

Dieter Böhn/Aida Bosch/Hans-Dieter Haas/
Torsten Kühlmann/Gert Schmidt (Hrsg.)

Deutsche Unternehmen in China

Märkte, Partner, Strategien

Mit einem Geleitwort von Horst Kopp

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

Globalisierung und Kultur - Neue Herausforderungen an Unternehmen
am Beginn des 21. Jahrhunderts

von A. Bosch, T. Reichenbach und G. Schmidt 1

I. Marktauswahl und Markteintrittsstrategien

1. Hoffnungsmarkt China: Stand und Perspektiven des Transformations-
prozesses

von A. Bosch, H. Dolles, T. Reichenbach und S. Schramm 17

2. China als Absatzmarkt für deutsche Industrieunternehmen: Eine branchen-
orientierte Analyse

von H.-D. Haas und J. Rehner 33

3. Wege in den chinesischen Markt: Die Wahl der geeigneten China-Strategie

von H.-D. Haas und J. Rehner 58

4. Markteintritt und Spannungsfelder im interkulturellen Kontext

von A. Bosch, P. Finley und T. Reichenbach 74

II. Standortwahl und Partner in China

1. Die Volksrepublik China - ein geographischer Überblick

von D. Böhn 95

2. Wirtschaftliche Raumstrukturen: Attraktive Standorte in China

von H.-D. Haas und J. Rehner 114

3. Der geeignete Kooperationspartner: Auswahlkriterien und kulturelles
bargaining (Geschäftskultur, Partnerwahl und erfolgreiche Kooperation)

von D. Böhn und T. Reichenbach 144

4. Neue Partner im chinesischen Transformationsprozess: Chinesische
private Unternehmen

von H. Dolles 166

III. Management vor Ort: Organisationskultur, Personalauswahl und Mitarbeiterführung

1. Organisationskulturen in Deutschland und China: Typische Problemlagen

von A. Bosch, T. Reichenbach und G. Schmidt 179

2. Deutsche Expatriates in China: Vorbereitung und Umgang mit kulturellen
Differenzen

von H. Albrecht 206

3. Das Personalmanagement in chinesischen Staats- und Privatunternehmen

von T. Kühmann 221

Informationen zu den Autoren dieses Buches 239