

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Teil I: Herausforderungen für das internationale Automobilmanagement – eine Einführung	15
1. Automobilindustrie – eine faszinierende Branche im Stimmungstief	17
2. Grenzen statischer Strategien bei Veränderungen in Umfeld und Unternehmen	22
3. Konzept eines dynamischen internationalen Automobilmanagements	29
4. Ziel und Aufbau des Buches	36
Teil II: Wettbewerb um die effizienteste Umfeldanpassung in der Automobilindustrie	41
1. Kapitel: Dynamische Strategien im Wettbewerb um die effizienteste Umfeldanpassung	43
1.1 Notwendigkeit einer effizienten Anpassung an Wandel und externe Schocks	44
1.2 Risiko- und Krisenmanagement als umfeldbezogene dynamische Strategien	48
1.3 Übertriebene Euphorie und Schwerfälligkeit als Probleme bei der Umsetzung umfeldbezogener dynamischer Strategien	50
2. Kapitel: Übertriebene Euphorie – Vorsprung durch systematisches Risikomanagement	53
2.1 Übertriebene Euphorie von Automobilunternehmen bei wirtschaftlichem und technologischem Wandel	54

2.2 Grundlagen für ein rationales Entscheiden unter Risiko bei vorhersehbaren Veränderungen	57
2.3 Systematisches Risikomanagement als dynamische Strategie zum Umgang mit Risiken bei Wandel	60
2.4 Schlussfolgerungen für ein systematisches Risikomanagement in der Automobilindustrie	72
3. Kapitel: Schwerfällige Tanker – Vorsprung durch systematisches Krisenmanagement	75
3.1 Automobilunternehmen als schwerfällige Tanker bei unvorhersehbaren Ereignissen	77
3.2 Anpassungstheoretische Grundlagen für schnelle Reaktionen auf unvorhersehbare Veränderungen	78
3.3 Systematisches Krisenmanagement als dynamische Strategie bei unvorhersehbaren Veränderungen	82
3.4 Schlussfolgerungen für ein systematisches Krisenmanagement in der Automobilindustrie	89
Teil III: Wettbewerbskampf um Marktanteile in der Automobilindustrie	93
4. Kapitel: Dynamische Strategien im Wettbewerbskampf um Marktanteile	95
4.1 Notwendigkeit großer Investitionen in Produkte und Ländermärkte	96
4.2 Gleichteilmanagement, Management der internationalen Marktbearbeitung und Kooperationsmanagement als wettbewerberbezogene dynamische Strategien	97
4.3 Sinkendes Preispremium, Überkapazitäten und Wertvernichtung als Fehlentwicklungen bei der Umsetzung wettbewerberbezogener dynamischer Strategien	101
5. Kapitel: Sinkendes Preispremium durch undifferenzierte Gleichteilstrategien – Vorsprung durch effizientes Preispremium- Management	105
5.1 Prozess eines Gleichteilmanagements in der Automobilindustrie	108

5.2	Sinkendes Preispremium als Fehlentwicklung des Gleichteilmanagements	114
5.3	Erklärungen von Mehrperiodenspielen als Grundlage für ein Preispremium-Management	117
5.4	Effizientes Preispremium-Management als dynamische Strategie zur Vermeidung der Fehlentwicklung beim Gleichteilmanagement	119
5.5	Schlussfolgerungen für ein effizientes Preispremium- Management in der Automobilindustrie	128
6.	Kapitel: Überkapazitäten und Exportkonkurrenz	
	– Vorsprung durch koordiniertes Mehrmarktmanagement	131
6.1	Prozess eines Managements der internationalen Marktbearbeitung in der Automobilindustrie	134
6.2	Exportkonkurrenz und Überkapazitäten als Fehlentwicklung des Managements der internationalen Marktbearbeitung	140
6.3	Volkswirtschaftliche Erklärungen der Gründe negativer Spillover-Effekte als Grundlage für ein koordiniertes Mehrmarktmanagement	145
6.4	Entwicklung eines koordinierten Mehrmarktmanagements zur Vermeidung negativer Mehrmarkteffekte	147
6.5	Schlussfolgerungen für ein koordiniertes Mehrmarktmanagement in der Automobilindustrie	150
7.	Kapitel: Wertvernichtung durch unvorteilhafte Kooperationen	
	– Vorsprung durch systematisches Kooperationsmanagement	153
7.1	Prozess eines Kooperationsmanagements in der Automobilindustrie	156
7.2	Wertvernichtung als Fehlentwicklung des Kooperationsmanagements	164
7.3	Mikroökonomische Erklärungen der Komplementarität als Grundlage eines systematischen Kooperationsmanagements	166
7.4	Entwicklung eines systematischen Kooperations- managements zur Vermeidung Mehrwert vernichtender Kooperationen	168

7.5 Schlussfolgerungen für ein systematisches Kooperationsmanagement in der Automobilindustrie	172
Teil IV: Wettlauf um Kompetenzen in der Automobilindustrie	175
8. Kapitel: Dynamische Strategien im Wettlauf um Kompetenzen	177
8.1 Notwendigkeit einer kontinuierlichen Kompetenzentwicklung	177
8.2 Management der Kompetenzentwicklung im horizontalen und im vertikalen Wettbewerb als kompetenzorientierte dynamische Strategien	180
8.3 Kompetenzerosion als Problem bei der Umsetzung kompetenzorientierter dynamischer Strategien in der Automobilindustrie	182
9. Kapitel: Kompetenzerosion im Wettbewerb mit direkten Konkurrenten – Vorsprung durch Management der Kompetenzentwicklung im horizontalen Wettbewerb	185
9.1 Zunehmende Verzerrung der Kompetenzverteilung und Kompetenzerosion im horizontalen Wettbewerb in der Automobilindustrie	188
9.2 Kompetenztheoretische Grundlagen der Kompetenzentwicklung im horizontalen Wettbewerb	193
9.3 Management der Kompetenzentwicklung im horizontalen Wettbewerb	195
9.4 Schlussfolgerungen für ein Management der Kompetenzentwicklung im horizontalen Wettbewerb in der Automobilindustrie	205
10. Kapitel: Kompetenzerosion im Wettbewerb zwischen Herstellern und Zulieferern – Vorsprung durch Management der Kompetenzentwicklung im vertikalen Wettbewerb	207
10.1 Zunehmende Verzerrung der Kompetenzverteilung und Kompetenzerosion im vertikalen Wettbewerb in der Automobilindustrie	210

10.2	Kompetenztheoretische Grundlagen der Kompetenzentwicklung im vertikalen Wettbewerb	218
10.3	Management der Kompetenzentwicklung im vertikalen Wettbewerb	224
10.4	Schlussfolgerungen für ein Management der Kompetenzentwicklung im vertikalen Wettbewerb in der Automobilindustrie	236

Teil V:	Auswahl und Implementierung der Strategien im Rahmen eines dynamischen internationalen Automobilmanagements	239
----------------	--	------------

11. Kapitel:	Auswahl konsistenter dynamischer Strategiebündel – Strukturierung strategischer Handlungsprogramme	243
---------------------	---	------------

11.1	Ansätze der ex ante Strategiebewertung und die Bedeutung der Konsistenz bei der Auswahl dynamischer Strategien	244
11.2	Zusammenführung dynamischer Strategien zu dynamischen Strategiebündeln	247
11.3	Erfassung der Konsistenz von Strategien	251
11.4	Unterstützung der Umsetzung statischer Strategien durch konsistente dynamische Strategiebündel in der Automobilindustrie	253

12. Kapitel:	Verankerung konsistenter dynamischer Strategiebündel	257
---------------------	---	------------

12.1	Umsetzung dynamischer Strategien	258
12.2	Verankerung dynamischer Strategien in der Organisationsstruktur	260
12.3	Planung und Allokation der Ressourcen für dynamische Strategien	262

Teil VI:	Verbesserung der Kapitalmarktbewertung durch ein dynamisches internationales Automobilmanagement	265
-----------------	---	------------

Inhaltsverzeichnis

Anhang	271
Anhang I: SWOT-Analyse der Automobilunternehmen	273
Anhang II: Messung der Umfeldodynamik (der Branchen in der Automobilindustrie)	279
Anhang III: Operationalisierung der „strategischen Gesundheit“	283
Literaturverzeichnis	287
Die Autoren	303