

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
<b>2 Rahmenbedingungen .....</b>	<b>7</b>
2.1 Geographie, Klima und Bevölkerung .....	7
2.2 Politische Bedingungen .....	10
2.3 Rechtliche Bedingungen.....	14
2.3.1 Grundlagen des chinesischen Rechtssystems .....	14
2.3.2 Außenwirtschaftsrecht .....	17
2.4 Wirtschaftliche Bedingungen .....	19
2.4.1 Wirtschaftssystem.....	19
2.4.2 Wirtschaftliche Entwicklung seit 1978.....	21
2.4.3 Außenwirtschaftliche Entwicklung .....	22
2.4.4 Außenwirtschaftsbeziehungen zwischen China und Deutschland .....	27
2.5 Kulturelle Bedingungen.....	28
2.5.1 Grundlagen der chinesischen Kultur .....	28
2.5.2 Grundzüge der chinesischen Sprache .....	34
2.5.3 Managementimplikationen der chinesischen Kultur .....	37
<b>3 Bevorzugte Investitionsregionen.....</b>	<b>43</b>
3.1 Peking .....	44
3.1.1 Geographie, Klima und Bevölkerung .....	44
3.1.2 Wirtschaftliche Bedingungen .....	44
Makroökonomische Entwicklung .....	44
Industriestruktur .....	45
Bildungssektor .....	46
Sonderwirtschaftszonen .....	47
Ausländische Direktinvestitionen .....	48
3.1.3 Politische Bedingungen .....	48
3.1.4 Rechtliche Bedingungen .....	49
3.2 Shanghai .....	50
3.2.1 Geographie, Klima und Bevölkerung .....	50

3.2.2 Wirtschaftliche Bedingungen .....	50
Makroökonomische Entwicklung .....	50
Industriestruktur .....	51
Bildungssektor .....	53
Sonderwirtschaftszone Pudong .....	53
Ausländische Direktinvestitionen .....	55
3.2.3 Politische Bedingungen .....	58
3.2.4 Rechtliche Bedingungen .....	58
3.3 Shandong .....	60
3.3.1 Geographie, Klima und Bevölkerung .....	60
3.3.2 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen .....	61
Makroökonomische Entwicklung .....	61
Industriestruktur .....	62
Bildungssektor .....	63
Sonderwirtschaftszonen .....	63
Ausländische Direktinvestitionen .....	65
3.3.3 Politische Rahmenbedingungen .....	65
3.3.4 Rechtliche Rahmenbedingungen .....	66
3.4 Fujian .....	66
3.4.1 Geographie, Klima und Bevölkerung .....	66
3.4.2 Wirtschaftliche Bedingungen .....	67
Makroökonomische Entwicklung .....	67
Industriestruktur .....	68
Bildungssektor .....	68
Sonderwirtschaftszone Xiamen .....	69
Ausländische Direktinvestitionen .....	70
3.4.3 Politische Bedingungen .....	71
3.4.4 Rechtliche Bedingungen .....	71
3.5 Chongqing .....	72
3.5.1 Geographie, Klima und Bevölkerung .....	72
3.5.2 Wirtschaftliche Bedingungen .....	73
Makroökonomische Entwicklung .....	73
Industriestruktur .....	74
Bildungssektor .....	75
Chongqing Economic and Technological Development Zone .....	75
Ausländische Direktinvestitionen .....	76
3.5.3 Politische Bedingungen .....	76
3.5.4 Rechtliche Bedingungen .....	77
3.6 Shenzhen .....	78
3.6.1 Geographie, Klima und Bevölkerung .....	78
3.6.2 Wirtschaftliche Bedingungen .....	79

Makroökonomische Entwicklung .....	79
Industriestruktur .....	80
Bildungssektor .....	81
Sonderwirtschaftszone Shenzhen .....	81
Ausländische Direktinvestitionen .....	82
3.6.3 Politische Bedingungen .....	82
3.6.4 Rechtliche Bedingungen .....	83
3.7 Changchun .....	84
3.7.1 Geographie, Klima und Bevölkerung .....	84
3.7.2 Wirtschaftliche Bedingungen .....	85
Makroökonomische Entwicklung .....	85
Industriestruktur .....	85
Bildungssektor .....	86
Sonderwirtschaftszonen .....	86
Ausländische Direktinvestitionen .....	88
3.7.3 Politische Bedingungen .....	89
3.7.4 Rechtliche Bedingungen .....	89
<b>4 Markteintrittsstrategien .....</b>	<b>91</b>
4.1 Standortwahl .....	91
4.2 Wahl der Markteintrittsform .....	93
4.2.1 Wertschöpfungsformen .....	95
Repräsentanzbüro .....	95
Export .....	96
Auslandsniederlassung .....	97
4.2.2 Eigentumsformen .....	99
Kooperation mit chinesischen Unternehmungen .....	99
<i>Gemeinschaftsunternehmung (Equity Joint Venture)</i> .....	99
<i>Vertragliche Kooperation</i> .....	105
<i>Aktiengesellschaft mit ausländischem Kapital</i> .....	106
<i>Kooperation ohne Kapitalbeteiligung</i> .....	107
Hundertprozentige Tochtergesellschaft .....	109
Holdinggesellschaften .....	111
Änderung der Eigentumsform .....	111
4.2.3 Ansiedlungsformen: Mergers & Acquisitions .....	113
Akquisition börsennotierter Unternehmungen .....	117
Akquisition nicht börsennotierter Unternehmungen .....	120
Erfolgsfaktoren .....	124
4.3 Wahl des Markteintrittszeitpunktes .....	125
<b>5 Marktbearbeitungsentscheidungen .....</b>	<b>129</b>
5.1 Forschung & Entwicklung .....	129

5.2 Beschaffung .....	132
5.2.1 Beschaffungsmarkt und Beschaffungsstrategie .....	132
5.2.2 Infrastruktur und Logistik .....	135
5.3 Produktion .....	137
5.3.1 Motive und Strategien der Produktionsverlagerung .....	137
5.3.2 Schutz vor Produkt- und Markenpiraterie .....	139
5.4 Marketing .....	143
5.4.1 Marktforschung .....	143
5.4.2 Kriterien der Marktsegmentierung .....	145
Regionale Kriterien .....	145
Sozio-ökonomische Kriterien .....	145
Demographische Kriterien .....	146
Institutionelle Kriterien .....	147
5.4.3 Elemente des Marketing-Mix .....	148
Produktpolitik .....	148
Distributionspolitik .....	150
Preispolitik .....	152
Kommunikationspolitik .....	153
<b>6 Organisation .....</b>	<b>165</b>
6.1 Organisation der Tochtergesellschaft .....	165
6.1.1 Aufbauorganisation .....	166
6.1.2 Ablauforganisation .....	167
6.2 Organisatorische Steuerung durch die Muttergesellschaft .....	169
6.2.1 Strukturelle Gestaltungsinstrumente .....	169
6.2.2 Prozessuale Gestaltungsinstrumente .....	170
Technokratische Steuerung .....	171
Marktliche Steuerung .....	172
Personenorientierte Steuerung .....	173
<b>7 Personalmanagement .....</b>	<b>179</b>
7.1 Personalbeschaffung .....	180
7.2 Personalauswahl .....	184
7.3 Personalentwicklung .....	185
7.4 Personaleinsatz .....	189
7.5 Personalentlohnung .....	189
7.6 Personalführung .....	193
7.7 Entsendung ausländischer Fach- und Führungskräfte .....	195
7.7.1 Auswahl .....	195
7.7.2 Vorbereitung .....	199
7.7.3 Einsatz .....	201
7.7.4 Repatriierung .....	205

---

<b>8 Controlling.....</b>	<b>207</b>
8.1 Controlling in der Anbahnungsphase .....	207
8.1.1 Finanzwirtschaftliche Due Diligence .....	210
8.1.2 Bilanzielle Due Diligence.....	210
8.1.3 Steuerliche Due Diligence .....	212
8.1.4 Rechtliche Due Diligence.....	212
8.1.5 Strategische Due Diligence .....	213
8.1.6 Personelle und kulturelle Due Diligence .....	213
8.1.7 Umwelt-Due Diligence.....	214
8.2 Controlling der laufenden Geschäftstätigkeit .....	215
<b>9 Public Affairs Management .....</b>	<b>219</b>
9.1 Stakeholder-Analyse.....	220
9.2 Issue-Analyse.....	222
9.3 Lobbying.....	223
9.4 Korruption .....	225
9.5 Verhaltensgrundsätze.....	228
9.6 Rechtsmittel .....	231
<b>10 Fallstudien .....</b>	<b>237</b>
10.1 Volkswagen .....	238
10.1.1 Historische Entwicklung des Engagements in China .....	238
10.1.2 Markteintrittsstrategie.....	239
10.1.3 Marktbearbeitungsstrategie .....	242
10.1.4 Organisation .....	246
10.1.5 Personalmanagement.....	248
10.1.6 Public Affairs Management.....	249
10.1.7 Perspektiven .....	250
10.2 Siemens.....	253
10.2.1 Historische Entwicklung des Engagements in China .....	253
10.2.2 Markteintrittsstrategie.....	254
10.2.3 Geschäftsfelder und Kunden .....	257
10.2.4 Marktbearbeitungsstrategie .....	259
10.2.5 Personalmanagement.....	262
10.2.6 Public Affairs Management.....	263
10.2.7 Perspektiven .....	264
10.3 Transrapid .....	265
10.3.1 Der Transrapid – Exporterfolg ohne Heimatmarkt? .....	265
10.3.2 Grundzüge der Transrapid-Technologie.....	266
10.3.3 Der Bau der Transrapid-Strecke in Shanghai als Referenzobjekt .....	269
10.3.4 Projektorganisation.....	271

10.3.5 Der Transrapid als Instrument des Technologie- und Know-how-Transfers .....	274
10.3.6 Perspektiven .....	276
<b>11 Zusammenfassung und Ausblick: zehn Erfolgsfaktoren ausländischer Unternehmungen in China .....</b>	<b>279</b>
11.1 Zusammenfassung .....	279
11.2 Ausblick.....	286
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>293</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>317</b>
Anlaufstellen in Deutschland.....	317
Diplomatische und konsularische Vertretungen der VR China in Deutschland .....	317
Deutsche Kontakt- und Anlaufstellen in der Bundesrepublik Deutschland .....	318
Anlaufstellen in China .....	320
Diplomatische Vertretungen der Bundesrepublik Deutschland in China.....	320
Delegierte der deutschen Wirtschaft.....	321
German Centres.....	322
Wichtige Institutionen in China und ihre Homepages.....	323
Informationen zu China im Internet .....	325
<b>Firmenverzeichnis.....</b>	<b>327</b>
<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>331</b>
<b>Autoren.....</b>	<b>341</b>

Geschäftserfolg in China

Strategien für den größten Markt der Welt

Holtbrügge, D.; Puck, J.F.

2008, XII, 342 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-79431-8