

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