

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Inhaltsverzeichnis .....	IX
Abbildungsverzeichnis .....	XVIII
Tabellenverzeichnis .....	XXI

## Teil I

Einführung .....	3
------------------	---

<b>Kapitel 1: Gegenstand des Internationalen Managements .....</b>	<b>5</b>
1.1  Erfahrungs- und Erkenntnisobjekt des Internationalen Managements.....	5
1.2  Wohlstandssteigerung durch internationale Kooperation .....	9
1.2.1  Bedürfnisse .....	9
1.2.2  Bedürfnisbefriedigung durch internationale Arbeitsteilung und Wettbewerb	10
1.2.3  Ausweitung internationaler Kooperation .....	14
1.2.4  Das Rationalprinzip als Basisannahme des Kooperationsverhaltens .....	19
1.3  Ungelöste Herausforderungen der Globalisierung.....	20
1.3.1  Globalisierung und Umwelt .....	20
1.3.2  Globalisierung und Migration.....	21
1.3.3  Verteilung von Wohlstandsgewinnen .....	24
1.4  Aussagen und Ziele des Faches Internationales Management .....	25

<b>Kapitel 2: Eine institutionenökonomische Perspektive auf das internationale Management .....</b>	<b>29</b>
2.1  Warum eine institutionenökonomische Perspektive? .....	29
2.2  Merkmale einer institutionenökonomischen Perspektive .....	32
2.2.1  Abgrenzung von der Neoklassik .....	32
2.2.2  Eigennutzorientierung und methodologischer Individualismus .....	35
2.2.3  Kritik der Prämissen der Neoklassik.....	36
2.2.4  Institutionen als Lösung für Interaktionsprobleme .....	37
2.2.5  Ebenen von Institutionen .....	38
2.3  Williamsons Transaktionskostentheorie .....	40
2.3.1  Transaktion .....	41
2.3.2  Verhaltensannahmen.....	42
2.3.3  Umweltfaktoren .....	44

2.3.4	Transaktionskosten .....	47
2.3.5	Überwachungs- und Durchsetzungssysteme (Governance-Strukturen) .....	47
2.3.6	Internationale Unternehmen als Organisation und als Governance-Struktur .....	52
2.4	Die Prinzipal-Agenten-Theorie .....	53
2.4.1	Adverse Selektion .....	53
2.4.2	Moralisches Risiko .....	54
2.5	Die Verfügungsrechtetheorie und das Coase-Theorem .....	54
2.5.1	Verfügungsrechte .....	54
2.5.2	Klare und vollständige ex-ante Zuordnung von Verfügungsrechten .....	56
2.5.3	Internalisierung externer Effekte .....	56

## Teil II

Die institutionelle Umwelt internationaler Unternehmen .....	61
--	----

### A: Vorüberlegungen zur institutionellen Umwelt internationaler Unternehmen

<b>Kapitel 3: Die Begründung einer institutionellen Umwelt .....</b>	<b>63</b>
3.1 Was ist eine institutionelle Umwelt? .....	63
3.2 Erklärungsansätze einer institutionellen Umwelt .....	65
3.3 Wiederholte Fälle von Kooperationsproblemen .....	66
3.4 Externe Effekte und die Zuordnung von Verfügungsrechten .....	69
3.5 Monopolmacht .....	74
3.6 Institutionelle Umwelt und Autorität .....	75
3.6.1 Sich selbst durchsetzende vs. sich nicht selbst durchsetzende Regeln .....	76
3.6.2 Die Rolle des Anonymitätsgrades in einer Gesellschaft .....	77
<b>Kapitel 4: Die Legitimität institutioneller Umwelten .....</b>	<b>81</b>
4.1 Was ist Legitimität? .....	81
4.2 Das Problem der Beurteilung der Legitimität von Zielen .....	82
4.3 Die Beurteilung der Spielregeln des Entscheidungsprozesses zur Zielfindung .....	83
4.3.1 Der Konsens als demokratisches Zielfindungsverfahren .....	83
4.3.2 Probleme der Konsensfindung und die Simulation eines Konsenses .....	85
4.4 Die Legitimität der Mittel zur Zielerreichung .....	88
<b>Kapitel 5: Agenten, Pfade und Interessen bei der Implementierung institutioneller Umwelten .....</b>	<b>93</b>
5.1 Eine deskriptive Analyse der Implementierung institutioneller Umwelten .....	93

5.2	Beschränkte Rationalität und eingeschränkte Kompetenz bei der Gestaltung von institutionellen Umwelten .....	93
5.3	Pfadabhängigkeit bei der Entstehung institutioneller Umwelten .....	94
5.3.1	<i>Einengung des Entscheidungsspielraumes und die Gefahr nicht-effizienter Pfade</i> .....	95
5.3.2	<i>Effiziente Pfade und Pfadbrechung</i> .....	96
5.4	Interessen und Interessengruppen .....	97
5.4.1	<i>Legitimität vs. Partikularinteressen</i> .....	97
5.4.2	<i>Die Interessen der Agenten</i> .....	98
5.5	Lösungsansätze der Probleme .....	100
5.5.1	<i>Kompetenzausstattung</i> .....	100
5.5.2	<i>Anreizkompatibilität bei der Umsetzung</i> .....	100
5.5.3	<i>Kontrolle durch Nicht-Regierungs-Organisationen (NGOs)</i> .....	101
5.5.4	<i>Wettbewerb</i> .....	105

## **B: Konkrete institutionelle Umwelten**

<b>Kapitel 6: Die Nation in der globalen Welt</b> .....	<b>109</b>	
6.1	Geschichtlicher Hintergrund .....	109
6.2	Ökonomische Erklärung und Aufgaben von Nationalstaaten .....	111
6.3	Relevanz für Unternehmen .....	114
6.4	Die Zukunft des Nationalstaates .....	115
<b>Kapitel 7: Regionale Zusammenschlüsse und die Europäische Union</b> .....	<b>121</b>	
7.1	Geschichtlicher Hintergrund .....	121
7.2	Ökonomische Erklärung des Zusammenschlusses zur Europäischen Union .....	125
7.3	Die Umsetzung der Idee einer Europäischen Union .....	127
7.4	Relevanz für Unternehmen: Ein Beispiel .....	131
7.5	Zentrale Herausforderungen der Zukunft .....	132
<b>Kapitel 8: Vereinte Nationen und Welthandelssystem</b> .....	<b>135</b>	
8.1	Geschichtlicher Hintergrund .....	135
8.1.1	<i>Die Phase des Freihandels</i> .....	135
8.1.2	<i>Die Zeit zwischen den Weltkriegen</i> .....	136
8.1.3	<i>Die Nachkriegszeit</i> .....	137
8.2	Organisation der Vereinten Nationen und des Welthandelssystems .....	137
8.3	Der Umgang mit Konflikten .....	139
8.4	Relevanz für Unternehmen .....	143
8.5	Ökonomische Würdigung .....	144

<b>Kapitel 9: Kultur als informelle institutionelle Umwelt.....</b>	<b>149</b>
9.1 Kultur als institutionelle Umwelt .....	149
9.2 Einflussfaktoren der kulturbedingten institutionellen Umwelt .....	151
9.3 Kulturvergleichende Studien .....	153
9.4 Herausforderungen für Unternehmen.....	156

<b>Kapitel 10: Moral als informelle institutionelle Umwelt.....</b>	<b>161</b>
10.1 Ethik und Wirtschaft .....	161
10.2 Institutionen als Ort der Moral .....	164
10.3 Herausforderungen für die Unternehmen .....	166
10.4 Ethische Prinzipien und kultureller Hintergrund.....	170

## **C: Herausforderungen für internationale Unternehmen**

<b>Kapitel 11: Die Analyseaufgabe internationaler Unternehmen .....</b>	<b>173</b>
11.1 Spielregeln als Analysegegenstand .....	173
11.2 Schritte der Analyseaufgabe.....	173
11.2.1 Informationsbedarf im engeren Sinne .....	175
11.2.2 Informationsträger.....	177
11.3 Triebkräfte der Veränderung von Spielregeln: Ein Beispiel .....	178
11.3.1 Themen .....	179
11.3.2 Die Interessenträger bzw. -gruppen.....	180
11.3.3 Der Entscheidungsprozess und sein potentieller Ausgang.....	181

<b>Kapitel 12: Die Gestaltungsaufgabe internationaler Unternehmen .....</b>	<b>185</b>
12.1 Die Gestaltung der institutionellen Umwelt als strategische Option .....	185
12.2 Die Bildung von Interessengruppen und -verbänden .....	186
12.2.1 Vorteile kollektiver Interessenvertretung .....	186
12.2.2 Erfolgsbedingungen der Organisation von Interessenvertretungen.....	188
12.2.3 Instrumente zur Organisation kollektiver Interessenverbände.....	189
12.3 Instrumente der Einflussnahme.....	190
12.4 Arenen der Einflussnahme .....	191
12.4.1 Administration/Verwaltung (Umsetzung politischer Entscheidungen).....	192
12.4.2 Politiker (Politische Vorgaben an die Verwaltung).....	194

## Teil III

Marktbeziehungen internationaler Unternehmen .....	199
--	-----

### A: Markt, Wettbewerb, Transaktionstypen

<b>Kapitel 13: Der Markt als Koordinationsmechanismus internationaler Transaktionen .....</b>	<b>201</b>
---	------------

13.1 Der Markt als Koordinationsmechanismus und seine Wirkungsweise.....	201
13.2 Bedingungen für das Zustandekommen von Markttransaktionen.....	203
13.2.1 Die erste Bedingung: Nutzensteigerung für die Transaktionsparteien.....	204
13.2.2 Die zweite Bedingung: Nutzensteigerung unter Wettbewerbsbedingungen.....	207

<b>Kapitel 14: Wettbewerbsvorteile auf internationalen Märkten.....</b>	<b>211</b>
---	------------

14.1 Wettbewerbsvorteile.....	211
14.2 Ressourcenorientierte Ansätze zur Erklärung von Wettbewerbspositionen auf internationalen Märkten.....	212
14.2.1 Theorie der absoluten Kostenvorteile nach Adam Smith .....	213
14.2.2 Theorie der komparativen Kostenvorteile nach David Ricardo .....	214
14.2.3 Das Heckscher-Ohlin-Modell .....	217
14.2.4 Der Produktlebenszyklus nach Raymond Vernon.....	217
14.2.5 Die Erweiterung durch Porter .....	219

<b>Kapitel 15: Eine institutionenökonomische Typologisierung von internationalen Marktbeziehungen.....</b>	<b>225</b>
--	------------

15.1 Das Ziel einer institutionenökonomischen Typologisierung .....	225
15.2 Die Verteidigungsfähigkeit von Ressourcenvorteilen.....	226
15.3 Koordinationsfragen bei der Festlegung internationaler Wettbewerbspositionen.....	228
15.4 Ein ressourcen- und institutionenorientierter Analyserahmen .....	231
15.5 Eine Typologie von Transaktionen auf internationalen Märkten.....	233

### B: Diskrete Transaktionen auf internationalen Märkten

<b>Kapitel 16: Exportgeschäft .....</b>	<b>237</b>
---	------------

16.1 Charakteristika des Exportgeschäfts .....	237
16.2 Marktorientierte Informationsanforderungen im Exportgeschäft .....	238
16.3 Marketing-Aktivitäten im Exportgeschäft.....	241
16.3.1 Der Rahmen für Marketing-Entscheidungen .....	241
16.3.2 Produktpolitik im Exportgeschäft .....	244
16.3.3 Kommunikationspolitik im Exportgeschäft.....	247

16.3.4 Distributionspolitik im Exportgeschäft .....	248
16.3.5 Preispolitik im Exportgeschäft .....	249

**Kapitel 17: Lizenzgeschäft .....253**

17.1 Charakteristika des Lizenzgeschäfts .....	253
17.2 Bedingungen erfolgreicher Lizenzpolitik .....	257
17.2.1 Der Lizenzgegenstand als Quelle von Wettbewerbsvorteilen .....	257
17.2.2 Beispiele für lizenzierbare Güter .....	258
17.3 Strategische Ziele einer internationalen Lizenzpolitik.....	260
17.4 Vertragsgestaltung im Lizenzgeschäft .....	262

**Kapitel 18: Die Bewertung diskreter internationaler Transaktionen .....267**

18.1 Ansatzpunkte zur Bewertung internationaler Transaktionen .....	267
18.2 Kostenrechnerische Bewertung von diskreten Transaktionen.....	268
18.3 Bewertung von Länderpotentialen und -risiken.....	272
18.4 Bewertung von Rückkoppelungseffekten .....	275
18.4.1 Anbieterbezogene Rückkoppelungseffekte .....	275
18.4.2 Nachfragerbezogene Rückkoppelungseffekte .....	276
18.4.3 Konkurrenzbezogene Rückkoppelungseffekte .....	277
18.4.4 Institutionelle Rückkoppelungseffekte .....	278
18.4.5 Koordinationsbedarf als Folge von Rückkoppelungen.....	278

**C: Relationale Transaktionen auf internationalen Märkten**

**Kapitel 19: „Problematische“ Transaktionen und relationales**

**Kauf- und Verkaufsverhalten .....281**

19.1 Transaktionsprobleme als Hauptursachen für relationales Kaufverhalten ...	281
19.2 Komplexität und beschränkte Rationalität beim Kauf von Anlagen .....	282
19.3 Einseitige Abhängigkeit und Ausbeutungspotential beim Kauf von Systemen .....	284
19.4 Wechselseitige Abhängigkeit in vernetzten Zulieferbeziehungen .....	288
19.5 Relationales Kaufverhalten als Konsequenz aus problematischen Transaktionen .....	290
19.6 Relationales Verkaufsverhalten und Commitment .....	290

**Kapitel 20: Direktinvestition und relationales Verkaufsverhalten .....295**

20.1 Commitment durch Direktinvestitionen in internationalen Transaktionen ...	295
20.2 Ergänzendes Beziehungsmanagement beim Verkauf von Anlagen .....	298
20.3 Ergänzendes Beziehungsmanagement beim Verkauf von Systemen .....	301
20.4 Ergänzendes Beziehungsmanagement im Geschäft zwischen Zulieferern und OEMs.....	303

<b>Kapitel 21: Kooperativer Markteintritt durch Joint Ventures.....</b>	<b>307</b>
21.1 Joint Venture als Transaktionstyp.....	307
21.2 Klassifizierungen von Joint Ventures.....	309
21.3 Zusätzliche Argumente für Joint Ventures.....	311
21.4 Leistungsmerkmale des Partnerunternehmens.....	312
21.5 Probleme beim Markteintritt durch Joint Ventures.....	315
<b>Kapitel 22: Bewertung internationaler Geschäftsbeziehungen.....</b>	<b>317</b>
22.1 Die Geschäftsbeziehung als ökonomischer Vermögenswert.....	317
22.2 Ansätze zur Kundenklassifikation.....	321
22.3 Eindimensionale Ansätze zur Kundenklassifikation.....	322
22.4 Mehrdimensionale Ansätze zur Kundenklassifikation.....	326

## Teil IV

<b>Das internationale Unternehmen.....</b>	<b>337</b>
--	------------

### A: Vorüberlegungen zum internationalen Unternehmen

<b>Kapitel 23: Das internationale Unternehmen als Untersuchungsgegenstand.....</b>	<b>339</b>
23.1 Das internationale Unternehmen als Organisation und als Institution.....	339
23.2 Ein einführendes Firmenbeispiel.....	340
23.3 Definitionen internationaler Unternehmen.....	341
23.4 Quantitative Merkmale internationaler Unternehmen.....	343
23.5 Qualitative Merkmale internationaler Unternehmen.....	347
<b>Kapitel 24: Eine institutionenökonomische Erklärung internationaler Unternehmen.....</b>	<b>353</b>
24.1 Ansätze zur Erklärung internationaler Unternehmen und die Logik der Integration.....	353
24.2 Der Ansatz von Teece.....	356
24.3 Der Ansatz von Buckley und Casson.....	358
24.4 Der Ansatz von Hennart.....	360
24.5 Der Ansatz von Magee.....	361
24.6 Der eklektische Ansatz von Dunning.....	363

## B: Personalmanagement in internationalen Unternehmen

<b>Kapitel 25: Mitarbeiterselektion.....</b>	<b>367</b>
25.1 Der Beitrag der Mitarbeiterselektion zur Lösung des Koordinations- und Motivationsproblems .....	367
25.2 Besetzungsstrategien nach Perlmutter .....	369
25.3 Signaling und Mitarbeiterauswahl .....	372
<b>Kapitel 26: Entwicklung.....</b>	<b>379</b>
26.1 Personalentwicklung als Investition.....	379
26.2 Entsendung als Entwicklungsmaßnahme und -ziel.....	381
26.3 Training für den Auslandseinsatz.....	383
26.4 Einsatzdauer und Betreuung.....	386
26.5 Wiedereingliederung.....	388
<b>Kapitel 27: Entlohnung.....</b>	<b>391</b>
27.1 Aufgaben und Ziele der Entlohnung .....	391
27.2 Differenzierung der Entlohnung .....	392
27.3 Anreize durch Entlohnung.....	395
27.4 Absicherung von Quasi-Renten durch verzögerte Entlohnung .....	397

## C: Die Organisationsaufgabe internationaler Unternehmen

<b>Kapitel 28: Die Organisation internationaler Unternehmen.....</b>	<b>401</b>
28.1 Die Definition von Spielregeln als Organisationsaufgabe.....	401
28.2 Idealtypische Aufbauorganisationen von Unternehmen .....	402
28.3 Aufbauorganisation internationaler Unternehmen.....	405
28.4 Implikationen einer institutionenökonomischen Sichtweise .....	409
<b>Kapitel 29: Unternehmenskultur.....</b>	<b>413</b>
29.1 Der Begriff Unternehmenskultur.....	413
29.2 Unternehmenskultur als Ergänzung der formellen Aufbauorganisation .....	415
29.3 Internationale Aspekte der Unternehmenskultur .....	417
29.4 Unternehmenskultur und Akquisitionen .....	418
29.5 Implikationen für das Management.....	422
<b>Kapitel 30: Wissensmanagement.....</b>	<b>425</b>
30.1 Wissen in internationalen Unternehmen.....	425
30.2 Wissensmanagement in internationalen Unternehmen.....	427
30.2.1 Der Ansatz von Probst et al.....	428
30.2.2 Der Ansatz von Doz et al.....	430



30.2.3	<i>Der Ansatz von Nonaka und Takeuchi</i> .....	434
30.3	Die Etablierung marktlicher Elemente in das Wissensmanagement .....	436
<b>Kapitel 31:</b>	<b>Organisationaler Wandel</b> .....	<b>440</b>
31.1	Wandel als Herausforderung .....	440
31.2	Die traditionelle Sichtweise auf den Wandel .....	440
31.3	Wandel bei Williamson, North und Hayek .....	443
31.4	Eine erweiterte institutionenökonomische Perspektive.....	446
31.5	Folgerungen für ein Management des Wandels .....	452
 <b>D: Die Auflösung der Standortfrage</b> 		
<b>Kapitel 32:</b>	<b>Virtuelle Organisationen</b> .....	<b>455</b>
32.1	Netzwerke, virtuelle Organisationen und die Auflösung der Standortfrage.....	455
32.2	Triebkräfte und Erklärung der Entstehung von Netzwerken und virtuellen Organisationen.....	457
32.3	Voraussetzungen des Netzwerkerfolgs .....	459
32.4	Konsequenzen für das Management und die Gesellschaft .....	460
<b>Literaturverzeichnis</b> .....		<b>463</b>