

### 3. Rechts- und Steuertag Japan: „Das neue Gesellschaftsrecht in Japan“

Bericht über ein Symposium des DJW und der ARQIS Rechtsanwälte

Am 20. September 2006 fand im Industrieclub Düsseldorf der von DJW (Deutsch-Japanischer Wirtschaftskreis) und ARQIS Rechtsanwälten organisierte 3. Rechts- und Steuertag Japan zum Thema „Das neue Gesellschaftsrecht in Japan“ statt. Bei dieser jährlichen Veranstaltungsreihe werden aktuelle Themen zum japanischen Recht und Steuerrecht aufgegriffen und in Vorträgen erläutert. Themen der vergangenen zwei Veranstaltungen waren aktuelle Entwicklungen im japanischen Vertriebsrecht und im Arbeitsrecht.

Bei der diesjährigen Veranstaltung wurde in sieben Vorträgen ein Resümee der ersten 100 Tage der Gesellschaftsreform in Japan gezogen. Dabei standen Auswirkungen, Bedeutung und Erfahrungen aus der Sicht von Praktikern und Investoren im Mittelpunkt.

*Thomas Witty*, Rechtsanwalt und Partner bei ARQIS Foreign Law Office in Tokyo, eröffnete das Symposium mit einer praxisnahen Einführung in die Änderungen im japanischen Gesellschaftsrecht. In seinem Vortrag mit dem Titel „Wer die Wahl hat, hat die Qual – Welche Rechtsform eignet sich für Investoren in Japan nach der Einführung des Gesellschaftsgesetzes?“ stellte er die Reform der Aktiengesellschaft (*kabushiki kaisha*) prägnant dar und erläuterte die neu eingeführten Rechtsformen der *Limited Liability Company* und *Limited Liability Partnership*. Bezüglich der Einzelheiten wird auf die Veröffentlichung des Vortragstextes in diesem Heft<sup>1</sup> verwiesen.

Thematisch an den Vorredner anschließend, referierte *Jörg Neumeister*, Steuerberater und Tax Manager von Ernst & Young, in seinem Vortrag „Besteuerungsauswirkungen der Gesellschaftsrechtsreform auf Unternehmenskauf und Joint Ventures in Japan“ zu den steuerrechtlichen Auswirkungen der Reform. Nach einer allgemeinen Einleitung zur Besteuerung der einzelnen Gesellschaftsformen widmete sich Herr Neumeister der offenen Handelsgesellschaft (*gomei kaisha*), Kommanditgesellschaft (*goshi kaisha*) und LLP. Angesprochen wurden auch steuerliche Aspekte bei Gesellschafterfremdfinanzierung und Unternehmenskauf.<sup>2</sup>

*Andreas Exner*, Senior Expert im Business Development EXPRESS bei der Deutschen Post AG, begann seinen Vortrag über den „Markteintritt in den japanischen Briefmarkt durch ein Joint Venture mit einem japanischen Partner“ mit den Hintergründen zum japanischen Briefmarkt. Der japanische Briefmarkt sei der zweitgrößte der Welt.

---

1 Siehe S. 185 ff.

2 Ein Abdruck des Vortrags in der Zeitschrift ist für Heft 24 (2007) geplant (*die Red.*).

Daher komme der Präsenz in Japan im Hinblick auf die globale Marktführerschaft eine große strategische Bedeutung zu. Die Deutsche Post habe sich bewußt für den Markteintritt mit einem starken lokalen Partner – und gegen eine Akquisition oder einen Selbstaufbau – entschieden. Als Gründe dafür gab der Referent die Existenz von lediglich kleinen privaten Briefdienstleistern, welche keinen signifikanten Markteinstieg über eine bloße Akquisition ermöglichen, und die Bevorzugung von japanischen Unternehmen durch die Kunden an. Große Bedeutung kam der Wahl der Unternehmensrechtsform zu, welche letztlich auf die Aktiengesellschaft als optimale Rechtsform fiel. Dabei spielten unter anderem die hohe Akzeptanz dieser Gesellschaftsform im japanischen Markt und die Möglichkeit der Besetzung bzw. Sicherstellung des Einflusses im Vorstand eine entscheidende Rolle.

Im Vortrag „Erfolgsfaktoren für die Unternehmensgründung in Japan“ beleuchtete *Dr. Kerstin Teicher*, Mitglied des Vorstands des DJW, die Besonderheiten bei einem Engagement in Japan. Sie riet zu einer Kontaktaufnahme durch Empfehlung oder Vorstellung. Es sei wichtig, sich ein Gesicht vor Ort zu geben, sich aber andererseits nicht japanischer als die Japaner zu verhalten. Dem großen Informationsbedürfnis der japanischen Partner und Interesse an Details müsse Rechnung getragen und so Langfristigkeit kommuniziert werden. Außerdem sollten besondere Höflichkeitsformen wie z.B. Dankesbriefe beachtet werden. Mangels eigener Fachleute sei es ratsam, externe Dienstleister in Anspruch zu nehmen.

Nach einer Fragerunde zu den vorangegangenen Referaten und einer Pause mit der Gelegenheit, sich an Infoständen weiter zu informieren, eröffnete *Gerhard Schlosser*, Präsident und CEO von Henkel Japan Ltd. in Tokyo, seinen Vortrag „Facettenreiche Aktivitäten von Henkel in Japan“ mit einer informativen Stellungnahme zur japanischen Wirtschaftsentwicklung. Neben Feststellungen über die grundsätzlich positive Entwicklung bei den Banken und einer starken Zunahme an ausländischen Beteiligungen sagte er ein Abflachen des Bruttoinlandproduktes für 2007 voraus. Es folgten eine Auswertung der Umfrage von CEOs japanischer Firmen (*CEOs' Views on the Japanese Economy*), ein Finanzvergleich ausgesuchter Firmen sowie ein Vergleich der Marktgröße und -anteile führender Anbieter von Haushaltsartikeln. Gestützt durch eigene Erfahrung, gab er Ratschläge zu Joint Ventures, strategischen Beteiligungen und anderen Formen der Partnerschaft. Zu Joint Ventures riet er nur in Win-Win-Situationen und wenn beide Parteien dasselbe Ziel verfolgten. Für eine strategische Beteiligung sei ein enger Kontakt mit dem Management und den Gesellschaftern wichtig.

Der anschließende Vortrag „*How a Japanese Bank can Assist German Companies in Japan*“ wurde von *Yasuo Fukushima*, Senior Manager der Multinational Corporate Banking Division bei der Mizuho Corporate Bank in Tokyo, gehalten. Der Vortrag gab einen Überblick über die aktuelle Situation der japanischen Wirtschaft, Tätigkeiten ausländischer Unternehmen in Japan und die von Mizuho Corporate Bank angebotenen Dienstleistungen für ausländische Unternehmen. Die Deflation in Japan sei beendet, die Grundstückspreise stiegen wieder an, und die *Bank of Japan* habe die Nullzinspolitik

nach fünf Jahren und vier Monaten aufgegeben. Antriebskraft der japanischen Wirtschaft sei die verarbeitende Industrie. Auf dieser Grundlage prognostizierte er ein gleichmäßiges Wachstum im kommenden Jahr, was unter anderem am gewandelten japanischen Markt läge. Hierbei wurden die ersten feindlichen Übernahmeangebote in Japan und das neue Gesellschaftsrecht hervorgehoben. Mittlerweile seien in Japan insgesamt 3.500 ausländische Unternehmen vertreten. Davon seien ca. 400 deutsche Unternehmen.

Zum Abschluß der Veranstaltung hielt *Junya Sumi*, Business Advisor von JETRO in Düsseldorf, einen Vortrag über die „Unterstützung deutscher Unternehmen durch die JETRO“. Er begann seinen Vortrag mit einer Einführung zu JETRO, einer seit 1958 bestehenden, weltweit agierenden und von der japanischen Regierung unterstützten Organisation. An Dienstleistungen werden anhand von Webseiten und E-Mail-Magazinen Informationen über den japanischen Markt, inkl. Marktforschungsberichten, geboten. In den sog. Invest Japan Business Support Centers werden unter anderem Beratungsdienste zu den Themen Marketing und Kostensimulationsmodellen bereitgestellt. Darüber hinaus werden auf Zeit Büroräume, Bibliotheken und Auditorien unentgeltlich zur Verfügung gestellt.

Das Symposium schloß mit einer intensiven Diskussion. Die interessanten Vorträge und der rege Gedankenaustausch boten den Teilnehmern einen aufschlußreichen Einblick in die aktuelle Situation des Gesellschaftsrechts und des Markteintritts in Japan.

*Shigeo Yamaguchi*