

## Geleitwort

Die Internationalisierung von Unternehmen wird trotz der aktuellen Wirtschaftskrise weiter zunehmen. Künftig werden sich die Unternehmen im globalen Wettbewerb noch stärker auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren müssen, um dadurch weltweit Wettbewerbsvorteile zu nutzen. Wissenschaftliche Untersuchungen in der internationalen Unternehmensführung fokussieren bislang allerdings vor allem auf Markteintrittsentscheidungen und die Frage, *wie* ein Unternehmen bestimmte internationale Aktivitäten am besten durchführen kann.

Aus Sicht des strategischen Managements eines Unternehmens gilt das Interesse aber darüber hinaus der Frage, in *welcher Art* und in *welchem Umfang* sie sich in unterschiedlichen *Märkten* überhaupt engagieren sollten, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern, bzw. zu verteidigen. Dazu ist ein Blick sowohl auf die eigentlichen Kompetenzen der Unternehmen, als auch auf die landesspezifischen Bedingungen notwendig.

In der vorliegenden Arbeit untersucht Alexander Bode die internationale Unternehmens-tätigkeit genau aus dieser Perspektive. Er greift die Forderung nach einer Verknüpfung der beiden theoretischen Ansätze *Resource-based View* und *Market-based View* auf und setzt sie konsequent im internationalen Kontext um. Dadurch gelingt es ihm, die internationale Unternehmenstätigkeit umfassend aus Sicht der Unternehmensführung zu erklären. Als Kernkompetenz identifiziert er dabei das Wertschöpfungsmanagement, was es den Unternehmen ermöglicht, ihre Wertaktivitäten in den einzelnen Ländern zu koordinieren und in den weltweiten Unternehmensverbund zu integrieren, um international erfolgreich zu sein.

In der quantitativen empirischen Untersuchung mit deutschen Unternehmen in China kann er sein theoretisches Erklärungsmodell und die damit verknüpften Aussagen statistisch analysieren. Bemerkenswert sind die umfassenden empirischen Erkenntnisse, die Alexander Bode über die Aktivitäten deutscher Unternehmen herausarbeiten konnte. Dabei flossen seine eigenen Erfahrungen aus dem mehrjährigen China-Aufenthalt ein, was insgesamt die praktische Relevanz seiner Arbeit unterstreicht.

Die Wissenschaft findet in diesem Buch einen fundierten Ansatz zur internationalen Unternehmensführung mit vielfältigen Anknüpfungspunkten für die weitere Forschung. Für die unternehmerische Praxis stellen die strategischen Ansätze, die nicht nur auf China beschränkt sind, einen Mehrwert dar. Es ist dem Autor und der Arbeit zu wünschen, dass sie dafür die gebührende Anerkennung erhalten, indem Wissenschaftler und Praktiker gleichermaßen die vorliegenden Erkenntnisse nutzen.