

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Zielsetzung und Bezugsrahmen.....	3
1.3 Methodische Vorgehensweise.....	4
1.4 Aufbau der Arbeit .....	7
<b>2 Deutsche Hochschulen und Strategie .....</b>	<b>9</b>
2.1 Die unternehmerische Hochschule.....	9
2.2 Der Markt für transnationale Hochschulausbildung .....	13
2.2.1 Transnationale und internationale Hochschulangebote .....	14
2.2.2 Ökonomische Bedeutung des Markts für internationale Studienangebote.....	16
2.3 Grundlagen des strategischen Managements.....	19
2.3.1 Strategie und Strategisches Management.....	20
2.3.2 Ansätze zur Entstehung von Wettbewerbsvorteilen.....	25
2.3.2.1 Der marktorientierte Ansatz .....	26
2.3.2.2 Der ressourcenorientierte Ansatz .....	27
2.3.2.3 Organisationsstruktur als Wettbewerbsvorteil.....	29
2.3.3 Strategisches Management transnationaler Studienangebote.....	30
2.4 Internationale Markteintrittsformen .....	31
2.4.1 Grundlegende Ausprägungen.....	31
2.4.1.1 Exporte .....	33
2.4.1.2 Internationale Vertragsformen .....	34
2.4.1.3 Direktinvestitionen im Ausland.....	36
2.4.2 Internationale Markteintrittsformen für Hochschulen .....	37
2.4.2.1 Charakteristika von Dienstleistungen .....	37
2.4.2.2 Die Hochschule als Dienstleistungsunternehmen.....	39
2.4.2.3 Übertragung der Markteintrittsformen auf Hochschulen .....	41
2.5 Zwischenfazit und weitere Vorgehensweise .....	42

<b>3</b>	<b>Theoretische Grundlagen .....</b>	<b>45</b>
3.1	Das Organisationsproblem als Ausgangspunkt ökonomischer Erklärung und Gestaltung.....	45
3.2	Der Situative Ansatz als übergreifender Rahmen .....	47
3.3	Theoretische Erklärungsansätze für die Formulierung von Markteintrittsstrategien.....	48
3.4	Das Theoriegebäude der neuen Institutionenökonomik .....	50
3.5	Transaktionskostentheorie .....	53
	3.5.1 Die Entstehung von Transaktionskosten .....	53
	3.5.2 Merkmale von Transaktionen .....	55
	3.5.3 Merkmale institutioneller Arrangements .....	57
	3.5.4 Erklärung des optimalen vertikalen Integrationsgrades.....	61
	3.5.5 Erklärung der Markteintrittsentscheidung von Dienstleistungsunternehmen.....	63
3.6	Eklektische Theorie.....	65
	3.6.1 Wahl der Markteintrittsform .....	66
	3.6.2 Anwendung auf die Markteintrittsentscheidung von Dienstleistungsunternehmen.....	68
3.7	Zwischenfazit: Erklärungsbeitrag der Theorieansätze auf das Entscheidungsproblem .....	69
<b>4</b>	<b>Erklärungsmodell transnationaler Studienangebote .....</b>	<b>71</b>
4.1	Dimensionen des Modells.....	71
	4.1.1 Wahl der Markteintrittsform .....	71
	4.1.2 Wahl der Leistungstiefe.....	72
4.2	Organisatorische Gestaltungsmöglichkeiten transnationaler Hochschulausbildung.....	73
	4.2.1 Fernstudium .....	75
	4.2.2 Validierung.....	75
	4.2.3 Franchising .....	76
	4.2.4 Fliegende Fakultät.....	78
	4.2.5 Offshore Studiengänge .....	79
	4.2.6 Modifikation durch Twinning und Doppelabschluss .....	80
4.3	Zwischenfazit: Einflussfaktoren auf die organisatorische Gestaltung transnationaler Studienangebote .....	81

---

<b>5</b>	<b>Transnationale Studiengänge deutscher Hochschulen.....</b>	<b>83</b>
5.1	Erweiterter Kontext der Fallstudien: Projektförderung durch den DAAD.....	83
5.1.1	Zielsetzungen des Strukturprogramms zur Förderung deutscher Hochschulen.....	83
5.1.2	Geförderte Projekte im Dezember 2005 .....	85
5.2	Aufbau der Fallstudien .....	87
5.2.1	Methodische Vorgehensweise.....	87
5.2.2	Auswahl der zu untersuchenden Projekte .....	89
5.2.3	Untersuchungsschwerpunkte .....	90
5.3	Darstellung der ausgewählten Projekte .....	91
5.3.1	RWTH Aachen – Thai German Graduate School of Engineering.....	91
5.3.1.1	Internationalisierungsentscheidung.....	91
5.3.1.2	Zielsetzungen .....	94
5.3.1.3	Organisationsstruktur.....	94
5.3.1.4	Unternehmerische Gestaltung .....	95
5.3.2	Ruhr Universität Bochum – Bochum Programme of Development Management .....	96
5.3.2.1	Internationalisierungsentscheidung.....	96
5.3.2.2	Zielsetzungen .....	98
5.3.2.3	Organisationsstruktur.....	98
5.3.2.4	Unternehmerische Gestaltung .....	99
5.3.3	Universität Bremen – Applied Polar and Marine Sciences .....	100
5.3.3.1	Internationalisierungsentscheidung.....	100
5.3.3.2	Zielsetzungen .....	102
5.3.3.3	Organisationsstruktur.....	102
5.3.3.4	Unternehmerische Gestaltung .....	103
5.3.4	Technische Universität Dresden – Vietnamesisch-Deutsches Ausbildungs- und Forschungsinstitut .....	104
5.3.4.1	Internationalisierungsentscheidung.....	104
5.3.4.2	Zielsetzungen .....	106
5.3.4.3	Organisationsstruktur.....	108
5.3.4.4	Unternehmerische Gestaltung .....	108

5.3.5 HAW Hamburg – Gemeinsames Zentrum für Technik und Wirtschaft.....	109
5.3.5.1 Internationalisierungsentscheidung.....	109
5.3.5.2 Zielsetzungen .....	111
5.3.5.3 Organisationsstruktur.....	111
5.3.5.4 Unternehmerische Gestaltung.....	112
5.3.6 Technische Universität München – German Institute of Science and Technology.....	113
5.3.6.1 Internationalisierungsentscheidung.....	113
5.3.6.2 Zielsetzungen .....	115
5.3.6.3 Organisationsstruktur.....	115
5.3.6.4 Unternehmerische Gestaltung .....	116
5.3.7 Universität Paderborn – Chinesisch Deutsche Technische Fakultät Qingdao.....	117
5.3.7.1 Internationalisierungsentscheidung.....	117
5.3.7.2 Zielsetzungen .....	120
5.3.7.3 Organisationsstruktur.....	121
5.3.7.4 Unternehmerische Gestaltung.....	122
5.3.8 Universitäten Ulm und Stuttgart – German University in Cairo.....	122
5.3.8.1 Internationalisierungsentscheidung.....	123
5.3.8.2 Zielsetzungen .....	124
5.3.8.3 Organisationsstruktur.....	125
5.3.8.4 Unternehmerische Gestaltung.....	126
5.4 Zusammenfassung: Angebotsformen der untersuchten Projekte.....	127
<b>6 Einflussfaktoren auf die organisatorische Gestaltung.....</b>	<b>129</b>
6.1 Einflussfaktoren bei der Entwicklung transnationaler Studiengänge.....	129
6.1.1 Produktauswahl.....	129
6.1.2 Curriculumsentwicklung.....	132
6.2 Einflussfaktoren bei der Wahl des Ziellandes .....	134
6.2.1 Beziehungskapital deutscher Hochschulen .....	135
6.2.2 Unterstützende Faktoren.....	137
6.3 Zielsystem deutscher Hochschulen.....	138
6.3.1 Hochschulpolitische Zielsetzungen.....	139

---

6.3.2 Wirtschaftspolitische Zielsetzungen.....	142
6.3.3 Entwicklungspolitische Zielsetzungen.....	144
<b>7 Gestaltungsempfehlungen für transnationale Studienangebote deutscher Hochschulen .....</b>	<b>147</b>
7.1 Gestaltungsmodell transnationaler Studienangebote.....	147
7.1.1 Determinanten der Organisationsstruktur.....	148
7.1.2 Bezug zum Zielsystem transnationaler Studienangebote .....	149
7.1.3 Wahl der transnationalen Angebotsform .....	150
7.2 Handlungsempfehlungen für transnationale Studienangebote.....	151
7.2.1 Systematisierung des Entwicklungsprozesses im Handlungsfeld Strategieformulierung.....	153
7.2.2 Institutionalisierung der Projektorganisation im Handlungsfeld Strategieimplementierung .....	155
7.2.3 Professionalisierung des Finanzmanagements im Handlungsfeld Finanzen .....	156
<b>8 Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>159</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>163</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>167</b>