

# 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

3.3 Markteintritt und Timing als Teil der „Going-International“- Strategien	56
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>