Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber V

Einführung

Joachim Zentes und Bernhard Swoboda
Komplexität der Internationalisierungsprozesse am Beispiel von KBE und Electrolux 3

Erster Teil: Ausgewählte Aspekte des Außenhandels

Günter Dopjans
Rechtliche Rahmenbedingungen – Vertragsgestaltung nach Einheitlichem Kaufrecht 21

Jörn Altmann
Abwicklung des Warenverkehrs – Export 31

Jörn Altmann
Abwicklung des Warenverkehrs – Import 39

Siegfried Georg Häberle
Risikomanagement im Außenhandel – Außenhandelsrisiken 45

Moritz Havenstein
Risikomanagement im Außenhandel – Instrumente der Kurssicherung 59

Bernd Kempa und Michael Nelles
Risikomanagement im Außenhandel – Kurssicherung und Frühwarnung 71

Gerd Waschbusch
Kurzfristige Außenhandelsfinanzierung 81

Hartmut Bieg
Mittel- und langfristige Außenhandelsfinanzierung 93

Zweiter Teil: Internationale Wettbewerbs- und Wertschöpfungsstrategien

Reinhold Würth
Globalisierung der Geschäftsidee – Das Fallbeispiel Würth 105

Doris Hildebrand und Jenny Hofmann
Basisoptionen internationaler Wettbewerbsstrategien – Keramag AG 119

Dirk Holtbrügge, Andreas Exter und Markus G. Kittler
Management internationaler Unternehmungskooperationen – Das Beispiel Transrapid 133

Arnold Schuh
Globalisierung im Baustoffgeschäft – Der Aufstieg der Wienerberger Gruppe zum „Global Player" 145

Torsten J. Gerpott und Nejc M. Jakopin
Internationale Marktsicherungsstrategien in der Mobilfunkindustrie – Das Beispiel des Übergangs zu einer neuen Netzgeneration in Ungarn 161

Christian Lechner and Michael Dowling
New Product Development – The Benetton Group 179

Rainer Türck
Konfiguration und Koordination der Forschung und Entwicklung bei General Motors und Opel 197

Armin Töpfer und Christian Duchmann
Die internationale Konfiguration von Wertschöpfungsaktivitäten nach strategischen und operativen Optimalitätskriterien – Das Beispiel DaimlerChrysler 213

Helmut Baumgarten
Gestaltung und Implementierung globaler Logistiknetzwerke – Die Sportsmobile AG 231

Alexander Gerybadze, Michael Stephan und Florian Winkle
Erschließung osteuropäischer Märkte in der Anhänger- und Aufbautenindustrie – Der Internationalisierungsprozess der mittelständischen W. Reichert Carosseriebau GmbH 239

Michael-Jörg Oesterle und Tobias Vogel
Made in USA – Der direktinvestive Eintritt deutscher Pkw-Hersteller in den US-amerikanischen Markt 251

Michael Eßig und Tobias Buck
Beschaffungsmanagement bei Fairchild Dornier 263

Dirk Morschett und Hanna Schramm-Klein
Contract Manufacturer als Outsourcing-Partner international tätiger Industrieunternehmen – Flextronics International Ltd. 279

Bernadette Sager and Michael Dowling
International Expansion in the Case of Pfleiderer Wind Energy 295

Dritter Teil: Internationales Marketing

Margit Enke und Anja Geigenmüller
Internationale Marketingplanung am Beispiel der Creme & Düfte AG in Russland 313

Wolfgang Burr, Cornelius Herstatt, Gernot Marquardt und Sabine Walch
Lizenzierung als Eintrittsstrategie in internationale Märkte 325

Hartmut H. Holzmüller, Daniela Lobin und Davide Rossetti
Safilo Group, Italy – From licensee to licensor 339

Thorsten Posselt und Nils Maschke
Internationalisierung durch Masterfranchising am Beispiel des Unternehmens „Studienkreis“ 355

Hans-Peter Liebmann und Thomas Angerer
Markteintritt in Kroatien durch Gründung einer Tochtergesellschaft – LETA GmbH 365

Volker Trommsdorff, Christian Schuchardt, Tilmann Lesche und Constanze Hess
Das Joint Venture als Markteintrittsstrategie in China – Shanghai Medical Products Co. Ltd. 375

Michael Lingenfelder, Ingolf Braun und Peter Loevenich
Eintritt in den kolumbianischen Markt mittels Joint Venture – Dargestellt am Beispiel von SCA Hygiene Products 391

Thomas Rudolph
Lands' End's entry into Germany – Successful coordination of strategy, organization and behavior 401

Nikolaos K. Papavassiliou and Paraskevas C. Argouslidis
The successful course of a Greek SME in the domestic and in the international marketplace 413

Franz-Rudolf Esch, Tobias Langner und Ingolf Braun
Management internationaler Markenportfolios – SCA Hygiene Paper 427

Marc Brenneiser und Richard Köhler
Entwicklung einer internationalen Kommunikationsstrategie für eine Marke – Der Fall Nivea 443

Thomas Foscht and Indrajit Sinha
The product and branding strategy of „Muji" 451

Dietrich von der Oelsnitz
Produkt- und Timing-Strategien am Beispiel der Walt Disney Company 463

Vierter Teil: Internationale Unternehmensführung

Thomas Wrona
Gestaltung der strategischen Planung in einem internationalen Unternehmen 479

Günter Müller-Stewens und Christoph Lechner
Das internationale Allianzsystem um AT&T Unisource 487

Georg Schreyögg und Horst Steinmann
Legitimationsprobleme im internationalen Projektgeschäft – Cabora Bassa und die Siemens AG 503

Maria Rumpf
Umfeldmanagement der Royal Dutch/Shell Gruppe am Beispiel der Brent Spar-Affäre 521

Christian Scholz und Volker Stein
Gescheiterte Virtualisierungsstrategie im internationalen Bankenmarkt – enba ltd. 537

Peter Krampf, Rainer Sibbel, Jörg Schlüchtermann und Christian Harm
Neuausrichtung im Beschaffungsmanagement 547

Wolfgang Weber, Marion Festing und Ingo Weller
Internationales Personalmanagement bei der Deutschen Telekom AG 563

Walter A. Oechsler und Günther Trautwein
Internationales Personalmanagement – Entsendung von Mitarbeitern durch die BASF AG 577

Klaus Backhaus und Holger Werthschulte
Internationale Projektfinanzierung – Das Beispiel Platinum Toll Highway 593

Amit Jain and Jyoti P. Gupta
Privatization through International Project Financing – The Case of Oil & Gas Industry in India 601

Gunter Dufey and Priscilla Rogers
BAUMAG AG – Funding Multinational Operations 617

Karlheinz Küting und Johannes Wirth
Rechnungslegung – Internationale Konzernabschlüsse nach IFRS 621

Heinz Kußmaul und Miriam Wegener
Steuerliche Determinanten des Internationalen Managements 641

Ferri Abolhassan
Die Internationalisierung der IDS Scheer AG – Herausforderungen im Know-how-Transfer 649

Dodo zu Knyphausen-Aufseß und Lars Schweizer
Akquisition und Integration von Lexigen Pharmaceuticals Corp. durch Merck KGaA 659

Margit Enke und Martin Reimann
Die Auto-Mobile Corporation – Interkulturelles Management bei internationaler Post-Merger Integration 673

Bernhard Swoboda und Frank Hälsig
Aufbau einer multinationalen Corporate Identity als Bestandteil der Unternehmenspersönlichkeit – Das Beispiel der Henkel-Gruppe 685

Fünfter Teil: Ausgewählte institutionelle Aspekte

Dirk Zupancic und Torsten Tomczak
Internationales Key Account Management – Energy Systems Corp. 703

Otmar Peter Schön und Joachim Zentes
Schwerpunkte der Globalisierungsstrategie eines Mittelständlers – Die HYDAC GmbH 717

Axel G. Schmidt und Pia Viehl
Internationalisierung mittelständischer Unternehmen am Beispiel einer Brauerei 733

Andreas Herrmann und Sandra Maier
Gestaltung von Dienstleistungen im internationalen Schienenverkehr 743

Walter Schertler und Dirk Tietz
Wertarchitektur von Low Cost Carriern in der europäischen Luftfahrt 757

Joachim Zentes und Bernhard Swoboda
Internationalisierung einer Fachgeschäftskonzeption – Douglas AG 773

Stichwortverzeichnis 787

Sach- und Firmenverzeichnis 795