

Susanne Krenn



© 2008 [AGI-Information Management Consultants](#)  
May be used for personal purposes only or by  
libraries associated to [dandelion.com](#) network.

# Imitation von Auslandsmarkteintritten

Eine empirische Analyse anhand der  
Markteintritte deutscher Unternehmen  
in Mittel- und Osteuropa

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Rolf Bühner

Deutscher Universitäts-Verlag

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	XI
Tabellenverzeichnis .....	XIII
Abkürzungsverzeichnis .....	XV
<b>1 Problemstellung .....</b>	<b>1</b>
<b>2 Erklärungsansätze für imitatives Verhalten .....</b>	<b>7</b>
2.1 Erklärungsansätze der Internationalisierungsliteratur für Imitation.. ...	8
2.1.1 Positive Externalitäten .....	8
2.1.2 Wettbewerbsüberlegungen.....	11
2.2 Gesellschaftlich-soziologisch orientierte Erklärungen für Imitation ...	14
2.2.1 Herdenverhalten .....	16
2.2.2 Institutionalistischer Ansatz .....	19
<b>3 Hypothesen .....</b>	<b>23</b>
3.1 Anzahl..	24
3.2 Ansehen.....	28
3.3 Ähnlichkeit.....	32
3.4 Vorstands- und Aufsichtsratsverflechtungen .....	36
<b>4 Daten und Methoden .....</b>	<b>43</b>
4.1 Datenbasis .....	43
4.2 Variablen .....	46
4.2.1 Abhängige Variable .....	46
4.2.2 Unabhängige Variablen .....	47
4.2.3 Kontrollvariablen.....	54
4.3 Analyseverfahren .....	61

<b>5 Ergebnisse</b> .....	<b>65</b>
5.1 Deskriptive Statistik.....	65
5.2 Überprüfung der Hypothesen .....	74
<b>6 Zusammenfassung und Ausblick</b> .....	<b>89</b>
Literaturverzeichnis . . . . .	93
Anhang .....	109