

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Hinweise zum Aufbau des Buches.....	XIV
Inhaltsübersicht.....	XVI
Inhaltsverzeichnis.....	XXVIII
Abbildungsverzeichnis.....	LVI
Textboxverzeichnis.....	LXX

Kapitel 1

Internationalisierung der Wirtschaft

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick.....	3
1 Internationalisierung der Wirtschaft als historisches Phänomen	7
1.1 Anfänge der Internationalisierung	7
1.2 Internationalisierung im Mittelalter.....	8
1.3 Internationalisierung ab der Kolonialzeit	10
1.4 Internationalisierung ab der Industriellen Revolution	12
1.5 Fazit: Internationalisierung – kein neues Phänomen	14
2 Internationalisierung und Außenhandel.....	15
2.1 Terminologische und inhaltliche Grundlagen	15
2.1.1 Basisformen des Außenhandels	16
2.1.1.1 Export und Import.....	16
2.1.1.1.1 Grundlagen und Typen von Export und Import.....	16
2.1.1.1.2 Export und Import als General- und Spezialhandel	20
2.1.1.1.3 Beziehungen zwischen Export- und Importströmen	23

2.1.1.2	Transithandel.....	29
2.1.2	Sonderformen des Außenhandels	33
2.1.2.1	Grenzüberschreitende Veredelungsgeschäfte	33
2.1.2.2	Grenzüberschreitende Kompensationsgeschäfte.....	35
2.1.3	Motive des Außenhandels	39
2.2	Der weltweite Außenhandel	40
2.2.1	Die Entwicklung des Welthandels.....	40
2.2.1.1	Die langfristige Entwicklung des Welthandels	41
2.2.1.2	Die langfristige Entwicklung des Welthandels im Vergleich mit anderen weltwirtschaftlichen Daten	43
2.2.1.3	Die jüngere Entwicklung des Welthandels	46
2.2.2	Die zentralen Staaten im Welthandel.....	49
2.2.2.1	Allgemeine Betrachtung	49
2.2.2.2	Betrachtung der europäischen Situation	53
2.3	Der Außenhandel Deutschlands	57
2.3.1	Die Entwicklung des Außenhandels Deutschlands.....	59
2.3.2	Der Außenhandel Deutschlands nach Bundesländern	64
2.3.3	Der Außenhandel Deutschlands nach Warengruppen	67
2.3.4	Der Außenhandel Deutschlands nach Regionen.....	71
2.3.4.1	Die regionale Verteilung des deutschen Außenhandels nach Erdteilen	72
2.3.4.2	Die regionale Verteilung des deutschen Außenhandels nach Ländergruppen	72
2.3.4.3	Die wichtigsten Handelspartner Deutschlands	74
2.3.4.4	Deutschland als Handelspartner aus der Sicht anderer Länder.....	76
3	Internationalisierung und Direktinvestitionen	80
3.1	Terminologische und inhaltliche Grundlagen	80
3.1.1	Definition und Abgrenzung von Direktinvestitionen.....	80
3.1.2	Die sogenannte Direktinvestitionsannahme.....	82
3.1.3	Motive und Konsequenzen der Direktinvestitionen	83
3.1.4	Betrachtungsebenen für Direktinvestitionen	87
3.1.5	Bestandteile von Direktinvestitionen	88
3.1.5.1	Die Unterscheidung zwischen Erst- und Folgeinvestitionen	88
3.1.5.2	Die Unterscheidung zwischen Eigenkapital- und Fremdkapitalanteilen	90

3.1.5.3 Zwischenfazit.....	93
3.1.6 Empirische Erfassung von Direktinvestitionen	93
3.1.7 Probleme der empirischen Erfassung von Direktinvestitionen	96
3.2 Die weltweiten Direktinvestitionen	98
3.2.1 Die Entwicklung der weltweiten Direktinvestitionstätigkeit	99
3.2.1.1 Die langfristige Entwicklung der weltweiten Direktinvestitionstätigkeit	99
3.2.1.2 Ein Vergleich der weltweiten Direktinvestitionen mit anderen weltwirtschaftlichen Daten.....	103
3.2.1.3 Die jüngere Entwicklung der weltweiten Direktinvestitionen	105
3.2.2 Die zentralen Staaten der weltweiten Direktinvestitionstätigkeit	106
3.2.2.1 Allgemeine Betrachtung	106
3.2.2.1.1 Direktinvestitionsbestände	107
3.2.2.1.2 Direktinvestitionsflüsse	110
3.2.2.2 Betrachtung der europäischen Situation	117
3.3 Die Direktinvestitionen in und aus Deutschland	119
3.3.1 Die Entwicklung der Direktinvestitionstätigkeit Deutschlands	120
3.3.1.1 Direktinvestitionsbestände.....	120
3.3.1.2 Direktinvestitionsflüsse	120
3.3.2 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Bundesländern.....	124
3.3.3 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Branchen	125
3.3.4 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Regionen	127
3.3.4.1 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Ländergruppen	127
3.3.4.2 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Ländern	128
3.4 Direktinvestitionen im Zusammenhang mit Außenhandel und weiteren Formen der außenwirtschaftlichen Verflechtung	133
4 Internationalisierung und die Zahlungsbilanz	138
4.1 Definition der Zahlungsbilanz.....	138
4.2 Aufbau der Zahlungsbilanz	141
4.3 Die Teilbilanzen Leistungsbilanz und Kapitalverkehrsbilanz	143
4.3.1 Eine Betrachtung der Leistungsbilanz.....	143
4.3.1.1 Die Inhalte der Leistungsbilanz	143
4.3.1.2 Die Leistungsbilanz der Bundesrepublik Deutschland.....	145

4.3.2	Eine Betrachtung der Kapitalverkehrsbilanz	149
4.4	Die Datenbasis der Zahlungsbilanz.....	150
5	Globalisierungstendenzen in der Weltwirtschaft	153
5.1	Globalisierung ist ... ? – Die Bedeutung von Globalisierung	153
5.2	Globalisierung von ... ? – Die Objekte der Globalisierung.....	156
5.2.1	Globalisierung von Märkten	157
5.2.2	Globalisierung von Unternehmungen.....	159
5.2.3	Globalisierung weiterer Lebensbereiche.....	162
5.3	Globalisierung ist nicht gleich ... ? – Der Versuch einer Abgrenzung.....	166
5.3.1	Globalisierung und Internationalisierung.....	166
5.3.2	Globalisierung und Regionalisierung	167
5.3.3	Globalisierung und Denationalisierung	168
5.3.4	Zwischenfazit	168
5.4	Konsequenzen der Globalisierung	169
5.4.1	Einleitende Überlegungen zu den Konsequenzen der Globalisierung	169
5.4.2	Vereinheitlichung als Konsequenz.....	170
5.4.2.1	Vereinheitlichungstendenzen auf gesamtwirtschaftlicher Ebene.....	170
5.4.2.2	Vereinheitlichungstendenzen auf einzelwirtschaftlicher Ebene	171
5.4.3	Ausgewählte Konsequenzen auf der „Negativseite“	172
5.4.4	Ausgewählte Konsequenzen auf der „Positivseite“.....	174
5.5	Ursachen der Globalisierung.....	176
5.5.1	Zunehmende Deregulierungstendenzen.....	176
5.5.2	Zunehmende Kooperations- und Integrationstendenzen	178
5.5.2.1	Kooperationsformen	178
5.5.2.2	Integrationsformen	179
5.5.3	Öffnung ehemaliger Planwirtschaften sowie Auftreten neuer Wettbewerber auf dem Weltmarkt	185
5.5.4	Technologischer Fortschritt.....	187
5.5.5	Sozio-ökonomische bzw. sozio-kulturelle Gründe.....	189
5.5.6	Weiterführender Ausblick.....	192
5.6	Ländergruppen in der Weltwirtschaft – Zeichen der Regionalisierung statt Globalisierung?	194
5.6.1	Einteilung der Ländergruppen nach dem Entwicklungsstand	195
5.6.1.1	Darstellung zentraler Klassifikationen	195
5.6.1.2	Analyse zentraler Klassifikationen	200

5.6.2	Einteilung der Ländergruppen nach der Zugehörigkeit zu politischen und wirtschaftlichen Gemeinschaften	204
5.6.3	Zusammenfassende Beurteilung der Ländergruppenbildung	207
6	Anhang: Quellen zur Internationalisierung der Wirtschaft.....	210
6.1	Quellen nationaler Institutionen.....	210
6.2	Quellen internationaler Institutionen.....	212
6.3	Sonstige Quellen.....	214
6.4	Wissenschaftliche Beiträge zur Internationalisierung.....	215
	Fragen zur Selbstkontrolle	220
	Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	225

Kapitel 2

Die internationale Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick.....	231
1 Ein Grundverständnis der internationalen Unternehmung	233
1.1 Die Ursprünge internationaler Unternehmungen.....	233
1.2 Ein erster Eindruck von der Bedeutung internationaler Unternehmungen	234
1.3 Ein einführendes Beispiel einer internationalen Unternehmung	235
1.4 Definitionen der internationalen Unternehmung.....	236
1.5 Trugschlüsse über die internationale Unternehmung.....	238
1.6 Überblick über die wichtigsten Markteintritts- und Marktbearbeitungsformen der internationalen Unternehmung	246
1.7 Vom Grundverständnis zu alternativen Betrachtungsmöglichkeiten der internationalen Unternehmung.....	249
2 Quantitative Betrachtungen der internationalen Unternehmung.....	251
2.1 Quantitativ-absolute Betrachtung.....	251
2.1.1 Bestandsgrößen.....	251
2.1.2 Bewegungsgrößen	253
2.1.3 Bestandsgrößen und Bewegungsgrößen im größeren Zusammenhang.....	254
2.2 Quantitativ-relative Betrachtung	255
2.2.1 Die Auslandsquote.....	256
2.2.2 Das Internationalisierungsprofil.....	259
2.2.3 Der Internationalisierungsindex.....	260
2.2.4 Der Internationalisierungsgrad	265
2.2.5 Markt- bzw. konkurrenzbezogene quantitativ-relative Betrachtungen	266
2.3 Beurteilung quantitativer Betrachtungen	270
2.3.1 Allgemeine Beurteilung der quantitativen Internationalitätsmessung.....	271
2.3.2 Spezielle Beurteilung der Internationalitäts- und Erfolgsmessung	275
3 Qualitative Betrachtungen der internationalen Unternehmung	278
3.1 Einleitender Überblick über die qualitativen Konzepte der internationalen Unternehmung	278

3.2 Die mehrstufigen Konzepte der internationalen Unternehmung	279
3.2.1 Das Konzept von Perlmutter	279
3.2.1.1 Darstellung des Konzepts von Perlmutter	279
3.2.1.2 Diskussion des Konzepts von Perlmutter	283
3.2.2 Das Konzept von Bartlett/Ghoshal	289
3.2.2.1 Darstellung des Konzepts von Bartlett/Ghoshal	289
3.2.2.2 Diskussion des Konzepts von Bartlett/Ghoshal	291
3.2.3 Die mehrstufigen Konzepte im Vergleich – eine kurze Zwischenbetrachtung	299
3.3 Die einstufigen Konzepte der internationalen Unternehmung	301
3.3.1 Das Konzept von Hedlund	301
3.3.1.1 Darstellung des Konzepts von Hedlund	302
3.3.1.2 Diskussion des Konzepts von Hedlund	303
3.3.2 Das Konzept von Doz/Prahalad	307
3.3.2.1 Darstellung des Konzepts von Doz/Prahalad	307
3.3.2.2 Diskussion des Konzepts von Doz/Prahalad	308
3.3.3 Das Konzept von White/Poynter	311
3.3.3.1 Darstellung des Konzepts von White/Poynter	311
3.3.3.2 Diskussion des Konzepts von White/Poynter	312
3.3.4 Weitere einstufige Konzepte	314
3.4 Zusammenfassende Zwischenbetrachtung der Archetypen der internationalen Unternehmung	316
4 Ein integratives Konzept der internationalen Unternehmung	319
4.1 Darstellung des integrativen Konzepts	319
4.1.1 Anzahl und geographisch-kulturelle Distanz der bearbeiteten Länder	319
4.1.2 Art und Umfang der Wertschöpfung	321
4.1.3 Integration der internationalen Unternehmung	323
4.2 Diskussion des integrativen Konzepts	326
5 Tochtergesellschaften in der internationalen Unternehmung	332
5.1 Einleitende Überlegungen zur zunehmenden Bedeutung von Tochtergesellschaften	332
5.2 Die Rollentypologie von Bartlett/Ghoshal	336
5.2.1 Die Einordnung der Rollentypologie	336
5.2.2 Die Dimensionen der Rollentypologie	336

5.2.3 Die Tochtergesellschaftsrollen.....	338
5.3 Die Rollentypologie von Ferdows.....	340
5.3.1 Die Einordnung der Rollentypologie.....	341
5.3.2 Die Dimensionen der Rollentypologie.....	341
5.3.3 Die Tochtergesellschaftsrollen.....	343
5.4 Die Rollentypologie von Gupta/Govindarajan.....	347
5.4.1 Die Einordnung der Rollentypologie.....	347
5.4.2 Die Dimensionen der Rollentypologie.....	348
5.4.3 Die Tochtergesellschaftsrollen.....	348
5.5 Der Erkenntniswert der Rollentypologien.....	350
6 Schlussbetrachtung zur internationalen Unternehmung.....	358
Fragen zur Selbstkontrolle	360
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	364

Kapitel 3

Theorien der internationalen Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick.....	371
1 Theorien des Außenhandels	376
1.1 Überblick über Theorien des Außenhandels	376
1.2 Ultra-traditionelle Erklärungsansätze	376
1.2.1 Der Ansatz der Merkantilisten	376
1.2.2 Die Theorie der absoluten Kostenvorteile von Adam Smith.....	377
1.2.3 Die Theorie der relativen Kostenvorteile von David Ricardo	379
1.2.4 Das Faktorproportionentheorem von Heckscher/Ohlin	381
1.2.5 Zwischenfazit zu den ultra-traditionellen Erklärungsansätzen	383
1.2.5.1 Die Kritik an den realitätsfernen Annahmen der Erklärungsansätze.....	383
1.2.5.2 Die Kritik durch die empirische Widerlegung von Leontief (Neo-Faktorproportionentheorem).....	384
1.2.5.3 Trotz aller Probleme – Der Nutzen der ultra-traditionellen Erklärungsansätze.....	386
1.3 Traditionelle Erklärungsansätze	386
1.3.1 Der (Nicht-)Verfügbarkeitsansatz von Kravis	387
1.3.2 Die Theorie der technologischen Lücke von Posner.....	389
1.3.3 Die Nachfragestrukturhypothese von Linder	393
1.3.4 Zwischenfazit zu den traditionellen Erklärungsansätzen.....	396
2 Theorien der Direktinvestition.....	397
2.1 Überblick über Theorien der Direktinvestition	397
2.2 Kapitalmarktorientierte Erklärungsansätze.....	397
2.2.1 Die einfache Zinssatztheorie.....	397
2.2.2 Die erweiterte Zinssatztheorie.....	399
2.2.3 Der Währungsraumansatz von Aliber	401
2.2.4 Die Portfoliotheorie der Direktinvestition nach Rugman.....	403
2.2.5 Zwischenfazit und Ausblick zu den kapitalmarktorientierten Erklärungsansätzen	405

2.3 Die Theorie des monopolistischen Vorteils von Hymer.....	406
2.4 Die Theorien des oligopolistischen Parallelverhaltens	411
2.5 Der Handelsschrankenansatz	415
3 Übergreifende Internationalisierungstheorien.....	418
3.1 Überblick über übergreifende Internationalisierungstheorien	418
3.2 Ansätze zur generellen Begründung der Internationalisierung.....	419
3.2.1 Die Verhaltenstheorie von Aharoni	419
3.2.2 Die Ansätze imperialistischer Begründung	425
3.2.3 Die Ansätze der Kostendegression.....	427
3.3 Ansätze zur Begründung unterschiedlicher Formen der Internationalisierung.....	431
3.3.1 Der Produkt(lebens)zyklusansatz von Vernon	431
3.3.2 Die Standortansätze	434
3.3.3 Der Portersche Diamant-Ansatz	439
3.3.4 Die Internalisierungstheorie	445
3.3.5 Das eklektische Paradigma von Dunning	452
3.3.6 Die Internationalisierungsprozessforschung der Uppsala-Schule.....	458
4 Kritische Gesamtbetrachtung der Internationalisierungstheorien	465
Fragen zur Selbstkontrolle	474
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	478

Kapitel 4

Organisationsstrukturen der internationalen Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick.....	483
1 Grundformen internationaler Organisationsstrukturen.....	485
1.1 Darstellung der Grundformen internationaler Organisationsstrukturen.....	485
1.1.1 Überblick über alternative Grundformen von Organisationsstrukturen	485
1.1.2 Unspezifische Organisationsstrukturen internationaler Unternehmungen	488
1.1.3 Segregierte Organisationsstrukturen internationaler Unternehmungen: Die Internationale Division.....	493
1.1.4 Integrierte Organisationsstrukturen internationaler Unternehmungen	498
1.1.4.1 Eindimensionale integrierte Strukturen.....	499
1.1.4.1.1 Integrierte Funktionalstrukturen	499
1.1.4.1.2 Integrierte Geschäftsbereichs- und Produktstrukturen	503
1.1.4.1.3 Integrierte Regionalstrukturen	511
1.1.4.1.4 Integrierte Key-Account-Strukturen.....	514
1.1.4.2 Mehrdimensionale integrierte Strukturen.....	518
1.1.4.2.1 Matrixstrukturen	518
1.1.4.2.2 Tensorstrukturen.....	524
1.1.5 Netzwerkstrukturen internationaler Unternehmungen.....	526
1.1.5.1 Der Netzwerkbegriff.....	526
1.1.5.2 Intra-organisationale Netzwerke oder: Netzwerkunternehmungen	527
1.1.5.3 Inter-organisationale Netzwerke oder: Unternehmensnetzwerke	530
1.1.5.3.1 Merkmale und Entstehung von Unternehmensnetzwerken	530
1.1.5.3.2 Virtuelle Unternehmensnetzwerke	533
1.1.5.3.3 Der Strukturaspekt von Unternehmensnetzwerken	536
1.1.5.4 Die Verbindung von intra-organisationalen und inter-organisationalen Netzwerkstrukturen	537
1.1.6 Grundformen internationaler Organisationsstrukturen und qualitative Konzepte der internationalen Unternehmung	539

1.1.6.1	Der Zusammenhang mit Bartlett/Ghoshal	539
1.1.6.2	Der Zusammenhang mit Perlmutter	540
1.2	Entwicklung der Grundformen von internationalen Organisationsstrukturen	542
1.2.1	Überblick über empirische Studien zur Entwicklung internationaler Organisationsstrukturen	542
1.2.2	Empirische Studien zur Entwicklung internationaler Organisationsstrukturen	543
1.2.2.1	Die Studie von Stopford/Wells	543
1.2.2.2	Die Studie von Franko	547
1.2.2.3	Die Studien von Egelhoff	548
1.2.3	Eine kritische Würdigung der empirischen Studien	550
1.3	Internationale Organisationsstrukturen und Führungsorganisation	561
1.3.1	Der Zusammenhang zwischen den Grundformen internationaler Organisationsstrukturen und der Führungsorganisation	561
1.3.1.1	Alternativen der Führungsorganisation	562
1.3.1.2	Alternativen der Führungsorganisation und Organisationsstruktur	563
1.3.1.2.1	Aufgabenverteilung in Parallelität zur Gestaltung der Organisationsstruktur	564
1.3.1.2.2	Aufgabenverteilung in Diskrepanz zur Gestaltung der Organisationsstruktur	565
1.3.2	Die Spitzenverfassung von Unternehmungen im internationalen Vergleich	570
1.3.2.1	Einleitender Überblick	570
1.3.2.2	Das deutsche Modell	573
1.3.2.3	Das US-amerikanische Modell	577
1.3.2.4	Das japanische Modell	578
1.3.2.5	Das Schweizer Modell	579
1.3.2.6	Zusammenfassende und weiterführende Überlegungen	580
2	Gestaltungselemente internationaler Organisationsstrukturen	583
2.1	Überblick	583
2.2	Die Schaffung von Konzern- und Holdingstrukturen	583
2.2.1	Die Relevanz von Konzern- und Holdingstrukturen	583
2.2.2	Der Konzern	585
2.2.2.1	Definition und Merkmale des Konzerns	585

2.2.2.2 Arten von Konzernen.....	587
2.2.2.2.1 Juristisch-orientierte Klassifikation.....	587
2.2.2.2.2 Betriebswirtschaftlich-orientierte Klassifikation.....	590
2.2.2.3 Teileinheiten im Konzern.....	591
2.2.2.4 Verflechtungen im Konzern.....	592
2.2.3 Die Holding.....	593
2.2.3.1 Definition und Merkmale der Holding.....	593
2.2.3.2 Die Operative Holding.....	595
2.2.3.3 Die Strategische Holding.....	598
2.2.3.4 Die Finanzholding.....	600
2.2.3.5 Die Holdingvarianten im Vergleich.....	604
2.2.3.5.1 Allgemeiner Vergleich.....	604
2.2.3.5.2 Der Autonomiegrad in der Holding.....	607
2.2.3.5.3 Das Synergie- und Innovationspotential in der Holding.....	607
2.2.3.5.4 Zentralisierung und Dezentralisierung in der Holding.....	608
2.2.4 Bildung von Konzern- und Holdingstrukturen.....	610
2.2.5 Zusammenfassung und Ausblick.....	611
2.3 Die Einrichtung von Zentralbereichen.....	615
2.3.1 Definition und Relevanz von Zentralbereichen.....	615
2.3.2 Modelle von Zentralbereichen.....	617
2.3.3 Geographische Lokalisierung von Zentralbereichen.....	620
2.3.4 Zweck- und Zielsetzung einzelner Zentralbereiche.....	622
2.3.5 Beurteilung der Einrichtung von Zentralbereichen.....	625
2.4 Die Entscheidung für internationale Projektorganisationen.....	628
2.4.1 Definition und Abgrenzung der Projektorganisation.....	628
2.4.2 Arten der Projektorganisation.....	629
2.4.3 Projektinterne Organisationsformen.....	632
2.4.4 Gründe für die zunehmende Verbreitung von projektbezogenen Organisationsformen.....	633
2.5 Die Wahl der statutarischen Organisationsstruktur.....	636
3 Von der Strukturorientierung zur Prozessorientierung.....	641
3.1 Von der Restrukturierung zur Prozessorientierung.....	641
3.2 Arten von Prozessen.....	643
3.2.1 Geschäftsprozesse.....	643

3.2.2 Kernprozesse innerhalb der Geschäftsprozesse	645
3.3 Verbesserung von Geschäftsprozessen	646
3.4 Das schwierige Verhältnis von Strukturen und Prozessen.....	647
Fragen zur Selbstkontrolle	650
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	656

Kapitel 5

Kultur in der internationalen Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick.....	663
1 Terminologische und inhaltliche Grundlagen der Kulturthematik.....	666
1.1 Ein allgemeines Verständnis von Kultur.....	666
1.1.1 Der Begriff Kultur	666
1.1.2 Die Merkmale von Kultur.....	666
1.1.3 Die Funktionen von Kultur.....	668
1.2 Kulturfelder in der internationalen Unternehmung.....	670
1.3 Ursprung und Entwicklung der Kulturforschung im Internationalen Management	672
2 Die Unternehmenskultur internationaler Unternehmungen	678
2.1 Auffassungen über Unternehmenskultur.....	678
2.1.1 Einleitende Überlegungen.....	678
2.1.2 Die Elemente der Concepta-Ebene	680
2.1.3 Die Elemente der Percepta-Ebene	682
2.2 Unternehmenskultur und das Sprachspiel von der Oberflächen- und Tiefenstruktur	684
2.2.1 Einleitende Überlegungen.....	684
2.2.2 Die Unterscheidung zwischen Oberflächen- und Tiefenstrukturen	684
2.2.3 Die Anschlussfähigkeit der Oberflächen- und Tiefenstrukturdiskussion an die Unternehmenskulturdiskussion	686
2.3 Beschreibungsmerkmale für Unternehmenskulturen	686
2.4 Die Entwicklung von Unternehmenskulturen.....	689
3 Die Landeskultur in internationalen Unternehmungen	694
3.1 Einleitender Überblick	694
3.2 Die Kulturdimensionen von Kluckhohn/Strodtbeck	695
3.3 Die Kulturdimensionen von Hall	702
3.4 Die Kulturdimensionen von Hofstede	710
3.4.1 Darstellung der Studie von Hofstede	710

3.4.2	Die Dimensionen Hofstedes	712
3.4.3	Eine kurze Würdigung der Arbeit Hofstedes	723
3.5	Die Kulturdimensionen von Trompenaars	726
3.5.1	Darstellung der Studie von Trompenaars	727
3.5.2	Die Dimensionen von Trompenaars	730
3.5.3	Eine kurze Würdigung der Arbeit Trompenaars'	732
3.6	Das Dülfersche Schichtenmodell	737
3.6.1	Die natürlichen und kulturellen Umweltschichten.....	737
3.6.2	Entscheidungen vor dem Hintergrund der natürlichen und kulturellen Umweltschichten.....	743
3.7	Zusammenfassende Schlussfolgerungen zu den vorgestellten Kulturstudien	746
3.8	Überblick über weitere Kulturstudien.....	752
3.8.1	Einleitender Überblick.....	752
3.8.2	Studien mit Fokus auf der Concepta-Ebene	753
3.8.2.1	Generelle Werte-, Einstellungs- und Überzeugungsstudien.....	753
3.8.2.2	Arbeits- bzw. managementrelevante Werte-, Einstellungs- und Überzeugungsstudien	754
3.8.3	Studien mit Fokus auf der Percepta-Ebene	756
3.8.3.1	Studien zur Verhaltenswelt der Percepta-Ebene.....	756
3.8.3.2	Studien zur Symbolwelt der Percepta-Ebene	757
3.8.4	Studien zu „Business Systems“	760
4	Kulturgeprägte Unternehmungsformen	764
4.1	Einleitende Überlegungen	764
4.2	Die japanischen Keiretsu	765
4.2.1	Historischer Rückblick.....	765
4.2.2	Aktoren und Eigentumsstrukturen der Keiretsu	766
4.2.3	Struktur und Beziehungen im Keiretsu.....	768
4.2.4	Managementprinzipien im Keiretsu.....	769
4.3	Die koreanischen Chaebol	769
4.3.1	Historischer Rückblick.....	769
4.3.2	Aktoren und Eigentumsstrukturen der Chaebol	769
4.3.3	Struktur und Beziehungen im Chaebol	770
4.3.4	Managementprinzipien im Chaebol.....	771

4.4 Die chinesischen Family Business Networks	771
4.4.1 Historischer Rückblick.....	772
4.4.2 Aktoren und Eigentumsstrukturen der Family Business Networks.....	773
4.4.3 Struktur und Beziehungen im Family Business Network.....	774
4.4.4 Managementprinzipien im Family Business Network.....	774
4.5 Zwischenfazit	775
5 Die internationale Unternehmung in ihrer Multikulturalität	778
5.1 Die Universalismus-Kulturismus-Debatte	778
5.2 Die Gründe für Multikulturalität in der internationalen Unternehmung.....	780
5.3 Probleme der Forschung vor dem Hintergrund der Multikulturalität	782
Fragen zur Selbstkontrolle	783
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	788

Kapitel 6

Strategien der internationalen Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick.....	795
1 Terminologische und konzeptionelle Grundlagen	797
1.1 Definition und Charakterisierung des Strategiebegriffs	797
1.1.1 Kurzdefinition und Charakterisierung des Strategiebegriffs	797
1.1.2 Erläuterung der Definition und Charakterisierung des Strategiebegriffs	799
1.1.2.1 Ziele	799
1.1.2.2 Erfolgspotentiale	801
1.1.2.3 Wettbewerbsvorteile	802
1.1.2.4 Umwelt	804
1.1.2.5 Ressourcen, Fähigkeiten und Kompetenzen	805
1.1.2.6 Geplante und emergente Strategien	807
1.1.2.7 Stoßrichtungen und Ebenen von Strategien	809
1.2 Theoretische Ansätze der Strategieforschung	812
1.2.1 Die Industrial-Organization-Ansätze oder: Die Betonung der Umwelt	812
1.2.2 Die Ressourcenbasierten Ansätze oder: Die Betonung der Unternehmung	813
1.2.3 Die Industrial-Organization-Ansätze und die Ressourcenbasierten Ansätze im Zusammenspiel	815
1.2.3.1 Die Unterschiede zwischen den beiden Strömungen	815
1.2.3.2 Die Zusammenführung der beiden Strömungen	816
1.2.4 Kritische Überlegungen zu Umwelt-Ressourcen-Konstellationen in internationalen Unternehmungen	818
2 Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien	820
2.1 Einleitender Überblick über Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien	820
2.1.1 Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien als zentrales Thema des Internationalen Managements	820

2.1.2 Kriterien zur Systematisierung der Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien.....	822
2.2 Export.....	827
2.2.1 Indirekter Export.....	828
2.2.1.1 Charakterisierung des indirekten Exports.....	828
2.2.1.2 Vorteile und Motive des indirekten Exports	828
2.2.1.3 Nachteile und Probleme des indirekten Exports.....	829
2.2.2 Direkter Export.....	830
2.2.2.1 Charakterisierung des direkten Exports	830
2.2.2.2 Vorteile und Motive des direkten Exports	833
2.2.2.3 Nachteile und Probleme des direkten Exports	836
2.3 Lizenzierung.....	838
2.3.1 Charakterisierung der Lizenzierung	838
2.3.2 Vorteile und Motive der Lizenzierung.....	842
2.3.3 Nachteile und Probleme der Lizenzierung	844
2.4 Franchising.....	847
2.4.1 Charakterisierung des Franchising	847
2.4.2 Vorteile und Motive des Franchising	850
2.4.3 Nachteile und Probleme des Franchising	852
2.5 Vertragsfertigung.....	853
2.5.1 Charakterisierung der Vertragsfertigung.....	853
2.5.2 Vorteile und Motive der Vertragsfertigung.....	854
2.5.3 Nachteile und Probleme der Vertragsfertigung	856
2.6 Kooperative Formen des Markteintritts und der Marktbearbeitung	857
2.6.1 Einführende Überlegungen zu Kooperationen.....	857
2.6.2 Joint Venture.....	859
2.6.2.1 Charakterisierung des Joint Ventures	860
2.6.2.2 Vorteile und Motive des Joint Ventures.....	863
2.6.2.3 Nachteile und Probleme des Joint Ventures	866
2.6.3 Strategische Allianz	869
2.6.3.1 Charakterisierung der Strategischen Allianz.....	869
2.6.3.2 Vorteile und Motive der Strategischen Allianz	871
2.6.3.3 Nachteile und Probleme der Strategischen Allianz	873
2.7 Minderheitsbeteiligung	874
2.7.1 Charakterisierung der Minderheitsbeteiligung.....	875

2.7.2	Vorteile und Motive der Minderheitsbeteiligung	876
2.7.3	Nachteile und Probleme der Minderheitsbeteiligung.....	876
2.8	Tochtergesellschaften	877
2.8.1	Tochtergesellschaften im Allgemeinen	877
2.8.1.1	Charakterisierung von Tochtergesellschaften	877
2.8.1.2	Vorteile und Motive für die Etablierung von Tochtergesellschaften	880
2.8.1.3	Nachteile und Probleme der Etablierung von Tochtergesellschaften	881
2.8.2	Tochtergesellschaften durch Neugründung	881
2.8.2.1	Charakterisierung der Neugründung	881
2.8.2.2	Vorteile und Motive der Neugründung.....	883
2.8.2.3	Nachteile und Probleme der Neugründung	884
2.8.3	Tochtergesellschaften als Akquisition	884
2.8.3.1	Charakterisierung der Akquisition.....	884
2.8.3.2	Vorteile und Motive der Akquisition	890
2.8.3.3	Nachteile und Probleme der Akquisition.....	893
2.9	Fusion	895
2.9.1	Charakterisierung der Fusion.....	895
2.9.2	Vorteile und Motive der Fusion	897
2.9.3	Nachteile und Probleme der Fusion.....	898
2.10	Sonstige Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien	899
2.10.1	Managementverträge	900
2.10.2	Markteintritts- und Marktbearbeitungsformen im Investitionsgütergeschäft.....	901
2.11	Die Auswahl der Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie	903
2.12	Schlussüberlegungen zu Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien	911

3 Zielmarktstrategien 914

3.1	Informationen über Auslandsmärkte als Grundlage für Zielmarktstrategien.....	914
3.1.1	Einleitende Überlegungen zur Information über Auslandsmärkte.....	914
3.1.2	Informationsgewinnung.....	915
3.1.3	Informationsverarbeitung	918
3.1.4	Informationsspeicherung.....	920

3.2	Marktpräsenzstrategien.....	920
3.2.1	Basale Marktpräsenzstrategien.....	921
3.2.2	Geographische Marktpräsenzstrategien	923
3.2.3	Attraktivitätsorientierte Marktpräsenzstrategien	924
3.2.4	Ausgleichsorientierte Marktpräsenzstrategien	926
3.2.5	Zwischenfazit	927
3.3	Marktselektionsstrategien.....	927
3.3.1	Zentrale Kriterien für die Marktselektion	928
3.3.1.1	Die Ländermarktattraktivität.....	928
3.3.1.2	Die Ländermarktrisiken.....	929
3.3.1.3	Die Ländermarkteintrittsbarrieren	933
3.3.2	Zentrale Verfahren der Marktselektion.....	935
3.3.2.1	Einstufige Verfahren der Marktselektion.....	936
3.3.2.1.1	Checklistenverfahren	936
3.3.2.1.2	Verfahren der aspektweisen Elimination	938
3.3.2.1.3	Punktbewertungsverfahren.....	938
3.3.2.1.4	Investitionsrechnungsverfahren	940
3.3.2.1.5	Portfolioverfahren	940
3.3.2.2	Mehrstufige Verfahren der Marktselektion.....	944
3.3.2.2.1	Ein allgemeiner Vorschlag für ein mehrstufiges Verfahren der Marktselektion	944
3.3.2.2.2	Ein konkreter Vorschlag für ein mehrstufiges Verfahren der Marktselektion als Heuristik.....	946
3.3.3	Die Individualität von Marktselektionsstrategien	950
3.4	Marktsegmentierungsstrategien	950
3.4.1	Varianten der Marktsegmentierung.....	951
3.4.1.1	Intranationale Marktsegmentierung	951
3.4.1.2	Die integrale Marktsegmentierung.....	953
3.4.2	Die Individualität von Marktsegmentierungsstrategien.....	954
4	Timingstrategien	958
4.1	Länderspezifische Timingstrategien.....	958
4.1.1	Die First-Mover-Strategie	959
4.1.2	Die Follower-Strategie.....	960
4.2	Länderübergreifende Timingstrategien	963
4.2.1	Die Wasserfallstrategie	963

4.2.2 Die Sprinklerstrategie.....	966
4.2.3 Die kombinierte Wasserfall-Sprinkler-Strategie	968
5 Allokationsstrategien	970
5.1 Konfigurationsstrategien – Die Entscheidung zwischen Zentralisierung und Dezentralisierung.....	970
5.1.1 Das Verständnis von Konfiguration.....	970
5.1.2 Varianten der Konfigurationsstrategie.....	972
5.1.3 Vorteile der Zentralisierungsstrategie	974
5.1.4 Vorteile der Dezentralisierungsstrategie	976
5.1.5 Ein erweitertes Verständnis von Konfigurationsstrategien.....	977
5.2 Leistungsstrategien – Die Entscheidung zwischen Standardisierung und Differenzierung.....	981
5.2.1 Varianten der Leistungsstrategie	981
5.2.2 Vorteile der Standardisierungsstrategie	981
5.2.3 Vorteile der Differenzierungsstrategie.....	983
5.2.4 Ein erweitertes Verständnis von Leistungsstrategien.....	983
6 Koordinationsstrategien	987
6.1 Grundlagen zur Koordinationsproblematik.....	987
6.1.1 Der Begriff der Koordination und dessen Bedeutung für die internationale Unternehmung.....	987
6.1.2 Arten der Koordination in der internationalen Unternehmung.....	988
6.2 Gründe für den Koordinationsbedarf in der internationalen Unternehmung	991
6.2.1 Arbeitsteilung	992
6.2.2 Interdependenzen	994
6.2.3 Schnittstellen.....	995
6.2.4 Zwischenfazit	996
6.3 Strategien für den Umgang mit Koordinationsbedarf in der internationalen Unternehmung.....	997
6.3.1 Koordinationsbedarfsreduzierende Strategien.....	997
6.3.1.1 Strategien des Outsourcing.....	998
6.3.1.2 Strategien des Aufbaus von Überschussressourcen.....	1000
6.3.1.3 Strategien der Flexibilisierung von Ressourcen	1001
6.3.1.4 Sonstige Strategien der Koordinationsbedarfsreduktion	1004

6.3.2 Koordinationsbedarfsdeckende Strategien	1005
6.3.2.1 Einleitender Überblick über koordinationsbedarfsdeckende Strategien.....	1005
6.3.2.2 Strukturelle Koordinationsstrategien.....	1007
6.3.2.3 Technokratische Koordinationsstrategien	1012
6.3.2.4 Personenorientierte Koordinationsstrategien	1019
6.3.2.5 Sonstige Strategien der Koordinationsbedarfsdeckung	1023
6.3.2.5.1 Transferpreise	1024
6.3.2.5.2 Wissenstransfer.....	1030
6.3.2.5.3 Selbstorganisation	1032
6.4 Zusammenfassender Ausblick zu Koordinationsstrategien.....	1032
6.4.1 Überblick über Studien zu idealtypischen Koordinationsstrategien.....	1033
6.4.1.1 Die Studie von Egelhoff.....	1033
6.4.1.2 Die Studie von Bartlett/Ghoshal	1034
6.4.2 Auf der Suche nach der idealen Koordinationsstrategie.....	1036
7 Schlussbetrachtung.....	1038
Fragen zur Selbstkontrolle	1041
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	1047

Kapitel 7

Dynamik in der internationalen Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick.....	1055
1 Grundlagen eines Prozessmanagements	1057
1.1 Klassifizierung bestehender Internationalisierungsansätze.....	1058
1.1.1 Ansätze zu Aufbauorganisationen	1059
1.1.2 Ansätze zu Ablauforganisationen	1059
1.1.3 Theorien der Unternehmung.....	1060
1.1.4 Theorien der Unternehmungsentwicklung	1061
1.1.4.1 Lebenszyklustheorien.....	1062
1.1.4.2 Evolutionäre Prozesstheorien.....	1063
1.1.4.3 Dialektische Prozesstheorien	1064
1.1.4.4 Teleologische Prozesstheorien	1066
1.2 Die Prozessmechanik.....	1067
1.2.1 Der Kernprozess	1069
1.2.1.1 Die Prozessstruktur	1069
1.2.1.2 Die Allokation von Zeit.....	1070
1.2.1.2.1 Die Dauer und das Zeitbudget von Prozessen	1070
1.2.1.2.2 Das Prozessmuster	1070
1.2.1.2.3 Die Synchronisation von Prozessen	1071
1.2.1.2.4 Die soziale Zeit	1071
1.2.1.3 Die Prozesslogik.....	1072
1.2.2 Das Prozessumfeld.....	1072
1.2.2.1 Prozesse im Umfeld des Kernprozesses.....	1073
1.2.2.2 Netzwerke im Prozessumfeld	1073
1.2.2.3 Ressourcen im Prozessumfeld.....	1074
1.2.3 Der Prozessinhalt.....	1075
1.2.3.1 Die Prozessebene und die Prozessreichweite	1076
1.2.3.2 Die Handlungsalternativen	1077
1.2.3.3 Die Intensität des organisationalen Wandels	1077

1.3 Die Prozesstrilogie der Internationalisierung: Evolution, Episoden und Epochen	1080
1.3.1 Internationale Evolution	1081
1.3.2 Internationalisierungsepisoden	1082
1.3.3 Internationalisierungsepochen	1084
1.3.4 Die „Drei E's“ als Konstellationen von Kernprozess, Prozessumfeld und Prozessinhalt.....	1086
2 Unternehmungsentwicklung durch internationale Evolution.....	1089
2.1 Ursachen inkrementaler Internationalisierungsprozesse.....	1089
2.2 Führung der geplanten internationalen Evolution.....	1091
2.2.1 Von der inkrementalen zur geplanten internationalen Evolution	1091
2.2.2 Prozessmanagement der geplanten internationalen Evolution	1094
2.2.2.1 Veränderungen durch Ad-hoc-Strukturierung.....	1094
2.2.2.2 Veränderungen durch Korrektur des internationalen Tagesgeschäftes	1097
2.2.2.3 Veränderungen durch Reorganisation von Prozessen	1099
2.2.3 Führung der Prozessinhalte der internationalen Evolution	1104
2.2.4 Führung des Prozessumfeldes der internationalen Evolution.....	1107
2.2.4.1 Mikronetzwerke im Umfeld der internationalen Evolution.....	1107
2.2.4.2 Ressourcen im Umfeld der internationalen Evolution.....	1108
2.2.4.3 Prozesse im Umfeld der internationalen Evolution.....	1110
2.2.5 Evolution der konzeptionellen Gesamtsicht	1112
2.3 Analysemethoden zur Unterstützung des Managements der geplanten internationalen Evolution	1113
3 Unternehmungsentwicklung durch Internationalisierungsepisoden	1121
3.1 Ursachen von Internationalisierungsepisoden	1121
3.1.1 Unternehmungskonfigurationen.....	1122
3.1.2 Wandel von Unternehmungskonfigurationen.....	1123
3.2 Führung von Internationalisierungsepisoden	1123
3.2.1 Führungsalternativen in Internationalisierungsepisoden	1124
3.2.1.1 Führung von Episodeninhalten.....	1124
3.2.1.2 Führung des Kernprozesses der Episode	1126
3.2.1.3 Führung des Prozessumfeldes.....	1130
3.2.1.3.1 Das Prozessumfeld.....	1131

3.2.1.3.2 Internationalisierungsepisoden im Spannungsfeld von Potentialen und sozio-ökonomischem Feld	1132
3.2.2 Episodenmanagement am Beispiel internationaler Akquisitionen	1137
3.2.2.1 Ein Phasenschema für Akquisitionsepisoden.....	1137
3.2.2.2 Allokation von Zeit und Dauer der Teilprozesse	1144
3.2.2.3 Logik und Struktur der Teilprozesse.....	1149
3.2.2.4 Synchronisation mit Umfeldereignissen und -prozessen.....	1151
3.3 Analysemethoden zur Unterstützung des Episodenmanagements.....	1152
4 Unternehmungsentwicklung durch Internationalisierungsepochen	1155
4.1 Ursachen von Internationalisierungsepochen	1155
4.2 Führung von Internationalisierungsepochen	1157
4.2.1 Führungsgrößen für Internationalisierungsepochen	1157
4.2.1.1 Die konzeptionelle Gesamtsicht im Rahmen des Epochenmanagements	1158
4.2.1.2 Der normative Charakter des Epochenmanagements	1160
4.2.1.3 Leitmotive für Internationalisierungsepochen	1161
4.2.2 Gestaltung von strategischen Zugfolgen.....	1163
4.2.2.1 Beispiele für Epochenstrukturen: Reihungen und Parallelisierungen.....	1163
4.2.2.2 Bewertung strategischer Zugfolgen	1166
4.3 Analysemethoden zur Unterstützung des Epochenmanagements.....	1168
4.3.1 Der relative Internationalisierungsgrad	1168
4.3.2 Das Internationalisierungspotential.....	1171
4.3.3 Die Internationalisierungsmatrix.....	1172
4.3.4 Ein Fallbeispiel: Internationale Dynamik in der Lampenbranche	1175
5 Zusammenfassende Schlussbetrachtung	1181
Fragen zur Selbstkontrolle	1184
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	1187