

All in all, Michel Hockx's "Internet Literature in China" can be regarded as essential reading for any researcher interested in Chinese Internet literature and Internet culture. Moreover, due especially to Hockx's discussion of the potential of the Internet for literary innovation, researchers on digital literature in general will also gain much valuable insight from reading this much welcome book.

Elisabeth Schleep

Cora Jungbluth : Going Global. Die internationale Expansion chinesischer Unternehmen

Baden-Baden: Nomos, 2015. 376 S., 69,00 EUR

Das vorliegende Buch, eine Dissertation aus dem Jahr 2011, befasst sich umfassend mit den politischen, ökonomischen und interkulturellen Aspekten der internationalen Expansion von chinesischen Unternehmen. Marken wie ICBC, CCTV, Huawei, Haier oder Lenovo sind mittlerweile international bekannt, dieses Buch beschäftigt sich mit den Strategien dahinter.

Im ersten großen Teil des Buches wird die politische Perspektive der Going-Global-Strategie Chinas und ihre Entstehung erläutert. Reform und Öffnung, Chinas Entwicklung zur „Fabrik der Welt“, die Integration der Going-Global-Strategie in die chinesische Reformagenda mit Einzelfallgenehmigung (1978–1983), provisorischer Standardisierung (1984–1991) sowie die unterschiedlichen Phasen 1992–1999 und die seit 2000 vorherrschende Umsetzung der Going-Global-Strategie werden behandelt. Die Autorin beschäftigt sich auch mit Zielen und Inhalten der Strategie und den politischen Playern auf zentraler und lokaler Ebene sowie mit Maßnahmen zur Umsetzung der Strategie (Auslandsinvestitionen bedürfen Genehmigungen; wie sieht es mit Devisen aus? usw.).

Der zweite große Teil des vorliegenden Buches beschäftigt sich mit den ökonomi-

schen Aspekten der internationalen Expansion chinesischer Unternehmen, der Reform des Industriesektors (Dezentralisierung 1978–1994, Vertragsverantwortungssystem 1984–1992, Diversifizierung der Eigentumsstrukturen 1992–1999 und gemischtes Eigentumssystem und Aufbau transnationaler Unternehmen seit 2000). Es folgt eine Beschreibung der Strategie vor der eigentlichen Going-Global-Strategie („einige gehen zuerst hinaus“) sowie eine Beschreibung des Verhaltens seit der Going-Global-Strategie („Geht hinaus!“).

Es folgt in diesem Teil eine Erläuterung der Zielsetzungen der internationalen Expansion chinesischer Unternehmen: Rohstoffe; „(Aus)Nutzen beider Märkte“; „Made in China“-Marken wie ICBC, CCTV, Huawei, Haier oder Lenovo; Outsourcing; Überwinden des *technological gap* sowie eine Beschreibung der Herausforderungen für chinesische Unternehmen.

Der letzte Teil dieses sehr lesenswerten Buches befasst sich mit den interkulturellen Aspekten der internationalen Expansion chinesischer Unternehmen. Interkulturelles Management ist Neuland für chinesische Unternehmen und Beratungen; die akademische Rezeption des Themas in China wird ebenso besprochen wie interkulturelles Management als Teil der Going-Global-Strategie. Das Buch ist ein gelungener Beitrag zu einem international immer wichtiger werdenden Thema.

Karin Sixl-Daniell

Anna L. Ahlers: Rural Policy Implementation in Contemporary China, New Socialist Countryside

London, New York: Routledge, 2014. 268 S., 145,00 USD

Daimler-Chef Dieter Zetsche äußert sich begeistert über die chinesische Planwirtschaft: „Es galt lange das Credo, dass Planwirtschaft nicht funktionieren kann. Wir wurden eines Besseren belehrt.“ (Handelsblatt, 27.01.2015) Anna L. Ahlers belehrt