

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	5
Vorwort	7
Abstract	9
Inhaltsverzeichnis	13
1 Einleitung	17
1.1 Bedeutung Chinas	17
1.2 Ziele und Vorgehen	19
1.3 Aufbau des Buches	21
2 Theoretischer Rahmen: Internationale Expansionsstrategien	25
2.1 Grundformen internationaler Expansion	25
2.2 Was sind die Treiber der Expansion?	32
2.3 Warum nicht alle Asse ausspielen?	36
3 China-Strategien: Wertschöpfung lokalisieren und global integrieren	39
3.1 Schritt für Schritt Richtung Globale Integration	39
3.1.1 Exportorientierung und Geschäftstransfer – die derzeit häufigsten Strategien	39
3.1.2 Globale Integration – Beginn einer Entwicklung	43
3.2 Asse und Barrieren treiben die Veränderungen	44
3.2.1 Marktchancen ziehen die Hersteller derzeit nach China	44
3.2.2 Barrieren abzubauen ist nicht so einfach	58
3.2.3 China-Strategien folgen Assen und Barrieren	61
3.3 Sinisierung aller Funktionsbereiche	62
3.3.1 Rollenwechsel chinesischer Töchter	63
3.3.2 Kompetenzausbau chinesischer Töchter	67
3.3.3 Unternehmensinterne Gründe	75
4 Branchenanalysen: Fallstudien verarbeitender Industrien	77
4.1 Fahrzeugbau – Wettbewerb wird härter	78
4.1.1 Branchenüberblick Automobilhersteller	79
4.1.2 Fallstudie: VW – wer zuerst kommt, mahlt zuerst	87
4.1.3 Branchenüberblick Automobilzulieferer	90
4.1.4 Fallstudie: ZF Sachs – immer einen Schritt voraus	92
4.1.5 Automobilhersteller betreiben Geschäftstransfer	94

4.2 Chemische Industrie – strategische Investitionen in Produktionskapazitäten	95
4.2.1 Branchenüberblick	95
4.2.2 Chemieunternehmen noch großteils exportorientiert	101
4.2.3 Fallstudie: DyStar – setzt auf China	103
4.3 Die Elektronikindustrie – führend bei der Globalisierung der Wertschöpfungsketten	104
4.3.1 Branchenüberblick	105
4.3.2 Elektronikbranche als Vorreiter Globaler Integration	114
4.3.3 Fallstudie: Dongguan Wickmann – globalen Absatzmärkten folgend	116
4.4 Maschinenbau – Basis der nächsten ökonomischen Revolution	118
4.4.1 Branchenüberblick	119
4.4.2 Deutliche Zunahme Globaler Integration im Maschinenbau	126
4.4.3 Fallstudie: Barmag Saurer – ein sinisiertes Unternehmen	129
4.5 Pharmaindustrie – Medikamente für die Massen	129
4.5.1 Branchenüberblick	130
4.5.2 Pharmafirmen weitestgehend exportorientiert	137
4.5.3 Fallstudie: Novartis – Medikamente für Millionen	138
4.5.4 Fallstudie: Fresenius Kabi – vom lokalen Absatzmarkt zum internationalen Kompetenzzentrum	140
5 Erfolgsfaktoren: Operative Anpassung an das chinesische Geschäftsumfeld	143
5.1 Investiere in Menschen – nicht in Fabriken	145
5.1.1 Arbeitskräfte – der wichtigste Erfolgsfaktor	145
5.1.2 Fallstudie: Freudenberg – Talente rekrutieren	148
5.1.3 Fallstudie: Rittal – Talente binden	149
5.1.4 Fallstudie: ZF Sachs – Talente motivieren	150
5.2 Vitamin B – darauf kommt es an!	152
5.2.1 Netzwerke für den geschäftlichen Erfolg knüpfen	152
5.2.2 Fallstudien: BSH, Volkswagen und Bosch – lokale Netzwerke pflegen	154
5.3 Lokale Produkte für einen lokalen Markt	155
5.3.1 Lokale Märkte mit lokal angepassten Produkten erobern	156
5.3.2 Fallstudie: BSH – Champion der Produktpassung	158
5.4 Management von der Spitze	160
5.4.1 Volle Unterstützung vom Stammhaus notwendig	161
5.4.2 Fallstudie: BASF – Champion der Top- Management-Unterstützung	163
5.5 Lokale Zulieferer – ein Muss für die Beschaffung	164
5.5.1 Hohe Qualität von lokalen Zulieferern beziehen	164
5.5.2 Erfolgsrezepte der Beschaffungschampions	167
5.6 Langer Atem – heute säen, morgen ernten	170
5.6.1 Eine langfristige Zukunft in China aufbauen	171
5.6.2 Fallstudie: KSB – mit Geduld zum Erfolg	173

<u>Inhaltsverzeichnis</u>	15
<hr/>	
5.7 Nur das Beste für China	176
5.7.1 Zweite Wahl nur für einen Markt zweiter Wahl	176
5.7.2 Fallstudien: Givaudan und Roche – Einsatz modernster Technologien	178
5.7.3 Fallstudie: Barmag – Angebot vollständiger Produktpalette	179
5.7.4 Fallstudie: Bicoll – ein Born Global	180
5.7.5 Fallstudie: Bosch – Fertigung modernster Produkte	181
5.8 Schutz geistigen Eigentums – den Nachahmern voraus bleiben	182
5.8.1 Gegen die Verletzung geistigen Eigentums	182
5.8.2 Fallstudien: Erfolgsstrategien in Chinas „Xerox-Wirtschaft“	184
6 Zukunft: Strahlend, steinig oder beides?	187
6.1 Volkswirtschaftliche Risiken – vorerst gebannt	188
6.2 Politische und regulatorische Risiken – weiterhin Hauptbelastung	190
6.3 Soziale Risiken – wachsende Kluft	191
6.4 Umweltrisiken – Last und Segen für internationale Unternehmen	192
6.5 Schlussbetrachtung – ein Interview mit Ekkehard Rathgeber	194
7 Empfehlungen: Implikationen für Manager	197
7.1 Strategische Ausrichtung	197
7.2 Operative Anpassung	201
Anhang	205
Anhang 1: Methodologie und Datenbeschreibung	205
Anhang 2: Internationale Expansionsstrategien außerhalb der Unternehmensgrenzen	211
Anhang 3: Hintergrundinformationen Fahrzeugbau	213
Anhang 4: Implikationen für Politiker	215
Anhang 5: Implikationen für Wissenschaftler	217
Literaturverzeichnis	219
Stichwortverzeichnis	223
Die Autoren	223