

# INHALTSÜBERSICHT

Inhaltsverzeichnis	XV
Abbildungsverzeichnis	XIX
Tabellenverzeichnis	XXIII
Abkürzungsverzeichnis	XXV

<b>1 DARSTELLUNG INHALTLICHER, TERMINOLOGISCHER UND THEORETISCHER GRUNDLEGUNGEN</b>	<b>1</b>
1.1 Das Globalisierungsphänomen als gegenwärtige Managementherausforderung für international operierende Unternehmungen	1
1.2 Terminologische und inhaltliche Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes	6
1.3 Theoretische Konzeptionalisierung der Untersuchung	14
1.4 Darstellung des Untersuchungsaufbaus	24
<b>2 DIE IMPLIKATIONEN DER GLOBALISIERUNG IM RAHMEN DER INTERNATIONALEN MANAGEMENTFORSCHUNG</b>	<b>27</b>
2.1 Die historische Entwicklung der internationalen Managementdiskussion	27
2.2 Problemorientierte Erfassung des Globalisierungsphänomens	31
2.3 Implementierung eines globalen Ansatzes durch ein organisatorisches Prozeßmanagement	54
2.4 Problembezogene Entwicklung des heuristischen Ausgangsbezugsrahmens	72
<b>3 DIE ORGANISATORISCHE INTEGRATION ALS PROBLEM-ORIENTIERTE ANFORDERUNG AN DIE GLOBALE MANAGEMENTAUFGABE</b>	<b>81</b>
3.1 Organisationstheoretische Grundlegung des Integrationsbegriffs	81
3.2 Darstellung relevanter Beschreibungsdimensionen der organisatorischen Integration im globalen Kontext	90
3.3 Konkretisierung des heuristischen Ausgangsbezugsrahmens	115
<b>4 DIE IMPLIKATIONEN DER GLOBALISIERUNG INNERHALB AUSGEWÄHLTER WERTSCHÖPFUNGSFUNKTIONEN</b>	<b>119</b>
4.1 Die Implikationen der Globalisierung im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung	121
4.2 Die Implikationen der Globalisierung im Funktionsbereich Produktion	148
4.3 Die Implikationen der Globalisierung im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb	180

<b>5</b>	<b>DARSTELLUNG DES UNTERSUCHUNGSDESIGNS</b> . . . . .	215
5.1	Konzeptionelle Grundlegung der Analyse . . . . .	215
5.2	Inhaltliche Grundlegung der Stichprobe . . . . .	217
5.3	Anmerkungen zur Datenerhebung und -auswertung im Feld . . . . .	220
<b>6</b>	<b>EINZELFALLSTUDIEN UND KOMPARATIVE ANALYSE</b> . . . . .	223
6.1	Präsentation und Analyse der Einzelfallstudien . . . . .	223
6.2	Komparative Analyse der Einzelfallstudien . . . . .	401
<b>7</b>	<b>ZUSAMMENFASSUNG UND BEWERTUNG DER UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE</b> . . . . .	445
	Anhang A: Mailing und Stichprobenauswahl . . . . .	457
	Anhang B: Erhebungsinstrumentarium . . . . .	463
	Anhang C: Wirkungsichte und -intensität im inter-funktionellen Vergleich . . . . .	497
	Literaturverzeichnis . . . . .	499

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1 Darstellung inhaltlicher, terminologischer und theoretischer Grundlegungen der Untersuchung</b> . . . . .	1
1.1 Das Globalisierungsphänomen als gegenwärtige Managementherausforderung für international operierende Unternehmungen . . . . .	1
1.2 Terminologische und inhaltliche Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes . . . . .	6
1.2.1 Begriffliche Grundlegung des Objektbereichs der internationalen Unternehmung . . . . .	6
1.2.2 Inhalte und Relevanz einer sachfunktionalen Betrachtungsperspektive im Rahmen der Globalisierungsdiskussion . . . . .	9
1.3 Theoretische Konzeptionalisierung der Untersuchung . . . . .	14
1.3.1 Zielsetzung der Untersuchung . . . . .	14
1.3.2 Wissenschaftstheoretische Einordnung der Untersuchung . . . . .	16
1.4 Darstellung des Untersuchungsaufbaus . . . . .	24
<b>2 Die Implikationen der Globalisierung im Rahmen der internationalen Managementforschung</b> . . . . .	27
2.1 Die historische Entwicklung der internationalen Managementdiskussion . . . . .	27
2.2 Problemorientierte Erfassung des Globalisierungsphänomens . . . . .	31
2.2.1 Charakteristische Merkmale der globalen Strategiediskussion . . . . .	31
2.2.1.1 Globale Strategien im Spannungsfeld zwischen Integration und Differenzierung . . . . .	31
2.2.1.2 Globale Strategien im Lichte der internen Wertkettenanalyse . . . . .	37
2.2.2 Darstellung der Globalisierung als verhaltensorientiertes Phänomen . . . . .	43
2.2.2.1 Globalisierung als abschließende Phase im Internationalisierungsprozeß . . . . .	43
2.2.2.2 Berücksichtigung unterschiedlicher Verhaltensorientierungen im internationalen Management . . . . .	46
2.2.2.3 Die globale Verhaltensorientierung als Ergebnis einer geozentrisch-holistischen Managementperspektive . . . . .	50
2.3 Implementierung eines globalen Ansatzes durch ein organisatorisches Prozeßmanagement . . . . .	54
2.3.1 Begründung der organisatorischen Prozeßperspektive als globales Managementparadigma . . . . .	54
2.3.2 Prozeßorientierte Ansätze zur Implementierungsproblematik im globalen Management . . . . .	56

2.3.2.1	Der Ansatz von Doz/Prahalad . . . . .	56
2.3.2.2	Der Ansatz von Bartlett/Ghoshal . . . . .	60
2.3.2.3	Der Ansatz von Hedlund . . . . .	65
2.3.2.4	Der Ansatz von White/Poynter . . . . .	67
2.3.3	Kritische Würdigung der Forschungsarbeiten . . . . .	69
2.4	Problembezogene Entwicklung des heuristischen Ausgangs- bezugsrahmens . . . . .	72
<b>3</b>	<b>DIE ORGANISATORISCHE INTEGRATION ALS PROBLEM- ORIENTIERTE ANFORDERUNG AN DIE GLOBALE MANAGEMENTAUFGABE . . . . .</b>	<b>81</b>
3.1	Organisationstheoretische Grundlegung des Integrationsbegriffs . . . . .	81
3.2	Darstellung relevanter Beschreibungsdimensionen der organisatorischen Integration . . . . .	90
3.2.1	Interdependenz als Beschreibungsdimension des Integrationserfordernisses . . . . .	90
3.2.2	Koordination als Beschreibungsdimension des Integrationsergebnisses . . . . .	97
3.3	Konkretisierung des heuristischen Ausgangsbezugsrahmens . . . . .	115
<b>4</b>	<b>DIE IMPLIKATIONEN DER GLOBALISIERUNG INNERHALB AUSGEWÄHLTER WERTSCHÖPFUNGSFUNKTIONEN . . . . .</b>	<b>119</b>
4.1	Die Implikationen der Globalisierung im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung . . . . .	121
4.1.1	Forschung und Entwicklung im internationalen Kontext . . . . .	121
4.1.2	Chancen und Risiken der Globalisierung im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung . . . . .	126
4.1.3	Implementierung eines globalen Forschungs- und Entwicklungs- management . . . . .	134
4.1.3.1	Interdependenz als Beschreibungsdimension des Integrationserfordernisses . . . . .	135
4.1.3.2	Koordination als Beschreibungsdimension des Integrationsergebnisses . . . . .	137
4.2	Die Implikationen der Globalisierung im Funktionsbereich Produktion . . . . .	148
4.2.1	Produktion im internationalen Kontext . . . . .	148
4.2.2	Chancen und Risiken der Globalisierung im Funktionsbereich Produktion . . . . .	155
4.2.3	Implementierung eines globalen Produktionsmanagement . . . . .	164
4.2.3.1	Interdependenz als Beschreibungsdimension des Integrationserfordernisses . . . . .	166

4.2.3.2	Koordination als Beschreibungsdimension des Integrationsergebnisses . . . . .	168
4.3	Die Implikationen der Globalisierung im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb . . . . .	180
4.3.1	Marketing/Vertrieb im internationalen Kontext . . . . .	180
4.3.2	Chancen und Risiken der Globalisierung im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb . . . . .	187
4.3.3	Implementierung eines globalen Marketing- und Vertriebs- management . . . . .	201
4.3.3.1	Interdependenz als Beschreibungsdimension des Integrationserfordernisses . . . . .	202
4.3.3.2	Koordination als Beschreibungsdimension des Integrationsergebnisses . . . . .	204
<b>5</b>	<b>DARSTELLUNG DES UNTERSUCHUNGSDESIGNS . . . . .</b>	<b>215</b>
5.1	Konzeptionelle Grundlegung der Analyse . . . . .	215
5.2	Inhaltliche Grundlegung der Stichprobe . . . . .	217
5.3	Anmerkungen zur Datenerhebung und -auswertung im Feld . . . . .	220
<b>6</b>	<b>EINZELFALLSTUDIEN UND KOMPARATIVE ANALYSE . . . . .</b>	<b>223</b>
6.1	Präsentation und Analyse der Einzelfallstudien . . . . .	223
6.1.1	Methodische Anmerkungen zur Einzelfallstudienanalyse . . . . .	223
6.1.2	Fallstudie SOLVAY & CIE. - Geschäftsbereich Health - Geschäftsfeld Human Health . . . . .	227
6.1.2.1	Darstellung des Untersuchungsobjektes . . . . .	227
6.1.2.2	Der Funktionsbereich Forschung und Entwicklung . . . . .	233
6.1.2.3	Der Funktionsbereich Produktion . . . . .	244
6.1.2.4	Der Funktionsbereich Marketing/Vertrieb . . . . .	252
6.1.2.5	Zusammenfassende Darstellung . . . . .	261
6.1.3	Fallstudie E.MERCK - Geschäftsbereich Chemie - Geschäftsfeld Pigmente . . . . .	267
6.1.3.1	Darstellung des Untersuchungsobjektes . . . . .	267
6.1.3.2	Der Funktionsbereich Forschung und Entwicklung . . . . .	273
6.1.3.3	Der Funktionsbereich Produktion . . . . .	281
6.1.3.4	Der Funktionsbereich Marketing/Vertrieb . . . . .	288
6.1.3.5	Zusammenfassende Darstellung . . . . .	296
6.1.4	Fallstudie DSM N.V. - Geschäftsbereich Hydrocarbons & Polymers - Geschäftsfeld Elastomers . . . . .	301
6.1.4.1	Darstellung des Untersuchungsobjektes . . . . .	301
6.1.4.2	Der Funktionsbereich Forschung und Entwicklung . . . . .	307
6.1.4.3	Der Funktionsbereich Produktion . . . . .	315

6.1.4.4	Der Funktionsbereich Marketing/Vertrieb	320
6.1.4.5	Zusammenfassende Darstellung	327
6.1.5	Fallstudie VOLVO AB - Geschäftsbereich Automotive	
	Industry - Geschäftsfeld Volvo Car Corporation	332
6.1.5.1	Darstellung des Untersuchungsobjektes	332
6.1.5.2	Der Funktionsbereich Forschung und Entwicklung	339
6.1.5.3	Der Funktionsbereich Produktion	347
6.1.5.4	Der Funktionsbereich Marketing/Vertrieb	354
6.1.5.5	Zusammenfassende Darstellung	360
6.1.6	Fallstudie Pirelli S.p.a. - Geschäftsbereich Tyres -	
	Geschäftsfeld Car Tyres	366
6.1.6.1	Darstellung des Untersuchungsobjektes	366
6.1.6.2	Der Funktionsbereich Forschung und Entwicklung	372
6.1.6.3	Der Funktionsbereich Produktion	378
6.1.6.4	Der Funktionsbereich Marketing/Vertrieb	385
6.1.6.5	Zusammenfassende Darstellung	395
6.2	Komparative Analyse der Einzelfallstudien	401
6.2.1	Komparative Analyse des globalen Bedingungsrahmens	401
6.2.1.1	Der Kontextfaktor Geschäftsspezifische Umwelt	401
6.2.1.2	Der Kontextfaktor Strategie	404
6.2.1.3	Der Kontextfaktor Organisationsstruktur	411
6.2.1.4	Der Kontextfaktor Konfiguration der Wertkette	416
6.2.2	Komparative Analyse der organisatorischen Integration	419
6.2.2.1	Interdependenz als Beschreibungsdimension des Integrationserfordernisses	419
6.2.2.2	Koordination als Beschreibungsdimension des Integrationsergebnisses	429
<b>7</b>	<b>ZUSAMMENFASSUNG UND BEWERTUNG DER UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE</b>	<b>445</b>

# ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Die Evolution im Rahmen der internationalen Managementforschung . . . .	5
Abb. 2: Das Modell der betrieblichen Wertkette . . . . .	10
Abb. 3: Die konzeptionelle Untersuchungsperspektive der vorliegenden Arbeit . . .	13
Abb. 4: Der Verlauf des wissenschaftstheoretischen Problemlösungsprozesses der Untersuchung . . . . .	22
Abb. 5: Die Positionierung der Untersuchung unter Rekurs auf empirische Forschungsmethoden im Prozeßzusammenhang . . . . .	24
Abb. 6: Der logische Aufbau der vorliegenden Untersuchung . . . . .	25
Abb. 7: Das Integration-Responsiveness-Rahmenkonzept . . . . .	34
Abb. 8: Strategische Optionen einer globalen Strategie im Zusammenspiel komparativer und kompetitiver Wettbewerbsvorteile . . . . .	41
Abb. 9: Die prozessuale Sichtweise von Internationalisierungsszenarien . . . . .	49
Abb. 10: Die konzeptionelle Grundlegung eines verhaltensorientierten Globalisierungsverständnisses . . . . .	51
Abb. 11: Der heuristische Ausgangsbezugsrahmen der Untersuchung . . . . .	77
Abb. 12: Gegenüberstellung der Systematisierung intra-organisatorischer Interdependenz nach Thompson und Emery . . . . .	92
Abb. 13: Die Unterscheidung zwischen vertikaler und horizontaler Inter- dependenz auf Transformationsebene . . . . .	95
Abb. 14: Der heuristische Ausgangsbezugsrahmen in seiner problem- orientierten Konkretisierung durch Analyseparameter der organisa- torischen Integration . . . . .	116
Abb. 15: Das Technologie-Portfolio als Bestimmungsgröße der Internationalisierung der Forschung und Entwicklung . . . . .	125
Abb. 16: Gestaltungsoptionen des internationalen Forschungs- und Entwicklungssystems . . . . .	128
Abb. 17: Strategische Rollen von Produktionsstätten in international operierenden Unternehmungen . . . . .	153
Abb. 18: Gestaltungsoptionen des internationalen Produktionssystems . . . . .	156
Abb. 19: Strukturtypen internationaler Produktionssysteme . . . . .	158
Abb. 20: Die Komponenten einer geschlossenen Fertigungsstrategie nach Flaherty . . . . .	165
Abb. 21: Die Grundstruktur des Produktionsplanungs- und Steuerungssystems . . . .	171
Abb. 22: Idealtypische Anforderungen an die PPS-Architektur in international operierenden Unternehmungen . . . . .	172
Abb. 23: Das Y-Modell des Computer Integrated Manufacturing . . . . .	174
Abb. 24: Stufen der Standardisierung in Marketing-Mix-Programmen . . . . .	195
Abb. 25: Das Lead-Country Konzept . . . . .	208

Abb. 26: Der Zusammenhang zwischen globalen und lokalen Verantwortungsbereichen im Rahmen eines hierarchisch-gespaltenen Produktmanagement .	210
Abb. 27: Die Einsatzmöglichkeiten lateraler Koordinationsgruppen im internationalen Marketing . . . . .	212
Abb. 28: Die formale Organisationsstruktur im Geschäftsfeld 'Human Health' der SOLVAY & CIE. . . . .	230
Abb. 29: Projektmanagement im Forschungs- und Entwicklungsprozeß im Geschäftsfeld 'Human Health' der SOLVAY & CIE. . . . .	237
Abb. 30: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung im Geschäftsfeld 'Human Health' der SOLVAY & CIE. . . . .	242
Abb. 31: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung im Geschäftsfeld 'Human Health' der SOLVAY & CIE. . . . .	243
Abb. 32: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Produktion im Geschäftsfeld 'Human Health' der SOLVAY & CIE. . . . .	250
Abb. 33: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Produktion im Geschäftsfeld 'Human Health' der SOLVAY & CIE. . . . .	251
Abb. 34: Das Konfliktpotential zwischen strategischer und operativer Orientierung im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb im Geschäftsfeld 'Human Health' der SOLVAY & CIE. . . . .	257
Abb. 35: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb im Geschäftsfeld 'Human Health' der SOLVAY & CIE. . . . .	260
Abb. 36: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb im Geschäftsfeld 'Human Health' der SOLVAY & CIE. . . . .	261
Abb. 37: Die formale Organisationsstruktur im Geschäftsfeld 'Pigmente' der E.MERCK . . . . .	270
Abb. 38: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung im Geschäftsfeld 'Pigmente' der E.MERCK . . . . .	279
Abb. 39: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung im Geschäftsfeld 'Pigmente' der E.MERCK . . . . .	280
Abb. 40: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Produktion im Geschäftsfeld 'Pigmente' der E.MERCK . . . . .	286
Abb. 41: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Produktion im Geschäftsfeld 'Pigmente' der E.MERCK . . . . .	287
Abb. 42: Die informale Führungsstruktur im Geschäftsfeld 'Pigmente' der E.MERCK . . . . .	292
Abb. 43: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb im Geschäftsfeld 'Pigmente' der E.MERCK . . . . .	294
Abb. 44: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb im Geschäftsfeld 'Pigmente' der E.MERCK . . . . .	295
Abb. 45: Die formale Organisationsstruktur im Geschäftsfeld 'Elastomers' der DSM N.V. . . . .	305

Abb. 46: Die informale Koordinationsstruktur in der Forschung und Entwicklung und Produktion im Geschäftsfeld 'Elastomers' der DSM N.V. . . . . .	311
Abb. 47: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung im Geschäftsfeld 'Elastomers' der DSM N.V. . . . . .	313
Abb. 48: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung im Geschäftsfeld 'Elastomers' der DSM N.V. . . . . .	314
Abb. 49: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Produktion im Geschäftsfeld 'Elastomers' der DSM N.V. . . . . .	318
Abb. 50: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Produktion im Geschäftsfeld 'Elastomers' der DSM N.V. . . . . .	319
Abb. 51: Die informale Koordinationsstruktur im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb im Geschäftsfeld 'Elastomers' der DSM N.V. . . . . .	323
Abb. 52: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb im Geschäftsfeld 'Elastomers' der DSM N.V. . . . . .	325
Abb. 53: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb im Geschäftsfeld 'Elastomers' der DSM N.V. . . . . .	326
Abb. 54: Die formale Organisationsstruktur im Geschäftsfeld 'Volvo Car Corporation' der VOLVO AB . . . . .	337
Abb. 55: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung im Geschäftsfeld 'Volvo Car Corporation' der VOLVO AB . . . . .	345
Abb. 56: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung im Geschäftsfeld 'Volvo Car Corporation' der VOLVO AB . . . . .	346
Abb. 57: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Produktion im Geschäftsfeld 'Volvo Car Corporation' der VOLVO AB . . . . .	352
Abb. 58: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Produktion im Geschäftsfeld 'Volvo Car Corporation' der VOLVO AB . . . . .	353
Abb. 59: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb im Geschäftsfeld 'Volvo Car Corporation' der VOLVO AB . . . . .	359
Abb. 60: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb im Geschäftsfeld 'Volvo Car Corporation' der VOLVO AB . . . . .	360
Abb. 61: Die formale Organisationsstruktur im Geschäftsfeld 'Tyres' der Pirelli S.p.a. . . . . .	370
Abb. 62: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung im Geschäftsfeld 'Car Tyres' der Pirelli S.p.a. . . . . .	376
Abb. 63: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung im Geschäftsfeld 'Car Tyres' der Pirelli S.p.a. . . . . .	377
Abb. 64: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Produktion im Geschäftsfeld 'Car Tyres' der Pirelli S.p.a. . . . . .	383

Abb. 65: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Produktion im Geschäftsfeld 'Car Tyres' der Pirelli S.p.a. . . . . .	385
Abb. 66: Das Koordinationsergebnis im Funktionsbereich Marketing/ Vertrieb im Geschäftsfeld 'Car Tyres' der Pirelli S.p.a. . . . . .	393
Abb. 67: Die institutionelle Koordination im Funktionsbereich Marketing/ Vertrieb im Geschäftsfeld 'Car Tyres' der Pirelli S.p.a. . . . . .	394
Abb. 68: Interdependenzmuster im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung . . . . .	420
Abb. 69: Interdependenzmuster im Funktionsbereich Produktion . . . . .	423
Abb. 70: Interdependenzmuster im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb . . . . .	425
Abb. 71: Ausprägungsformen der inter-funktionalen Interdependenz . . . . .	427
Abb. 72: Koordinationsmuster im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung . . . . .	432
Abb. 73: Koordinationsmuster im Funktionsbereich Produktion . . . . .	436
Abb. 74: Koordinationsmuster im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb . . . . .	440
Abb. 75: Das inter-funktionale Koordinationsergebnis der Leistungserstellung (formale Koordinationsmechanismen) . . . . .	442
Abb. 76: Das inter-funktionale Koordinationsergebnis der Leistungserstellung (informale Koordinationsmechanismen) . . . . .	444
Abb. 77: Wirkungsvermutungen zwischen Analysedimensionen der organisatorischen Integration im globalen Management . . . . .	453

## TABELLENVERZEICHNIS

Tab. 1:	Problemtypen als Szenarien wissenschaftlicher Forschungsstrategien . . . . .	21
Tab. 2:	Strategietypologien im internationalen Management . . . . .	33
Tab. 3:	Gegenüberstellung von Quellen und Barrieren globaler Wettbewerbsvorteile . . . . .	38
Tab. 4:	Charakteristischer Aufbau und Management der transnationalen Unternehmung . . . . .	60
Tab. 5:	Empirische Untersuchungen zur Interdependenzproblematik im Rahmen der internationalen Managementforschung . . . . .	93
Tab. 6:	Ausgewählte Analysedimensionen des Koordinationsinstrumentariums in empirischen Untersuchungen der internationalen Managementforschung . . . . .	101
Tab. 7:	Die Typologie der Koordination nach Martinez/Jarillo . . . . .	104
Tab. 8:	Gegenüberstellung von zentripetalen und zentrifugalen Kräften zur Beeinflussung der Investitionsentscheidung in ausländische Forschungs- und Entwicklungsstandorte . . . . .	122
Tab. 9:	Ausgewählte Dimensionen der Aufgabenumwelt von Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten . . . . .	129
Tab. 10:	Charakteristische Merkmale unterschiedlicher Rollen von Forschungs- und Entwicklungseinheiten . . . . .	133
Tab. 11:	Die Entwicklung von Markterfordernissen, Wettbewerbskriterien und idealtypischen Charakteristika als Anforderungskriterien an das internationale Produktionssystem . . . . .	150
Tab. 12:	Gegenüberstellung arbeitsorganisatorischer Prinzipien von CIM und Fertigungssegmentierung . . . . .	177
Tab. 13:	Die Marketing-Umwelt der international tätigen Unternehmung . . . . .	181
Tab. 14:	Standardisierungsmöglichkeiten im globalen Marketing . . . . .	203
Tab. 15:	Determinanten des Zentralisierungs-/Dezentalisierungsgrades im internationalen Marketing . . . . .	205
Tab. 16:	Die Struktur der Stichprobe im Bezugsjahr 1992 . . . . .	219
Tab. 17:	Durchschnittliche geographische Verteilung der funktionalen Aktivitäten . . . . .	220
Tab. 18:	Merkmale des globalen Bedingungsrahmens im Geschäftsfeld 'Human Health' der SOLVAY & CIE. . . . .	263
Tab. 19:	Merkmale der organisatorischen Steuerung im Geschäftsfeld 'Human Health' der SOLVAY & CIE. . . . .	265
Tab. 20:	Merkmale des globalen Bedingungsrahmens im Geschäftsfeld 'Pigmente' der E. MERCK . . . . .	297
Tab. 21:	Merkmale der organisatorischen Steuerung im Geschäftsfeld 'Pigmente' der E. MERCK . . . . .	299

Tab. 22:	Merkmale des globalen Bedingungsrahmens im Geschäftsfeld 'Elastomers' der DSM N.V. . . . . .	328
Tab. 23:	Merkmale der organisatorischen Steuerung im Geschäftsfeld 'Elastomers' der DSM N.V. . . . . .	329
Tab. 24:	Merkmale des globalen Bedingungsrahmens im Geschäftsfeld 'Volvo Car Corporation' der VOLVO AB . . . . .	361
Tab. 25:	Merkmale der organisatorischen Steuerung im Geschäftsfeld 'Volvo Car Corporation' der VOLVO AB . . . . .	363
Tab. 26:	Merkmale des globalen Bedingungsrahmens im Geschäftsfeld 'Car Tyres' der Pirelli S.p.a. . . . . .	396
Tab. 27:	Merkmale der organisatorischen Steuerung im Geschäftsfeld 'Car Tyres' der Pirelli S.p.a. . . . . .	398
Tab. 28:	Deskriptive statistische Parameter charakteristischer Merkmale der externen Umwelt . . . . .	402
Tab. 29:	Deskriptive statistische Parameter relevanter Zieldimensionen der internationalen Geschäftstätigkeit . . . . .	404
Tab. 30:	Deskriptive statistische Parameter strategischer Implikationen im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung . . . . .	406
Tab. 31:	Deskriptive statistische Parameter strategischer Implikationen im Funktionsbereich Produktion . . . . .	408
Tab. 32:	Deskriptive statistische Parameter strategischer Implikationen im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb . . . . .	410
Tab. 33:	Merkmale der formalen Organisationsstruktur der Untersuchungseinheiten	414
Tab. 34:	Ausprägungsformen der geographischen Konfiguration funktionaler Segmente . . . . .	417
Tab. 35:	Deskriptive statistische Parameter der inter-funktionalen Interdependenz . . . . .	428
Tab. 36:	Deskriptive statistische Parameter des Koordinationsergebnisses im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung . . . . .	430
Tab. 37:	Deskriptive statistische Parameter der institutionellen Koordination im Funktionsbereich Forschung und Entwicklung . . . . .	433
Tab. 38:	Deskriptive statistische Parameter des Koordinationsergebnisses im Funktionsbereich Produktion . . . . .	434
Tab. 39:	Deskriptive statistische Parameter der institutionellen Koordination im Funktionsbereich Produktion . . . . .	437
Tab. 40:	Deskriptive statistische Parameter des Koordinationsergebnisses im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb . . . . .	438
Tab. 41:	Deskriptive statistische Parameter der institutionellen Koordination im Funktionsbereich Marketing/Vertrieb . . . . .	441