
Inhaltsverzeichnis

Teil I Internationalisierung der Wirtschaft

1	Grundlagen der Internationalisierung	3
1.1	Internationaler Handel	3
1.1.1	Allgemeine historische Entwicklung	3
1.1.2	Gegenwärtiger Status	5
1.1.3	Entwicklung in Deutschland	6
1.1.4	Formen internationaler Handelsbeziehungen	6
1.2	Ausländische Direktinvestitionen	7
1.2.1	Allgemeine historische Entwicklung	7
1.2.2	Bedeutung und Rahmenbedingungen	8
1.2.3	Nachhaltigkeit	9
1.2.4	Status in deutschen Unternehmen	10
1.3	Globalisierung des Marktumfeldes	11
1.3.1	Ökonomische Dimension	11
1.3.2	Technologische Dimension	12
1.3.3	Politische und soziale Dimension	12
1.3.4	Ökologische Dimension	13
1.3.5	Risikopolitische Dimension	14
1.4	Multinationale Unternehmen	14
1.4.1	Marktpotenziale	16
1.4.2	Ressourcenpotenziale	16
1.4.3	Effizienzpotenziale	16
1.5	Internationale Managementforschung	17
1.5.1	Forschungsgebiete	17
1.5.2	Historische Entwicklung	18
	Literatur	19
2	Theorien der Internationalisierung	21
2.1	Theorien des internationalen Handels	21
2.1.1	Theorie des Merkantilismus	22

2.1.2	Theorie der absoluten Kostenvorteile	23
2.1.3	Theorie der komparativen Kostenvorteile	24
2.1.4	Faktorproportionen-Theorem.	24
2.1.5	(Nicht-)Verfügbarkeitsansatz.	25
2.1.6	Theorie der technologischen Lücke.	25
2.1.7	Lernkurventheorie	26
2.1.8	Nachfragestrukturhypothese	26
2.2	Theorien der internationalen Direktinvestition	27
2.2.1	Theorie des monopolistischen Vorteils	28
2.2.2	Theorie des oligopolistischen Parallelverhaltens.	28
2.2.3	Verhaltenstheorie	29
2.2.4	Produktlebenszyklus-Theorie	30
2.3	Übergreifende Theorien der Internationalisierung	31
2.3.1	Standorttheorie.	31
2.3.2	Diamant-Ansatz	32
2.3.3	Internalisierungstheorie	35
2.3.4	Eklektische Theorie	36
2.3.5	Internationalisierungsprozess-Theorie.	37
2.3.6	Gesamtbeurteilung	38
	Literatur.	39
3	Kultureller Einfluss in der Internationalisierung	41
3.1	Kultur und kultureller Einfluss auf das Management	41
3.1.1	Allgemeiner Kulturbegriff	41
3.1.2	Kontingenzansatz als theoretische Grundlage.	42
3.2	Kulturelle Elemente	43
3.2.1	Ästhetik	43
3.2.2	Werte und Einstellungen	43
3.2.3	Umgangsformen und Gebräuche	44
3.2.4	Soziale Strukturen	45
3.2.5	Religion	46
3.2.6	Kommunikation	47
3.2.7	Erziehung und Bildung	49
3.2.8	Physische und materielle Umwelt	49
3.3	Kulturdimensionale Modelle	50
3.3.1	Der Ansatz von Kluckhohn und Strodtbeck	51
3.3.2	Der Ansatz von Hofstede	54
3.3.3	Der Ansatz von Trompenaars.	58
3.3.4	Der Ansatz von Hall.	63
3.3.5	Die GLOBE-Studie	66
3.3.6	Gesamtbeurteilung	69

3.4	Unternehmenskultur im internationalen Kontext	70
3.4.1	Inhalte, Merkmale und Ebenen von Unternehmenskulturen . . .	70
3.4.2	Unternehmenskultur und Internationalisierungsgrad	72
3.5	Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility	74
	Literatur.	77

Teil II Strategisches Management und Organisation internationaler Unternehmen

4	Internationales Strategiemangement	81
4.1	Strategieformulierung und internationale Strategieoptionen	81
4.1.1	Strategiefindungsprozess	82
4.1.2	Idealtypische strategische Optionen	83
4.2	Internationalisierungsstrategien	86
4.2.1	Markt- und Standortwahl	87
4.2.2	Wahl der Markteintrittsform	89
4.2.3	Wahl des Markteintrittszeitpunkts	95
4.2.4	Selektion der Wettbewerbsstrategie	99
	Literatur.	103
5	Internationale Organisationsstrukturen	105
5.1	Grundlagen internationaler Organisationsstrukturen	106
5.1.1	Situationen sinnvoller Zentralisierung	106
5.1.2	Situationen sinnvoller Dezentralisierung	107
5.1.3	Koordination und Flexibilität.	107
5.2	Standardformen internationaler Organisationsstrukturen	108
5.2.1	Internationale Divisions-Struktur	108
5.2.2	Internationale Funktions-Struktur	109
5.2.3	Internationale Regional-Struktur	110
5.2.4	Internationale Produkt-Struktur	111
5.2.5	Internationale Matrix-Struktur	112
5.2.6	Internationale Netzwerk-Struktur	113
5.2.7	Internationale Holdingstrukturen	115
5.3	Internationale Corporate Governance-Strukturen	116
5.3.1	Angelsächsisches monistisches Corporate Governance-Modell	118
5.3.2	Deutsches dualistisches Corporate Governance-Modell	120
5.3.3	Japanisches netzwerkorientiertes Corporate Governance-Modell	121
5.3.4	Compliance	123
	Literatur.	127

Teil III Funktionales Management in internationalen Unternehmen

6	Internationales Personalmanagement	131
6.1	Inhalt und Rolle des internationalen Personalmanagements	131
6.2	Personalplanung	133
6.3	Personalbesetzung	134
6.3.1	Ethnozentrischer Personalbesetzungsansatz	135
6.3.2	Polyzentrischer Personalbesetzungsansatz	137
6.3.3	Geozentrischer Personalbesetzungsansatz	138
6.4	Personalselektion	139
6.4.1	Selektionskriterien	139
6.4.2	Motivations- und Risikofaktoren	141
6.4.3	Auswahlinstrumente	142
6.4.4	Diversität und Diskriminierung	143
6.5	Training und Weiterbildung	144
6.5.1	Standardisierung vs. Individualisierung von Maßnahmen	145
6.5.2	Weitere Gestaltungskriterien	145
6.6	Leistungsbeurteilung und Vergütung	147
6.6.1	Leistungsbeurteilung	148
6.6.2	Vergütungsbestimmung	148
6.6.3	Adaptionsdruck	151
6.7	Personalbindung und Repatriierung	152
6.7.1	Fluktuationsproblematik	152
6.7.2	Bindungs- und Rückkehrproblematik	153
6.8	Arbeitsbeziehungen und Mitbestimmung	154
	Literatur	156
7	Internationales Technologiemanagement	157
7.1	Technologisches Wissen und Innovationen	157
7.2	Dimensionen und Instrumente im Technologiemanagement	160
7.2.1	Strategisches Technologiemanagement	160
7.2.2	Operatives Technologiemanagement	166
7.3	Forschungs- und Entwicklungsmanagement	167
7.3.1	Ziele im internationalen F&E-Management	167
7.3.2	Gestaltungsoptionen internationaler F&E-Strategien	169
7.3.3	Organisation internationaler Forschung und Entwicklung	176
7.4	Management technologischer Kooperationen	178
7.4.1	Horizontale und vertikale Kooperationen	179
7.4.2	Vor- und Nachteile von technologischen Kooperationen	179
7.4.3	Kooperationsrahmen, -vertrag und -governance	181

7.5	Innovationsmanagement.	182
7.5.1	Innovationstreiber	182
7.5.2	Innovationsbereiche und Innovationsprozess	184
	Literatur.	188
8	Internationales Produktionsmanagement.	189
8.1	Entwicklung im internationalen Produktionsmanagement	189
8.2	Strategische Parameter im Produktionsmanagement	191
8.2.1	Kapazitätsplanung	192
8.2.2	Standortplanung	193
8.2.3	Prozess- und Layout-Selektion	199
8.2.4	Einfluss des Bestandsmanagements.	203
8.2.5	Lean Produktion und Just-in-Time	205
8.2.6	Make-or-Buy-Entscheidung – Vertikale Integration vs. Outsourcing	207
8.2.7	Digitalisierung und Cyber-physische Systeme	210
8.2.8	Nachhaltigkeit in der Produktion	212
	Literatur.	214
9	Internationales Logistikmanagement	217
9.1	Entwicklung und Strategien im Logistikmanagement	217
9.2	Parameter im internationalen Logistikmanagement	219
9.2.1	Globale Distributionszentren	220
9.2.2	Globales Vorratsmanagement	222
9.2.3	Verpackung und Materialflusstechniken	224
9.2.4	Transport	226
9.2.5	Retouren- und Entsorgungslogistik	227
9.2.6	Outsourcing	228
	Literatur.	231
10	Internationales Beschaffungsmanagement.	233
10.1	Ziele und Aufgaben einer internationalen Beschaffung	233
10.2	Komponenten des internationalen Beschaffungsprozesses	235
10.2.1	Beschaffungsmarktanalyse	236
10.2.2	Lieferantenmanagement	237
10.2.3	Vertrags- und Kategoriemanagement	240
10.2.4	Zentralisierung versus Dezentralisierung von Einkaufsorganisationen	241
10.2.5	Kooperationsintensitäts- und Lieferkettenanalyse	243
10.2.6	Beschaffungskonzeptstrategien	245
10.2.7	E-Procurement	248
	Literatur.	250

11 Internationales Marketingmanagement	253
11.1 Internationale Marketingstrategien	253
11.2 Internationale Produktpolitik	255
11.2.1 Gesetze und sonstige regulatorische Vorschriften	256
11.2.2 Kulturelle Unterschiede	257
11.2.3 Ökonomische Rahmenbedingungen	257
11.2.4 Marken- und Produktnamen	258
11.2.5 Reputation des Herstellerlandes	259
11.2.6 Plagiate und Schwarzmärkte	259
11.2.7 Kürzere Produktlebenszyklen	260
11.3 Internationale Kommunikationspolitik	261
11.3.1 Werbung	261
11.3.2 Persönlicher Vertrieb	263
11.3.3 Verkaufsförderung	264
11.3.4 Public Relations	265
11.4 Internationale Distributionspolitik	266
11.4.1 Transportmodus-Selektion	266
11.4.2 Gestaltung von Distributionskanälen	267
11.4.3 Einfluss von Produkteigenschaften	269
11.4.4 Spezielle lokale Bedingungen und Probleme	270
11.5 Internationale Preispolitik	270
11.5.1 Weltweite Preisfestlegung	271
11.5.2 Duale Preisfestlegung	272
11.5.3 Lokale Preisfestlegung	273
11.5.4 Transferpreise	274
Literatur	275
12 Internationales Finanzmanagement	277
12.1 Internationale Kapitalmärkte	277
12.1.1 Wesen und Entwicklung internationaler Kapitalmärkte	277
12.1.2 Segmente internationaler Kapitalmärkte	278
12.1.3 Hochfrequenzhandel und Dark Pools	281
12.2 Ziele im internationalen Finanzmanagement	282
12.3 Internationales Kapitalstrukturmanagement	283
12.3.1 Einflussfaktoren internationaler Kapitalstrukturen	284
12.3.2 Kapitalkosten und Kapitalallokation	285
12.4 Internationales Risikomanagement	286
12.4.1 Währungs- und Zinsrisiken	286
12.4.2 Risikoabsicherungsinstrumente	287
12.5 Internationales Cash- und Working Capital Management	293
12.5.1 Internationales Cash Management	294
12.5.2 Internationales Working-Capital-Management	295

12.6	Internationaler Zahlungs- und Kreditverkehr.	298
12.6.1	Dokumenteninkasso.	300
12.6.2	Dokumentenakkreditiv.	301
	Literatur.	303



<http://www.springer.com/978-3-658-16162-0>

Internationales Management
Grundlagen, Strategien und Konzepte
Sure, M.
2017, XIII, 304 S. 85 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-16162-0