

Ulrike Reisach / Theresia Tauber / Xueli Yuan

China- Wirtschaftspartner zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Ein Handbuch für Praktiker

REDLINE WIRTSCHAFT

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 4. Auflage.....	19
Kapitel 1: China als Markt (Reisach).....	21
1.1 Marktvolumen.....	21
1.2 Wirtschaftswachstum.....	22
<i>Wachstumsdynamik</i>	22
<i>Wachstum und Wohlstandsentwicklung</i>	24
<i>Konjunktur und Stabilität</i>	25
1.3 Bevölkerungsentwicklung.....	27
<i>Bevölkerungspolitik</i>	27
<i>Alterung</i>	29
1.4 Lebensbedingungen und Wohlstandsunterschiede.....	30
<i>Soziale Unterschiede</i>	30
<i>Regionale Unterschiede</i>	32
1.5 Internationale Großereignisse.....	36
<i>Olympiade</i> <i>Beijing</i> 2008.....	36
<i>Weltausstellung</i> <i>Shanghai</i> 2010.....	37
1.6 Marktforschung in China.....	39
<i>Der Realitätsgehalt der chinesischen Statistik</i>	39
<i>Internationale Quellen und Beraterleistungen</i>	43
Kapitel 2: China als Investitionsstandort (Reisach).....	45
2.1 Kosten.....	45
<i>Kostenvorteile</i>	45
<i>Also doch kein Eldorado</i>	47
<i>Erfolgschancen und Fehlschläge</i>	51
2.2 Mitarbeiterqualifikation.....	53
<i>Kontinuität und Wandel des Bildungssystems</i>	53
<i>Grundschule und Mittelschule</i>	54
<i>Hochschulzugang und Universitäten</i>	56
<i>Die 25 chinesischen Top-Universitäten</i>	57
<i>MBA-Programme und Business Schools</i>	59

	<i>Ingenieur- und naturwissenschaftliche Studiengänge</i>	60
	<i>Internationalisierung der Bildung</i>	61
2.3	Erfolgsfaktor Forschung.....	63
	<i>Das neue chinesische Forschungsprogramm</i>	63
	<i>Innovationen aus chinesischer Sicht</i>	66
	<i>Wie deutsche Unternehmen in China erfolgreich forschen können</i>	68
2.4	Ressourcenknappheit und Umweltprobleme.....	69
	<i>Energie und Bodenschätze</i>	6g
	<i>Umweltprobleme</i>	70
	<i>Wasserknappheit</i>	74
Kapitel 3: China als Wettbewerber (Reisach).....		77
3.1	Die Transformation der Staatsunternehmen.....	77
	<i>Vom Staatsmonopol zur Aktiengesellschaft</i>	78
	<i>Öffnung des Staatssektors für Auslandsinvestoren</i>	7g
3.2	Chinesische Privatunternehmen auf dem Vormarsch..	81
3.3	Weltweite Expansion chinesischer Unternehmen.....	82
	<i>»Spread-your-wings«-Politik der chinesischen Zentralregierung</i>	84
	<i>Chinesische Unternehmen als Wettbewerber auf den Weltmärkten</i>	86
	<i>Chinesische Direktinvestitionen in Deutschland</i>	87
	<i>Hintergründe der Auslandsexpansion</i>	8g
3.4	Strategische Ziele und Schritte chinesischer Auslandsinvestments.....	91
	<i>Schritte der Internationalisierung</i>	gi
	<i>Vorteile durch staatliche Förderung</i>	93
3.5	Markteintritt in Industrieländern mit Hindernissen....	95
	<i>Management-Know-how und internationale Erfahrung</i>	g\$
	<i>Unternehmensstruktur und Unternehmenskultur</i>	g6

Kapitel 4: Strategie und Verhandlungen (Reisach/Tauber)	99
4.1 Vorbereitung des Chinageschäftes.....	99
<i>Strategische Vorüberlegungen</i>	88
<i>Erfolgskriterien</i>	100
<i>Unterstützungsangebote</i>	105
4.2 Kriterien für die Auswahl chinesischer Geschäftspartner	107
<i>Qualität, Flexibilität und Auslandsorientierung</i>	
<i>des Managements</i>	108
<i>Kreditwürdigkeit des Partners, Werthaltigkeit der</i>	
<i>Vermögensgegenstände</i>	109
<i>Rechnungswesen und Finanzen</i>	109
<i>Technologische Kompetenz und Qualitäts-</i>	
<i>standards</i>	111
<i>Beziehungen zu Kunden, Lieferanten und Behörden</i>	112
4.3 Formen der Kooperation mit Auslandsunternehmen... ..	113
<i>Zielsetzungen aus chinesischer Sicht</i>	115
<i>Richtlinien für Auslandsinvestitionen</i>	116
<i>Handelsgeschäfte und Lizenzfertigungen</i>	120
<i>Joint Ventures</i>	122
<i>Vollständig in Auslandsbesitz befindliche Unternehmen</i>	
<i>(WFOEs)</i>	126
<i>Holdingsgesellschaften</i>	127
<i>Mergers elAcquisitions (Me[A] in und mit China</i>	128
4.4 Verhandlungsführung.....	129
<i>Vorbereitung und Analyse der eigenen und der chinesischen</i>	
<i>Zielsetzung</i>	130
<i>Größe und Zusammensetzung der Verhandlungsteams</i>	132
<i>Konkrete Beispiele: die Rolle der Hierarchie bei</i>	
<i>Verhandlungen</i>	134
<i>Kultur-Checkliste: Einsatz von Hierarchie</i>	
<i>in Verhandlungen</i>	136
<i>Phasen, Timing und Dauer der Verhandlungen</i>	137
<i>Kultur-Checkliste: Verhandlungen -</i>	
<i>zielführendes Zeitmanagement</i>	138
<i>Wahrnehmung der Partner</i>	139
<i>Umgang mit Spannungen</i>	140

	<i>Verhandlungsstile und Tricks</i>	142
	<i>Checkliste Taktik</i>	145
	<i>Fazit: Geschäftsanbahnung und Verträge</i>	147
4.5	Von der Verhandlung zur Genehmigung.....	148
	<i>Genehmigungsschritte</i>	148
	<i>Durchführbarkeitsstudie</i>	149
	<i>Korruption</i>	151
4.6	Personalstrategie.....	152
	<i>Lokale Mitarbeiter, Auslandschinesen oder</i> <i>Entsandte</i>	152
	<i>Auswahl von Personen für eine Auslands-</i> <i>entsendung</i>	154
	<i>Auslandsvorbereitung der Kandidaten</i>	155
	<i>Einbindung der Auslandsmanager ins Heimat-</i> <i>unternehmen</i>	156
Kapitel 5: Dynamische Entwicklung der Wirtschaftssektoren		
	(Reisach)	157
5.1	Überblick.....	157
5.2	Energiegewinnung und -transport.....	158
	<i>Nachfrage nach Primärenergie</i>	158
	<i>Energieerzeugung</i>	159
	<i>Rohstoffsicherung im Ausland</i>	161
	<i>Die wichtigsten Unternehmen des Energiesektors</i>	162
5.3	Transport und Logistik.....	163
	<i>Überblick über das Verkehrssystem</i>	163
	<i>Ausbau der Verkehrsinfrastruktur</i>	164
	<i>Luftverkehr</i>	165
	<i>Seeverkehr</i>	166
	<i>Logistik</i>	167
5.4	Automobilindustrie.....	168
	<i>Entwicklung der Nachfrage</i>	168
	<i>Die Automobilindustrie als Schlüsselsektor</i>	169
	<i>Anpassungen an den lokalen Markt</i>	171
5.5	Informations- und Kommunikationsindustrie.....	173
	<i>Telekommunikation</i>	173
	<i>Computer</i>	175

5.6	Mikroelektronik.....	176
5.7	Maschinenbau und Automatisierung.....	177
5.8	Chemie-und Pharmaindustrie.....	179
5.9	Gesundheitswesen.....	180
5.10	Landwirtschaft.....	183
5.11	Finanzmarkt.....	186
	<i>Struktur des Bankensystems.....</i>	<i>186</i>
	<i>Staatsbanken in der Krise.....</i>	<i>187</i>
	<i>Zahlungsverkehr und Kreditvergabe.....</i>	<i>188</i>
	<i>Sanierung des Bankensystems durch Börsengänge.....</i>	<i>igo</i>
	<i>Öffnung für Auslandsbanken.....</i>	<i>igi</i>
	<i>Der chinesische Aktien- und Wertpapiermarkt.....</i>	<i>192</i>
	<i>Fonds und Versicherungen.....</i>	<i>ig4</i>
Kapitel 6: Der Pragmatismus der politischen Führung		
	(Reisach).....	197
6.1	Kapitalismus statt Sozialismus?.....	197
	<i>Herrschaftsanspruch der Kommunistischen Partei.....</i>	<i>197</i>
	<i>Kulturelle Wurzeln des politischen Systems.....</i>	<i>199</i>
	<i>Maos Sonderweg.....</i>	<i>201</i>
	<i>Regierungsaufbau und Verwaltungsstruktur.....</i>	<i>202</i>
	<i>Chinas politische Führung.....</i>	<i>207</i>
6.2	Der wirtschaftliche Reformkurs.....	209
	<i>Das Konzept der »sozialistischen Marktwirtschaft«.....</i>	<i>20g</i>
	<i>Fort- und Rückschritte der Wirtschaftsreform.....</i>	<i>212</i>
	<i>Prioritäten des elften Fünfjahresprogramms</i>	
	<i>(2006 bis 2010).....</i>	<i>215</i>
	<i>Staatshaushalt und Verschuldung.....</i>	<i>218</i>
	<i>Wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Wandel.....</i>	<i>220</i>
6.3	Regionale Entwicklungsunterschiede.....	221
	<i>Das Programm zur Entwicklung des chinesischen Westens.....</i>	<i>221</i>
	<i>Bevorzugte Investitionsstandort heute</i>	
	<i>und morgen.....</i>	<i>224</i>
	<i>Unterschiedliche Investitionsanreize für</i>	
	<i>Auslandsinvestoren.....</i>	<i>231</i>
	<i>Handlungsspielräume der Provinzregierungen.....</i>	<i>233</i>
	<i>Zentralismus, Regionalismus und Einheitsidee.....</i>	<i>236</i>

Kapitel 7: China und seine internationalen Partner (Reisach)	239
7.1 Außenhandel.....	239
<i>Öffnung der Außenwirtschaft.....</i>	<i>23g</i>
<i>Drittgrößte Handelsnation der Welt.....</i>	<i>240</i>
<i>Außenhandelsprodukte.....</i>	<i>241</i>
<i>Handelspartner.....</i>	<i>242</i>
7.2 Direktinvestitionen und Integration in die Weltwirtschaft.....	245
<i>Investitionsmagnet China.....</i>	<i>245</i>
<i>Konsequenzen der WTO-Mitgliedschaft.....</i>	<i>248</i>
<i>Währungspolitik und Devisenreserven.....</i>	<i>2p</i>
7.3 Chinas Streben nach internationaler Anerkennung . . .	253
<i>Politische Dimension.....</i>	<i>253</i>
<i>Partnerschaft als Wirtschaftsmotor.....</i>	<i>255</i>
7.4 Chinas wichtigste Auslandspartner.....	256
<i>Der Dualismus zwischen den USA und China.....</i>	<i>256</i>
<i>China und Europa.....</i>	<i>25g</i>
<i>Chinas Rolle in Asien.....</i>	<i>261</i>
<i>China und Afrika.....</i>	<i>263</i>
Kapitel 8: Rechtsverständnis im Wandel (Reisach/Tauber)....	265
8.1 Demokratie und politische Freiheit.....	265
<i>Internationale Vereinbarungen.....</i>	<i>265</i>
<i>Rolle der Wirtschaft.....</i>	<i>267</i>
8.2 Autokratie statt Rechtsstaat.....	269
<i>Historische Wurzeln.....</i>	<i>26g</i>
<i>Aktuelle Entwicklungen.....</i>	<i>270</i>
8.3 Gleiches oder unterschiedliches Menschenrechts- verständnis?.....	271
8.4 Verträge und Vertrauen: das Gewebe der Geschäfts- beziehungen.....	273
<i>Das chinesische Wirtschaftsrecht.....</i>	<i>273</i>
<i>Warum Verträge?.....</i>	<i>274</i>
<i>Beispiele: Verträge versus Beziehungen.....</i>	<i>278</i>

8.5	Rechtssicherheit und Rechtsdurchsetzung	281
	<i>Fortschritte bei der Rechtssicherheit</i>	281
	<i>Urteilsfindung</i>	284
8.6	Schutz von Marken, Patenten und Urheberrechten	285
	<i>Schutz geistigen Eigentums</i>	285
	<i>Das chinesische Verständnis von geistigem Eigentum</i>	287
	<i>Rechtsrahmen zum Schutz geistigen Eigentums</i>	28g
Kapitel 9: Werbung und Unternehmenspräsentation		
	(Reisach/Yuan/Tauber).....	293
9.1	Konsumentenmarkt und Käuferschichten.....	293
9.2	Das chinesische Werbegesetz.....	295
	<i>Werbezensur</i>	296
9.3	Werbemedien.....	297
	<i>Mundpropaganda</i>	2g8
	<i>Fernsehreklame</i>	2gg
	<i>Printmedien</i>	301
	<i>Rundfunk- und Außenwerbung</i>	302
	<i>Internetwerbung</i>	302
9.4	Werbebotschaften und Symbole.....	305
	<i>Verkaufsargumente</i>	305
	<i>Markennamen</i>	305
	<i>Symbolik</i>	308
9.5	Messeteilnahme in China.....	309
9.6	Präsentationsmaterial.....	311
	<i>Repräsentanten und Vertriebsleute</i>	312
	<i>Vermittler, dritte Personen</i>	312
	<i>Firmenbroschüre</i>	313
	<i>Firmenvideo</i>	313
9.7	Öffentlichkeitsarbeit und Sponsoring.....	314

9.8	Betreuung chinesischer Besucher in Deutschland	315	
	<i>Vorbereitung, Besuchsdauer und Kostenübernahme.</i>	315	j
	<i>Anreise und Unterbringung.</i>	317	I
	<i>Informationsprogramm und Betreuung.</i>	318	J
	<i>Touristisches Programm.</i>	319	f
	<i>Besondere Ereignisse, Präsente.</i>	320	\
Kapitel 10:	Chinesische Kultur und Mentalität -		
	wo kommt China her und was ist davon noch		
	spürbar? (Tauber).	323	{
10.1	Geschichte und Gesellschaftsform.	324	
	<i>Die spezifischen sozialen Erfordernisse der Reishauernkultur.</i>	325	
	<i>Die frühe Bürokratisierung und Leistungsorien-</i>		
	<i>tierung des chinesischen Reiches.</i> _____	327	
	<i>Der Einheits- und Kontinuitätsgedanke</i>		
	<i>der Chinesen.</i>	32g	
	<i>Die frühe Bedeutungslosigkeit von Religionen.</i> _____	331	
	<i>Traditionelle und traumatische Außenbeziehungen.</i>	332	
	<i>Kulturelle Veränderung durch den Kommunismus.</i>	334	
	<i>Kulturelle Veränderungen durch markt-</i>		
	<i>wirtschaftliche Öffnung.</i>	335	
10.2	Sprache und Denkstruktur.	340	
	<i>Die Schriftzeichen.</i>	338	
	<i>Wortkombinationen, Wendungen, Satzbau</i>	342	
	<i>Gesprochene Sprache.</i>	344	
	<i>Wechselwirkungen von Schrift und Denken.</i>	345	
	<i>Wechselwirkungen von Gesellschaft und Logik.</i>	348	
	<i>Stärken und Schwächen östlicher</i>		
	<i>und westlicher Denkformen.</i>	34g	
10.3	Geisteswelt und Religion.	351	
	<i>Das chinesische Konzept »dao« (»tao«).</i>	3p	
	<i>Die fünf Beziehungen (»wulun«).</i>	352	
	<i>Götter (»shen«) und Jenseits.</i>	354	
	<i>Schicksal (»tian ming«).</i>	355	
	<i>Yin-Yang.</i>	356	
	<i>Konfuzianismus.</i>	357	
	<i>Daoismus und Buddhismus.</i>	360	
	<i>Kampftaktiker.</i>	362	

10.4	Die Funktion chinesisch-deutscher kultureller Unterschiede im Geschäftsleben.....	363
	<i>Drei Thesen zur Bedeutung von Kultur im Chinageschäft .</i>	363
	<i>Offensichtliche und weniger offensichtliche Kultureinflüsse</i>	365
	<i>Kultur als Systematik bei Verhaltensklärungen.....</i>	366
	<i>Deutsch-chinesische Grundunterschiede.....</i>	367
Kapitel 11:	Erfolgsfaktor Kommunikation (Tauber)	369
11.1	Informieren und informiert werden: formelle versus informelle Wege.....	369
	<i>Auskunft und Hintergrundwissen.....</i>	36g
	<i>Konkrete Beispiele: Gegenstand von Informationen sein. . . .</i>	371
	<i>Konkrete Beispiele: Informationen sammeln und auswerten</i>	372
	<i>Kultur-Checkliste: Informationen sammeln und bewerten..</i>	373
11.2	Strukturierung von Informationen/Präsentationen	374
	<i>Deduktive versus induktive Denkformen.....</i>	374
	<i>Wie baue ich eine Präsentation vor Chinesen auf?.....</i>	375
	<i>Kommunikation bei der Weiterbildung.....</i>	377
	<i>Umgang mit Dolmetschern.....</i>	37g
11.3	Direktheit und Diplomatie.....	380
	<i>Direkt oder indirekt?.....</i>	383
	<i>Gesicht geben und wahren.....</i>	385
	<i>Botschaften diplomatisch verschlüsseln.....</i>	386
11.4	Optionen zur Konfliktlösung.....	390
	<i>Chinesische und westliche Konfliktlösungsstile:</i>	
	<i>Gemeinsamkeiten und Unterschiede.....</i>	3go
	<i>Konfliktlösung auf die »harte« Weise.....</i>	3gi
	<i>Konfliktlösung auf die »weiche« Weise.....</i>	
	<i>Konfliktlösung auf die sachbezogene Weise.....</i>	
	<i>Kultur-Checkliste: Konflikte lösen.....</i>	