

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Begriffsbestimmung und Einführung</b>	<b>1</b>
1.1	Betriebswirtschaftslehre als evolutionäre Wissenschaft	1
1.2	Die besondere Rolle des Marketing	3
1.3	Internationales Marketing	5
1.4	Verständnisfragen	9
1.5	Fallbeispiel "Familia-Medica"	10
1.6	Anmerkungen	12
<b>2</b>	<b>Nationale Volkswirtschaften und Weltwirtschaft</b>	<b>13</b>
2.1	Ungleichheit und Außenhandel	13
2.2	Verständnisfragen	19
2.3	Fallbeispiel "Procter & Gamble"	20
2.4	Anmerkungen	22
<b>3</b>	<b>Globales, triadisches und Euromarketing</b>	<b>23</b>
3.1	Voraussetzungen des internationalen Marketings	24
3.2	Voraussetzungen des Euromarketings	27
3.3	Verständnisfragen	29
3.4	Fallbeispiel "Europäische Weltmarktcompetenz"	30
3.5	Anmerkungen	31
<b>4</b>	<b>Internationales New Marketing</b>	<b>32</b>
4.1	Verständnisfragen	39
4.2	Fallbeispiel "Markenkompetenz"	40
4.3	Fallbeispiel "Internationale Positionierung"	40
4.4	Anmerkungen	42
<b>5</b>	<b>Internationalisierungsgründe und -strategien</b>	<b>43</b>
5.1	Verständnisfragen	52
5.2	Fallbeispiel "Internationalisierung der PKW-Branche"	53
5.3	Fallbeispiel "Internationalisierung der LKW-Branche"	53
5.4	Anmerkungen	55
<b>6</b>	<b>Internationale Informationsbeschaffung</b>	<b>56</b>
6.1	Verständnisfragen	65
6.2	Fallbeispiel "Informationsverarbeitung"	66
6.3	Anmerkungen	68

<b>7</b>	<b>Formen der Internationalisierung</b>	<b>69</b>
7.1	Vor- und Nachteile der Internationalisierungsformen	70
7.2	Die Führung von Auslandsniederlassungen	73
7.3	Außenhandelsabwicklung	75
7.4	Verständnisfragen	78
7.5	Fallbeispiel "Unilever"	79
7.6	Anmerkungen	81
<b>8</b>	<b>Internationale Produktpolitik</b>	<b>82</b>
8.1	Portfolio-Matrix und Produktlebenszyklus	82
8.2	Operationale und strategische Lücken	85
8.3	Marktanteile als Erfolgspotentiale	88
8.4	Produktdifferenzierung und -positionierung	92
8.5	Innovation, Diffusion und Adoption	94
8.6	Produktbeurteilungskriterien	96
8.7	Verständnisfragen	102
8.8	Fallbeispiel "Ariel"	103
8.9	Fallbeispiel "BMW Produktentwicklung"	103
8.10	Anmerkungen	105
<b>9</b>	<b>Internationale Preispolitik</b>	<b>106</b>
9.1	Grundlagen der Preispolitik	108
9.1.1	Statische Preistheorie	109
9.1.2	Dynamische Preistheorie	114
9.2	Preisdifferenzierung	121
9.3	Preisstandardisierung	124
9.4	Transferpreise	129
9.5	Internationale Preiskalkulation	131
9.6	Verständnisfragen	135
9.7	Fallbeispiel "Exportpreissetzung bei Porsche"	136
9.8	Fallbeispiel "Luxusautomobilmarkt USA"	136
9.9	Fallbeispiel "Internationale Preissetzung"	137
9.10	Anmerkungen	140
<b>10</b>	<b>Internationale Kommunikationspolitik</b>	<b>142</b>
10.1	Grundlagen der Kommunikationspolitik	143
10.1.1	Personale und Massenkommunikation	145
10.1.2	Kommunikationsvoraussetzungen und -grenzen	147
10.2	Internationale Kommunikation	153
10.2.1	Werbestandardisierung und -differenzierung	157
10.2.2	Mehrstufige Globalisierung	161
10.2.3	Weitere Aspekte internationaler Kommunikation	163

10.3	Verständnisfragen	165
10.4	Fallbeispiel "Werbepolitik bei Procter & Gamble"	<u>166</u>
10.5	Fallbeispiel "Werbepolitik bei Unilever"	<del>166</del>
10.6	Anmerkungen	168
<b>11</b>	<b>Internationale Distributionspolitik</b>	170
11.1	Grundlagen der Distributionspolitik	171
11.2	Euro-Key-Account-Management	172
11.3	Produktbezogene Distributionsmerkmale	177
11.4	Internationalisierung des Einzelhandels	181
11.5	Internationale Marketinglogistik	182
11.6	Verständnisfragen	185
11.7	Fallbeispiel "Distributionsoptimierung bei Procter & Gamble"	186
11.8	Anmerkungen	187
<b>12</b>	<b>Internationale Marketingforschung</b>	188
12.1	Internationale Panelforschung	188
12.2	Internationale Ad-Hoc-Forschung	191
12.3	Verständnisfragen	204
12.4	Fallbeispiel "Grundlagenstudie Körperpflegemittel"	205
12.5	Fallbeispiel "Fragebogenformulierung"	205
12.6	Fallbeispiel "Internationales Befragungsdesign"	206
12.7	Anmerkungen	207
<b>13</b>	<b>Internationales Marketingmanagement</b>	208
13.1	Indirekter Export	208
13.2	Direkter Export	210
13.3	Direktinvestitionen im Ausland	211
13.4	Aspekte internationalen Managements	213
13.5	Verständnisfragen	220
13.6	Fallbeispiel "Internationale Organisation"	221
13.7	Anmerkungen	223
<b>14</b>	<b>Zusammenfassung</b>	224
14.1	Anmerkungen	226
	Literaturverzeichnis	227
	Abbildungsverzeichnis	233
	Register	237