



Institut für Wirtschaftswissenschaftliche Forschung und Weiterbildung GmbH

IWW-Studienprogramm

Vertiefungsstudium

Modul XVI: Internationales Management

Lösungshinweise zur 3. Musterklausur

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung und des Nachdruckes, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des IWW – Institut für Wirtschaftswissenschaftliche Forschung und Weiterbildung GmbH reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Dies gilt auch für jede Form der Kommunikation zwischen den Studierenden des IWW.

Lösungshinweise zur Musterklausur zum Internationalen Management

Folgende Lösungen sollen Ihnen die Antworten auf die Klausurfragen erleichtern. Sie sind teilweise stichwortartig und daher nicht als umfassend und hinreichend für die jeweiligen Fragen anzusehen. Die Stichworte sind knapp und prägnant zu erläutern, Zusammenhänge gegebenenfalls aufzuzeigen.

Aufgabe 1:

Punkte 80

Entscheiden Sie, ob die folgenden Aussagen richtig oder falsch sind.
(Falsche Antworten führen nicht zu Punktabzug.)

richtig falsch

1. Die jeweiligen Ausprägungen in den Führungsdimensionen unterscheiden sich gar nicht so stark zwischen den Ländern.		x
2. Die internationale Orientierung beeinflusst die Kommunikation im Unternehmen nicht.		x
3. Quantitativ-empirische Studien stützen tendenziell eher die Culture-bound-These.		x
4. Bei geozentrischer Orientierung werden Mutter- und Tochtergesellschaft als Einheit gesehen.	x	
5. Die Konzepte von Bartlett/Ghoshal und Perlmutter haben einen ähnlichen Zweck, gehen aber ganz unterschiedlich vor.	x	
6. Die Kulturdimensionen der GLOBE-Studie unterscheiden sich grundsätzlich von Hofstedes Dimensionen.		x
7. Eine stärkere Integration erhöht ceteris paribus die Internationalität eines Unternehmens.	x	
8. Stereotypen vereinfachen komplexe fremde Situationen.	x	
9. Für das Verständnis von Kultur werden neben deskriptiven Aspekten auch explikative Aspekte benötigt.	x	
10. Kulturvergleich erfordert ein etisches Vorgehen.	x	
11. Die internationale Orientierung beeinflusst wesentlich die anderen strategischen Dimensionen.	x	
12. Hofstede kann mit seinen ursprünglich vier Dimensionen Kultur nahezu vollständig erfassen.		x
13. Die globale Strategie soll hohe Globalisierungsvorteile erzielen, Lokalisierungsvorteile spielen dabei keine Rolle.	x	
14. Hofstedes sechste Dimension betrachtet den unterschiedlichen Zeitbezug von Kulturen.		x
15. Verhaltenskodizes geben den Rahmen für gesetzliche, tarifliche und unternehmensspezifische Regelungen vor.	x	
16. Auch ökonomische Gründe können eine Differenzierung nahelegen.	x	
17. Unternehmen haben in der Regel die Wahl zwischen allen Markteintrittsformen.		x
18. Die internationale Orientierung bringt Einstellungen von Entscheidungsträgern zum Ausdruck.	x	

19. Die absoluten Indexwerte Hofstedes sind bedeutungslos.	x	
20. Entsendungen erfolgen in erster Linie aus dem Stammhaus.		x

Aufgabe 2:**Punkte 15****Welcher Zusammenhang besteht zwischen der Globalisierungs- und der Konfigurationsentscheidung?**

- Globalisierung: Standardisierung/Integration in allen Bereichen der Wertkette
- Konfiguration: - Konzentration vs. Streuung von Wertschöpfungsaktivitäten
- Autonomie vs. straffe Koordination der Bereiche
- Globalisierung => tendenziell hohe Konzentration und straffe Koordination

Aufgabe 3:**Punkte 25****Hinsichtlich der Auswirkungen von Kultur auf Managemententscheidungen lassen sich zwei Standpunkte unterscheiden. Welche Konsequenzen lassen sich für Unternehmen daraus ableiten?**

culture-free: überall gleiche Techniken/Prinzipien

culture-bound: Management ist kulturgebunden und daher nicht ohne weiteres übertragbar

Zusammenhang zwischen Forschungsmethodik und Kulturstandpunkt

„Wahrheit“ liegt irgendwo dazwischen; tendenziell abhängig von der Mitarbeiternähe