

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>9</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>11</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>12</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>13</b>
<b>2 Rahmenbedingungen .....</b>	<b>17</b>
2.1 Grundlegende Landesinformationen .....	17
2.1.1 Geographische Informationen .....	17
2.1.2 Verkehrswesen und Energieversorgung .....	19
2.1.3 Administrative Einteilung .....	22
2.1.4 Bevölkerung und Bildung.....	24
2.2 Wirtschaftspolitische Bedingungen.....	27
2.2.1 Wirtschaftssystem und Reformen seit 1978.....	28
2.2.2 Wirtschaftsentwicklung seit 1978 .....	30
2.2.2.1 Binnenwirtschaftliche Entwicklung .....	30
2.2.2.2 Außenwirtschaftliche Entwicklung.....	36
2.3 Außenpolitik .....	38
2.4 Beitritt zur WTO .....	40
2.5 Kulturelle Bedingungen.....	43
2.5.1 Grundlagen der chinesischen Kultur .....	44
2.5.1.1 Konfuzianismus .....	45
2.5.1.2 Daoismus.....	47
2.5.1.3 Buddhismus.....	47
2.5.2 Sprache .....	48
2.6 Rechtliche Bedingungen.....	49
<b>3 Markteintrittsstrategien .....</b>	<b>53</b>
3.1 Motive der Internationalisierung .....	53
3.2 Firmeninterne Voraussetzungen für die Ermöglichung der Internationalisierung .....	55

<b>3.3 Markteintritt und Timing als Teil der „Going-International“- Strategien...</b>	<b>56</b>
3.3.1 Entscheidungsfaktoren zur Marktauswahl .....	56
3.3.1.1 Marktattraktivität.....	57
3.3.1.2 Marktrisiken .....	58
3.3.1.3 Markteintrittsbarrieren .....	59
3.3.2 Markteintrittsstrategien.....	60
3.3.3 Markteintrittszeitpunkt .....	63
<b>4 Markteintrittsstrategien deutscher Unternehmen in den chinesischen Markt .....</b>	<b>67</b>
4.1 Deutsch-chinesische Wirtschaftsbeziehungen .....	67
4.1.1 Außenhandel zwischen Deutschland und China .....	68
4.1.2 Deutsche Investitionen in China .....	71
4.2 Bedeutung der Internationalisierung und Markteintritt in China für deutsche Unternehmen .....	73
4.3 Vorbereitungen für einen Markteintritt in China .....	77
4.3.1 Die Beschaffung der Marktinformationen .....	78
4.3.2 Standortauswahl .....	79
4.3.3 Partner- und Personalwahl.....	81
4.3.4 Kulturelle Besonderheiten und Verhandlungsstrategien .....	82
4.3.4.1 Die Besonderheiten der chinesischen Kultur.....	83
4.3.4.2 Verhandlungsstrategien .....	84
4.4 Wichtige Markteintrittsformen deutscher Unternehmen.....	87
4.4.1 Export .....	89
4.4.2 Repräsentanzbüro.....	91
4.4.3 Joint Venture .....	92
4.4.4 100-prozentige Tochtergesellschaft.....	95
4.5 Beispiele zur Markteintrittsstrategie deutscher Unternehmen in den chinesischen Markt.....	97
4.5.1 Beispiel aus der Chemieindustrie .....	97
4.5.2 Beispiel aus der Maschinenbauindustrie .....	103
<b>5 Fazit und Ausblick .....</b>	<b>113</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>117</b>