

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	9
Tabellenverzeichnis.....	9
Abkürzungsverzeichnis	10
Einleitung: Kampf um Marktanteile in China.....	13
Teil A: Kooperationen als Markteintrittsstrategie der deutschen Automobilindustrie.....	17
1. Grundlagen kooperativer Arrangements	19
1.1. Kooperationsbegriff.....	19
1.2. Theoretische Ansätze.....	20
1.3. Phasen einer Kooperation	29
1.4. Ziele und Motive der Partnerunternehmen	32
2. Kooperationsarten und deren Charakteristika.....	34
2.1. Kooperationsformen aufgrund von Verträgen.....	34
2.2. Strategische Allianzen	37
2.3. Kooperationsformen mit Kapitalbeteiligung	38
3. Internationale Kooperationen als Wettbewerbsfaktor der deutschen Automobilindustrie	42
3.1. Zentraler Wirtschaftsfaktor für Deutschland	42
3.2. Weltweite Arbeitsteilung und die Positionierung auf dem Weltmarkt	43
Teil B: Der chinesische Markt im Fokus der Automobilbranche.....	49
1. Der chinesische Markt aus dem Blickwinkel der deutschen Industrie	51
1.1. Entwicklungen des chinesischen Wirtschaftsraumes.....	51
1.2. Rahmenbedingungen für Investoren	54
1.3. Betrachtung des Automobilmarktes.....	64
1.4. Zukunftsstandort für die Automobilindustrie	69
2. Kooperationsformen für die Automobilindustrie als Schlüsselbranche der VR China.....	74
2.1. Formen der Markterschließung deutscher Unternehmen.....	74
2.2. Vor- und Nachteile der Kooperationsformen	80
Teil C: Kriterien eines erfolgreichen Kooperationsmanagements in der VR China.....	85
1. Die Gemeinschaftsunternehmen von VW und FAW/SAIC als Beispiel erfolgreicher Kooperationen	89
2. Phasenunabhängige Erfolgsfaktoren	92
2.1. Umfeldfaktoren	92

2.2.	Partnerbezogene Faktoren.....	95
2.3.	Personenbezogene Faktoren.....	98
3.	Phasenabhängige Erfolgsfaktoren.....	101
3.1.	Erfolgsfaktoren der Initiierungsphase.....	101
3.2.	Erfolgsfaktoren der Verhandlungs- und Genehmigungsphase.....	103
3.3.	Erfolgsfaktoren der Aufbauphase.....	105
3.4.	Erfolgsfaktoren der Betriebsphase.....	107
4.	Risikomanagement als erfolgreiche Präventionsmaßnahme.....	111
4.1.	Potenzielle und zukünftige Risiken.....	111
4.2.	Inhalte eines effizienten Risikomanagements.....	114
Fazit	117
Anhang	121
Anhangsverzeichnis	121
Literaturverzeichnis	135
Bücher, Sammelwerke und Zeitschriftenartikel	135
Internetquellen	144

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Kooperationen zwischen Markt und Hierarchie	21
Abb. 2: Einordnung von Kooperationen in der Transaktionskostentheorie	23
Abb. 3: Auftretende Probleme in der Principal-Agent-Theorie.....	28
Abb. 4: Phasenmodell einer Kooperation	30
Abb. 5: Markteintrittsformen	35
Abb. 6: Scoring-Modell als Entscheidungsinstrument	38
Abb. 7: Markteintrittsformen im Vergleich	41
Abb. 8: Strategische Handlungsoptionen im Konsolidierungsprozess	47
Abb. 9: Wirtschaftspolitische Ziele und eingesetzte Instrumente der 70er-90er Jahre	55
Abb. 10: Übersicht vorhandener Kooperationsmöglichkeiten in der VR China	74
Abb. 11: Komplexes Netz von Joint Ventures.....	78
Abb. 12: Erfolgsfaktoren für die VR China aus der Sicht deutscher Unternehmen	87
Abb. 13: Drei Säulen des Risikomanagements.....	115

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Veränderungen der Rahmenbedingungen seit dem WTO-Beitritt	63
Tab. 2: Peren/Clement-Risiko-Index zur Länderauswahl.....	71
Tab. 3: Vor- und Nachteile relevanter Kooperationsformen in China.....	81
Tab. 4: Erfolgsfaktoren für Kooperationen.....	110
Tab. 5: Instrumente des Risikomanagements	116