

Inhaltsverzeichnis

Teil I Strategie

1	Bedeutung der 36 Strategeme für den deutschen Mittelstand	3
	Jens Foerst	
2	Technologietransfer und Unternehmensübernahmen aus der gesamtwirtschaftlichen Perspektive des Marktes – was deutsche Unternehmen von China lernen können.	21
	Ann-Katrin Voit	
3	Was der deutsche Mittelstand von China lernen kann	33
	Rainer Eigenstetter und Christian Albrecht	
4	Analyse der Wachstumsstrategie im Vergleich zwischen Deutschland und China	51
	Jörg A. Macht und Runfei Li	
5	Lean Innovation als Erfolgsfaktor für das profitable Wachstum mittelständischer Hightech-Unternehmen – Eine Frage der Führungskultur?	69
	Frank Strüver	
6	Digitalisierung im chinesischen Mittelstand – was deutsche KMU von China lernen können.	83
	Florian Braunegger	

Teil II Vertrieb

- 7 Nachhaltige Impulse durch staatliche Regulierung – Windkraft, E-Mobilität und Co. am Beispiel von China. 99**
Ann-Katrin Voit
- 8 Vertrieb chinesischer KMUs im 21. Jahrhundert – Eine Betrachtung der Rolle des Onlinehandels 111**
Florian Braunegger und Jannik Herzogenrath
- 9 Einflussfaktoren auf die Nutzungsabsicht von Produkten mit KI in China 123**
Oliver A. Gansser, Christina S. Reich und Andreas G. Oberheitmann
- 10 Methoden zur Analyse von chinesischen Kundenmeinungen 149**
Jun Huo und Marcel Seidel

Teil III Kultur

- 11 Aufbau und Pflege persönlicher Beziehungen – das unterschätzte Erfolgsrezept 171**
Tina Paul
- 12 Management-Mediation in China 183**
Xiao Juan Ma
- 13 Mitarbeitermotivation im Vergleich zwischen deutschen und chinesischen mittelständischen Unternehmen 201**
Jörg A. Macht und Yuanhao Chai
- 14 Kulturelle Neurowissenschaft für die Mitarbeiterführung. 219**
Argang Ghadiri und Theo Peters