

Inhalt

Kurzfassung	13
Abstract	15
1 Forschungsgegenstand und dessen Relevanz	17
1.1 Relevanz des Themas aus wissenschaftlicher Perspektive	18
1.2 Relevanz des Themas aus praxisorientierter Perspektive	20
1.3 Forschungsleitende Fragen	21
1.4 Aufbau der Ausarbeitung	23
2 Theoretischer Bezugsrahmen zu deutsch-chinesischer Joint-Venture-Kooperation unter dem Aspekt der Koordination	27
2.1 Kooperation und ihre Zielsetzung	28
2.1.1 Der Kooperationsbegriff	28
2.1.2 Kooperationsmodelle	38
2.2 Die Koordination von Kooperation	59
2.2.1 Der Koordinationsbegriff	59
2.2.2 Koordinationsmodelle	65
2.3 Zwischenmenschliche Kommunikation im Kontext kooperativen Handelns	74
2.3.1 Kommunikationsbegriffe	75
2.3.2 Die Rollen von Kommunikation in der Zusammenarbeit	83
2.3.3 Interkulturelle Kommunikation	87
2.4 Die kulturelle Überformung von Kooperation, deren Koordination und Kommunikation	93
2.4.1 Kulturbegriffe	94
2.4.2 Kulturelle Überformung	105
2.5 Ein erweitertes Kooperationsmodell unter Berücksichtigung von Kooperationskoordination	118
3 Methodisches Vorgehen der empirischen Erhebung	131
3.1 Aktionsforschung als Forschungsstrategie zur Systematisierung praktischen Wissens und empirischen Validierung des theoretischen Kooperationsmodells	132
3.1.1 Abgrenzung der Aktionsforschung gegenüber traditioneller Forschung	133
3.1.2 Vorgehensweise der Aktionsforschung	135
3.1.3 Begründung der Forschungsstrategie und empirische Ausrichtung	149

3.2	Problemzentrierte Interviews und das Anfertigen eines Forschungstagebuchs als Erhebungsmethode	151
3.2.1	Das problemzentrierte leitfadengestützte Interview	152
3.2.2	Vorgehensweise und Methodik des problemzentrierten Interviews	156
3.2.3	Beschreibung und Begründung der Vorgehensweise des Forschungstagebuchs	161
3.3	Beschreibung und Begründung der Auswertungsmethode	163
3.3.1	Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring als eine Form der qualitativen Inhaltsanalyse	163
3.3.2	Durchführung der Datenanalyse	169
4	Darstellung der Erhebungsergebnisse	175
4.1	Das Forschungsfeld	177
4.2	Zwischen Kooperation und Konkurrenz	184
4.2.1	Deutungsmuster „Konkurrenzhaltung einnehmen“	184
4.2.2	Deutungsmuster „Zusammenarbeitshaltung einnehmen“	191
4.3	Deutungsmuster „Sündenböcke finden und verantwortlich machen“	201
4.3.1	Das Management	202
4.3.2	Die „chinesische Partei“	203
4.3.3	Geringer „Stellenwert“ der Kooperation	206
4.4	Zwischen gelernter Vorgehensweise und Lernbereitschaft	208
4.4.1	Deutungsmuster „Historische Prägung der Zusammenarbeitsprozesse“	208
4.4.2	Deutungsmuster „Lessons learned sind möglich“	209
4.5	Existenz von gegenseitigem Verständnis: Sprachliche und inhaltliche Kommunikation zwischen den Unternehmen	211
4.6	Beschreibung einer Nationalkultur	214
4.7	Limitation der empirischen Erhebung	219
5	Interpretation der Ergebnisse	223
5.1	Kooperationsintensität	223
5.1.1	Kooperationsverständnis und -bedarf	223
5.1.2	Stufen des kooperativen Handelns	227
5.2	Koordinationsmechanismen	228
5.2.1	Kommunikation als Koordinationsmechanismus	230
5.2.2	Kulturverständnis	230
5.3	Gelingende Zusammenarbeit	233
5.3.1	Kriterien für gelingende Koordination	233
5.3.2	Erreichen der Kooperationsziele	237
5.4	Verbesserung der Rahmenbedingungen für gelingende Zusammenarbeit	238
5.4.1	Praxisorientierte Vorgehensweise	238
5.4.2	Rückschlüsse auf die Theorie	240

6	Kooperationsförderliche und -hinderliche Rahmenbedingungen bei der Koordination von deutsch-chinesischen Joint-Venture-Kooperationen	245
6.1	Gang der Arbeit	245
6.2	Weiterführender Forschungsbedarf	248
7	Literaturverzeichnis	251
8	Anhang	285
8.1	Übersicht über Maßnahmen bzgl. der Automobilindustrie in den Fünfjahresplänen der chinesischen Regierung	286
8.2	Koordination der Arbeitsteilung	289
8.2.1	Übersicht der bedeutendsten theoretischen Modelle und Ansätze zur Beschreibung von Kooperation aus unterschiedlicher disziplinärer Perspektive	289
8.2.2	Beispiel RASI-Chart	301
8.3	Leitfaden für problemzentriertes, leitfadengestütztes Interview mit den Vertreterinnen und Vertretern aus den Geschäftsbereichen	302
8.3.1	Vorabinformationen und Einführung vor Interviewbeginn	302
8.3.2	Interviewleitaden mit Vertreterinnen und Vertretern aus den Geschäftsbereichen (exklusiv Geschäftsbereich Personal sowie die Rechtsabteilung) des Unternehmens A	303
8.3.3	Interviewleitaden mit Vertreterinnen und Vertretern aus dem Geschäftsbereichen Personal des Unternehmens A	307
8.3.4	Interviewleitaden mit Vertreterinnen und Vertretern aus der Rechtsabteilung des Unternehmens A	309
8.3.5	Zusatzmaterial als visuelle Unterstützung während der Interviews .	310
8.3.6	Interviewleitaden mit Vertreterinnen und Vertretern aus allen Geschäftsbereichen des Unternehmens C (deutsche Version)	312
8.3.7	Interviewleitaden mit Vertreterinnen und Vertretern aus allen Geschäftsbereichen des Unternehmens C (englische Version)	315
8.3.8	Interviewleitaden zum politischen Einfluss auf die Zusammenarbeit im Unternehmen C und D	318
8.4	Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring	319
8.4.1	Codierleitfaden: Interviews mit dem Unternehmen A	319
8.4.2	Codierleitfaden: Interviews mit dem Unternehmen C	322
8.4.3	Segmentanzahl pro Code und Code-Relation aller Segmente	326
8.4.4	Codierleitfaden: Interviews zu politischen Einflussfaktoren	331
	Abkürzungsverzeichnis	333
	Abbildungsverzeichnis	335
	Tabellenverzeichnis	337