

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Hinweise zum Aufbau des Buches.....	X
Inhaltsübersicht.....	XII
Inhaltsverzeichnis.....	XXIV
Abbildungsverzeichnis.....	LII
Textboxverzeichnis.....	LXVI

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	32
2.1.2.1	Grenzüberschreitende Veredelungsgeschäfte	32
2.1.2.2	Grenzüberschreitende Kompensationsgeschäfte.....	34
2.1.3	Motive des Außenhandels	38
2.2	Der weltweite Außenhandel	39
2.2.1	Die Entwicklung des Welthandels.....	40
2.2.1.1	Die langfristige Entwicklung des Welthandels.....	40
2.2.1.2	Die langfristige Entwicklung des Welthandels im Vergleich mit anderen weltwirtschaftlichen Daten	42
2.2.1.3	Die jüngere Entwicklung des Welthandels	45
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.....	58
2.3.2	Der Außenhandel Deutschlands nach Bundesländern	63
2.3.3	Der Außenhandel Deutschlands nach Warengruppen	66
2.3.4	Der Außenhandel Deutschlands nach Regionen.....	70
2.3.4.1	Die regionale Verteilung des deutschen Außenhandels nach Erdteilen	70
2.3.4.2	Die regionale Verteilung des deutschen Außenhandels nach Ländergruppen	71
2.3.4.3	Die wichtigsten Handelspartner Deutschlands	72
2.3.4.4	Deutschland als Handelspartner aus der Sicht anderer Länder.....	74
3	Internationalisierung und Direktinvestitionen	78
3.1	Terminologische und inhaltliche Grundlagen	78
3.1.1	Definition und Abgrenzung von Direktinvestitionen.....	78
3.1.2	Die sogenannte Direktinvestitionsannahme.....	80
3.1.3	Motive und Konsequenzen der Direktinvestitionen	81
3.1.4	Betrachtungsebenen für Direktinvestitionen	85
3.1.5	Bestandteile von Direktinvestitionen	86
3.1.5.1	Die Unterscheidung zwischen Erst- und Folgeinvestitionen.....	86
3.1.5.2	Die Unterscheidung zwischen Eigenkapital- und Fremdkapitalanteilen.....	88

3.1.5.3 Zwischenfazit.....	91
3.1.6 Empirische Erfassung von Direktinvestitionen	91
3.1.7 Probleme der empirischen Erfassung von Direktinvestitionen	94
3.2 Die weltweiten Direktinvestitionen	96
3.2.1 Die Entwicklung der weltweiten Direktinvestitionstätigkeit	97
3.2.1.1 Die langfristige Entwicklung der weltweiten Direktinvestitionstätigkeit	97
3.2.1.2 Ein Vergleich der weltweiten Direktinvestitionen mit anderen weltwirtschaftlichen Daten.....	101
3.2.1.3 Die jüngere Entwicklung der weltweiten Direktinvestitionen	103
3.2.2 Die zentralen Staaten der weltweiten Direktinvestitionstätigkeit	104
3.2.2.1 Allgemeine Betrachtung	104
3.2.2.1.1 Direktinvestitionsbestände	104
3.2.2.1.2 Direktinvestitionsflüsse	108
3.2.2.2 Betrachtung der europäischen Situation	112
3.3 Die Direktinvestitionen in und aus Deutschland	114
3.3.1 Die Entwicklung der Direktinvestitionstätigkeit Deutschlands	115
3.3.1.1 Direktinvestitionsbestände.....	115
3.3.1.2 Direktinvestitionsflüsse	115
3.3.2 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Bundesländern.....	118
3.3.3 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Branchen	120
3.3.4 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Regionen	122
3.3.4.1 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Ländergruppen	122
3.3.4.2 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Ländern	123
3.4 Direktinvestitionen im Zusammenhang mit Außenhandel und weiteren Formen der außenwirtschaftlichen Verflechtung	127
4 Internationalisierung und die Zahlungsbilanz	133
4.1 Definition der Zahlungsbilanz.....	133
4.2 Aufbau der Zahlungsbilanz	136
4.3 Die Teilbilanzen Leistungsbilanz und Kapitalverkehrsbilanz	138
4.3.1 Eine Betrachtung der Leistungsbilanz.....	138
4.3.1.1 Die Inhalte der Leistungsbilanz	138
4.3.1.2 Die Leistungsbilanz der Bundesrepublik Deutschland.....	140

4.3.2	Eine Betrachtung der Kapitalverkehrsbilanz	143
4.4	Die Datenbasis der Zahlungsbilanz.....	145
5	Globalisierungstendenzen in der Weltwirtschaft	147
5.1	Globalisierung ist ... ? – Die Bedeutung von Globalisierung	147
5.2	Globalisierung von ... ? – Die Objekte der Globalisierung.....	150
5.2.1	Globalisierung von Märkten	151
5.2.2	Globalisierung von Unternehmungen.....	153
5.2.3	Globalisierung weiterer Lebensbereiche.....	156
5.3	Globalisierung ist nicht gleich ... ? – Der Versuch einer Abgrenzung.....	160
5.3.1	Globalisierung und Internationalisierung.....	160
5.3.2	Globalisierung und Regionalisierung	161
5.3.3	Globalisierung und Denationalisierung	162
5.3.4	Zwischenfazit	162
5.4	Konsequenzen der Globalisierung	163
5.4.1	Einleitende Überlegungen zu den Konsequenzen der Globalisierung	163
5.4.2	Vereinheitlichung als Konsequenz.....	164
5.4.2.1	Vereinheitlichungstendenzen auf gesamtwirtschaftlicher Ebene.....	164
5.4.2.2	Vereinheitlichungstendenzen auf einzelwirtschaftlicher Ebene.....	165
5.4.3	Ausgewählte Konsequenzen auf der „Negativseite“	166
5.4.4	Ausgewählte Konsequenzen auf der „Positivseite“	168
5.5	Ursachen der Globalisierung.....	170
5.5.1	Zunehmende Deregulierungstendenzen.....	170
5.5.2	Zunehmende Kooperations- und Integrationstendenzen.....	172
5.5.2.1	Kooperationsformen.....	172
5.5.2.2	Integrationsformen	173
5.5.3	Öffnung ehemaliger Planwirtschaften sowie Auftreten neuer Wettbewerber auf dem Weltmarkt.....	177
5.5.4	Technologischer Fortschritt.....	179
5.5.5	Sozio-ökonomische bzw. sozio-kulturelle Gründe.....	181
5.5.6	Weiterführender Ausblick.....	184
5.6	Ländergruppen in der Weltwirtschaft – Zeichen der Regionalisierung statt Globalisierung?	186
5.6.1	Einteilung der Ländergruppen nach dem Entwicklungsstand	187
5.6.1.1	Darstellung zentraler Klassifikationen	187

5.6.1.2 Analyse zentraler Klassifikationen.....	192
5.6.2 Einteilung der Ländergruppen nach der Zugehörigkeit zu politischen und wirtschaftlichen Gemeinschaften	196
5.6.3 Zusammenfassende Beurteilung der Ländergruppenbildung	199
6 Anhang: Quellen zur Internationalisierung der Wirtschaft.....	201
6.1 Quellen nationaler Institutionen.....	201
6.2 Quellen internationaler Institutionen.....	203
6.3 Sonstige Quellen	205
6.4 Wissenschaftliche Beiträge zur Internationalisierung.....	206
Fragen zur Selbstkontrolle	211
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	216

Kapitel 2

Die internationale Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick.....	223
1 Ein Grundverständnis der internationalen Unternehmung	225
1.1 Die Ursprünge internationaler Unternehmungen.....	225
1.2 Ein erster Eindruck von der Bedeutung internationaler Unternehmungen	226
1.3 Ein einführendes Beispiel einer internationalen Unternehmung	227
1.4 Definitionen der internationalen Unternehmung.....	228
1.5 Trugschlüsse über die internationale Unternehmung.....	230
1.6 Überblick über die wichtigsten Markteintritts- und Marktbearbeitungsformen der internationalen Unternehmung.....	238
1.7 Vom Grundverständnis zu alternativen Betrachtungsmöglichkeiten der internationalen Unternehmung.....	241
2 Quantitative Betrachtungen der internationalen Unternehmung	243
2.1 Quantitativ-absolute Betrachtung	243
2.1.1 Bestandsgrößen.....	243
2.1.2 Bewegungsgrößen	245
2.1.3 Bestandsgrößen und Bewegungsgrößen im größeren Zusammenhang.....	246
2.2 Quantitativ-relative Betrachtung	247
2.2.1 Die Auslandsquote	248
2.2.2 Das Internationalisierungsprofil.....	251
2.2.3 Der Internationalisierungsindex.....	252
2.2.4 Der Internationalisierungsgrad	257
2.2.5 Markt- bzw. konkurrenzbezogene quantitativ-relative Betrachtungen.....	258
2.3 Beurteilung quantitativer Betrachtungen	262
2.3.1 Allgemeine Beurteilung der quantitativen Internationalitätsmessung.....	262
2.3.2 Spezielle Beurteilung der Internationalitäts- und Erfolgsmessung.....	267
3 Qualitative Betrachtungen der internationalen Unternehmung	270
3.1 Einleitender Überblick über die qualitativen Konzepte der internationalen Unternehmung	270

3.2 Die mehrstufigen Konzepte der internationalen Unternehmung	271
3.2.1 Das Konzept von Perlmutter	271
3.2.1.1 Darstellung des Konzepts von Perlmutter	271
3.2.1.2 Diskussion des Konzepts von Perlmutter	275
3.2.2 Das Konzept von Bartlett/Ghoshal	281
3.2.2.1 Darstellung des Konzepts von Bartlett/Ghoshal	281
3.2.2.2 Diskussion des Konzepts von Bartlett/Ghoshal	283
3.2.3 Die mehrstufigen Konzepte im Vergleich – eine kurze Zwischenbetrachtung	291
3.3 Die einstufigen Konzepte der internationalen Unternehmung	293
3.3.1 Das Konzept von Hedlund	293
3.3.1.1 Darstellung des Konzepts von Hedlund	294
3.3.1.2 Diskussion des Konzepts von Hedlund	295
3.3.2 Das Konzept von Doz/Prahalad	299
3.3.2.1 Darstellung des Konzepts von Doz/Prahalad	299
3.3.2.2 Diskussion des Konzepts von Doz/Prahalad	300
3.3.3 Das Konzept von White/Poynter	303
3.3.3.1 Darstellung des Konzepts von White/Poynter	303
3.3.3.2 Diskussion des Konzepts von White/Poynter	304
3.3.4 Weitere einstufige Konzepte	306
3.4 Zusammenfassende Zwischenbetrachtung der Archetypen der internationalen Unternehmung	308
4 Ein integratives Konzept der internationalen Unternehmung	311
4.1 Darstellung des integrativen Konzepts	311
4.1.1 Anzahl und geographisch-kulturelle Distanz der bearbeiteten Länder	311
4.1.2 Art und Umfang der Wertschöpfung	313
4.1.3 Integration der internationalen Unternehmung	315
4.2 Diskussion des integrativen Konzepts	318
5 Tochtergesellschaften in der internationalen Unternehmung	324
5.1 Einleitende Überlegungen zur zunehmenden Bedeutung von Tochtergesellschaften	324
5.2 Die Rollentypologie von Bartlett/Ghoshal	328
5.2.1 Die Einordnung der Rollentypologie	328
5.2.2 Die Dimensionen der Rollentypologie	328

5.2.3 Die Tochtergesellschaftsrollen	330
5.3 Die Rollentypologie von Ferdows	332
5.3.1 Die Einordnung der Rollentypologie.....	333
5.3.2 Die Dimensionen der Rollentypologie	333
5.3.3 Die Tochtergesellschaftsrollen	335
5.4 Die Rollentypologie von Gupta/Govindarajan.....	339
5.4.1 Die Einordnung der Rollentypologie.....	339
5.4.2 Die Dimensionen der Rollentypologie	340
5.4.3 Die Tochtergesellschaftsrollen	340
5.5 Der Erkenntniswert der Rollentypologien	342
6 Schlussbetrachtung zur internationalen Unternehmung.....	350
Fragen zur Selbstkontrolle	352
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	356

Kapitel 3

Theorien der internationalen Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick.....	363
1 Theorien des Außenhandels	368
1.1 Überblick über Theorien des Außenhandels	368
1.2 Ultra-traditionelle Erklärungsansätze	368
1.2.1 Der Ansatz der Merkantilisten	368
1.2.2 Die Theorie der absoluten Kostenvorteile von Adam Smith.....	369
1.2.3 Die Theorie der relativen Kostenvorteile von David Ricardo	371
1.2.4 Das Faktorproportionentheorem von Heckscher/Ohlin	373
1.2.5 Zwischenfazit zu den ultra-traditionellen Erklärungsansätzen	375
1.2.5.1 Die Kritik an den realitätsfernen Annahmen der Erklärungsansätze.....	375
1.2.5.2 Die Kritik durch die empirische Widerlegung von Leontief (Neo-Faktorproportionentheorem).....	376
1.2.5.3 Trotz aller Probleme – Der Nutzen der ultra-traditionellen Erklärungsansätze.....	378
1.3 Traditionelle Erklärungsansätze	378
1.3.1 Der (Nicht-)Verfügbarkeitsansatz von Kravis	379
1.3.2 Die Theorie der technologischen Lücke von Posner.....	381
1.3.3 Die Nachfragestrukturhypothese von Linder.....	385
1.3.4 Zwischenfazit zu den traditionellen Erklärungsansätzen.....	388
2 Theorien der Direktinvestition.....	389
2.1 Überblick über Theorien der Direktinvestition	389
2.2 Kapitalmarktorientierte Erklärungsansätze.....	389
2.2.1 Die einfache Zinssatztheorie.....	389
2.2.2 Die erweiterte Zinssatztheorie.....	391
2.2.3 Der Währungsraumansatz von Aliber	393
2.2.4 Die Portfoliotheorie der Direktinvestition nach Rugman.....	395
2.2.5 Zwischenfazit und Ausblick zu den kapitalmarktorientierten Erklärungsansätzen	397

2.3 Die Theorie des monopolistischen Vorteils von Hymer	398
2.4 Die Theorien des oligopolistischen Parallelverhaltens	403
2.5 Der Handelsschrankenansatz	407
3 Übergreifende Internationalisierungstheorien.....	410
3.1 Überblick über übergreifende Internationalisierungstheorien	410
3.2 Ansätze zur generellen Begründung der Internationalisierung.....	411
3.2.1 Die Verhaltenstheorie von Aharoni	411
3.2.2 Die Ansätze imperialistischer Begründung	417
3.2.3 Die Ansätze der Kostendegression.....	419
3.3 Ansätze zur Begründung unterschiedlicher Formen der Internationalisierung	423
3.3.1 Der Produkt(lebens)zyklusansatz von Vernon	423
3.3.2 Die Standortansätze	426
3.3.3 Der Portersche Diamant-Ansatz	431
3.3.4 Die Internalisierungstheorie	437
3.3.5 Das eklektische Paradigma von Dunning	444
3.3.6 Die Internationalisierungsprozessforschung der Uppsala-Schule.....	450
4 Kritische Gesamtbetrachtung der Internationalisierungstheorien	457
Fragen zur Selbstkontrolle	466
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	470

Kapitel 4

Organisationsstrukturen der internationalen Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick.....	475
1 Grundformen internationaler Organisationsstrukturen.....	477
1.1 Darstellung der Grundformen internationaler Organisationsstrukturen	477
1.1.1 Überblick über alternative Grundformen von Organisationsstrukturen	477
1.1.2 Unspezifische Organisationsstrukturen internationaler Unternehmungen	480
1.1.3 Segregierte Organisationsstrukturen internationaler Unternehmungen: Die Internationale Division.....	485
1.1.4 Integrierte Organisationsstrukturen internationaler Unternehmungen	490
1.1.4.1 Eindimensionale integrierte Strukturen.....	491
1.1.4.1.1 Integrierte Funktionalstrukturen	491
1.1.4.1.2 Integrierte Geschäftsbereichs- und Produktstrukturen	495
1.1.4.1.3 Integrierte Regionalstrukturen	503
1.1.4.1.4 Integrierte Key-Account-Strukturen.....	506
1.1.4.2 Mehrdimensionale integrierte Strukturen.....	510
1.1.4.2.1 Matrixstrukturen	510
1.1.4.2.2 Tensorstrukturen.....	516
1.1.5 Netzwerkstrukturen internationaler Unternehmungen.....	518
1.1.5.1 Der Netzwerkbegriff.....	518
1.1.5.2 Intra-organisationale Netzwerke oder: Netzwerkunternehmungen	519
1.1.5.3 Inter-organisationale Netzwerke oder: Unternehmensnetzwerke	522
1.1.5.3.1 Merkmale und Entstehung von Unternehmensnetzwerken.....	522
1.1.5.3.2 Virtuelle Unternehmensnetzwerke	525
1.1.5.3.3 Der Strukturaspekt von Unternehmensnetzwerken	528
1.1.5.4 Die Verbindung von intra-organisationalen und inter-organisationalen Netzwerkstrukturen	529
1.1.6 Grundformen internationaler Organisationsstrukturen und qualitative Konzepte der internationalen Unternehmung	531

1.1.6.1	Der Zusammenhang mit Bartlett/Ghoshal	531
1.1.6.2	Der Zusammenhang mit Perlmutter	532
1.2	Entwicklung der Grundformen von internationalen Organisationsstrukturen	534
1.2.1	Überblick über empirische Studien zur Entwicklung internationaler Organisationsstrukturen	534
1.2.2	Empirische Studien zur Entwicklung internationaler Organisationsstrukturen	535
1.2.2.1	Die Studie von Stopford/Wells.....	535
1.2.2.2	Die Studie von Franko	539
1.2.2.3	Die Studien von Egelhoff.....	540
1.2.3	Eine kritische Würdigung der empirischen Studien	542
1.3	Internationale Organisationsstrukturen und Führungsorganisation.....	553
1.3.1	Der Zusammenhang zwischen den Grundformen internationaler Organisationsstrukturen und der Führungsorganisation	553
1.3.1.1	Alternativen der Führungsorganisation.....	554
1.3.1.2	Alternativen der Führungsorganisation und Organisationsstruktur	555
1.3.1.2.1	Aufgabenverteilung in Parallelität zur Gestaltung der Organisationsstruktur	556
1.3.1.2.2	Aufgabenverteilung in Diskrepanz zur Gestaltung der Organisationsstruktur	557
1.3.2	Die Spitzenverfassung von Unternehmungen im internationalen Vergleich	562
1.3.2.1	Einleitender Überblick.....	562
1.3.2.2	Das deutsche Modell	565
1.3.2.3	Das US-amerikanische Modell	569
1.3.2.4	Das japanische Modell	570
1.3.2.5	Das Schweizer Modell	571
1.3.2.6	Zusammenfassende und weiterführende Überlegungen.....	572
2	Gestaltungselemente internationaler Organisationsstrukturen	575
2.1	Überblick	575
2.2	Die Schaffung von Konzern- und Holdingstrukturen	575
2.2.1	Die Relevanz von Konzern- und Holdingstrukturen	575
2.2.2	Der Konzern.....	577
2.2.2.1	Definition und Merkmale des Konzerns.....	577

2.2.2.2 Arten von Konzernen.....	579
2.2.2.2.1 Juristisch-orientierte Klassifikation.....	579
2.2.2.2.2 Betriebswirtschaftlich-orientierte Klassifikation.....	582
2.2.2.3 Teileinheiten im Konzern.....	583
2.2.2.4 Verflechtungen im Konzern.....	584
2.2.3 Die Holding.....	585
2.2.3.1 Definition und Merkmale der Holding.....	585
2.2.3.2 Die Operative Holding.....	587
2.2.3.3 Die Strategische Holding.....	590
2.2.3.4 Die Finanzholding.....	592
2.2.3.5 Die Holdingvarianten im Vergleich.....	596
2.2.3.5.1 Allgemeiner Vergleich.....	596
2.2.3.5.2 Der Autonomiegrad in der Holding.....	599
2.2.3.5.3 Das Synergie- und Innovationspotential in der Holding.....	599
2.2.3.5.4 Zentralisierung und Dezentralisierung in der Holding.....	600
2.2.4 Bildung von Konzern- und Holdingstrukturen.....	602
2.2.5 Zusammenfassung und Ausblick.....	603
2.3 Die Einrichtung von Zentralbereichen.....	607
2.3.1 Definition und Relevanz von Zentralbereichen.....	607
2.3.2 Modelle von Zentralbereichen.....	609
2.3.3 Geographische Lokalisierung von Zentralbereichen.....	612
2.3.4 Zweck- und Zielsetzung einzelner Zentralbereiche.....	614
2.3.5 Beurteilung der Einrichtung von Zentralbereichen.....	617
2.4 Die Entscheidung für internationale Projektorganisationen.....	620
2.4.1 Definition und Abgrenzung der Projektorganisation.....	620
2.4.2 Arten der Projektorganisation.....	621
2.4.3 Projektinterne Organisationsformen.....	624
2.4.4 Gründe für die zunehmende Verbreitung von projektbezogenen Organisationsformen.....	625
2.5 Die Wahl der statutarischen Organisationsstruktur.....	628
3 Von der Strukturorientierung zur Prozessorientierung.....	633
3.1 Von der Restrukturierung zur Prozessorientierung.....	633
3.2 Arten von Prozessen.....	635
3.2.1 Geschäftsprozesse.....	635

3.2.2 Kernprozesse innerhalb der Geschäftsprozesse	637
3.3 Verbesserung von Geschäftsprozessen	638
3.4 Das schwierige Verhältnis von Strukturen und Prozessen.....	639
Fragen zur Selbstkontrolle	642
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	648

Kapitel 5

Kultur in der internationalen Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick.....	655
1 Terminologische und inhaltliche Grundlagen der Kulturthematik.....	658
1.1 Ein allgemeines Verständnis von Kultur.....	658
1.1.1 Der Begriff Kultur	658
1.1.2 Die Merkmale von Kultur.....	658
1.1.3 Die Funktionen von Kultur.....	660
1.2 Kulturfelder in der internationalen Unternehmung.....	662
1.3 Ursprung und Entwicklung der Kulturforschung im Internationalen Management	664
2 Die Unternehmungskultur internationaler Unternehmungen	670
2.1 Auffassungen über Unternehmungskultur.....	670
2.1.1 Einleitende Überlegungen.....	670
2.1.2 Die Elemente der Concepta-Ebene	672
2.1.3 Die Elemente der Percepta-Ebene	674
2.2 Unternehmungskultur und das Sprachspiel von der Oberflächen- und Tiefenstruktur	676
2.2.1 Einleitende Überlegungen.....	676
2.2.2 Die Unterscheidung zwischen Oberflächen- und Tiefenstrukturen	676
2.2.3 Die Anschlussfähigkeit der Oberflächen- und Tiefenstrukturdiskussion an die Unternehmungskulturdiskussion	678
2.3 Beschreibungsmerkmale für Unternehmungskulturen	678
2.4 Die Entwicklung von Unternehmungskulturen.....	681
3 Die Landeskultur in internationalen Unternehmungen.....	686
3.1 Einleitender Überblick	686
3.2 Die Kulturdimensionen von Kluckhohn/Strodtbeck	687
3.3 Die Kulturdimensionen von Hall	694
3.4 Die Kulturdimensionen von Hofstede.....	702
3.4.1 Darstellung der Studie von Hofstede	702

3.4.2 Die Dimensionen Hofstedes	704
3.4.3 Eine kurze Würdigung der Arbeit Hofstedes	715
3.5 Die Kulturdimensionen von Trompenaars	718
3.5.1 Darstellung der Studie von Trompenaars	719
3.5.2 Die Dimensionen von Trompenaars	722
3.5.3 Eine kurze Würdigung der Arbeit Trompenaars'	724
3.6 Das Dülfersche Schichtenmodell	729
3.6.1 Die natürlichen und kulturellen Umweltschichten.....	729
3.6.2 Entscheidungen vor dem Hintergrund der natürlichen und kulturellen Umweltschichten.....	735
3.7 Zusammenfassende Schlussfolgerungen zu den vorgestellten Kulturstudien	738
3.8 Überblick über weitere Kulturstudien.....	744
3.8.1 Einleitender Überblick	744
3.8.2 Studien mit Fokus auf der Concepta-Ebene	745
3.8.2.1 Generelle Werte-, Einstellungs- und Überzeugungsstudien.....	745
3.8.2.2 Arbeits- bzw. managementrelevante Werte-, Einstellungs- und Überzeugungsstudien	746
3.8.3 Studien mit Fokus auf der Percepta-Ebene	748
3.8.3.1 Studien zur Verhaltenswelt der Percepta-Ebene.....	748
3.8.3.2 Studien zur Symbolwelt der Percepta-Ebene	749
3.8.4 Studien zu „Business Systems“	752
4 Kulturgeprägte Unternehmungsformen	756
4.1 Einleitende Überlegungen	756
4.2 Die japanischen Keiretsu	757
4.2.1 Historischer Rückblick.....	757
4.2.2 Aktoren und Eigentumsstrukturen der Keiretsu	758
4.2.3 Struktur und Beziehungen im Keiretsu.....	760
4.2.4 Managementprinzipien im Keiretsu	761
4.3 Die koreanischen Chaebol	761
4.3.1 Historischer Rückblick.....	761
4.3.2 Aktoren und Eigentumsstrukturen der Chaebol	761
4.3.3 Struktur und Beziehungen im Chaebol	762
4.3.4 Managementprinzipien im Chaebol.....	763

4.4 Die chinesischen Family Business Networks	763
4.4.1 Historischer Rückblick.....	764
4.4.2 Aktoren und Eigentumsstrukturen der Family Business Networks.....	765
4.4.3 Struktur und Beziehungen im Family Business Network.....	766
4.4.4 Managementprinzipien im Family Business Network.....	766
4.5 Zwischenfazit	767
5 Die internationale Unternehmung in ihrer Multikulturalität	770
5.1 Die Universalismus-Kulturismus-Debatte	770
5.2 Die Gründe für Multikulturalität in der internationalen Unternehmung.....	772
5.3 Probleme der Forschung vor dem Hintergrund der Multikulturalität	774
Fragen zur Selbstkontrolle	775
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	780

Kapitel 6

Strategien der internationalen Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick.....	787
1 Terminologische und konzeptionelle Grundlagen	789
1.1 Definition und Charakterisierung des Strategiebegriffs	789
1.1.1 Kurzdefinition und Charakterisierung des Strategiebegriffs	789
1.1.2 Erläuterung der Definition und Charakterisierung des Strategiebegriffs.....	791
1.1.2.1 Ziele.....	791
1.1.2.2 Erfolgspotentiale.....	793
1.1.2.3 Wettbewerbsvorteile.....	794
1.1.2.4 Umwelt	796
1.1.2.5 Ressourcen, Fähigkeiten und Kompetenzen.....	797
1.1.2.6 Geplante und emergente Strategien	799
1.1.2.7 Stoßrichtungen und Ebenen von Strategien.....	801
1.2 Theoretische Ansätze der Strategieforschung	804
1.2.1 Die Industrial-Organization-Ansätze oder: Die Betonung der Umwelt	804
1.2.2 Die Ressourcenbasierten Ansätze oder: Die Betonung der Unternehmung	805
1.2.3 Die Industrial-Organization-Ansätze und die Ressourcenbasierten Ansätze im Zusammenspiel	807
1.2.3.1 Die Unterschiede zwischen den beiden Strömungen	807
1.2.3.2 Die Zusammenführung der beiden Strömungen	808
1.2.4 Kritische Überlegungen zu Umwelt-Ressourcen-Konstellationen in internationalen Unternehmungen.....	810
2 Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien.....	812
2.1 Einleitender Überblick über Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien.....	812
2.1.1 Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien als zentrales Thema des Internationalen Managements.....	812
2.1.2 Kriterien zur Systematisierung der Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien.....	814

2.2 Export.....	819
2.2.1 Indirekter Export.....	820
2.2.1.1 Charakterisierung des indirekten Exports.....	820
2.2.1.2 Vorteile und Motive des indirekten Exports	820
2.2.1.3 Nachteile und Probleme des indirekten Exports.....	821
2.2.2 Direkter Export	822
2.2.2.1 Charakterisierung des direkten Exports	822
2.2.2.2 Vorteile und Motive des direkten Exports	825
2.2.2.3 Nachteile und Probleme des direkten Exports	828
2.3 Lizenzierung.....	830
2.3.1 Charakterisierung der Lizenzierung	830
2.3.2 Vorteile und Motive der Lizenzierung.....	834
2.3.3 Nachteile und Probleme der Lizenzierung	836
2.4 Franchising.....	839
2.4.1 Charakterisierung des Franchising	839
2.4.2 Vorteile und Motive des Franchising.....	842
2.4.3 Nachteile und Probleme des Franchising	844
2.5 Vertragsfertigung.....	845
2.5.1 Charakterisierung der Vertragsfertigung	845
2.5.2 Vorteile und Motive der Vertragsfertigung.....	846
2.5.3 Nachteile und Probleme der Vertragsfertigung	848
2.6 Kooperative Formen des Markteintritts und der Marktbearbeitung	849
2.6.1 Einführende Überlegungen zu Kooperationen.....	849
2.6.2 Joint Venture.....	851
2.6.2.1 Charakterisierung des Joint Ventures	852
2.6.2.2 Vorteile und Motive des Joint Ventures	855
2.6.2.3 Nachteile und Probleme des Joint Ventures	858
2.6.3 Strategische Allianz	861
2.6.3.1 Charakterisierung der Strategischen Allianz.....	861
2.6.3.2 Vorteile und Motive der Strategischen Allianz	863
2.6.3.3 Nachteile und Probleme der Strategischen Allianz	865
2.7 Minderheitsbeteiligung	866
2.7.1 Charakterisierung der Minderheitsbeteiligung.....	867
2.7.2 Vorteile und Motive der Minderheitsbeteiligung	868

2.7.3 Nachteile und Probleme der Minderheitsbeteiligung.....	868
2.8 Tochtergesellschaften	869
2.8.1 Tochtergesellschaften im Allgemeinen	869
2.8.1.1 Charakterisierung von Tochtergesellschaften	869
2.8.1.2 Vorteile und Motive für die Etablierung von Tochtergesellschaften	872
2.8.1.3 Nachteile und Probleme der Etablierung von Tochtergesellschaften	873
2.8.2 Tochtergesellschaften durch Neugründung	873
2.8.2.1 Charakterisierung der Neugründung	873
2.8.2.2 Vorteile und Motive der Neugründung	875
2.8.2.3 Nachteile und Probleme der Neugründung	876
2.8.3 Tochtergesellschaften als Akquisition	876
2.8.3.1 Charakterisierung der Akquisition	876
2.8.3.2 Vorteile und Motive der Akquisition	882
2.8.3.3 Nachteile und Probleme der Akquisition.....	885
2.9 Fusion.....	887
2.9.1 Charakterisierung der Fusion.....	887
2.9.2 Vorteile und Motive der Fusion	889
2.9.3 Nachteile und Probleme der Fusion.....	890
2.10 Sonstige Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien	891
2.10.1 Managementverträge.....	892
2.10.2 Markteintritts- und Marktbearbeitungsformen im Investitionsgütergeschäft.....	893
2.11 Die Auswahl der Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie	895
2.12 Schlussüberlegungen zu Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien	903
3 Zielmarktstrategien	906
3.1 Informationen über Auslandsmärkte als Grundlage für Zielmarktstrategien.....	906
3.1.1 Einleitende Überlegungen zur Information über Auslandsmärkte.....	906
3.1.2 Informationsgewinnung	907
3.1.3 Informationsverarbeitung	910
3.1.4 Informationsspeicherung.....	912
3.2 Marktpräsenzstrategien.....	912

3.2.1 Basale Marktpräsenzstrategien.....	913
3.2.2 Geographische Marktpräsenzstrategien	915
3.2.3 Attraktivitätsorientierte Marktpräsenzstrategien	916
3.2.4 Ausgleichsorientierte Marktpräsenzstrategien	918
3.2.5 Zwischenfazit	919
3.3 Marktselektionsstrategien.....	919
3.3.1 Zentrale Kriterien für die Marktselektion	920
3.3.1.1 Die Ländermarktattraktivität.....	920
3.3.1.2 Die Ländermarktrisiken.....	921
3.3.1.3 Die Ländermarkteintrittsbarrieren	925
3.3.2 Zentrale Verfahren der Marktselektion.....	927
3.3.2.1 Einstufige Verfahren der Marktselektion.....	928
3.3.2.1.1 Checklistenverfahren	928
3.3.2.1.2 Verfahren der aspektweisen Elimination	930
3.3.2.1.3 Punktbewertungsverfahren	930
3.3.2.1.4 Investitionsrechnungsverfahren.....	932
3.3.2.1.5 Portfolioverfahren	932
3.3.2.2 Mehrstufige Verfahren der Marktselektion.....	936
3.3.2.2.1 Ein allgemeiner Vorschlag für ein mehrstufiges Verfahren der Marktselektion	936
3.3.2.2.2 Ein konkreter Vorschlag für ein mehrstufiges Verfahren der Marktselektion als Heuristik.....	938
3.3.3 Die Individualität von Marktselektionsstrategien	942
3.4 Marktsegmentierungsstrategien	942
3.4.1 Varianten der Marktsegmentierung.....	943
3.4.1.1 Intranationale Marktsegmentierung	943
3.4.1.2 Die integrale Marktsegmentierung.....	945
3.4.2 Die Individualität von Marktsegmentierungsstrategien.....	946
4 Timingstrategien	950
4.1 Länderspezifische Timingstrategien.....	950
4.1.1 Die First-Mover-Strategie	951
4.1.2 Die Follower-Strategie.....	952
4.2 Länderübergreifende Timingstrategien	955
4.2.1 Die Wasserfallstrategie	955

4.2.2 Die Sprinklerstrategie.....	958
4.2.3 Die kombinierte Wasserfall-Sprinkler-Strategie	960
5 Allokationsstrategien	962
5.1 Konfigurationsstrategien – Die Entscheidung zwischen Zentralisierung und Dezentralisierung.....	962
5.1.1 Das Verständnis von Konfiguration.....	962
5.1.2 Varianten der Konfigurationsstrategie.....	964
5.1.3 Vorteile der Zentralisierungsstrategie	966
5.1.4 Vorteile der Dezentralisierungsstrategie	968
5.1.5 Ein erweitertes Verständnis von Konfigurationsstrategien.....	969
5.2 Leistungsstrategien – Die Entscheidung zwischen Standardisierung und Differenzierung.....	973
5.2.1 Varianten der Leistungsstrategie	973
5.2.2 Vorteile der Standardisierungsstrategie.....	973
5.2.3 Vorteile der Differenzierungsstrategie.....	975
5.2.4 Ein erweitertes Verständnis von Leistungsstrategien.....	975
6 Koordinationsstrategien	979
6.1 Grundlagen zur Koordinationsproblematik.....	979
6.1.1 Der Begriff der Koordination und dessen Bedeutung für die internationale Unternehmung.....	979
6.1.2 Arten der Koordination in der internationalen Unternehmung.....	980
6.2 Gründe für den Koordinationsbedarf in der internationalen Unternehmung	983
6.2.1 Arbeitsteilung	984
6.2.2 Interdependenzen	986
6.2.3 Schnittstellen.....	987
6.2.4 Zwischenfazit	988
6.3 Strategien für den Umgang mit Koordinationsbedarf in der internationalen Unternehmung.....	989
6.3.1 Koordinationsbedarfsreduzierende Strategien.....	989
6.3.1.1 Strategien des Outsourcing.....	990
6.3.1.2 Strategien des Aufbaus von Überschussressourcen.....	992
6.3.1.3 Strategien der Flexibilisierung von Ressourcen	993
6.3.1.4 Sonstige Strategien der Koordinationsbedarfsreduktion	996

6.3.2 Koordinationsbedarfsdeckende Strategien	997
6.3.2.1 Einleitender Überblick über koordinationsbedarfsdeckende Strategien	997
6.3.2.2 Strukturelle Koordinationsstrategien	999
6.3.2.3 Technokratische Koordinationsstrategien	1004
6.3.2.4 Personenorientierte Koordinationsstrategien	1011
6.3.2.5 Sonstige Strategien der Koordinationsbedarfsdeckung	1015
6.3.2.5.1 Transferpreise	1016
6.3.2.5.2 Wissenstransfer	1022
6.3.2.5.3 Selbstorganisation	1024
6.4 Zusammenfassender Ausblick zu Koordinationsstrategien	1024
6.4.1 Überblick über Studien zu idealtypischen Koordinationsstrategien	1025
6.4.1.1 Die Studie von Egelhoff	1025
6.4.1.2 Die Studie von Bartlett/Ghoshal	1026
6.4.2 Auf der Suche nach der idealen Koordinationsstrategie	1028
7 Schlussbetrachtung	1030
Fragen zur Selbstkontrolle	1033
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung	1039

Kapitel 7

Dynamik in der internationalen Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick.....	1047
1 Grundlagen eines Prozessmanagements	1049
1.1 Klassifizierung bestehender Internationalisierungsansätze.....	1050
1.1.1 Ansätze zu Aufbauorganisationen	1051
1.1.2 Ansätze zu Ablauforganisationen	1051
1.1.3 Theorien der Unternehmung.....	1052
1.1.4 Theorien der Unternehmungsentwicklung	1053
1.1.4.1 Lebenszyklustheorien.....	1054
1.1.4.2 Evolutionäre Prozesstheorien.....	1055
1.1.4.3 Dialektische Prozesstheorien	1056
1.1.4.4 Teleologische Prozesstheorien	1058
1.2 Die Prozessmechanik.....	1059
1.2.1 Der Kernprozess	1061
1.2.1.1 Die Prozessstruktur	1061
1.2.1.2 Die Allokation von Zeit.....	1062
1.2.1.2.1 Die Dauer und das Zeitbudget von Prozessen	1062
1.2.1.2.2 Das Prozessmuster	1062
1.2.1.2.3 Die Synchronisation von Prozessen	1063
1.2.1.2.4 Die soziale Zeit	1063
1.2.1.3 Die Prozesslogik.....	1064
1.2.2 Das Prozessumfeld.....	1064
1.2.2.1 Prozesse im Umfeld des Kernprozesses.....	1065
1.2.2.2 Netzwerke im Prozessumfeld	1065
1.2.2.3 Ressourcen im Prozessumfeld.....	1066
1.2.3 Der Prozessinhalt.....	1067
1.2.3.1 Die Prozessebene und die Prozessreichweite	1068
1.2.3.2 Die Handlungsalternativen	1069
1.2.3.3 Die Intensität des organisationalen Wandels	1069

1.3 Die Prozesstrilogie der Internationalisierung: Evolution, Episoden und Epochen	1072
1.3.1 Internationale Evolution	1073
1.3.2 Internationalisierungsepisoden	1074
1.3.3 Internationalisierungsepochen	1076
1.3.4 Die „Drei E's“ als Konstellationen von Kernprozess, Prozessumfeld und Prozessinhalt.....	1078
2 Unternehmungsentwicklung durch internationale Evolution.....	1081
2.1 Ursachen inkrementaler Internationalisierungsprozesse.....	1081
2.2 Führung der geplanten internationalen Evolution.....	1083
2.2.1 Von der inkrementalen zur geplanten internationalen Evolution.....	1083
2.2.2 Prozessmanagement der geplanten internationalen Evolution.....	1086
2.2.2.1 Veränderungen durch Ad-hoc-Strukturierung.....	1086
2.2.2.2 Veränderungen durch Korrektur des internationalen Tagesgeschäftes	1089
2.2.2.3 Veränderungen durch Reorganisation von Prozessen.....	1091
2.2.3 Führung der Prozessinhalte der internationalen Evolution	1096
2.2.4 Führung des Prozessumfeldes der internationalen Evolution.....	1099
2.2.4.1 Mikronetzwerke im Umfeld der internationalen Evolution.....	1099
2.2.4.2 Ressourcen im Umfeld der internationalen Evolution.....	1100
2.2.4.3 Prozesse im Umfeld der internationalen Evolution.....	1102
2.2.5 Evolution der konzeptionellen Gesamtsicht	1104
2.3 Analysemethoden zur Unterstützung des Managements der geplanten internationalen Evolution	1105
3 Unternehmungsentwicklung durch Internationalisierungsepisoden	1113
3.1 Ursachen von Internationalisierungsepisoden	1113
3.1.1 Unternehmungskonfigurationen.....	1114
3.1.2 Wandel von Unternehmungskonfigurationen.....	1115
3.2 Führung von Internationalisierungsepisoden	1115
3.2.1 Führungsalternativen in Internationalisierungsepisoden.....	1116
3.2.1.1 Führung von Episodeninhalten.....	1116
3.2.1.2 Führung des Kernprozesses der Episode	1118
3.2.1.3 Führung des Prozessumfeldes.....	1122
3.2.1.3.1 Das Prozessumfeld.....	1123

3.2.1.3.2 Internationalisierungsepisoden im Spannungsfeld von Potentialen und sozio-ökonomischem Feld	1124
3.2.2 Episodenmanagement am Beispiel internationaler Akquisitionen	1129
3.2.2.1 Ein Phasenschema für Akquisitionsepisoden.....	1129
3.2.2.2 Allokation von Zeit und Dauer der Teilprozesse.....	1136
3.2.2.3 Logik und Struktur der Teilprozesse.....	1141
3.2.2.4 Synchronisation mit Umfeldereignissen und -prozessen.....	1143
3.3 Analysemethoden zur Unterstützung des Episodenmanagements.....	1144
4 Unternehmungsentwicklung durch Internationalisierungsepochen	1147
4.1 Ursachen von Internationalisierungsepochen	1147
4.2 Führung von Internationalisierungsepochen	1149
4.2.1 Führungsgrößen für Internationalisierungsepochen	1149
4.2.1.1 Die konzeptionelle Gesamtsicht im Rahmen des Epochenmanagements	1150
4.2.1.2 Der normative Charakter des Epochenmanagements	1152
4.2.1.3 Leitmotive für Internationalisierungsepochen	1153
4.2.2 Gestaltung von strategischen Zugfolgen.....	1155
4.2.2.1 Beispiele für Epochenstrukturen: Reihungen und Parallelisierungen.....	1155
4.2.2.2 Bewertung strategischer Zugfolgen.....	1158
4.3 Analysemethoden zur Unterstützung des Epochenmanagements.....	1160
4.3.1 Der relative Internationalisierungsgrad	1160
4.3.2 Das Internationalisierungspotential	1163
4.3.3 Die Internationalisierungsmatrix.....	1164
4.3.4 Ein Fallbeispiel: Internationale Dynamik in der Lampenbranche	1167
5 Zusammenfassende Schlussbetrachtung	1173
Fragen zur Selbstkontrolle	1176
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	1179

Verzeichnisse

Literaturverzeichnis.....	1183
Unternehmens- und Markenverzeichnis.....	1319
Organisationen- und Institutionenverzeichnis.....	1329
Länder- und Regionenverzeichnis.....	1333
Stichwortverzeichnis.....	1339