

Internationales Marketing

von

Prof. Dr. Dr. h.c. Joachim Zentes, Prof. Dr. Prof. h.c. Bernhard Swoboda, Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein

3., überarbeitete Auflage

Internationales Marketing – Zentes / Swoboda / Schramm-Klein

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Marketing, Handelsmanagement – Marketing, Medien und Handel – Marketing, Medien und Handel

Verlag Franz Vahlen München 2013

Verlag Franz Vahlen im Internet:

www.vahlen.de

ISBN 978 3 8006 4669 2

Stichwortverzeichnis

- Above-the-Line-Maßnahmen 388
- Absatz
 - kanäle 374, 406ff., 426, 436, 469
 - kanalstruktur 447, 457
 - horizontale 446
 - vertikale 436, 446
 - kanalsysteme 427, 469
 - märkte 30
 - mittler 189, 234, 406, 408
 - organe 408, 475, 478
 - unternehmenseigene 408
 - unternehmensfremde 408
 - orientierung 5, 502
 - potenzial 24, 30, 147, 477
 - wege 406ff., 426, 446, 490
- Abschlussagent 237
- Abstinenzmarkt 144
- Abwehrstrategie 265
- Across-the-border-trade 343f.
- Adaption 49, 301
- Akquisition 39, 98, 104, 203, 220, 256ff., 310ff., 333ff., 478, 500
 - internationale 265
- Akquisitionsstrategie 333
- Analytische Verfahren 416
- Anbiertgemeinschaften 178
- Anlagengeschäft 92, 178ff., 318, 479ff.
- Annahmerisiko 152
- Anpassung, Auslöser der 291
- Ansätze
 - deskriptive 133
 - normative 135
- Arbeitskreise 543f.
- Arbitrage 57, 122, 332, 376ff., 432f., 442, 453, 464f., 473
- Area-Marketing 532
- Arrangements, kontraktuelle 229, 325, 408
- Audit
 - Marketing- 563f., 568
 - Organisations- und Strategien- 568
 - Prämissen- und Ziele- 568
- Auslands
 - agent 235, 237
 - entsendung 587f.
 - niederlassung 187f., 292, 400, 586
 - projekte 90, 92, 114, 170
 - projektgesellschaft 318
- Außenhandels
 - Grundform des 229
 - unternehmen 71, 199, 228ff., 312
 - vertreter 237
- Ausstattungslicenz 243
- Ausstellungen 401f., 481
- Austrittsbarrieren 111, 168ff.
- Auswahlprozess 163
 - sequenzieller 283
- Basisoption 42, 48ff., 62f., 69ff., 162, 225, 291f., 309ff., 333, 356ff., 469ff.
 - Switch der 469ff.
 - von Handelsunternehmen 499
- Behavioristische Ansätze 89, 103, 166, 293
- Being International 42, 71
- Below-the-Line-Aktivitäten 388
- Benchmarking 572
- BERI-Index 157ff.
- Beschaffungs
 - märkte 1, 32f., 142, 149, 334, 380
 - marktanalyse 33
 - marktwahl 33
- Bestandsmanagement 411
- Besuchsverkehr 574ff.
- Betätigungsform 8, 36f., 42ff., 65ff., 88ff., 104ff., 167, 179ff., 200ff., 214f., 225ff., 423, 478, 496
 - Umgestaltung der 292
 - Wahl der 273
- Betätigungsformen
 - direktinvestive 152, 256, 302, 317
 - hybride 79
 - von Handelsunternehmen 332
- Betreiber
 - konsortium 318
 - modelle 318f.

- Betriebstypen 68, 199ff., 333, 498ff.
 - konzeption 499
- Beurteilungsverfahren 160
- Beziehungs
 - management 488
 - marketing 3, 503
 - internationales 179
- Black Hole 273
- BOOT-Flughafen-Konzession 324
- Born Global Firms 1, 55, 121, 180, 297f., 317, 334
- BOT-Modell 318f.
- Bottom-up
 - Ansatz 555
 - selection 87
- Branchen
 - struktur 29
 - wettbewerb 30
 - Triebkräfte des 29
- Brand Extension 461
- Branding 184, 189f., 360, 364ff., 422, 439, 452, 463, 513
- Brand Manager 533
- Brückenkopf 90, 116, 175
 - land 116, 123, 171, 202
 - strategischer 186
- Budgetierung 445, 523, 539, 567
- Built-in-Flexibility 422, 430, 452
- bureaucratic control 588
- Business
 - Case 210
 - Units 40
- Cash & Carry 87, 203
- Category-Manager 533
- Center of Excellence 273, 547
- Chaebol 235
- Channel Branding 327
- Checkliste 283
- Commitment 97, 110, 126ff., 168ff., 291ff., 575
 - Auslands- 89
 - Markt- 107
- Common Denominator Approach 430, 435
- Consumer Promotions 401
- Contributor 272
- Controlled Distribution 312, 325, 410, 457, 490
- Controlling 259, 519, 547, 556ff., 590f.
- Coplin-O'Leary System 156
- Corporate
 - Behavior 388
 - Brand 266
 - Branding 575
 - Communications 387, 400
 - Design 387
 - Identity 333, 474, 575
 - Identity-Politik 387
 - Image 65
 - Mission 387
 - Reputation 37
 - Universities 583
- Country-Marketing 532
- Country-of-Origin 419
 - Effekt 26, 63, 144, 411, 418ff., 428f., 437, 474, 497, 509ff.
- Cross-Border
 - Leasing 319, 482
 - Wertschöpfung 39, 229, 428
- Cross-Country
 - Kundensegmentierung 129
 - Segmentierung 84
- Cross-Cultural-Groups 52, 129
- cultural control 588
- Culture
 - Bound-These 57
 - Free-These 57f.
- Customer-Relationship-Management 190, 498, 503, 539
- Dachkampagne 454
- Dachmarkenstrategie 353, 449, 501
- Dealing-at-arm's-length 381
- de-internationalisation 105ff., 126
- Dekomposition 54
- deliberate strategies 41, 70
- Deregulierung 4, 22, 464
 - sektorale 22
- Desinvestition 104
- Desk Research 208f.
- Dezentralisierung 526, 541ff., 556
- Dienstleistungen 31, 102, 168, 177f., 188, 204, 212ff., 229ff., 343f., 366ff., 400ff., 509ff.
 - des Handels 235
 - interaktive 215
- Dienstleistungs
 - handel 345

- marke 512
- unternehmen 212ff., 310, 509ff., 527, 535, 539
 - Betätigungsformen der 344
 - Marktbearbeitung der 510
 - Marktengagement von 214
- Differenzierung 4, 14, 27, 40, 44ff., 62ff., 105, 170ff., 226f., 312, 332, 354ff., 437ff., 525, 542ff., 579, 588
 - horizontale 549
 - vertikale 549
 - Vorteile der 358
 - Ziele der 357
- Differenzierungs
 - pfad 473ff.
- Diffusionsforschung 294
- Directly Operated Stores 328f.
- Direktinvestition 202, 293
- Direktinvestives Engagement 5, 23, 73, 112, 181, 226ff., 314ff.
- Direktmarketing 202
- Direktvertrieb 410, 480, 491
 - internationaler 411
 - Stammland-orientierter 426
- Distanz 412f.
 - faktor 89
 - geografische 33, 65, 138, 179, 481
 - geografisch-kulturelle 114, 134, 147
 - kulturelle 25, 65, 276, 412, 511, 564
 - Markt- 147
 - psychische 134, 296
 - psychisch-kulturelle 89
 - psychologisch-kulturelle 149, 166
- Distributions
 - kanäle 27, 74, 149, 313, 408ff., 468, 480, 498, 538
 - politik 49, 104, 189, 309ff., 325, 406ff., 436, 443, 475ff.,
 - struktur 124, 418, 426f., 446, 457
 - system 98, 170ff., 354, 409ff.
- Divergenztendenzen 53
- Diversifikation 118, 291, 459ff.
 - horizontale 461
 - laterale 461
- divestiture 105
- divestment 105ff.
- Division, internationale 529
- Domestic-establishment-trade 343ff.
- Dumping 443f.
- early mover 48
- E-Commerce 28, 202, 327, 332, 502
- Economy-Positionierung 375
- Einkaufstourismus 332
- Einzelhandel 49, 66, 169ff., 189, 199ff., 325, 332, 408, 413, 436, 489ff.
 - Fach- 328
 - stationärer 200
- Einzelmarkenstrategie 363
- emergent strategies 41, 63
- Entscheidung
 - Erst- 66, 70ff.
 - Folge- 42, 66, 71ff.
 - kategoriale 42
- Entscheidungsfolge 70
- Entwicklungsstufen 4
- Erfahrungsbildung
 - kurveneffekte 50
- Erfolgsfaktoren
 - von Equity Joint Ventures 267ff.
 - exportierender Unternehmen 240ff.
 - des Franchisings 252ff.
 - der Lizenzierung 245ff.
 - von Tochtergesellschaften 269ff.
- Erfolgspositionen, strategische 39
- Erinnerungswerbung 466
- establishment chain 296
- Ethnozentrisches Vorgehen 418
- Euromoney-Index 158
- Events 401
- Executive Information System 558
- Exklusivmarkenstrategie 490
- Expansion 32, 68, 83ff., 113ff., 180ff., 202ff., 249,
- Expansions
 - motive 200
 - schritte 169
- Expatriates 588
- Export 5f., 10, 23, 36, 42f., 67, 105ff., 160ff., 226ff., 378ff., 407, 423, 478, 530
 - abteilung 529
 - büro 232
 - direkter 67ff., 230ff.
 - gemeinschaften 231f.
 - handel 234
 - indirekter 48, 71ff., 229ff., 262

- marketing 6, 10
- Feasibility-Studien 120, 141, 205ff.
- Feinselektion 114, 160f.
- Festpreiseinschluss 481
- Filialisierung 68
- Filialisierungsstrategie 333
- Filialnetz 333
- Filterverfahren 114, 160f.
- first mover advantages 48
- Fit 591ff.
 - Ansatz 54
 - Dimensionen 97, 259
 - These 524, 531
- Flagship
 - Ansatz 92
- Folgerstrategie 369
- Follow-the-Customer 94ff., 175ff.
 - Eintritt 90, 185
 - Hypothese 94
 - Strategie 84, 94ff., 1686ff., 216, 490
- Forecast of Country Risk for
 - International Lenders 158, 160
- Foreign-earnings-trade 344f.
- Franchising 247f.
 - direktes Auslands- 248
 - indirektes Auslands- 248, 334
 - internationales 247, 250
- Funktionalstruktur, integrierte 529ff.
- Funktionsbereichsziele 43
- Fusion 256, 264ff., 472

- Gatekeeper-Position 490
- Gattungsmarken 501
- Gebrauchs
 - güter 188
 - lizenzen 243
- Gegenstromverfahren 453, 555
- Gelegenheitsmarkt 144
- general contractor 235
- General
 - handelshaus 231, 235
 - unternehmer 318
 - unternehmerschaft 318
- Gesamtnachfragepotenzial 137
- Geschäfts
 - beziehung 37f., 178, 186, 353, 410, 488, 536
 - feld 124, 205, 236, 565
 - feldstrategie 39, 41f., 49, 77, 565
 - portfolio 513
- Global
 - Brands 427ff.
 - Key Accounts 536, 545
 - Sourcing 32, 479
- Globale
 - Distribution 487
 - Kommunikation 487
 - Marken 429, 432, 449, 463
- Globalisierung 1f., 4, 29, 31, 55, 357, 463, 474
- Globalisierungs
 - debatte 52
 - tendenzen 31
 - these 27, 30f., 52, 427
 - treibende Kräfte 52
 - vorteile 49f., 175ff.
- Going East 191
- Going International 39, 42, 70
- Goodwill 363, 400, 461
- Graue Märkte 57, 424, 433f.
 - laterale 433
- Grobauswahl 163, 165
- Großhandel 199, 204f., 310, 332, 489, 498
 - Selbstbedienungs- 204
 - stationärer 200
- Grundorientierung 49ff.
 - strategische 81
- Gruppenauswahl 160
- Gruppierungsverfahren 114

- Handel 30, 32, 49, 89, 108, 124, 155, 189ff., 332, 383ff., 488ff.
- Handels-
 - barrieren 123
 - hemmnisse 20
 - kompensationen 237
 - marke 501
 - marketing 199
 - marketing-Mix 498
 - mittler 234ff.
- Hausmessen 481
- Herstellungslizenz 243
- Heterogenität 509
 - kulturelle 58
- Hierarchien 527
- Hoffnungsmarkt 144
- Holding-Strukturen 529
- Homogenität

- kulturelle 58
- Human Resource Management 574
- Humanressourcen 574, 580, 589
- Hybrid
 - strategie 534
 - strukturen 250, 530
- Ifo Economic Survey International 156
- Imagetransfer 64, 244
- Implementer 272
- Implementierungskompetenz 523
- Importnachfragepotenzial 136
- Imprinting 281
- INCOTERMS 382
- Industriegüter 177
 - hersteller 177ff., 310f., 318, 479
 - Betätigungsformen der 318
 - Marktbearbeitung der 479
 - Marktengagement der 179
- Industriemessen 186
- Inflationsrate 23, 97, 144, 206, 372, 378, 424, 442, 564
- Informations
 - beschaffung 90, 560, 564
 - infrastruktur 558
 - management 556
 - prozesse 548
 - quellen 134, 163f., 186, 561
 - quellen, interne 167
 - systeme 556
 - und Kommunikationssysteme 413
- Inlandstransaktionen 231
- Innovations
 - management, internationales 367
 - zyklen 28
- Inside-Outside-Perspektive 13, 141, 292
- Institutional Investor-Index 158
- Institutioneller Isomorphismus 281
- Institutionenökonomische Perspektive 228
- Institutionentheorie 274
- Intangibilität 212, 509, 512
- Integrale Perspektive 114
- Integration 49, 228
- Integrations-Strategie, sukzessive 258
- Interaktionseffekte 132, 415f.
- Interdependenzen 42
- Interkulturelle
 - Kompetenz 584
- Internalisierung 39, 146, 234, 493
- International Country Risk-Guide 160
- International New Ventures 297
- Internationale
 - Arealstrategie 179
 - Ausschreibungen 318
 - Erfahrung 277
 - Projekte 92f.
- Internationalisierung 6, 39, 478, 498
 - Formen der 225
 - inkrementelle 296
 - Theorien der 8
- Internationalisierungs
 - grad 166, 226
 - prozess 531
 - strategie 204
 - ziele 43ff.
 - absatzorientierte 44
 - produktionsorientierte 44
 - offensive 44
 - ressourcenorientierte 44
- Internet-Plattform 317
- Investitions
 - förderungsverträge 316
 - klima 157
 - schutzverträge 316
 - zusagen 315
- Isoleistungslinie 213
- Joint Venture 73, 210, 228, 248
 - Equity 256ff., 313ff., 333
 - internationales 257
- Just-in-time-Belieferung 94
- Kapazitätsmanagement 512
- Kapital
 - anlagebesicherung 316
 - transfer 226ff.
 - wertmethode 284
- Kaufkraft 372, 441, 502
- Kaufverbund 319
- Kaufverhaltensbesonderheiten, kulturelle 192
- Kennzahlensystem 554
- Kern
 - kompetenzen 14
 - markt 143
- Key-Account
 - Management 32, 96f., 532ff., 579

- Strukturen 536
- Key Accounts 536f.
- Key-Supplier-Management 96
- Kognitive Assimilation 588f.
- KO-Kriterien 149ff., 186, 205ff.
- Kommunalitätskonzept 485
- Kommunikation 25, 28, 32, 191, 310, 386
 - integrierte 387
 - mobile 27f.
 - persönliche 398
- Kommunikations
 - infrastruktur 558
 - politik 48f., 310, 354, 386ff., 425ff., 474ff., 543
 - politik, internationale 386ff., 435, 444, 454, 466, 474, 497
 - mix 388
 - prozess 386, 548
 - strategien 435f., 456, 474
 - ziele 386, 474
- Kompensations
 - geschäft 199, 230, 237ff., 482
 - handel 237
- Kompetenzzentren 546
- Konditionen 425
 - politik 48, 312, 354, 372ff., 417, 425, 443, 453f., 472f., 498
 - internationale 372, 381, 423, 431, 441, 453
- Konglomerate 235
- Konsolidierungsziele 47
- Konsortial
 - führer 235
 - struktur 318
- Konstitutivbedingungen 259
- Konsumentenkredite 384
- Konsum
 - gewohnheiten 373
 - güter 52, 102, 176, 188, 443, 488
 - güterhersteller 49, 133, 188ff., 309, 325f., 488ff.
- Betätigungsformen der 325
- Marktengagement der 190
- Kontrakt
 - kooperation 242, 256
 - vertrieb 490
- Konvergenz 26f., 30, 52, 427, 431, 549, 560
 - these 31, 52, 58, 358
- Konzentration 32
- Kooperation 11, 30, 32, 36, 38, 73, 96f., 216, 257ff., 289, 314ff., 410f., 482, 541, 578
 - Equity- 242, 256
 - Export- 231f.
 - Kontrakt- 237
 - Unternehmens- 231, 257
- Kooperationsstrategie 333
- Koordinations 311, 525
 - instrumente, kulturelle 588
 - gruppen, globale 544
- Kosten
 - führerschaft 40
 - struktur 372
 - vorteile 147
- Kreativität 528
- Kredit
 - politik, internationale 384
 - risiko 152
- Kultur 7, 11, 24f., 57ff., 85ff., 117ff., 143ff., 292, 364, 404, 430, 442ff., 524f., 574ff.
 - imperialismus 58
 - orientierung 576
 - transferstrategie 585
- Kunden 2ff., 28ff., 40ff., 82ff., 310ff., 354ff., 527ff.
 - direkte 189
 - indirekte 189
 - Lieferanten-Beziehung 94
 - mittelbare 190
 - nähe 221
 - orientierung 5
 - präferenzen 102
 - segmente 129, 173f., 185, 443
 - unmittelbare 190
- Kundenbindung 104f., 190, 385, 501, 536f.
- Kundenbindungs
 - instrumente 503
 - programme 489
- Kursrisiko 152
- Ladengestaltung 502
- Lagerstruktur 413
- Länder
 - bewertung 87, 90, 135, 139, 170
 - Informationen zur 187
 - fokus 80

- markt Betrachtung 149
- marktsegmentierung 87, 129, 205
- marktselektion 191, 205
 - aktive 186
 - klassische 90
- marktselektionsmodelle 86f., 139
- portfolio 86, 90, 114f., 160, 167, 207, 477
- ranking 113, 206
 - vorläufiges 207
- risiko 129, 155ff., 291
- risikoanalyse 156f.
- risikenbeurteilungskonzepte 156
- risikoprognosen 158
- spezifische Perspektive 83
- übergreifende Perspektive 83
- Lasswell-Formel 386
- late mover 48
- Lead-Country-Konzept 418, 453f., 543ff.
- Leadership-Rad 575
- Lean Management 94
- Leasing 320, 482
 - direktes 320
 - indirektes 320
 - Verträge 320
- Lebenszyklus 10, 14, 97, 99, 122, 423, 459, 467ff.
- Leistungsbündel 343
- Leistungsprogramm 369
 - gestaltung 367, 369, 459
 - internationale 369
- Lerneffekte 42
- Liberalisierung 22
- Lieferantenbeziehungen 33
- Lieferbedingungen, internationale 381
- Lieferungsrisiko 152
- Lifestyle-Ansätze 130
- Line Extension 461
- Lizenz 71, 183, 242ff., 292, 573
 - arten 242f.
 - beschränkung 243
 - gegenstand 242
 - vertrag 243
- Lizenzierung 242ff.
- Local-Content
 - Politik 258
 - Regelungen 20
 - Vorschriften 97, 186, 257, 318, 461
- Logistiksystem 406, 411f., 436, 457, 469
- Logo 365
- Lokalisierung, globale 61
- Lokalisierungsvorteile 49
- Lokalmarkenstrategie 438
- Macht
 - gewinn 32
 - position 489
- Made-by-Effekte 427
- Made-in-Effekte 26, 418
- Makrosegmentierende Verfahren 136
- Managementkontrolle 259
- Management-Vertragssystem 253ff.
- Marke 36, 359
 - globale 428f., 433, 449, 463
 - transgenerationale 494
- Marken
 - architektur 360ff.
 - bekanntheit 428
 - dehnung 462
 - eliminierung 462
 - eroberung 472
 - evolution 461
 - familienstrategie 363, 449
 - führung 494
 - innovationen 462, 471
 - lizenz 243f.
 - politik 189, 360f., 428f., 449, 471
 - politik, internationale 363, 449f., 461f.
 - positionierung 361f.
 - revitalisierung 462
 - stärke 360
 - strategie, gebündelte 449
 - strategie, modulare 449
- Marketing 3
 - Begriff des 2
 - Business-to-Business- 189
 - Business-to-Consumer- 189
 - Controlling 548, 562ff.
 - Definitionsansätze des Internationalen 6
 - Determinanten des Internationalen 15ff.
 - Dienstleistungs- 212, 214
 - Entscheidungsfelder des Internationalen 8, 15
 - Ethno- 58

- ethnozentrisches 63
- Euro- 51
- globales 51
- implementierung 523
- In-Store- 502
- Intelligence 28
- Internationales 1ff.
- internationales vertikales 489
- kontrolle 563f., 569
- konzeption im Heimatmarkt 309
- komplex-globales 60
- logistik 427, 436, 447, 457, 476
- logistik, internationale 469
- multiples nationales 2, 57
- Merkmale des Internationalen 7
- planung, Prämissen der 568
- strategie 5
- transnationales 60
- vertikales 43, 189
- ziele 43, 48f., 291, 404, 548ff., 581
- Marketing-Mix 353
 - Ausgestaltung des 416ff., 437, 447
 - internationaler 353, 359, 427
 - Optimierung des 415
 - Umgestaltung des 469
- Markierung 364, 366, 421, 451, 513
- Markt 227
 - ansprache, differenzierte 83
 - attraktivität 90, 144, 146
 - austritt 46, 65ff., 81f., 88, 104ff., 168f., 192, 216, 317
 - Begründung des 108
 - austrittsbarrieren 315
 - austrittskosten 314
 - direkte 315
 - barrieren 117f., 143ff., 276
 - bearbeitung 41f., 65ff., 179, 476
 - des Handels 201, 501
 - differenzierte 5, 478
 - Freiheitsgrade der 229
 - globale 488
 - Instrumente der 543
 - internationale 498, 505, 513
 - mehrstufige 489
 - Mischformen der 478
 - standardisierte 167, 478, 494
 - bearbeitungs
 - prozess 547, 551
 - strategie 31, 75, 88, 191, 476ff.
 - dynamik 27
 - eintritt 65ff., 81ff., 168, 173, 175
 - eintrittsbarrieren 48, 102, 105, 125, 129, 149, 157, 232, 360, 411
 - ökonomische 149
 - protektionistische 149
 - verhaltensbedingte 149
 - eintrittskosten 123, 314
 - eintrittsrisiko 123
 - eintrittsstrategie 125, 278
 - engagement 8f., 42, 65ff., 81ff., 225, 291ff., 458, 476f., 549
 - des Handels 201
 - Entscheidungsmodelle des 82
 - Entscheidungsoptionen des 82
 - Interdependenzen von 166
 - internationales 216
 - länderübergreifendes 204
 - erschließung 5, 84, 88, 105, 112, 146, 173, 257, 460
 - simultane 182
 - expansion 66f., 83, 113ff., 175ff.
 - gruppierende Konzepte 136, 160,
 - Know-how 102
 - nähe 147
 - orientierung 4, 199, 527, 551, 575ff.
 - Dominanz der 174
 - penetration 66, 71, 189, 191
 - plätze, elektronische 481
 - präsenz 316, 489
 - reduktion 66, 110, 169, 174, 176
 - länderübergreifende 126
 - retraktion 66
 - risiko 151
 - schätzende Konzepte 136f., 161
 - segmentierung 81, 128, 169ff.
 - integrale 191
 - internationale 58, 133
 - intranationale 58
 - selektion 128ff., 169ff., 214f.
 - des Handels 201
 - Determinanten der 201
 - initiale 83
 - integrale 191
 - internationale 133, 203
 - unsystematische 83
 - selektions
 - kriterien 143
 - optionen 83

- prozess 204
- verfahren 143
- wahl 37, 63, 76f., 84f., 120, 133ff., 176, 180, 203
 - Kriterien der 181
- ziele 43ff., 292
- Mass-Customization-Ansätze 437
- Master-Franchise-Nehmer 248
- Matrixorganisation 530
- Mehrkanalsystem 409
- Mehrmarkenstrategie 327, 363
- Mergers & Acquisitions 264
- Messen 134, 292, 388, 402ff., 481
 - internationale 401
- Meta-Analyse 287f.
- Mikrosegmentierende Verfahren 136
- Mikroumfeld 372
- Milieu-Studien 130
- Misch
 - kalkulation 376
 - kulturstrategie 586
 - strategie 452, 534
- Misfit-Analyse 283
- Mitarbeiter
 - motivation 587
 - zufriedenheit 519
- mode
 - changes 291
 - learning 282
 - switches 291
- Modular Design 453
- Monomarken-Vertriebsformate 328
- muddling through 41
- Multi Channel
 - Distribution 408
 - Retailer 334
 - Strategien 409
- Multiorganisationalität 177
- Multipersonale Kaufprozesse 479
- Multipersonalität 177
- Multiple
 - Faktoren-Indizes 137
 - Kriterien-Methode 136
- Nachfragemacht 132
- Netzwerk 4, 114, 180f., 220f., 259, 558
 - internationales 103
 - unternehmung 547
 - verbund 313
- Wertschöpfungs- 94
- Neugründungen 262
- Neupositionierung 463ff.
- Neuprodukteinführung 120, 124, 368
- Niederlassungen 54, 94ff., 126, 135, 184ff., 233, 250, 524, 555
- Nischenanbieter 182, 202f.
- not-invented-here-Syndrom 544
- Öffentlichkeitsarbeit 400
- Ongoing-Prozess 72
- Online
 - Shop 481
 - Store 328
- Operation Risk Index 158f.
- Organisation
 - internationale 526
 - lernende 527
 - marktorientierte 527
 - transparente 527
- Organisationales Lernen 259, 274
- Organisations
 - gestaltung, Basistypen der internationalen 528f.
 - komplexität 526
 - modelle, mehrdimensionale 532
 - planung 523
 - prozesse 547
 - struktur 35, 526
 - funktionsorientierte 532
 - kundenorientierte 535
 - regionalorientierte 534
- Orientierung,
 - geozentrische 54
 - globale 48, 51ff., 170, 311, 357, 427ff., 436f., 471, 554, 582
 - globale 48, 60ff., 91, 175, 313f., 333, 357, 447ff., 470ff., 550ff., 582
 - multinationale 42, 48, 57ff., 173, 312, 357, 437ff., 582, 590
 - polyzentrische 57
 - regiozentrische 54, 448
 - Stammland- 34, 42, 48, 62ff., 167ff., 309ff., 333, 357, 418ff., 470f., 492, 495, 500, 549ff., 576ff.
 - transnationale 175
- Outlet 200ff., 250, 310, 332ff., 490
- Outpacing-Strategie 40
- Outside-Inside-Perspektive 12, 140

- Paketpreise 487
- Parallelimporte 57, 433
- Parentalpartner 312
- Patente 37
- Penetrationspreis-Strategie 465f.
- Performance 110, 580
- Personal
 - auswahl 518, 581
 - bedarfsplanung 581
 - entwicklung 518
 - führung 584
 - planung 523
 - politik 510f.
 - politik, internationale 519
- persönliche Anreizsysteme 402
- Pionier 101
 - status 317
 - strategie 369
- Pipeline 205
- Planung, retrograde 555
- Planungs
 - inhalte 552f.
 - system 135, 548, 552f.
 - träger 552ff.
- Pluralität, kulturelle 58
- Political Systems Stability Index 157
- Portfolio 14, 85, 114ff., 139ff., 175ff., 462, 477
 - Betrachtung 127
 - management 565, 568
- Positionierung 91f., 104, 161, 209, 362ff., 375f., 428ff., 463ff.
 - Points-of-Difference- 362
 - Points-of-Parity- 362
- Positionierungsstrategie 430, 451
- Potenzialinkongruenz 257
- Preferred-Supplier-Position 490
- Preis
 - arbitrage 57, 78
 - bereitschaft 442
 - beurteilung 442
 - differenzierung 442f.
 - eskalation 424
 - findung 375ff.
 - konkurrenzorientierte 379
 - kostenorientierte 378
 - nachfrageorientierte 378
 - führerschaft 40
 - gefüge 375ff.
 - gleitklauseln 482
 - korridor 453f., 473
 - lage 375, 377
 - linienpolitik 376
 - politik 122, 326, 373ff., 423ff., 431ff., 469ff.
 - politik, internationale 373f., 423, 431, 441, 464, 472, 497
 - positionierung 375
 - risiko 152
 - sicherungsinstrumente 481
 - strategie, duale 423
 - strategie, internationale 375
 - variation 464f.
 - vorbehalt 481
 - wahrnehmung 442
- Premium
 - Prototype Approach 431
 - Preis-Positionierung 376
 - Segment 494
- Price Escalation 423
- Private Public Partnership 320
- Product-Placement, internationales 404
- Produkt
 - differenzierung 149, 440, 459f., 495
 - eliminierung 460ff.
 - fälschungen 429
 - fokus 82
 - geschäft 178f.
 - gestaltung 369
 - kern 370, 422, 440
 - komplexität 102
 - konzeption, modulare 453
 - lebenszyklus 47, 122, 423, 467
 - internationaler 368
 - management 532f.
 - marke 37
 - Markt
 - Aktivitäten 113f.
 - Bereiche 105, 116, 127
 - Betrachtung 114
 - modifikation 459
 - neueinführung 121, 466
 - pflege 459
 - piraterie 429
 - politik 48, 169, 309ff., 325, 416ff., 570
 - politik, internationale 366f., 422,

- 430, 439f., 452, 459, 470, 495
- relaunch 459
- struktur, integrierte 529, 531, 545
- variation 459
- varietät 460
- Produktions
 - kapazität 36
 - verbindungshandel 177
- Profilmethode 164
- Profit Opportunity Recommendation 159
- Projekt
 - management, internationales 318
 - geschäft 479, 496
 - organisation 536
- Prozess
 - management, dynamisches 523
 - politik 510, 512
- Public-Private-Partnership-Projekte 320
- Public Relations, internationale 400
- Pull-Strategie 326
- Punktbewertungsmodell 283
- pure player 334

- Qualitätsführer 494
 - schaft 40, 494

- Rabattpolitik 385f., 454
- Rating 164
- Reaktanzreaktionen 467
- Recommended Lender Action 160
- Rechnungslegungspraktiken 564
- Reduktion der Unsicherheit 320
- Reduktionsüberlegungen 171
- Reengineering 94
- Referenz
 - land 116
 - markt 123
 - preis 453
 - projekte 92f.
- Regional
 - fokus 204
 - markenstrategie 438
 - struktur, integrierte 529, 532, 535
- Regionale Identität 211
- Reimporte 57, 424, 433, 439, 542
- Re-Nationalisierung 126
- Repatriates 588
- Repatriation Factor 159
- Reputation 14, 37, 266, 437
- Resources-Conduct-Performance-Hypothese 13
- Response-Modelle 416
- Ressourcen 10ff., 35ff., 40, 61ff., 87ff., 101ff, 120ff., 257ff., 380, 512, 541, 545, 553ff.
 - allokation 107, 115, 167
 - ausstattung 1, 23, 35f., 104, 373
 - einsatz 226
 - intangible 36
 - management 565
 - planung 573
 - tangible 35
- result of restructuring 107f.
- Retail-Geschäft 329
- Risiken 413, 564
 - Außenhandels- 150
 - Investitions- 157
 - Konvertierungs- 156
 - kulturelle 151
 - Länder- 149, 155
 - Moratoriums- 156
 - ökonomische 151
 - politische 149ff., 372, 442
 - Transfer- 156
 - verhaltensbedingte 151
 - Währungs- 372, 442
 - Zahlungsverbots- 155
- Risiko 226
 - aversion 89, 149
 - neigung 276
 - streuung 114, 125, 460
- Rollentypologie 272
- Roper Consumer Styles, GfK 52f., 130
- Rückkopplung 12, 59, 68ff., 82, 111ff., 291, 376, 425ff., 525
 - anbieterbezogene 78, 117
 - institutionelle 79
 - konkurrenzbezogene 78, 118
 - nachfragerbezogene 78, 117, 465
- Rückkopplungseffekte 2, 42, 49, 57, 80, 419ff., 465

- Sampson-Snape-Box 214, 344
- Schichtenmodell der
 - Umweltdifferenzierung 18
- Schrumpfung 46f., 66, 104
- Schrumpfungsziele 46

- Schwarze Märkte 433
 Scoring-Modell 138, 164, 206, 283
 Screening 140
 second
 mover 48
 tier-supplier 95
 Secured Distribution 326, 331, 409, 456
 Segmentierung 84, 132
 integrale 52, 128, 132
 internationale 128
 intranationale 85
 länderübergreifende 84
 regionale 205
 Sekundärorganisation 543
 Sequenz 75
 Service
 -leistungen 438
 -politik, internationale 503
 Services, produktbegleitende 486
 Services Sectoral Classification List 212
 SGMG-Führungskonzept 589
 Skimming-Strategie 465
 Social-Media-Marketing 5
 Sogo Shosha 235f.
 Sonderangebotspolitik 465
 Sortiments
 -politik 68, 201, 498ff.
 -politik, internationale 499ff.
 -struktur 499
 Spezialversender 202
 Spinnennetz-Strategie 258
 Sponsoring, internationales 404
 Sprinkler-Strategie 48, 120, 317, 368
 Stabilitätsbedingungen 259
 Standardisierung 11, 27, 51f., 172ff., 311, 354ff., 416ff., 469ff., 498ff., 542ff., 587
 differenzierte 449
 ethnozentrische 422
 internationale 486
 Vorteile der 357
 Ziele der 357
 Standardisierungs
 -pfad 470, 474
 -potenziale 311, 447, 478
 Standort
 -politik, internationale 498, 502
 -risiko 152
 -wahl 413
 Start-up 183
 Stellenbesetzungsstrategie 581
 Strahlen-Strategie 126
 Strategic Leader 272f.
 Strategie
 -bildungsprozess 41
 funktionale 40
 monokulturelle 586
 multikulturelle 586
 selektive 120, 318
 -wandel 110
 Strategische Geschäftseinheit 39f., 416
 Strategischer Korridor 175
 strategy follows structure 524
 Structure-Conduct-Performance-Paradigma 12
 structure follows strategy 524
 Struktur
 differenzierte 529
 integrierte 529
 mehrdimensionale 530
 unspezifische 529
 Strukturelle Koordinationsmechanismen 543
 Stufenmodelle der
 Exportforschung 293
 Suchstrategie 88
 sunk costs 112
 Supercenter 507
 Supply-Chain-Prozess 548, 552
 System
 -bindungseffekt 320
 -führerschaft 408
 -geschäft 178ff., 318, 320
 Tauschhandel 230
 Technokratische Koordinierungsdimensionen 548
 Technologiesprünge 104
 Tertiärer Sektor 212
 Third-country-trade 344f.
 Three-Es-Modell 72
 Timing 48, 96, 192
 des Marktengagements 314
 länderspezifisches 168, 171
 länderübergreifendes 169, 171, 192
 -Entscheidung 82, 99, 173

- länderspezifische 99, 176
- länderübergreifende 118, 176
- Strategie 99
 - länderspezifische 101
- länderübergreifende 174
- sukzessive 113
- Tochtergesellschaft 23, 42, 49, 57, 60,
 - 99, 124ff., 173ff., 226ff., 380, 478ff., 528, 541ff.
- Top-down-Bottom-up-Prozess 556
- Top-down-Planungsansatz 555
- top-down-selection 87
- Trade
 - Marketing 189
 - Promotions 402
- Trainingsmaßnahme, interkulturelle 583
- Transaktions
 - beziehungen 408
 - formen
 - integrative 409
 - marktliche 228, 409
 - formen-Band 228, 410
 - kosten 11, 79, 228f., 433, 473
- Transfer 63f.
- Transference 63
- Transferpreise 380f.
- Transithandel 229f.
- Transport 413f.
 - mittel 413
 - prozesse 414
 - risiko 152
 - systeme, multimodale 414
- Triade 51, 120f., 132
 - Konzept 53
 - Unternehmen 53
- trial and error 41
- Trichteransatz 205

- Übernahmestrategie 265
- Umgestaltungs
 - pfade 469
 - prozesse 469, 473
- Umpositionierung 361, 463, 474
- Universal
 - handelshaus 235
 - versender 202
- unrealized strategies 41
- Unternehmen
 - multinationale 172ff., 313
 - transnationale 60f.
- Unternehmens
 - führungsstil 278
 - größe 276
 - grundsätze 204
 - kultur 34, 574ff., 589
 - globale 539
 - marke 37
 - philosophie 34
 - strategie 39
 - verfassung 40
 - ziele 3, 34, 43, 139ff., 295, 386, 391, 459, 545, 556
 - marktorientierte 5
 - nicht-ökonomische 44
 - ökonomische 44
- Uppsala-Modell 12, 295f., 304

- Verantwortlichkeiten 548
- Verbraucherpatriotismus 420
- Verbrauchsgüter 188
- Verbundeffekte 376
- Verhaltensmuster 444
- Verhandlungsmacht 132
- Verkaufs
 - förderung, internationale 402
 - organe 233, 406, 408
 - orientierung, Phase der 4
- Vermittlungsagent 237
- Vernetzung 28
- Verpackung 370ff., 441
- Versandhandel 202, 326, 332, 334, 384, 496
- Verticals 55
- Vertikalisierung 326, 410, 489f.
- Vertrieb 4, 209, 243, 248, 265, 315ff., 406ff., 436, 478, 487, 496, 529ff., 543, 558
 - indirekter 325
- Vertriebs
 - formen, virtuelle 318
 - gesellschaft 104
 - lizenz 243
 - strategien, kooperative 410
 - systeme 408
 - typen 202

- Wachstum
 - externes 265
 - internes 263

- organisches 221, 263
- Wachstumsziele 46
- Währungsrisiko 379
- Wandelforschung 300
- Waren
 - präsentation 502
 - zeichenlizenz 243
- Wasserfall-Strategie 119, 219, 317, 368
- Wear-out-Effekte 467
- Wechsel
 - kosten 301
 - kursschwankungen 564
- Weltmarkt
 - orientierung 63
 - pioniere 53
- Werbe
 - botschaft 391
 - formen 497
 - mittel 393f.
 - mittelauswahl 393
 - träger 394ff.
 - trägerwahl 393
- Werbung 391ff.
 - internationale 391
 - klassische 395
- Werte 133, 254, 259, 387ff.
 - wandel 30
- Wertschöpfung
 - Konfiguration der 225
- Wertschöpfungs
 - architektur 39
 - funktionen 3, 114, 127, 313, 524ff., 543, 548ff.
 - schwerpunkt, ausländischer 226
 - schwerpunkt, inländischer 226
- Wertvorstellungen 58
 - arbeitsbezogene 58
- Wettbewerberverhalten 190
- Wettbewerbs
 - intensität 123, 154, 275
 - position 153
 - vertikale 490
 - stärke 277f.
 - strategien 40
 - umfeld 110, 492
 - vorteil 100
- within-mode
 - adjustments 291
 - changes 291
- Wirtschaftlichkeitsanalyse 284
- Workshops, internationale 543f.
- World Political Risk Forecast 157
- X-Culture 518
- Zahlungs
 - bedingungen, internationale 381ff.
 - bereitschaft 432
 - formen 383
- Zapping-Aktivitäten 405
- Zentralisation 32, 525f., 540ff., 553f.
- Zerstäuber-Strategie 126
- Zielgruppen 3, 52ff., 130ff., 363, 369, 387, 393, 396ff., 428ff., 460
 - transnationale 54
- Ziel
 - planung 553f.
 - pluralität 260
- Zuliefergeschäft 178ff., 479
- Zwischenhändler 230