht hatten und auch keinen nennenswerten materiellen Besitz. Samurai verkörperten Werte auf unvergleichliche Weise. Die Ehre war ihr höchstes Gut. Das brachte ihnen höchsten gesellschaftlichen Respekt ein. Wenn ein Samurai ein Versprechen gab, war dies so gut wie eingelöst. Die Konsequenz, kompromisslos das zu tun was er sagte, machte ihn glaubwürdig und vertrauensvoll.

Der Samurai Manager®

Termine 2014

GreenWell – Center
for Business Fitness,
Österreich
www.greenwell.at

27. – 30. März
26. – 29. Juni
09. – 12. Oktober

Samurai Manager Advanced

Dojo Stara Wies, Polen
www.dojostarawies.com

10. – 13. April
24. – 27. April
27. – 30. November

Vorträge 2014

20./21. März
Praktiker Tage
HelfRecht
Bad Alexanderbad,
Deutschland
www.planungstage.de

01. Oktober
Österreichische
Wirtschaftskammer
Zürich, Schweiz

Infos zu allen
Veranstaltungen unter
www.dersamuraimanager.com