

Inhalt

Kapitel I: Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit

1	Dynamik des globalen Wettbewerbs	1
2	Internationalisierung und Internationales Management	7
2.1	Begriffliche Grundlagen	7
2.1.1	Begriff der Internationalisierung	7
2.1.2	Begriff der Internationalen Unternehmung	9
2.2	Ausmaß der internationalen Unternehmenstätigkeit	10
2.3	Internationales Management im Rahmen der Betriebswirtschaftslehre	19
	Literaturhinweise	22

Kapitel II: Strategische Probleme der Unternehmensführung im internationalen Unternehmen

1	Unternehmensführung	25
2	Strategische Planung im Rahmen des betrieblichen Planungssystems	33
3	Beitrag der Internationalisierung von Unternehmen für die Gestaltung allgemeiner Unternehmensstrategien	38
3.1	Beitrag der Internationalisierung zu den Wachstumsstrategien der Ansoff-Matrix	38
3.1.1	Marktdurchdringung	41
3.1.2	Markterweiterung	43
3.1.3	Produktdifferenzierung	44
3.1.4	Diversifikation	45
3.1.5	Zusammenfassung	47
3.2	Beitrag der Internationalisierung im Rahmen der Produkt-Portfolio-Matrix	48

3.2.1	Prinzip der Produkt-Portfolio-Matrix	48
3.2.2	Bedeutung der Internationalisierung für die Strategieentwicklung im Rahmen einer Produkt-Portfolio-Analyse	52
3.2.3	Weiterentwicklungen	54
3.3	Beitrag der Internationalisierung im Rahmen der Porter-Matrix	58
3.3.1	Prinzip der Porter-Matrix	58
3.3.2	Bedeutung der Internationalisierung für die Strategieentwicklung im Rahmen der Porter-Matrix	59
3.4	Ergebnis	66
4	Planung im internationalen Unternehmen	68
5	Internationalisierungsstrategie	72
6	Theoretische Grundlagen der Internationalisierung	76
6.1	Theorien des internationalen Handels	77
6.1.1	Theorie der komparativen Kostenvorteile	77
6.1.1.1	Theorie der Produktivitätsunterschiede	77
6.1.1.2	Theorie der Faktorausstattung	78
6.1.2	Theorie der technologischen Lücke	80
6.1.3	Produktlebenszyklus-Theorie	85
6.1.4	Lernkurven-Theorie des internationalen Handels	89
6.1.5	Nachfragestruktur-Theorie	94
6.1.6	Standort-Theorie	97
6.1.7	Statische «Economies-of-Scale»-Theorie	99
6.1.8	Theorie des intrasektoralen Handels	100
6.1.9	Bedeutung der Theorien des internationalen Handels für betriebswirtschaftliche Überlegungen	101
6.2	Theorien der Direktinvestition im Ausland	104
6.2.1	Klassische Kapital-Theorie	105
6.2.2	Monopol-Theorie	107
6.2.3	Theorie des oligopolistischen Parallelverhaltens	110
6.2.4	Produktlebenszyklus-Theorie	111
6.2.5	«Imperialismus»-Theorie	114
6.2.6	Behavioristische Theorie	114
6.2.7	Erklärung von Direktinvestitionen im Ausland durch Handelsschranken	117
6.2.8	Standort-Theorie	118
6.2.9	Bedeutung der Theorien von Direktinvestitionen im Ausland für betriebswirtschaftliche Überlegungen	119

6.3	Theorien für den Abschluß von internationalen Technologieverträgen	120
6.3.1	Überschußtechnologie	121
6.3.2	Technologiegewinnung und -sicherung	122
6.3.3	Unternehmensinterne Restriktionen	123
6.3.4	Unternehmensexterne Restriktionen	124
6.3.5	Bedeutung der Motive für den Abschluß von internationalen Technologieverträgen für betriebswirtschaftliche Überlegungen	125
6.4	Theorien der Internationalisierung bei gleichzeitiger Berücksichtigung verschiedener Markteintrittsstrategien	127
6.4.1	Theorie der Internalisierung	127
6.4.2	Eklektische Theorie	129
6.5	Bedeutung der Theorien der Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit für das Internationale Management	132
7	Strategische Konzepte für die Internationalisierung von Unternehmen	137
7.1	EPRG-Modell	137
7.2	Triade-Modell	142
7.3	Internationalisierungskonzepte von Porter	149
7.3.1	Globalisierungskonzept von Porter	149
7.3.2	Wettbewerbsmodell für Nationen von Porter	155
7.3.2.1	Faktorbedingungen	157
7.3.2.2	Nachfragebedingungen	159
7.3.2.3	Verwandte und unterstützende Branchen	161
7.3.2.4	Unternehmensstrategie, Strukturen und Konkurrenz	162
7.3.2.5	Rolle des Zufalls	162
7.3.2.6	Rolle des Staates	163
7.3.2.7	Dynamik des «Diamanten»	163
7.3.2.8	Zerstörung des «Diamanten»	165
7.3.2.9	Bedeutung des «Diamanten» für die Formulierung einer Internationalisierungsstrategie	165
7.3.2.10	Kritik	171
7.4	Würdigung der strategischen Konzepte für Internationalisierungsentscheidungen	176
8	Zusammenfassende Beurteilung der Theorien und Konzepte der Internationalisierung von Unternehmen	178
	Literaturhinweise	178

Kapitel III: Konzept zur Entwicklung einer Internationalisierungsstrategie für Unternehmen

1	Strategische Lücken-Analyse	189
1.1	Entscheidungssituation ohne strategische Lücke	189
1.2	Entscheidungssituation mit strategischer Lücke	194
1.3	Entwicklung der Internationalisierung aus der strategischen Lücke	195
2	Überprüfung der Voraussetzungen für eine Internationalisierung	197
2.1	Allgemeine Voraussetzungen	197
2.2	Analyse der länderspezifischen Voraussetzungen	205
2.2.1	Informationsgewinnungsprozesse	205
2.2.2	Überprüfung des Internationalisierungspotentials für den Auslandsmarkt	209
2.2.3	Modelle zur Bestimmung der Vorteilhaftigkeit der Umweltsituation im Ausland	211
3	Entscheidung über die Anzahl von Ländern	216
4	Beschränkungen der Form der Auslandsaktivitäten . .	218
5	Grundformen von Markteintrittsstrategien	219
6	Wirtschaftlichkeitsanalysen	223
6.1	Misfit-Analyse	223
6.2	Detaillierte Wirtschaftlichkeitsanalyse zur Auswahl alternativer Formen der Internationalisierung	226
6.2.1	Quantitative Analyse	226
6.2.1.1	Wirtschaftlichkeitsanalyse für die Exportentscheidung .	227
6.2.1.2	Wirtschaftlichkeitsanalyse für die Entscheidung über Direktinvestitionen im Ausland	231
6.2.1.3	Wirtschaftlichkeitsanalyse für die Entscheidung über den Abschluß eines internationalen Technologievertrages	239
6.2.1.3.1	Ermittlung der Höhe der Technologiegebühr	239
6.2.1.3.2	Kapitalwertermittlung bei internationalen Technologieverträgen	250
6.2.1.4	Zusammenfassung der Wirtschaftlichkeitsanalyse . . .	253
6.2.2	Qualitative Analyse	254

6.2.3	Modell für die Zusammenführung von quantitativer und qualitativer Analyse	256
6.2.4	Fallbeispiel	263
6.2.5	Zusammenfassende Beurteilung des Entscheidungsmodells	275
7	Besonderheiten bei der Entwicklung des strategischen Konzeptes	282
8	Zusammenfassung und Einbettung des strategischen Konzeptes in die bisherigen Modelle der Internationalisierung	284
8.1	Einordnung des Modells in die bestehenden Theorien und Modelle der Internationalisierung	284
8.2	Zusammenfassende Würdigung	287
	Literaturhinweise	291

Kapitel IV: Internationale betriebliche Teilpolitiken

1	Internationales Marketingmanagement	295
1.1	Internationale Produktpolitik	298
1.2	Internationale Preispolitik	301
1.2.1	Determinanten der Preisfestlegung	301
1.2.1.1	Preisstrategien	301
1.2.1.2	Zahlungs- und Lieferbedingungen	303
1.2.1.3	Kostenorientierte Preisfestlegung im Ausland	303
1.2.1.4	Konkurrenzorientierte Preisfestlegung im Ausland	308
1.2.1.5	Kundenorientierte Preisfestlegung im Ausland	309
1.2.1.6	Einfluß staatlicher Regulierungen auf die Preisfestlegung im Ausland	310
1.2.1.7	Einfluß von Wechselkurs- und Inflationsentwicklungen auf die Preisfestlegung im Ausland	310
1.2.1.8	Einfluß der Markteintritts- bzw Marktbearbeitungsstrategie im Ausland	310
1.2.2	Verrechnungspreise zwischen inländischer Muttergesellschaft und ausländischer Tochtergesellschaft	321
1.3	Internationale Kommunikationspolitik	323
1.3.1	Kommunikationspolitische Strategien	323
1.3.1.1	Standardisierung der internationalen Kommunikationsstrategie	324

1.3.1.2	Differenzierung der internationalen Kommunikationsstrategie	327
1.3.1.3	Internationale Dachkampagnenstrategie	329
1.3.2	Instrumente der internationalen Kommunikationspolitik	330
1.3.2.1	Werbung	330
1.3.2.1.1	Auswahl der Werbeagentur	332
1.3.2.1.2	Internationale Mediaselektionsplanung	334
1.3.2.1.3	Auswahl der Werbemittel	335
1.3.2.2	Personal Selling	335
1.3.2.3	Messen und Ausstellungen	336
1.3.2.4	Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations) im internationalen Unternehmen	337
1.4	Internationale Distributionspolitik	338
1.4.1	Wahl der Absatzwege im Ausland	340
1.4.2	Auswahl der Absatzmittler im Ausland	342
1.4.3	Aspekte der Logistik in der internationalen Distributionspolitik	342
	Literaturhinweise	344
2	Internationales Beschaffungsmanagement	347
2.1	Auswahl internationaler Beschaffungsquellen	348
2.2	Bestimmungsfaktoren der internationalen Beschaffungsstrategie	349
2.3	Die Organisation der internationalen Beschaffung	352
	Literaturhinweise	353
3	Internationales Produktionsmanagement	355
3.1	Einfluß der Internationalisierung auf die Faktoreinsätze	356
3.1.1	Zeitliche Anpassung	358
3.1.2	Intensitätsmäßige Anpassung	361
3.1.3	Technische Eigenschaften der Potentialfaktoren	363
3.1.4	Quantitative Anpassung	365
3.2	Kombination der Produktionsfaktoren	370
3.2.1	Einfluß auf die Kostenisoquante	372
3.2.2	Einfluß auf die Ertragsisoquante	372
3.3	Produkte	374
	Literaturhinweise	375
4	Internationales Personalmanagement	376
4.1	Besonderheiten der Personalbedarfsplanung im internationalen Unternehmen	377

4.2	Besonderheiten in den Besetzungsstrategien im internationalen Unternehmen	378
4.2.1	Ethnozentrische Besetzungsstrategie	380
4.2.2	Polyzentrische Besetzungsstrategie	381
4.2.3	Geozentrische Besetzungsstrategie	383
4.2.4	Zusammenfassende Beurteilung der Besetzungsstrategien	386
4.3	Probleme der Entsendung von Mitarbeitern ins Ausland	387
4.3.1	Auswahlphase	387
4.3.1.1	Auswahlkriterien	387
4.3.1.2	Auswahltechniken	389
4.3.2	Vorbereitungsphase	390
4.3.2.1	Schulung und Training	390
4.3.2.2	Fixierung des Entsendungsvertrages	392
4.3.3	Einsatzphase	394
4.3.3.1	Einsatzdauer	394
4.3.3.2	Betreuung während des Einsatzes	395
4.3.4	Reintegrationsphase	396
4.4	Unternehmensexterne Einflußfaktoren auf das internationale Personalmanagement	399
	Literaturhinweise	400
5	Internationales Forschungs- und Entwicklungsmanagement	404
5.1	Zielsetzung eines internationalen Forschungs- und Entwicklungsmanagements	404
5.2	Ausrichtung der Forschung und Entwicklung im internationalen Unternehmen	406
5.3	Planung der internationalen Forschung und Entwicklung	408
5.3.1	Strategische Planung	408
5.3.1.1	Standortwahl der internationalen Forschung und Entwicklung	409
5.3.1.2	Make-or-Buy-Entscheidungen	413
5.3.2	Festlegung der zukünftigen Forschungsrichtung	414
5.3.3	Internationale Allokation personeller und finanzieller Ressourcen	414
5.3.4	Zukünftige Rolle der Forschung und Entwicklung	416
5.3.5	Operative Planung	416
5.4	Organisation der internationalen Forschung und Entwicklung	417

5.4.1	Aufbauorganisation	417
5.4.1.1	Internationale Kollegien	417
5.4.1.2	Internationales Projektmanagement	418
5.4.1.3	Internationale Liniensysteme	419
5.4.1.4	Stabsstellen	420
5.4.2	Ablauforganisation	422
5.4.2.1	Zentrale Steuerung	426
5.4.2.2	Lokale Autonomie	427
5.4.2.3	Flexible Integration	428
5.5	Führungsprobleme der internationalen Forschung und Entwicklung	429
	Literaturhinweise	431
6	Internationales Finanzmanagement	433
6.1	Ziele des internationalen Finanzmanagements	433
6.2	Aufgaben des internationalen Finanzmanagements	435
6.2.1	Kapitalbeschaffung	435
6.2.1.1	Innenfinanzierung	435
6.2.1.2	Konzerninterne Außenfinanzierung	437
6.2.1.3	Konzernexterne Außenfinanzierung	439
6.2.1.4	Kriterien der Finanzierungsentscheidung	442
6.2.2	Kapitalstrukturpolitik	442
6.2.2.1	Eigenkapitalquote und Auslandsrisiken	443
6.2.2.2	Eigenkapitalquote und länderspezifische Gegeben- heiten	443
6.2.2.3	Eigenkapitalquote und Kapitalstruktur im Konzern	444
6.3	Internationale Finanzdisposition	445
6.3.1	Internationales Cash-Management	445
6.3.1.1	Cash-Pooling	446
6.3.1.2	Clearing	447
6.3.2	Internationales Währungsmanagement	448
6.3.3	Internationales Zinsmanagement	451
6.4	Organisation des internationalen Finanzmanagements	453
	Literaturhinweise	456
7	Rechnungslegung im internationalen Unternehmen	458
7.1	Unterschiede in nationalen Rechnungslegungs- vorschriften	458
7.2	Weltabschlüsse	461
7.2.1	Fristigkeitsmethode	463
7.2.2	Nominal-Sachwert-Methode	463
7.2.3	Zeitbezugs-methode	464

7.2.4	Stichtagskursmethode	465
7.2.5	Funktionale Umrechnungsmethode	465
7.2.6	Umrechnungsdifferenzen	466
7.3	Interne Rechnungslegung	467
	Literaturhinweise	467
8	Controlling in internationalen Unternehmen	469
8.1	Standardisierung oder Differenzierung des Controlling	470
8.2	Organisation des Controlling im internationalen Unternehmen	472
	Literaturhinweise	476
9	Organisation international tätiger Unternehmen	478
9.1	Einflußfaktoren auf die Organisationsstruktur im internationalen Unternehmen	478
9.2	Effizienzanforderungen an die Organisation im inter- nationalen Unternehmen	480
9.3	Aufbauorganisation internationaler Unternehmen	480
9.3.1	Primäre Strukturen	481
9.3.2	Globale Strukturen	481
9.3.3	Fortgeschrittene Strukturen	486
9.4	Ablauforganisation im internationalen Unternehmen	488
9.4.1	Koordination	488
9.4.2	Kontrolle	489
9.4.3	Kommunikation	490
	Literaturhinweise	495
10	Zusammenfassung und Ausblick	497
	Literaturverzeichnis	499
	Abbildungsverzeichnis	523
	Tabellenverzeichnis	529
	Register	531