

Geleitwort

Internationalisierung und globale Vernetzung auf der einen sowie Standortentwicklung und regionales Engagement auf der anderen Seite sind auch für multinationale Unternehmen keine Widersprüche, sondern sollten als komplementäre, sich gegenseitig fördernde Strategien und Managementaufgaben verstanden werden. Internationalisierungsstrategien sollten immer von regionalen Standortstrategien begleitet werden – so eine Grunderkenntnis der vorliegenden Arbeit.

Dass Unternehmen Verantwortung für die Gesellschaft übernehmen und über ihre ökonomische Tätigkeit hinaus auch gesellschaftliches Engagement leisten, ist keine neue Beobachtung. Die vorliegende Arbeit zeigt allerdings innovative Ansätze und Konzepte auf, mit denen regionales Unternehmensengagement strategisch und eng gekoppelt an die Kernprozesse eines multinationalen Unternehmens aufgebaut und koordiniert werden können.

Der Neuigkeitswert dieser Arbeit stellt sich vor allem in der Verzahnung von strategischem Management und Regionalentwicklung dar. Es werden dadurch neue Forschungsperspektiven und -ansätze eröffnet und interessante Anknüpfungspunkte für folgende wissenschaftliche Studien aufgezeigt.

Insbesondere durch die Gegenüberstellung der Pole ‚regionale Integration‘ und ‚globale Integration‘ sowie ‚Wettbewerbsfähigkeit‘ und ‚Lebensqualität‘ wird ein Forschungskontext geschaffen, mit dem wesentliche Aspekte des strategischen Standortengagements von Unternehmen analysiert und die Schnittstellen zwischen Unternehmen und Region, Wirtschaft und Gesellschaft im Spannungsfeld von Globalisierung und Regionalisierung diskutiert werden können.

Die vorliegende Arbeit ist damit sowohl Wissenschaftlern als auch interessierten Entscheidungsträgern aus den Bereichen Corporate Social Responsibility, Nachhaltigkeit, Regional- und Standortmanagement sowie strategisches Management zu empfehlen.

Prof. Dr. Harald Pechlaner
Lehrstuhl Tourismus und Zentrum für Entrepreneurship
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Standort- und Regionalentwicklung als strategische
Aufgabe multinationaler Unternehmen

Eine unternehmerische Perspektive auf regionale
Zusammenhänge

Tretter, M.

2017, XV, 195 S. 18 Abb., 4 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-17577-1