

New Style Joint Ventures

**Ansätze zu einem Internationalen Innovationsmanagement.
Möglichkeiten und Grenzen einer Anwendung
in Entwicklungsländern**

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
Gesamtbibliothek	
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	
Inventar-Nr. :	39.533
Abstell-Nr. :	A 12/1529
Sachgebiete:	
	1.1.6
	99.4

William Tsimwa Muhairwe

München 1988

Copyright Verlag Barbara Kirsch

Wartaweil 25a, 8036 Herrsching, Tel. 08152/3409

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	VIII
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	X
1. Einleitung	1
2. Traditionelle Strategien zur Internationalisierung von Unternehmen	8
2.1. Export	8
- Indirekter Export	9
- Direkter Export	10
- Würdigung des Exports	11
2.2. Auslandsniederlassungen (100 % Tochtergesellschaft)	13
- Würdigung der Auslandsniederlassungen (100 % TG)	15
2.3. Internationale Joint Ventures (IJV)	19
- Horizontale Internationale Joint Ventures	21
- Vertikale Internationale Joint Ventures	22
- Würdigung des International Joint Ventures	23
2.4. Zur Beurteilung traditioneller Internationalisierungsstrategien aus der Sicht von Entwicklungs- und Industrieländern	27
- Die Bedeutung der traditionellen Strategien für die Entwicklungsländer	28

- Die Bedeutung der traditionellen Strategien für die Industrieländer	40
2.5. Zusammenfassender Ausblick	48
3. Das New Style Joint Venture	49
3.1. New Style Joint Venture als Instrument eines internationalen Innovationsmanagement	50
3.1.1. Gründe für die Errichtung von Joint Ventures im internationalen Innovationsmanagement	52
3.1.2. Wirtschaftliche Bedeutung von Innovation im Unternehmen	58
3.1.3. Die Notwendigkeit eines internationalen Innovationsmanagement	60
3.1.4. New Style Joint Venture als Strategie zur Realisierung des internationalen Innovationsmanagements	64
3.2. Merkmale des New Style Joint Venture	68
3.2.1. New Style Joint Venture im Lichte des Venture Managements (VM)	68
3.2.2. Die Bedeutung der Unternehmensgröße für die Bildung von New Style Joint Ventures	72
3.2.3. New Style Joint Venture-Modelle	83
- Groß/Groß New Style Joint Venture	86
- Klein/Klein New Style Joint Venture	90
- Groß/Klein New Style Joint Venture	95
3.2.4. Ausblick	99

3.3. Der Innovationsmanagementprozeß	100
3.3.1. Verankerung des Innovationsmanagementprozesses im New Style Joint Venture-Unternehmen	103
↳ Das New Style Joint Venture-Innovationsmanagementkomitee (JV-IMK)	103
- New Style Joint Venture-Innovationsmanagementleitung (JVL)	107
3.3.2. Suche nach gastlandspezifischen Produkten	110
- Suchfeldanalyse	110
- Produktideenfindung und -realisierung	115
- Identifikation der Verbraucher- bzw. Zielgruppen in dem Suchfeld	117
- Identifizierung und Analyse der Probleme und Bedürfnisse der Zielgruppen	118
- Ideengenerierung und -bewertung	121
- Geschäftspläne für aussichtsreiche Produktideen	123
4. Ausgewählte Probleme des New Style Joint Venture	125
4.1. Suche und Auswahl eines geeigneten Partners	126
4.1.1. Die Situation in Entwicklungsländern als Determinante der Suche eines NSJV-Partners	127
4.1.2. Art und Struktur von Unternehmungen in Entwicklungsländern als Determinante der NSJV-Partnerwahl	131
4.1.3. Zusammenfassung	138
4.2. Probleme der Zusammenarbeit im Joint Venture-Unternehmen	139
4.2.1. Zusammensetzung der JV-Führung	139
4.2.2. Entscheidungsfindung	142
4.2.3. Abstimmung verschiedener Führungssysteme und Traditionen	144

VII

4.3. Die Bestimmung des unternehmenspolitischen Rahmens im JV-Unternehmen	149
4.3.1. Erfassung der Identität und des Images des JVU	149
4.3.2. Festlegung der JV-Unternehmenskultur	155
4.4. Interessenskonflikte zwischen den Partnern	159
4.4.1. Mögliche Ursachen der Konflikte	160
4.4.2. Möglichkeiten zur Handhabung von Interessenskonflikten in Joint Venture-Unternehmen	162
LITERATURVERZEICHNIS	167