

# Inhaltsverzeichnis

---

## Kapitel I

### Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit

---

<b>1</b>	<b>Dynamik des globalen Wettbewerbs.....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Internationalisierung und Internationales Management .....</b>	<b>8</b>
2.1	BEGRIFFLICHE GRUNDLAGEN .....	8
2.1.1	Begriff der Internationalisierung .....	8
2.1.2	Begriff der Internationalen Unternehmung .....	9
2.2	AUSMAß DER INTERNATIONALEN UNTERNEHMENSTÄTIGKEIT.....	10
2.3	INTERNATIONALES MANAGEMENT IM RAHMEN DER BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE .....	19

## Kapitel II

### Strategische Probleme der Unternehmensführung im internationalen Unternehmen

---

<b>1</b>	<b>Unternehmensführung.....</b>	<b>23</b>
<b>2</b>	<b>Strategische Planung im Rahmen des betrieblichen Planungssystems... </b>	<b>30</b>
<b>3</b>	<b>Beitrag der Internationalisierung von Unternehmen für die Gestaltung allgemeiner Unternehmensstrategien .....</b>	<b>35</b>
3.1	BEITRAG DER INTERNATIONALISIERUNG ZU DEN WACHSTUMSSTRATEGIEN DER ANSOFF-MATRIX.....	35
3.1.1	Marktdurchdringung.....	37
3.1.2	Markterweiterung .....	39
3.1.3	Produktdifferenzierung.....	40
3.1.4	Diversifikation.....	41
3.1.5	Zusammenfassung .....	42
3.2	BEITRAG DER INTERNATIONALISIERUNG IM RAHMEN DER PRODUKT-PORTFOLIO-MATRIX .....	43
3.2.1	Prinzip der Produkt-Portfolio-Matrix.....	43

3.2.2	Bedeutung der Internationalisierung für die Strategieentwicklung im Rahmen einer Produkt-Portfolio-Analyse .....	46
3.2.3	Weiterentwicklungen.....	49
3.3	BEITRAG DER INTERNATIONALISIERUNG IM RAHMEN DER PORTER-MATRIX .....	51
3.3.1	Prinzip der Porter-Matrix .....	51
3.3.2	Bedeutung der Internationalisierung für die Strategieentwicklung im Rahmen der Porter-Matrix .....	53
3.4	ERGEBNIS.....	57
<b>4</b>	<b>Planung im internationalen Unternehmen .....</b>	<b>59</b>
<b>5</b>	<b>Internationalisierungsstrategie .....</b>	<b>63</b>
<b>6</b>	<b>Theoretische Grundlagen der Internationalisierung.....</b>	<b>65</b>
6.1	THEORIEN DES INTERNATIONALEN HANDELS.....	66
6.1.1	Theorie der komparativen Kostenvorteile.....	66
6.1.1.1	Theorie der Produktivitätsunterschiede.....	66
6.1.1.2	Theorie der Faktorausstattung .....	67
6.1.2	Theorie der technologischen Lücke .....	69
6.1.3	Produktlebenszyklus-Theorie.....	73
6.1.4	Lernkurven-Theorie des internationalen Handels .....	77
6.1.5	Nachfragestruktur-Theorie .....	81
6.1.6	Standort-Theorie.....	83
6.1.7	Statische «Economies-of-Scale»-Theorie .....	85
6.1.8	Theorie des intrasektoralen Handels .....	85
6.1.9	Bedeutung der Theorien des internationalen Handels für betriebswirtschaftliche Überlegungen.....	86
6.2	THEORIEN DER DIREKTINVESTITION IM AUSLAND.....	89
6.2.1	Klassische Kapital-Theorie .....	90
6.2.2	Monopol-Theorie.....	91
6.2.3	Theorie des oligopolistischen Parallelverhaltens .....	94
6.2.4	Produktlebenszyklus-Theorie.....	95
6.2.5	«Imperialismus»-Theorie .....	97
6.2.6	Behavioristische Theorie.....	97
6.2.7	Erklärung von Direktinvestitionen im Ausland durch Handelsschranken.....	99
6.2.8	Standort-Theorie.....	100
6.2.9	Bedeutung der Theorien von Direktinvestitionen im Ausland für betriebswirtschaftliche Überlegungen.....	101
6.3	THEORIEN FÜR DEN ABSCHLUSS VON INTERNATIONALEN TECHNOLOGIEVERTRÄGEN .....	102

6.3.1	Überschusstechnologie .....	103
6.3.2	Technologiegewinnung und -sicherung .....	104
6.3.3	Unternehmensinterne Restriktionen .....	105
6.3.4	Unternehmensexterne Restriktionen .....	106
6.3.5	Bedeutung der Motive für den Abschluss von internationalen Technologieverträgen für betriebswirtschaftliche Überlegungen .....	107
6.4	THEORIEN DER INTERNATIONALISIERUNG BEI GLEICHZEITIGER BERÜCKSICHTIGUNG VERSCHIEDENER MARKTEINTRITTS-STRATEGIEN .....	108
6.4.1	Theorie der Internalisierung .....	108
6.4.2	Eklektische Theorie .....	109
6.4.3	Uppsala-Modell der Internationalisierung .....	112
6.5	BEDEUTUNG DER THEORIEN DER INTERNATIONALISIERUNG DER UNTERNEHMENSTÄTIGKEIT FÜR DAS INTERNATIONALE MANAGEMENT .....	115
<b>7</b>	<b>Strategische Konzepte für die Internationalisierung von Unternehmen.....</b>	<b>119</b>
7.1	EPRG-MODELL .....	119
7.2	TRIADE-MODELL .....	122
7.3	INTERNATIONALISIERUNGSKONZEPTE VON <i>PORTER</i> .....	129
7.3.1	Globalisierungskonzept von <i>Porter</i> .....	129
7.3.2	Wettbewerbsmodell für Nationen von <i>Porter</i> .....	134
7.3.2.1	Faktorbedingungen .....	136
7.3.2.2	Nachfragebedingungen .....	138
7.3.2.3	Verwandte und unterstützende Branchen .....	139
7.3.2.4	Unternehmensstrategie, Strukturen und Konkurrenz .....	139
7.3.2.5	Rolle des Zufalls .....	140
7.3.2.6	Rolle des Staates .....	140
7.3.2.7	Dynamik des «Diamanten» .....	141
7.3.2.8	Zerstörung des «Diamanten» .....	142
7.3.2.9	Bedeutung des «Diamanten» für die Formulierung einer Internationalisierungsstrategie .....	147
7.3.2.10	Kritik .....	148
7.4	WÜRDIGUNG DER STRATEGISCHEN KONZEPTE FÜR INTERNATIONALSIERUNGSENTSCHEIDUNGEN .....	152
<b>8</b>	<b>Zusammenfassende Beurteilung der Theorien und Konzepte der Internationalisierung von Unternehmen .....</b>	<b>154</b>

---

**Kapitel III**  
**Konzepte zur Entwicklung einer Internationalisierungsstrategie für**  
**Unternehmen**

---

<b>1</b>	<b>Strategische Lücken-Analyse .....</b>	<b>155</b>
1.1	ENTSCHEIDUNGSSITUATION OHNE STRATEGISCHE LÜCKE .....	155
1.2	ENTSCHEIDUNGSSITUATION MIT STRATEGISCHER LÜCKE .....	159
1.3	ENTWICKLUNG DER INTERNATIONALISIERUNG AUS DER STRATEGISCHEN LÜCKE .....	160
<b>2</b>	<b>Überprüfung der Voraussetzungen für eine Internationalisierung .....</b>	<b>162</b>
2.1	ALLGEMEINE VORAUSSETZUNGEN .....	162
2.2	ANALYSE DER LÄNDERSPEZIFISCHEN VORAUSSETZUNGEN .....	169
2.2.1	Informationsgewinnungsprozesse .....	169
2.2.2	Überprüfung des Internationalisierungspotentials für den Auslandsmarkt .....	175
2.2.3	Modelle zur Bestimmung der Vorteilhaftigkeit der Umweltsituation im Ausland .....	177
<b>3</b>	<b>Entscheidung über die Anzahl von Ländern .....</b>	<b>181</b>
<b>4</b>	<b>Beschränkungen der Form der Auslandsaktivitäten .....</b>	<b>182</b>
<b>5</b>	<b>Grundformen von Markteintrittsstrategien .....</b>	<b>182</b>
<b>6</b>	<b>Wirtschaftlichkeitsanalysen .....</b>	<b>187</b>
6.1	MISFIT-ANALYSE .....	187
6.2	DETAILLIERTE WIRTSCHAFTLICHKEITSANALYSE ZUR AUSWAHL ALTERNATIVER FORMEN DER INTERNATIONALISIERUNG .....	189
6.2.1	Quantitative Analyse .....	190
6.2.1.1	Wirtschaftlichkeitsanalyse für die Exportentscheidung .....	190
6.2.1.2	Wirtschaftlichkeitsanalyse für die Entscheidung über Direktinvestitionen im Ausland .....	193
6.2.1.3	Wirtschaftlichkeitsanalyse für die Entscheidung über den Abschluss eines internationalen Technologievertrages .....	200
6.2.1.3.1	Ermittlung der Höhe der Technologiegebühr .....	201
6.2.1.3.2	Kapitalwertermittlung bei internationalen Technologieverträgen .....	209

6.2.1.4	Zusammenfassung der Wirtschaftlichkeitsanalyse.....	211
6.2.2	Qualitative Analyse .....	212
6.2.3	Modell für die Zusammenführung von quantitativer und qualitativer Analyse.....	214
6.2.4	Fallbeispiel .....	221
6.2.5	Zusammenfassende Beurteilung des Entscheidungsmodells .....	231
<b>7</b>	<b>Besonderheiten bei der Entwicklung des strategischen Konzeptes .....</b>	<b>237</b>
<b>8</b>	<b>Zusammenfassung und Einbettung des strategischen Konzeptes in die bisherigen Modelle der Internationalisierung.....</b>	<b>238</b>
8.1	EINORDNUNG DES MODELLS IN DIE BESTEHENDEN THEORIEN UND MODELLE DER INTERNATIONALISIERUNG .....	238
8.2	ZUSAMMENFASSEND E WÜRDIGUNG.....	242

---

## **Kapitel IV**

### **Internationale betriebliche Teilpolitiken**

---

<b>1</b>	<b>Kultur als originäre Determinante der betrieblichen Teilpolitiken im internationalen Kontext.....</b>	<b>249</b>
1.1	EINFÜHRUNG UND KULTURBEGRIFF .....	249
1.2	KULTURVERGLEICHENDE MANAGEMENTFORSCHUNG.....	265
1.3	INTERKULTURELLES MANAGEMENT.....	270
1.4	EINFLUSS DER KULTUR AUF DIE BETRIEBLICHEN TEILPOLITIKEN.....	271
<b>2</b>	<b>Internationales Marketingmanagement.....</b>	<b>273</b>
2.1	INTERNATIONALE PRODUKTPOLITIK .....	274
2.2	INTERNATIONALE PREISPOLITIK.....	278
2.2.1	Determinanten der Preisfestlegung .....	278
2.2.1.1	Preisstrategien.....	278
2.2.1.2	Zahlungs- und Lieferbedingungen.....	280
2.2.1.3	Kostenorientierte Preisfestlegung im Ausland .....	280
2.2.1.4	Konkurrenzorientierte Preisfestlegung im Ausland .....	283
2.2.1.5	Kundenorientierte Preisfestlegung im Ausland.....	284
2.2.1.6	Einfluss staatlicher Regulierungen auf die Preis- festlegung im Ausland.....	284
2.2.1.7	Einfluss von Wechselkurs- und Inflationsentwicklungen auf die Preisfestlegung im Ausland.....	285
2.2.1.8	Einfluss der Markteintritts- bzw. Marktbearbeitungs- strategie im Ausland .....	285

2.2.2	Verrechnungspreise zwischen inländischer Muttergesellschaft und ausländischer Tochtergesellschaft .....	298
2.3	INTERNATIONALE KOMMUNIKATIONSPOLITIK .....	300
2.3.1	Kommunikationspolitische Strategien .....	301
2.3.1.1	Standardisierung der internationalen Kommunikationsstrategie .....	301
2.3.1.2	Differenzierung der internationalen Kommunikationsstrategie .....	304
2.3.1.3	Internationale Dachkampagnenstrategie .....	306
2.3.2	Instrumente der internationalen Kommunikationspolitik .....	307
2.3.2.1	Werbung .....	307
2.3.2.1.1	Auswahl der Werbeagentur .....	309
2.3.2.1.2	Internationale Mediaselektionsplanung .....	310
2.3.2.1.3	Auswahl der Werbemittel .....	311
2.3.2.2	Personal Selling .....	312
2.3.2.3	Messen und Ausstellungen .....	313
2.3.2.4	Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations) im internationalen Unternehmen .....	314
2.3.2.5	Die unterschiedliche Bedeutung der einzelnen Instrumente .....	316
2.4	INTERNATIONALE DISTRIBUTIONSPOLITIK .....	316
2.4.1	Wahl der Absatzwege im Ausland .....	318
2.4.2	Auswahl der Absatzmittler im Ausland .....	319
2.5	BESONDERHEITEN DES MARKETINGS INTERNATIONALER DIENSTLEISTUNGSUNTERNEHMEN .....	320
2.5.1	Bedeutung der Internationalisierung im Dienstleistungsbereich .....	320
2.5.2	Charakteristika von Dienstleistungen .....	321
2.5.3	Problemfelder bei der Gestaltung des Marketing-Mix .....	323
2.5.3.1	Interaktion zwischen Anbieter und Nachfrager/ Integration des «externen Faktors» .....	323
2.5.3.2	Immaterialität .....	326
2.5.4	Zusammenfassung .....	328
2.6	ELECTRONIC COMMERCE UND DIE AUSWIRKUNGEN AUF DIE MARKETING-MIX-INSTRUMENTE INTERNATIONALER UNTERNEHMEN .....	329
2.6.1	E-Commerce und internationale Unternehmen .....	329
2.6.2	Internationale Produktpolitik und E-Commerce .....	332
2.6.3	Internationale Preispolitik und E-Commerce .....	333
2.6.4	Internationale Kommunikationspolitik und E-Commerce .....	335
2.6.4.1	Werbung .....	335
2.6.4.2	Gestaltung von Websites .....	336
2.6.4.3	Virtuelle Messen und Ausstellungen .....	336
2.6.5	Internationale Distributionspolitik und E-Commerce .....	336
2.6.6	Zusammenfassung .....	338

<b>3</b>	<b>Internationales Beschaffungsmanagement .....</b>	<b>339</b>
3.1	AUSWAHL INTERNATIONALER BESCHAFFUNGSQUELLEN.....	340
3.2	BESTIMMUNGSFAKTOREN DER INTERNATIONALEN BESCHAFFUNGSSTRATEGIE.....	341
3.3	ENTSCHEIDUNGEN ÜBER DIE FERTIGUNGSTIEFE .....	345
3.4	ORGANISATION DER INTERNATIONALEN BESCHAFFUNG.....	349
<b>4</b>	<b>Internationales Logistikmanagement .....</b>	<b>351</b>
4.1	INTERNATIONALE LOGISTIK ALS BASIS VON WETTBEWERBS- VORTEILEN .....	351
4.2	KONTEXTFAKTOREN DER INTERNATIONALEN LOGISTIK .....	353
4.3	ENTWICKLUNGSTENDENZEN.....	355
<b>5</b>	<b>Internationales Produktionsmanagement.....</b>	<b>357</b>
5.1	BEDEUTUNG UND CHARAKTER DES INTERNATIONALEN PRODUKTIONSMANAGEMENTS.....	357
5.1.1	Das Produktionsmanagement im Rahmen der Funktionsbereiche .....	357
5.1.2	Produktionsmanagement, Industriepolitik und nationale Wettbewerbsfähigkeit .....	358
5.2	AKTIONSPARAMETER DES INTERNATIONALEN PRODUKTIONSMANAGEMENTS.....	361
5.2.1	Ansätze der Produktionsorganisation.....	361
5.2.2	Internationales Standortmanagement .....	370
5.2.2.1	Konfiguration internationaler Produktionsstandorte .....	371
5.2.2.2	Qualitätsaspekte.....	373
5.2.2.3	Erfahrungskurveneffekte .....	374
5.2.3	Internationales Kapazitätsmanagement.....	381
5.3	PRODUKTIONS- UND KOSTENTHEORETISCHE ASPEKTE DES IN- TERNATIONALEN PRODUKTIONSMANAGEMENTS.....	383
5.3.1	Einfluss der Internationalisierung auf die Faktoreinsätze .....	384
5.3.1.1	Zeitliche Anpassung .....	386
5.3.1.2	Intensitätsmäßige Anpassung .....	389
5.3.1.3	Technische Eigenschaften der Potentialfaktoren.....	392
5.3.1.4	Quantitative Anpassung.....	393
5.3.2	Kombination der Produktionsfaktoren .....	398
5.3.2.1	Einfluss auf die Kostenisoquante .....	399
5.3.2.2	Einfluss auf die Ertragsisoquante .....	400

<b>6</b>	<b>Internationales Personalmanagement .....</b>	<b>401</b>
6.1	BESONDERHEITEN DER PERSONALBEDARFSPLANUNG IM INTERNATIONALEN UNTERNEHMEN .....	401
6.2	BESONDERHEITEN IN DEN BESETZUNGSSTRATEGIEN IM INTERNATIONALEN UNTERNEHMEN .....	402
6.2.1	Ethnozentrische Besetzungsstrategie .....	405
6.2.2	Polyzentrische Besetzungsstrategie.....	406
6.2.3	Geozentrische Besetzungsstrategie .....	407
6.2.4	Zusammenfassende Beurteilung der Besetzungsstrategien .....	409
6.3	PROBLEME DER ENTSENDUNG VON MITARBEITERN INS AUSLAND.....	411
6.3.1	Auswahlphase.....	411
6.3.1.1	Auswahlkriterien.....	411
6.3.1.2	Auswahltechniken.....	413
6.3.2	Vorbereitungsphase .....	413
6.3.2.1	Schulung und Training .....	413
6.3.2.2	Fixierung des Entsendungsvertrages .....	415
6.3.3	Einsatzphase .....	417
6.3.3.1	Einsatzdauer.....	417
6.3.3.2	Betreuung während des Einsatzes .....	418
6.3.4	Reintegrationsphase.....	418
6.4	UNTERNEHMENSEXTERNE EINFLUSSFAKTOREN AUF DAS INTERNATIONALE PERSONALMANAGEMENT .....	421
6.4.1	Arbeits- und sozialrechtliche Einflüsse.....	421
6.4.2	Einfluss der kulturellen Dimensionen auf das Personal- management.....	422
6.4.2.1	Machtdistanz.....	422
6.4.2.2	Individualismus.....	424
6.4.2.3	Maskulinität .....	426
6.4.2.4	Unsicherheitsvermeidung .....	427
6.4.2.5	Zeitvorstellungen .....	429
6.4.2.6	Kontextualität .....	430
6.4.2.7	Kognitive Prozesse .....	430
6.4.2.8	Religiöse Vorstellungen .....	431
<b>7</b>	<b>Internationales Forschungs- und Entwicklungsmanagement.....</b>	<b>432</b>
7.1	ZIELE UND AUSRICHTUNG DES INTERNATIONALEN FORSCHUNGS- UND ENTWICKLUNGSMANAGEMENTS.....	432
7.2	PLANUNG DER INTERNATIONALEN FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG..	436
7.2.1	Strategische Planung .....	436
7.2.1.1	Die Standortwahl in der internationalen Forschung und Entwicklung.....	437
7.2.1.1.1	Einflussgrößen .....	437
7.2.1.1.2	Methoden zur Analyse des Status Quo .....	437
7.2.1.1.3	Modelle zur internationalen Standortwahl in der F&E.....	441

7.2.1.2	Make-or-Buy-Entscheidungen.....	448
7.2.1.3	Festlegung der zukünftigen Forschungsrichtung.....	451
7.2.1.4	Internationale Allokation personeller und finanzieller Ressourcen.....	453
7.2.2	Operative Planung.....	454
7.3	ORGANISATION DER INTERNATIONALEN FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG.....	455
7.3.1	Aufbauorganisation.....	455
7.3.1.1	Internationale Kollegien.....	455
7.3.1.2	Internationales Projektmanagement.....	456
7.3.1.3	Internationale Liniensysteme.....	457
7.3.1.4	Stabsstellen.....	458
7.3.2	Ablauforganisation.....	459
7.3.2.1	Zentrale Steuerung.....	462
7.3.2.2	Lokale Autonomie.....	463
7.3.2.3	Flexible Integration.....	464
7.4	FÜHRUNGSPROBLEME DER INTERNATIONALEN FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG.....	465
<b>8</b>	<b>Internationales Finanzmanagement.....</b>	<b>467</b>
8.1	ZIELE DES INTERNATIONALEN FINANZMANAGEMENTS.....	467
8.2	AUFGABEN DES INTERNATIONALEN FINANZMANAGEMENTS.....	468
8.2.1	Kapitalbeschaffung.....	469
8.2.1.1	Finanzplan als Grundlage der Kapitalbedarfsermittlung.....	469
8.2.1.2	Innenfinanzierung.....	470
8.2.1.3	Konzerninterner Finanzausgleich.....	471
8.2.1.4	Konzerninterne Außenfinanzierung.....	472
8.2.1.5	Konzernexterne Außenfinanzierung.....	473
8.2.2	Voraussetzungen der Kapitalbeschaffung.....	474
8.2.2.1	Internationale Finanzmärkte.....	475
8.2.2.2	International verfügbare Finanzierungsinstrumente.....	478
8.2.2.2.1	Kreditfinanzierungen.....	479
8.2.2.2.2	Kapitalmarktfinanzierungen.....	479
8.2.2.3	Akteure internationaler Finanzierung.....	483
8.2.2.3.1	Träger der Kapitalbeschaffung.....	483
8.2.2.3.2	Banken und Finanzdienstleister.....	484
8.2.3	Gegenstand internationaler Finanzierung.....	495
8.2.3.1	Finanzierung von Vertriebsgesellschaften.....	495
8.2.3.2	Finanzierung von Produktionsgesellschaften.....	496
8.2.3.2.1	Finanzierungsphilosophie.....	496
8.2.3.2.2	Organisation der Finanzierungsentscheidung.....	497
8.2.3.2.3	Finanzierungsstrategien eines internationalen Konzerns... ..	498
8.2.3.2.4	Kriterien der Finanzierungsentscheidung.....	502
8.2.4	Kapitalstrukturpolitik.....	502

8.2.4.1	Eigenkapitalquote und Auslandsrisiken .....	503
8.2.4.2	Eigenkapitalquote und länderspezifische Gegebenheiten .....	503
8.2.4.3	Eigenkapitalquote und Kapitalstruktur im Konzern .....	504
8.2.5	Internationale Finanzdisposition .....	504
8.2.5.1	Internationales Cash-Management .....	504
8.2.5.1.1	Cash-Pooling .....	505
8.2.5.1.2	Clearing .....	506
8.2.5.2	Internationales Zinsmanagement .....	507
8.2.5.3	Internationales Währungsmanagement .....	508
8.2.5.4	Beispiel einer kurzfristigen Kursabsicherung .....	512
8.2.5.5	Die langfristige Kursabsicherung durch Währungsswaps .....	516
8.3	ORGANISATION DES INTERNATIONALEN FINANZMANAGEMENTS .....	518
<b>9</b>	<b>Rechnungslegung im internationalen Unternehmen .....</b>	<b>521</b>
9.1	UNTERSCHIEDE IN NATIONALEN RECHNUNGSLEGUNGS- VORSCHRIFTEN .....	524
9.2	WICHTIGE NATIONALE RECHNUNGSLEGUNGSSYSTEME .....	526
9.2.1	Deutsche Rechnungslegung nach HGB .....	526
9.2.1.1	Grundlagen der deutschen Rechnungslegung .....	526
9.2.1.2	Zielsetzung der Rechnungslegung nach HGB .....	528
9.2.1.3	Bedeutung der HGB-Rechnungslegung .....	528
9.2.1.4	Der Jahresabschluss nach HGB .....	530
9.2.2	Rechnungslegung nach US-GAAP .....	531
9.2.2.1	Grundlagen und Entstehung der US-amerikanischen Rech- nungslegung .....	531
9.2.2.2	Ziele der US-amerikanischen Rechnungslegung .....	532
9.2.2.3	Der Jahresabschluss nach US-GAAP .....	532
9.2.2.4	Bedeutung der US-GAAP-Rechnungslegung .....	533
9.2.3	Gegenüberstellung von HGB und US-GAAP .....	535
9.3	WELTABSCHLÜSSE .....	535
9.3.1	Verfahren der Währungsumrechnung .....	538
9.3.1.1	Stichtagskursmethode .....	538
9.3.1.2	Zeitbezugs-methode .....	539
9.3.1.3	Fristigkeitsmethode .....	540
9.3.1.4	Nominal-Sachwert-Methode .....	540
9.3.1.5	Funktionale Umrechnungsmethode .....	541
9.3.1.6	Umrechnungsdifferenzen .....	541
9.3.1.7	Fallbeispiel .....	542
9.3.1.7.1	Ausgangssituation .....	542
9.3.1.7.2	Umrechnung nach der Zeitbezugs-methode .....	543
9.3.1.7.3	Umrechnung nach der Stichtagskursmethode .....	546
9.4	INTERNATIONALE HARMONISIERUNG DER RECHNUNGSLEGUNG .....	547
9.4.1	Begriffliche Grundlagen der Harmonisierung .....	547
9.4.2	Harmonisierungsbedarf der Rechnungslegung .....	549

9.4.3	Messung des Harmonisierungsgrades .....	551
9.4.4	Gliederung der Harmonisierungsbestrebungen .....	552
9.4.5	Harmonisierungsbestrebungen des IASB.....	554
9.4.5.1	Grundlagen und Aufbau des IASB .....	554
9.4.5.2	Ziele und Grundsätze des IASB .....	556
9.4.5.3	Historische Entwicklung des IASB .....	557
9.4.5.3.1	Entwicklung der Standards .....	557
9.4.5.3.2	Erarbeitung des Framework und Reduzierung von Wahlrechten .....	557
9.4.5.3.3	Vervollständigung der Core Standards der IOSCO .....	558
9.4.5.4	Konzeption der IAS-Rechnungslegung .....	558
9.4.5.4.1	Übersicht über die International Accounting Standards ....	558
9.4.5.4.2	Aufbau der IAS .....	559
9.4.5.4.3	Auslegung der IAS.....	560
9.4.5.4.4	Nichtbefolgung eines Standards .....	561
9.4.5.5	Der Jahresabschluss nach IAS .....	562
9.4.5.6	Bedeutung der Rechnungslegung nach IAS .....	564
9.4.6	Harmonisierungsbestrebungen der Europäischen Union .....	565
9.4.6.1	Rechtsgrundlagen der Harmonisierung .....	565
9.4.6.2	Harmonisierungsprozess und gemeinsame Rechnungslegungsvorschriften.....	566
9.4.6.3	Beurteilung der EU-Harmonisierung.....	567
9.4.6.4	Perspektiven der Europäischen Harmonisierung.....	568
9.5	INTERNE RECHNUNGSLEGUNG.....	569

## **10 Controlling im internationalen Unternehmen..... 570**

10.1	GRUNDKONZEPT DES CONTROLLING UND BESONDERHEITEN IM INTERNATIONALEN UMFELD.....	570
10.2	AUSRICHTUNG DES INTERNATIONALEN CONTROLLING.....	573
10.2.1	Organisation des Controlling im internationalen Unternehmen ..	573
10.2.2	Standardisierung oder Differenzierung des Controlling .....	578
10.2.3	Controlling und Kultur .....	579
10.3	STEUERUNGSINSTRUMENTE IM INTERNATIONALEN CONTROLLING .....	582
10.3.1	Aktuelle Strömungen im Controlling .....	582
10.3.2	Internationales Wertmanagement und der Shareholder Value- Ansatz .....	583
10.3.3	Internationales Performance Measurement und die Balanced Scorecard .....	586
10.3.4	Ausgewählte Einzelprobleme.....	591
10.3.4.1	Ausgestaltung von Technologieverträgen .....	591
10.3.4.2	Verrechnungspreisbildung.....	593
10.4	FAZIT.....	596

<b>11</b>	<b>Internationales Organisations- und Kooperationsmanagement.....</b>	<b>597</b>
11.1	BEGRIFF UND ZIELE DES INTERNATIONALEN ORGANISATIONSMANAGEMENTS .....	597
11.2	RAHMENBEDINGUNGEN DES INTERNATIONALEN ORGANISATIONSMANAGEMENTS .....	599
11.3	STRUKTURELLE GESTALTUNGSELEMENTE .....	601
11.3.1	Herkömmliche internationale Organisationsstrukturen .....	601
11.3.2	Neuere Organisationsstrukturen internationaler Unternehmen....	608
11.3.2.1	Management-Holding .....	608
11.3.2.2	Internationale Netzwerkstrukturen .....	611
11.3.2.2.1	Einführung .....	611
11.3.2.2.2	Interorganisationale Netzwerke .....	612
11.3.2.2.3	Intraorganisatorische Netzwerke .....	614
11.4	PROZESSUALE GESTALTUNGSELEMENTE IM INTERNATIONALEN TÄTIGEN UNTERNEHMEN .....	618
11.4.1	Klassifikation der Instrumente .....	618
11.4.2	Technokratische Instrumente .....	619
11.4.2.1	Planung .....	619
11.4.2.2	Formalisierung.....	620
11.4.3	Personenorientierte Instrumente.....	622
11.4.3.1	Persönliche Anweisung .....	622
11.4.3.2	Selbstabstimmung.....	623
11.4.3.3	Sozialisation.....	624
11.5	INTERNATIONALES KOOPERATIONSMANAGEMENT .....	625
11.5.1	Eigenschaften internationaler Kooperationen .....	625
11.5.2	Internationaler Kooperationsprozess.....	626
11.5.3	Motive für internationale Kooperationen .....	628
11.5.4	Internationale Kooperationsformen.....	629
11.5.4.1	Systematisierung internationaler Kooperationen .....	629
11.5.4.2	Internationale Kooperationen auf rein vertraglicher Basis.....	630
11.5.4.3	Internationale Gemeinschaftsunternehmen .....	635
11.5.4.4	Weitere Ausprägungsformen internationaler Kooperationen....	637
<b>12</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>641</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>644</b>
	<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>704</b>