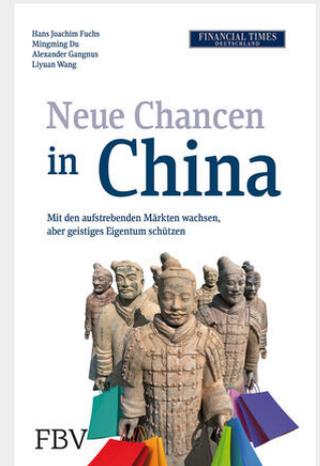


Neue Chancen in China

Mit den aufstrebenden Märkten wachsen, aber geistiges Eigentum schützen

China hat aus den jüngsten Finanz- und Schuldenkrisen, die vom Westen ausgelöst wurden, gelernt: Das Land ist dabei, seine Wirtschaft radikal neu auszurichten. Um weniger von der Nachfrage aus dem Ausland abhängig zu sein, soll die Volksrepublik von einer Exportnation zur Konsumgesellschaft werden. Um den Binnenkonsum massiv ausweiten zu können, wird die Regierung die Kaufkraft der Haushalte deutlich erhöhen. China plant, seine Importe in den nächsten fünf Jahren auf 2,7 Billionen USD zu verdoppeln. Gleichzeitig wird eine Hightech-Nation entstehen, in der umweltfreundliche und energiesparende Zukunftstechnologien eine herausragende Rolle spielen. Es geht zukünftig um Innovation, höhere Qualität und Nachhaltigkeit. Aus Made in China wird Designed in China. In dieser Entwicklung, die vom neuen Fünfjahresplan vorgegeben wird, liegen völlig neue Chancen, aber auch nicht zu unterschätzende Risiken für deutsche Unternehmen. Einerseits sind deutsche Produkte auf den chinesischen Konsumgütermärkten sehr begehrt, deutsche Markenhersteller machen im Reich der Mitte inzwischen satte Gewinne. Andererseits wird sich der Kampf um das geistige Eigentum weiter zuspitzen, weil die chinesischen Investitionsgüterbranchen planmäßig durch westliches Know-how aufgewertet werden sollen. Die chinesische Produkt- und Markenpiraterie sowie die Industriespionage werden uns in den nächsten Jahren noch mehr herausfordern. Die Autoren sind Unternehmensberater bei CHINABRAND CONSULTING, einer deutschen Managementberatung für das Geschäft in China (B2B und B2C). CHINABRAND berät Markenunternehmen, die selbst bereits über langjährige China-Erfahrung verfügen, bei anspruchsvollen Aufgaben in Bezug auf Markt, Wettbewerb und geistiges Eigentum. Darüber hinaus ist das Beratungshaus in den Bereichen Supervision und Gutachten bei Chinaprojekten tätig. CHINABRAND verfolgt einen im kollektivistischen China erforderlichen ganzheitlichen und integrierten Ansatz, der verschiedene Strategien, Methoden und Instrumente miteinander kombiniert. Die wichtigsten Beratungsfelder sind Anti-Counterfeiting und Schutz des geistigen Eigentums, Innovation sowie Wettbewerbs-, Wachstums- und Markenstrategien.



34,99 €
32,70 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783898796941
Medium: Buch
ISBN: 978-3-89879-694-1
Verlag: FinanzBuch Verlag
Erscheinungstermin: 04.05.2012
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 1. Auflage 2012
Produktform: Gebunden
Gewicht: 764 g
Seiten: 400
Format (B x H): 154 x 232 mm

