

Dirk Holtbrügge • Jonas F. Puck

# **Geschäftserfolg in China**

Strategien für den größten Markt der Welt

Mit 19 Abbildungen und 25 Tabellen

*fyA* Springer

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2 Rahmenbedingungen</b>	<b>5</b>
2.1 Geographie, Klima und Bevölkerung	5
2.2 Wirtschaftliche Bedingungen	7
2.2.1 Wirtschaftssystem	7
2.2.2 Wirtschaftliche Entwicklung seit 1978	8
2.2.3 Außenwirtschaftliche Entwicklung	10
2.3 Politische Bedingungen	15
2.4 Rechtliche Bedingungen	17
2.5 Kulturelle Bedingungen	18
2.5.1 Grundlagen der chinesischen Kultur	19
2.5.2 Managementrelevante Aspekte der chinesischen Kultur	22
2.5.3 Grundzüge der chinesischen Sprache	27
<b>3 Bevorzugte Investitionsregionen</b>	<b>31</b>
3.1 Peking	32
3.1.1 Geographie, Klima und Bevölkerung	32
3.1.2 Wirtschaftliche Bedingungen	32
Makroökonomische Entwicklung	32
Industriestruktur	33
Bildungssektor	34
Sonderwirtschaftszonen	34
Ausländische Direktinvestitionen	35
3.1.3 Politische Bedingungen	36
3.1.4 Rechtliche Bedingungen	37
3.2 Shanghai	37
3.2.1 Geographie, Klima und Bevölkerung	37
3.2.2 Wirtschaftliche Bedingungen	38
Makroökonomische Entwicklung	38
Industriestruktur	39
Bildungssektor	40

Sonderwirtschaftszone Pudong.....	41
Ausländische Direktinvestitionen.....	43
3.2.3 Politische Bedingungen.....	45
3.2.4 Rechtliche Bedingungen.....	46
3.3 Shandong.....	47
3.3.1 Geographie, Klima und Bevölkerung.....	47
3.3.2 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen.....	48
Makroökonomische Entwicklung.....	48
Industriestruktur.....	49
Bildungssektor.....	49
Sonderwirtschaftszonen.....	50
Ausländische Direktinvestitionen.....	51
3.3.3 Politische Rahmenbedingungen.....	52
3.3.4 Rechtliche Rahmenbedingungen.....	52
3.4 Fujian.....	53
3.4.1 Geographie, Klima und Bevölkerung.....	53
3.4.2 Wirtschaftliche Bedingungen.....	54
Makroökonomische Entwicklung.....	54
Industriestruktur.....	54
Bildungssektor.....	55
Sonderwirtschaftszone Xiamen.....	55
Ausländische Direktinvestitionen.....	56
3.4.3 Politische Bedingungen „.....“.....	57
3.4.4 Rechtliche Bedingungen „„.....“.....“.....	57
3.5 Chongqing.....	58
3.5.1 Geographie, Klima und Bevölkerung.....	58
3.5.2 Wirtschaftliche Bedingungen.....	59
Makroökonomische Entwicklung.....	59
Industriestruktur.....	60
Bildungssektor.....	61
Chongqing Economic and Technological Development Zone.....	61
Ausländische Direktinvestitionen.....	62
3.5.3 Politische Bedingungen.....	62
3.5.4 Rechtliche Bedingungen.....	63
<b>4 Markteintrittsstrategien.....</b>	<b>65</b>
4.1 Standortwahl.....	65
4.2 Wahl der Markteintrittsform.....	66
4.2.1 Wertschöpfungsformen.....	68
Repräsentanzbüro.....	68
Export.....	69

Auslandsniederlassung.....	70
4.2.2 Eigentumsformen.....	71
Kooperation mit chinesischen Unternehmungen.....	71
<i>Gemeinschaftsunternehmung (Equity Joint Venture)</i> .....	71
<i>Vertragliche Kooperation</i> .....	78
<i>Aktiengesellschaft mit ausländischem Kapital</i> .....	79
<i>Kooperation ohne Kapitalbeteiligung</i> .....	79
Hundertprozentige Tochtergesellschaft.....	81
Holdinggesellschaften.....	82
4.2.3 Ansiedlungsformen: Mergers & Acquisitions.....	82
Akquisition börsennotierter Unternehmungen.....	85
Akquisition nicht börsennotierter Unternehmungen.....	88
Erfolgsfaktoren.....	92
4.3 Wahl des Markteintrittszeitpunktes.....	93
<b>5 Marktbearbeitungsentscheidungen.....</b>	<b>95</b>
5.1 Forschung & Entwicklung.....	95
5.2 Beschaffung.....	97
5.3 Produktion.....	99
5.4 Marketing.....	100
5.4.1 Marktforschung.....	100
5.4.2 Kriterien der Marktsegmentierung.....	101
Regionale Kriterien.....	101
Sozio-ökonomische Kriterien.....	102
Demographische Kriterien.....	103
Institutionelle Kriterien.....	104
5.4.3 Elemente des Marketing-Mix.....	104
Produktpolitik.....	104
Distributionspolitik.....	107
Preispolitik.....	108
Kommunikationspolitik.....	110
<b>6 Organisation.....</b>	<b>117</b>
6.1 Organisation der Tochtergesellschaft.....	117
6.1.1 Aufbauorganisation.....	118
6.1.2 Ablauforganisation.....	119
6.2 Organisatorische Steuerung durch die Muttergesellschaft.....	121
6.2.1 Strukturelle Gestaltungsinstrumente.....	121
6.2.2 Prozessuale Gestaltungsinstrumente.....	122
Technokratische Steuerung.....	122
Personenorientierte Steuerung.....	124

<b>7 Personalmanagement</b> .....	<b>127</b>
7.1 Personalbeschaffung .....	128
7.2 Personalauswähl.....;	132
7.3 Personaleritwicklung.....'	133
7.4 Personaleinsatz.....v.....	136
7.5 Personalentlohnung.....:.....:	136
7.6 Personalführung.....:.....:	139
i -: 7.7 Entsendung ausländischer Fach- und Führungskräfte .....	141
: 7.7.1 Auswahl .....	141
... 7.7.2 Vorbereitung .....	145
7.7.3 Einsatz.....	146
7.7.4 Repatriierung .....	149
<b>8 Controlling</b> .....	<b>151</b>
8.1 Controlling in der Anbahnungsphase.....	151
8.1.1 Finanzwirtschaftliche Due Diligence.....;	153
V 8.1.2 Bilanzielle Due Diligence.....	154
8.1.3 Steuerliche Due Diligence.....	155
8.1.4 Rechtliche Due Diligence.....;	155
8.1.5 Strategische Due Diligence.....	156
8.1.6 Personelle und kulturelle Due Diligence.....	156
8.1.7 Umwelt-DueDiligence.....	157
8.2 Controlling der laufenden Geschäftstätigkeit.....	158
<b>9 Public Affairs Management</b> .....	<b>161</b>
9.1 Stakeholder-Analyse.....	162
9.2 Issue-Analyse.....;	164
9.3 Lobbying.....••	165
9.4 Korruption .....	166
9.5 Verhaltensgrundsätze.....	168
9.6 Rechtsmittel.....•	170
<b>10 Fallstudien</b> .....	<b>171</b>
10.1 Volkswagen.....-	172
10.1.1 Historische Entwicklung des Engagements in China .....	172
10.1.2 Markteintrittsstrategie.....	173
10.1.3 Marktbearbeitungsstrategie.....;	176
10.1.4 Organisation.....;	180
10.1.5 Personalmanagement.....	181
10.1.6 Public Affairs Management.....	182
10.1.7 Perspektiven.....	183
10.2 Siemens.....	185

10.2.1 Historische Entwicklung des Engagements in China .....	185
10.2.2 Markteintrittsstrategie.....	186
10.2.3 Geschäftsfelder und Kunden.....	189
10.2.4 Marktbearbeitungsstrategie.....	191
10.2.5 Personalmanagement.....	193
10.2.6 Public Affairs Management.....	194
10.2.7 Perspektiven.....	195
10.3 Transrapid.....	196
10.3.1 Der Transrapid - Exporterfolg ohne Heimatmarkt?.....	196
10.3.2 Grundzüge der Transrapid-Technologie.....	197
10.3.3 Der Bau der Transrapid-Strecke in Shanghai als Referenzobjekt.....	199
10.3.4 Projektorganisation.....	201
10.3.5 Der Transrapid als Instrument des Technologie- und Know-how-Transfers.....	204
10.3.6 Perspektiven.....	206
<b>11 Zusammenfassung und Ausblick: zehn Erfolgsfaktoren ausländischer Unternehmungen in China.....</b>	<b>209</b>
11.1 Zusammenfassung.....	209
11.2 Ausblick.....	216
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>221</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>237</b>
Anlaufstellen in Deutschland.....	237
Diplomatische und konsularische Vertretungen der VR China in Deutschland.....	237
Deutsche Kontakt- und Anlaufstellen in der Bundesrepublik Deutschland.....	238
Anlaufstellen in China.....	240
Diplomatische Vertretungen der Bundesrepublik Deutschland in China.....	240
Delegierte der deutschen Wirtschaft.....	241
German Centres.....	242
Wichtige Institutionen in China und ihre Homepages.....	242
Informationen zu China im Internet.....	244
<b>Firmenverzeichnis.....</b>	<b>247</b>
<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>249</b>

XII Inhaltsverzeichnis

Autoren.....257