

Karin Dietz (Hrsg.)

Marktstrategien Asien-Pazifik

Orientierung - Erfolgsfaktoren
Erfahrungsberichte

Schwerpunkt:
China und Japan

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort V

Vorwort **vn**

I.

KARIN DIETZ

Herausforderungen und Orientierungen für Marktstrategien in China und Japan

HENDRIK MEYER-OHLE

Ein Blick auf die Wettbewerber - Internationale Marketingstrategien japanischer Unternehmen für südostasiatische Konsummärkte 13

THOMAS WITTY

Markteintrittschancen durch Deregulierung 21

CHRISTOPH HENTIES

Competitive Intelligence - Die Bedeutung einer systematischen Wettbewerbsanalyse beim Markteintritt in Asien **33**

JÜRGEN FREY

Markteintritt - ja oder nein - Entscheidungshilfen für klein- und mittelständische Unternehmen **43**

n.

KARIN DIETZ

Markteintritt - Alternativen, Erfolgsfaktoren und Entscheidungsmotive am Beispiel China und Japan 51

MAGDALENA HARNISCHEEGER-KSOLL

Strategisch orientierte Kooperationsformen als Antwort auf veränderte Rahmenbedingungen in der VR China 65

KARL WALDKIRCH

Grüne Wiese-Projekt oder Unternehmensakquisition - Alternativen des investiven Markteintritts im asiatisch-pazifischen Raum 71

SENER ERKOL, HALE ASKOGLU, THOMAS HAMMES

Erfolgsfaktoren für Marktstrategien in Japan 77

JÖRG KIENAST

Erschließung Asiatisch-Pazifischer Märkte auf Basis mittelständischer Ressourcen in der Investitionsgüterindustrie 87

GERD FASOL Neues Japan - Neue Wege zum Business-Erfolg im zweitgrößten Markt der Welt	97
---	----

in.

KARIN DIETZ Organisation und Steuerung des Markteintritts in Asien-Pazifik	111
--	-----

KARL WALDKIRCH Markteintritt und Markterschließung in der VR China - Zwei Unternehmensbeispiele	125
---	-----

PETER HUBER Markteintritt und -auftritt eines deutschen Mittelständlers in Japan	133
---	-----

DETLEF VON DER LÜHE Regional Headoffice als Brückenkopf für das Asiengeschäft	141
--	-----

FRANK FEBRANDT Erfolgsfaktor Projektorganisation am Beispiel China	149
---	-----

iv.

KARIN DIETZ Ausgewählte Gestaltungsfelder von Markt- und Marketingstrategien in Asien-Pazifik	161
---	-----

WILFRIED KROKOWSKI Internationale Beschaffungslogistik am Standort China - Ein Erfahrungsbericht	177
--	-----

BIRGER R. C. VINCK Entwicklung und Tendenzen bei der Beschaffung in China	183
--	-----

CHRISTOPH HENTIES Der persönliche Verkauf von erklärungsbedürftigen Produkten in China und Asien	191
--	-----

UDO FRENZEL, BERT ZELLER Auslandsmessen als strategische Option für den Markteinstieg von Mittelständlern in den Ländern Asiens und des Pazifik	201
---	-----

JÜRGEN KAEUFFER Branding in Asien - Markenschutz und Markenumsetzung in China	209
--	-----

EKKEHART SILLEM Personalmarketing in China	215
---	-----

INHALTSVERZEICHNIS	XI
DANIELA BARTSCHER, ALEXA HAEUSGEN Erfolgsfaktoren ausländischer Marketingkonzepte in der VR China für die Investitions- und Konsumgüterindustrie	223
Literaturverzeichnis	235