

7 Zielsetzung und Aufbau der Untersuchung

Die Zielsetzung der vorliegenden Arbeit resultiert aus der zentralen Bedeutung von Erfolgsfaktoren internationaler Marktbearbeitungsstrategien. Im Zuge dessen sind die fortschreitende Internationalisierung der Märkte und die Herausforderung, wie dieser mithilfe der Ausgestaltung von Wertschöpfungskonfiguration und -koordination zu begegnen ist, der Zielsetzung hinzuzufügen.

Schließlich ergibt sich die Zielsetzung noch aus der aufgezeigten unzureichenden wissenschaftlichen Basis. Der Fokus der Untersuchung richtet sich auf die Identifikation und Bewertung von Erfolgsfaktoren internationaler Marktbearbeitungsstrategien unter Einbeziehung von Ansätzen aus dem Wissensmanagement.

Aus den Erkenntnissen des einführenden Kapitels A stellt insbesondere die optimale Ausgestaltung der Wertschöpfungskonfiguration und -koordination die kritischste Phase im Rahmen der internationalen Marktbearbeitung dar.

Das Wissen um Faktoren, die einen bedeutenden Einfluss auf das Gelingen oder Scheitern bei einem Auslandsengagement haben können, beinhaltet Aspekte zu Form und Zeitpunkt des Markteintritts, von Zentralität und Dezentralität der Organisationsbereiche sowie der Art der Integration dieser in die Unternehmens- bzw. Konzernstruktur. Vor diesem Hintergrund ergeben sich folgende Forschungsfragen:

1. Welchen Einfluss besitzt die externe Unternehmensumwelt auf die Gestaltung internationaler Marktbearbeitungsstrategien?
2. Wie wirken die Form und der Zeitpunkt des Markteintritts auf den Erfolg eines Auslandsengagements?
3. Welche Bedeutung besitzt die Ausgestaltung der Wertschöpfungskonfiguration und -koordination als Strategiedimension im Rahmen des internen Unternehmensumfeldes?

Die Arbeit gliedert sich in vier Kapitel. Im Anschluss an das einleitende Kapitel A, in dem der Untersuchungsgegenstand, die Untersuchungs- und Analysemethoden sowie die Dimensionen internationaler Marktbearbeitungsstrategien dargestellt werden, erfolgt in Kapitel B die Herleitung des Erklärungsmodells und der Forschungshypothesen.

Im Zentrum der theoretischen Grundlagen stehen hier sowohl zentrale Studien zur Erfolgsfaktorenforschung sowie Theorien der Internationalisierung und Ansätze zu Strategiedimensionen als auch ganzheitliche Ansätze zum Wissensmanagement, die Alternativen bei der Generierung der Ressource Wissen im Unternehmen liefern.

Die empirische Untersuchung in Kapitel C beginnt mit der Darstellung relevanter Grundlagen zum Forschungsdesign und zur Fallstudienmethodik. Anhand von sechs Fallstudien, die sich auf eine Datenbasis aus Dokumentenrecherche und Experteninterviews stützen, werden Erfolge und Misserfolge der internationalen Marktbearbeitung analysiert. Um dabei ein möglichst holistisches Bild der unterschiedlichen Marktbearbeitungsstrategien aufzuzeigen, werden sowohl Aspekte der externen Unternehmensumwelt, des Markteintritts und der Marktbearbeitung sowie des internen Unternehmensumfeldes betrachtet.

Im abschließenden Kapitel D werden die zentralen Ergebnisse der empirischen Untersuchung zusammengefasst. Auf dieser Basis werden Implikationen für die Ausgestaltung von Erfolgsfaktoren für die internationale Marktbearbeitung abgeleitet. Die Arbeit schließt mit Hinweisen zum weiteren Forschungsbedarf.