

INHALTSVERZEICHNIS

I.	TABELLENVERZEICHNIS	XIII
II.	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	XVII
III.	ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	XIX
1	EINLEITUNG	1
1.1	PROBLEMSTELLUNG UND ZIELSETZUNG	1
1.2	AUFBAU DER ARBEIT	4
2	MANAGEMENT	7
2.1	DEFINITION MANAGEMENT	7
2.2	MANAGEMENTTHEORIEN.....	12
2.2.1	Der operationale Ansatz	18
2.2.2	Der Ansatz der Managementrollen.....	27
2.2.3	Management im chinesischen Kontext.....	33
2.2.4	Zusammenfassung	43
2.3	MANAGEMENTSTILE.....	50
2.3.1	Der Kontingenzansatz nach Fiedler	51
2.3.2	Unternehmensführung mit GRID nach Blake & Mouton.....	52
2.3.3	Das dreidimensionale Gitter nach Reddin	55
2.3.4	Die vier Systeme des Managements nach Likert.....	57
2.3.5	Zusammenfassung	61
2.4	INTERKULTURELLES MANAGEMENT.....	64
2.4.1	Definition Kultur	64
2.4.2	Rahmenbedingungen des interkulturellen Managements in China	65
2.4.3	Marketingumfeld in China	66
2.4.4	Mikroumfeld	81
2.4.5	Nationalkulturen in Österreich und China	88
2.4.6	Unternehmenskultur in einem Joint Venture	115
2.4.7	Persönlichkeit des Managers	126
2.4.8	Zusammenfassung	127
3	INTERNATIONALE JOINT VENTURES IN CHINA.....	131
3.1	DEFINITION DES BEGRIFFS INTERNATIONALES JOINT VENTURE	131
3.2	ERKLÄRUNGSANSÄTZE FÜR DIE EXISTENZ DES JOINT VENTURES.....	133
3.2.1	Die Theorie des Strategischen Verhaltens.....	134
3.2.2	Die Theorie des Organisationswissens und -lernens	134
3.3	URSPRÜNGE DES JOINT VENTURES IN CHINA	135
3.4	MOTIVE UND VORTEILE DES JOINT VENTURES	136
3.5	NACHTEILE UND PROBLEME DES JOINT VENTURES	139

3.6 VARIANTEN DES JOINT VENTURES	140
3.6.1 Zahl der Kooperationspartner.....	141
3.6.2 Kooperationsrichtung	142
3.6.3 Sachlicher Kooperationsbereich.....	143
3.6.4 Standort	145
3.6.5 Geographischer Kooperationsbereich	145
3.6.6 Kapital- und Stimmrechtsbeteiligung	146
3.6.7 Zeitlicher Horizont der Kooperation	149
3.6.8 Rechtsform in China.....	150
3.7 ZUSAMMENFASSUNG	156
4 METHODIK.....	159
4.1 ECKDATEN DER STUDIE.....	159
4.2 INTERVIEWART	160
4.3 INTERVIEWZEITRAUM	169
4.4 INTERVIEWPARTNER	169
4.4.1 Statistische Daten über die Interviewpersonen.....	171
4.4.2 Statistische Daten über die Joint Ventures	174
4.5 INTERVIEWWORT	181
4.6 AUSWERTUNG UND INTERPRETATION.....	183
5 EMPIRISCHE STUDIE IN SINO-ÖSTERREICHISCHEN JOINT VENTURES	185
5.1 ZUSTANDEKOMMEN SINO-ÖSTERREICHISCHER JOINT VENTURES	185
5.1.1 Zustandekommen durch wirtschaftliche Dynamiken	185
5.1.2 Zustandekommen durch politische Dynamiken	187
5.1.3 Zustandekommen auf Initiative des chinesischen Partners	188
5.1.4 Zustandekommen auf Initiative des österreichischen Partners.....	190
5.1.5 Zustandekommen auf Initiative beider Partner	192
5.1.6 Zusammenfassung.....	192
5.2 MOTIVE DER JOINT VENTURE PARTNERWAHL.....	193
5.2.1 Motive der österreichischen Partner	194
5.2.2 Motive der chinesischen Partner	198
5.2.3 Zusammenfassung	200
5.3 VERLAUF DER KOOPERATION	202
5.3.1 Gute Kooperation	203
5.3.2 Schlechte Kooperation	205
5.3.3 Zusammenfassung	207
5.4 PROBLEME	208
5.4.1 Probleme mit dem Produkt	208
5.4.2 Probleme mit den Mitarbeitern.....	210
5.4.3 Probleme mit den Partnern	214
5.4.4 Probleme mit den Managern	218

5.4.5	Zusammenfassung.....	219
5.5	MANAGEMENTAUFGABEN	223
5.5.1	Strategische Managementaufgaben	223
5.5.2	Operative Managementaufgaben.....	235
5.5.3	Zusammenfassung	240
5.6	KULTURTYPISCHE MERKMALE DES MANAGEMENTSTILS	243
5.6.1	Chinesische kulturtypische Merkmale	244
5.6.2	Österreichische kulturtypische Merkmale	281
5.6.3	Zusammenfassung	296
5.7	DER HYBRIDE MANAGEMENTSTIL	304
5.7.1	Explizite Hybridisierungsmerkmale in sino-österreichischen Joint Ventures	304
5.7.2	Inhalt des hybriden Managementstils.....	306
5.7.3	Österreichische und chinesische Komponenten des hybriden Managementstils..	309
5.7.4	Hybridisierung durch Anpassung des Managementstils.....	312
5.7.5	Anpassung des Managementstils in Phasen	317
5.7.6	Textmerkmale der Hybridisierung	326
5.7.7	Zusammenfassung	336
5.8	ERFOLGSFAKTOREN.....	340
5.8.1	Erfolgsfaktor Interkulturelles Verständnis	340
5.8.2	Erfolgsfaktor Beziehung	343
5.8.3	Erfolgsfaktor Respekt.....	345
5.8.4	Erfolgsfaktor Kontinuität	346
5.8.5	Erfolgsfaktor Planung der Ziele und der Verantwortung	347
5.8.6	Erfolgsfaktor Produkt und Qualität	349
5.8.7	Erfolgsfaktor Vertrauen.....	350
5.8.8	Erfolgsfaktor Aufteilung der Firmenanteile	351
5.8.9	Erfolgsfaktor Persönlichkeit.....	353
5.8.10	Erfolgsfaktor Partner	355
5.8.11	Zusammenfassung	356
6	SCHLUSSFOLGERUNGEN UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN.....	363
7	LITERATURVERZEICHNIS	371