

Schriftenreihe der FHDW Bergisch Gladbach

Hubert Schäfer, Georg Heissen

**Leitfaden für mittelständische Unternehmen
im chinesischen Markt**

Shaker Verlag
Aachen 2006

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Copyright Shaker Verlag 2006

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN-10: 3-8322-4990-7

ISBN-13: 978-3-8322-4990-8

ISSN 1618-3665

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: www.shaker.de • eMail: info@shaker.de

Executive Summary

Dieses Buch veranschaulicht die Bedeutung der Außenwirtschaft für den Standort Deutschland infolge der zunehmenden Globalisierung und Internationalisierung von Wirtschafts- und Handelsbeziehungen. Im Folgenden werden Möglichkeiten und Chancen aufgezeigt, die sich aus der Expansion und somit der Erschließung neuer Märkte und Kundenschichten ergeben. Der Schwerpunkt der Ausführungen liegt dabei auf den Anforderungen und den damit einhergehenden Voraussetzungen, über die ein Klein- und mittelständisches Unternehmen (KMU) verfügen muss, um erfolgreich seinen Geschäftsbereich auszubauen. In diesem Zusammenhang kommt dem chinesischen Markt mit seinem kontinuierlich starken Wirtschaftswachstum eine besondere Bedeutung zu. Um die Vielzahl von Informationen zu bündeln und möglichst praxisnah beschreiben zu können, werden die dargestellten Aspekte deshalb auf den chinesischen Absatz- bzw. Produktionsmarkt bezogen und die diesbezüglich relevantesten Aspekte näher beschrieben. Neben Faktoren, wie die Marktselektion, die Markt- oder Wettbewerbsanalyse, welche bei der Vorbereitung und Planung von Auslandsgeschäften zu berücksichtigen sind, werden weiterhin konkrete Aspekte beschrieben, die jedes KMU unabhängig von Branche oder Unternehmensgröße berücksichtigen muss, will es sein Absatzgebiet vergrößern. Die genannten Voraussetzungen dienen dazu, sich darüber zu informieren, welche Faktoren bei der Erschließung des chinesischen Marktes im Allgemeinen berücksichtigt werden müssen und sind nicht auf einen bestimmten Absatzweg bezogen. Auf Grund der ungeheuren Materialfülle, welche auf die Aktualität des gewählten Themas zurückzuführen ist, war es erforderlich, Prioritäten zusetzen. So sind die aus Sicht der Autoren relevantesten Fragen, die mit der Erschließung des chinesischen Marktes von Bedeutung sind, aufgeführt. Des Weiteren

werden Möglichkeiten zur Absicherung von Exportgeschäften, wie beispielsweise der staatliche Deckungsschutz durch die Euler- Hermes-Kreditversicherungs-AG, sowie sonstige Möglichkeiten der Absicherung von Auslandsgeschäften beschrieben. Auch werden Aspekte wie interkulturelle und wirtschaftliche Gegebenheiten, die bei der Erschließung und Bearbeitung neuer Märkte berücksichtigt werden müssen, am Beispiel des chinesischen Marktes näher erläutert.