

Geleitwort

Die Internationalisierung von Unternehmungen und das internationale Marketing haben während der letzten Jahrzehnte zunehmend Beachtung in Wissenschaft und Praxis gefunden. Herr Schwarz-Musch thematisiert in der vorliegenden Arbeit einen für das internationale Marketing sehr wichtigen Problemkomplex, der auf den ersten Blick weitgehend gelöst zu sein scheint. Tatsächlich zeigt sich aber, dass die verschiedenen Diskussionslinien zu dieser Thematik zwar vordergründig recht plausibel und auch praktikabel erscheinen, dass sie aber zugunsten einer vorschnellen und oberflächlichen Pragmatik (so etwa die Leerformel „So viel Standardisierung wie möglich, so viel Differenzierung wie nötig“) der Komplexität und Differenziertheit der Problematik nicht gerecht werden. Damit können sie dann aber auch nur in sehr eingeschränkter Weise der Praxis eine echte Hilfestellung geben. Die tatsächlichen Probleme internationaler Kommunikationspolitik werden auf diese Weise eher verdeckt als wissenschaftlich bearbeitet.

Die vorliegende Arbeit gibt einen kompakten Überblick über die Entwicklung und den State-of-the-Art des angloamerikanischen und deutschsprachigen Schrifttums zur internationalen Kommunikationspolitik. Darauf aufbauend werden die wesentlichen Kritikpunkte am derzeitigen Stand der Literatur herausgearbeitet, um Ansatzpunkte für die Weiterentwicklung dieses Wissensbereichs im Sinne einer international integrierten Kommunikationspolitik zu entwickeln. Als eine der zentralen Aufgaben wird dabei die Schaffung von länderübergreifend konsistenten Images identifiziert. Zur Lösung dieser Problemstellung greift der Verfasser auf Veröffentlichungen zur nationalen Kommunikationspolitik sowie auf neuere Ansätze des Markenmanagements zurück.

Die vorliegende Arbeit ist durch das Bemühen gekennzeichnet, in einer tiefgreifenden wissenschaftlichen Diskussion zum weiteren Erkenntnisfortschritt in der Fragestellung der internationalen Kommunikationspolitik beizutragen. Andererseits berücksichtigt der Autor bei seinen Ausführungen auch in kompetenter Weise den Aspekt der Praktikabilität und Umsetzbarkeit für die Praxis. Es bleibt daher zu wünschen, dass diese Arbeit auf ein breites Interesse in Wissenschaft und Praxis stößt.

o. Univ.-Prof. Dr. DDr. h.c. Dieter J.G. Schneider