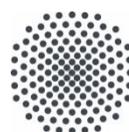


Studienführer

Internationales und
Strategisches Management



Besucheranschrift:

Universität Stuttgart

Betriebswirtschaftliches Institut, Abteilung IX

Lehrstuhl für ABWL, insb. Internationales und Strategisches Management

10. OG, Raum 10.052

Keplerstraße 17

D-70174 Stuttgart

Telefon: 0711/685-83638

Telefax: 0711/685-83649

Email: lehrstuhl.intman@bwi.uni-stuttgart.de.

<http://www.bwi.uni-stuttgart.de/intman>

© Lehrstuhl für ABWL, insb. Internationales und Strategisches Management

Prof. Dr. Michael-Jörg Oesterle

Studienführer 7. Auflage

April 2021

Inhaltsverzeichnis

1. Historie des Lehrstuhls für ABWL, insbesondere Internationales und Strategisches Management.....	4
2. Curriculum im Bereich Internationales und Strategisches Management	5
2.1 Lehrgrundsätze.....	5
2.2 Grundsätzliche Inhalte und Zielsetzung des Studiums	5
2.2.1 Studieninhalte im Bereich Internationales Management	6
2.2.2 Studieninhalte im Bereich Strategisches Management.....	7
2.3 Lehrveranstaltungen.....	8
2.3.1 Inhalt und Ziele der einzelnen Lehrveranstaltungen	8
2.3.1.1 Vorlesungen im Bachelorstudium.....	9
2.3.1.2 Seminare im Bachelorstudium	11
2.3.1.3 Projektstudie im Bachelorstudium	11
2.3.1.4 Vorlesungen im Masterstudium	12
2.3.1.5 Seminare im Masterstudium	13
2.3.2 Veranstaltungen von Honorarprofessor J. Menno Harms	14
2.3.3 Mittelfristige Veranstaltungsplanung für Bachelor- und Masterstudiengänge	15
3. Praxis und berufliche Einsatzfelder.....	16
3.1 Internationales Management in der Praxis	16
3.2 Strategisches Management in der Praxis	17
3.3 Berufliche Einsatzfelder	19
4. Forschungsschwerpunkte und Publikationen des Lehrstuhls	20
4.1 Forschungsschwerpunkte.....	20
4.2 Ausgewählte Publikationen des Lehrstuhls (Stand: April 2021).....	20
4.2.1 Beiträge in Zeitschriften.....	20
4.2.2 Bücher und Herausgeberschaft von Sammelwerken	21
4.2.3 Beiträge in Sammelwerken	22
5. Mitglieder und Sprechzeiten des Lehrstuhlteams	23

1. Historie des Lehrstuhls für ABWL, insbesondere Internationales und Strategisches Management

Prof. Dr. Michael-Jörg Oesterle studierte von 1980 bis 1986 Wirtschaftswissenschaften an der Universität Hohenheim. 1992 wurde er dort mit seiner Dissertation zu dem Thema „Die Handhabung von Koordinationsproblemen bei Ost-West-Joint Ventures“ promoviert. Ebenfalls an der Universität Hohenheim habilitierte sich Michael-Jörg Oesterle 1999 zum Thema „Entwicklungsrelevante Formen und Folgen von Führungswechseln in der Unternehmensleitung“, womit ihm auch die *venia legendi* im Fach Betriebswirtschaftslehre verliehen wurde.

Im Frühjahr 2000 erhielt Michael-Jörg Oesterle den Ruf auf den Lehrstuhl für „ABWL, insbesondere Internationales Management“ an der Universität Bremen. Diesen Lehrstuhl hatte er bis Oktober 2008 inne. Von Juli 2003 bis Juli 2005 war er Dekan des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Universität Bremen. Im Jahr 2008 erhielt Michael-Jörg Oesterle Rufe an die Johannes Gutenberg-Universität Mainz sowie an die Universität Hamburg, wobei er den Ruf an den Lehrstuhl für „Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Organisation, Personal und Unternehmensführung“ an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz annahm und diesen Lehrstuhl bis September 2011 innehatte.

2011 erhielt Michael-Jörg Oesterle einen Ruf an die Universität Stuttgart. Seit Oktober 2011 ist er dort Inhaber des Lehrstuhls für „ABWL, insbesondere Internationales und Strategisches Management“. Damit ist am Betriebswirtschaftlichen Institut (BWI) der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften erstmals seit 2008 wieder ein Lehrstuhl vertreten, der sich in Forschung und Lehre Fragen des Strategischen Managements widmet. Von 1976 bis 2008 gab es am BWI den Lehrstuhl für ABWL, insb. Betriebswirtschaftliche Planung und Strategisches Management unter der Leitung von Herrn Prof. Dr. Erich Zahn.

2. Curriculum im Bereich Internationales und Strategisches Management

2.1 Lehrgrundsätze

Grundlage aller Veranstaltungen bildet die theoriebasierte, dabei aber auch anwendungsorientierte sowie interaktive Gestaltung der Inhalte. Hinzu kommt das Einfordern von Argumentations-, Kritik-, Gruppenarbeits- und Präsentationsfähigkeit, wodurch insgesamt ein über rein fachliche Aspekte hinausgehender Ausbildungsanspruch realisiert werden soll. Die Studierenden sollen durch die o.g. Lehr- und Lernmethoden bereits mit Situationen konfrontiert werden, welche ihnen in ihrem zukünftigen Berufsfeld begegnen können. Dies bedeutet, dass vor allem auf aktive Teilnahme Wert gelegt wird, da direktes Auseinandersetzen mit Sach- und Fachthemen die Studierenden im Umgang mit solchen sicher werden lässt und sie dadurch auch in der Vorbereitung auf praktische Anwendungen unterstützt werden. Insbesondere in Veranstaltungen der Masterstudiengänge wird darüber hinaus der Ansatz des forschungsorientierten Lernens verfolgt. Den Studierenden wird dadurch die Möglichkeit geboten, nicht nur Fremdforschung besser zu verstehen, sondern sich auch auf eigene Forschungsprojekte (bspw. im Rahmen der Masterarbeit oder weiterer wissenschaftlicher Qualifikationsarbeiten) vorzubereiten.

2.2 Grundsätzliche Inhalte und Zielsetzung des Studiums

In der Lehre bietet der Lehrstuhl Veranstaltungen im Bereich des Internationalen und Strategischen Managements sowohl im Bachelor- als auch im Masterstudium an. Im Gegensatz zu anderen betriebswirtschaftlichen Fächern, die der Aneignung funktionspezifischen Fachwissens dienen, wird im Fach „Internationales und Strategisches Management“ übergreifendes, von der Idee der Ganzheitlichkeit geprägtes Managementwissen in Bezug auf Internationalisierung und strategische Unternehmensführung vermittelt. Den Studierenden sollen hierbei theoretisch fundiertes Wissen sowie praktische Handlungskompetenz vermittelt werden.

2.2.1 Studieninhalte im Bereich Internationales Management

Die Lehre des Internationalen Managements setzt an den betriebswirtschaftlichen Problemen an, die sich aus der internationalen Unternehmenstätigkeit ergeben. Da die diesbezügliche Hauptherausforderung grenzüberschreitender Aktivitäten in der integrativen Handhabung unterschiedlicher Umweltbedingungen liegt, kann es bei der Lehre vom Internationalen Management nicht vorrangig darum gehen, jeweils isoliertes Wissen über einzelne nationale Besonderheiten – bspw. die Spezifika des US-amerikanischen, des japanischen oder des brasilianischen Marktes – zu vermitteln. Vielmehr gilt es aufzuzeigen, wie sich die Führung eines rein national tätigen Unternehmens bei Aufnahme internationaler Geschäftsbeziehungen allgemein verändert und wie der entsprechenden Komplexitätssteigerung entsprochen werden kann. Ziel ist es, die Einwirkungen des „internationalen Elements“ auf die betrieblichen Funktionen sowohl theoretisch fundiert als auch praxisbezogen zu verdeutlichen. Bereits damit dürfte veranschaulicht werden, dass es sich bei der Lehre vom Internationalen Management z.T. um eine Querschnittsfunktion handelt, die inhaltlich nahezu jedes Element der betrieblichen Wertschöpfungskette bzw. jede spezielle Betriebswirtschaftslehre betreffen kann. Daraus eine Nichtspezifität des Internationalen Managements als betriebswirtschaftliche Teildisziplin abzuleiten, somit einen disziplinär nicht zusammenfassungsbedürftigen oder gar nicht zusammenfassungsfähigen Wissensbereich zu unterstellen, hieße aber zum einen, den Anteil originärer Fragestellungen des Internationalen Managements zu unterschätzen; diese ergeben sich neben dem grundsätzlichen Problem der Handhabung von Fremdheit vorrangig aus der Theorie des Internationalen Managements, welche insbesondere Entstehung, Prozessverlauf und strategische Gestaltung der internationalen Unternehmenstätigkeit umfasst. Im Einzelnen handelt es sich um die fünf Felder: Theorien internationaler Unternehmenstätigkeit i.e.S., Strategien, Austauschbeziehungen, Koordination und Kultur. Zum anderen würde aber eine solche Einschätzung auch bedeuten, gerade die zuvor skizzierte Notwendigkeit einer integrativen Gesamtschau der aus internationaler Unternehmenstätigkeit resultieren-

den Probleme für betriebliche Teilfunktionen (International Business) zu vernachlässigen. Beide Bestandteile bilden die Kerngegenstände eines Studiums des Internationalen Managements. Zielsetzung des Lehrstuhls für ABWL, insbesondere Internationales und Strategisches Management ist es, Studierenden die oben skizzierten Forschungs- und Handlungsfelder theorie- und praxisorientiert nahe zu bringen. Die Studierenden sollen so auf eine Karriere in international tätigen Unternehmen sowie anderen international ausgerichteten Institutionen vorbereitet werden.

2.2.2 Studieninhalte im Bereich Strategisches Management

Die Lehre des Strategischen Managements beschäftigt sich mit der systematischen Identifikation und Nutzung zukünftiger Erfolgspotentiale von Unternehmen. Der Ursprung des Wortes Strategie liegt im griechischen Ausdruck „Strategos“, was die Kunst der Heerführung bezeichnet. Auch im deutschen Sprachraum wurde der Begriff zunächst im militärischen Bereich genutzt und dort vor allem von General Carl von Clausewitz geprägt. In die Wirtschaftswissenschaften wurde der Begriff vor allem über die ökonomische Spieltheorie importiert, in der Strategie die Planung einer bestimmten Folge von Spielzügen (Handlungen) bezeichnet. Einzug in die Betriebswirtschaftslehre fand der Strategiebegriff hauptsächlich über amerikanische Hochschulen wie die Harvard Business School. Erste Forschungsaktivitäten zum Thema Strategie in der Betriebswirtschaftslehre wurden in den 60er und 70er Jahren des 20. Jahrhunderts durchgeführt (hier vor allem von Chandler und Ansoff). Im Verlauf der Forschung hat sich ein idealtypischer Ablauf von fünf Phasen des Strategischen Managements herauskristallisiert. In der ersten Phase, der strategischen Planung, erfolgt die Formulierung der Unternehmenspolitik bzw. -philosophie sowie der grundlegenden und langfristigen Ziele des Unternehmens. In der zweiten Phase, der strategischen Analyse, versucht das Unternehmen mittels verschiedener Analyseinstrumente seine internen Bedingungen zu analysieren und deren Entwicklung zu prognostizieren. Eine gleichartige Analyse ist auch für die generelle Umwelt und Aufgabenumwelt durchzuführen. In der Phase der Strategieformulierung werden basierend auf

den Analyseergebnissen die zukünftige Position und damit auch die strategische Stoßrichtung vorgegeben sowie konkrete Produkt-Markt-Strategien erarbeitet. Der umfassendste Schritt erfolgt in der vorletzten Phase, der Implementierung. In diesem Schritt werden sowohl Planung, Analyse als auch Formulierung der Strategie im Unternehmen umgesetzt und auf alle Ebenen heruntergebrochen. Wie bei jeder unternehmerischen Handlung steht auch beim Strategischen Management die Kontrolle an letzter Stelle. Allerdings sollte im Strategischen Management Kontrolle nicht nur als Ergebniskontrolle, also als Kontrolle im Nachhinein verstanden werden. Vielmehr muss die Kontrolle über alle Phasen des Strategischen Managementprozesses laufend bzw. begleitend erfolgen, um bei dynamischer Umwelt rechtzeitig reagieren zu können.

2.3 Lehrveranstaltungen

Charakteristisch für den Aufbau des Bachelorstudiengangs „Technisch orientierte Betriebswirtschaftslehre“ an der Universität Stuttgart ist die Aufteilung in ein zweisemestriges Grundstudium, bestehend aus Basismodulen und ein viersemestriges Fachstudium, bestehend aus Kern- und Ergänzungsmodulen. Veranstaltungen des Bachelorstudiums dienen dazu, die Studierenden mit Theorien, Konzepten und Techniken der jeweiligen Gebiete vertraut zu machen. Die Masterstudiengänge „Technisch orientierte Betriebswirtschaftslehre“ und „Betriebswirtschaftslehre“ bestehen aus Vertiefungs- und Spezialisierungsmodulen. Mastermodule bauen auf dem im Bachelorstudium erlernten Wissen auf, erweitern und vertiefen dieses und zeigen vor allem Bezüge zur Forschung in verstärkter Form auf.

2.3.1 Inhalt und Ziele der einzelnen Lehrveranstaltungen

Das Curriculum im Bereich Internationales und Strategisches Management ist analog zum Verhältnis von Bachelor und Master konsekutiv angelegt. Im Bachelorstudium werden somit die Grundlagen vermittelt, welche zum einen im Masterstudium für das Verständnis weiterer Bereiche des Internationalen und

Strategischen Managements benötigt werden, zum anderen aber auch Voraussetzung für eine vertiefte Auseinandersetzung mit bereits bekannten Themengebieten sind. Um jenen Studierenden, die ihr Bachelorstudium nicht an der Universität Stuttgart absolviert haben, den Anschluss an die Inhalte im Masterstudium zu erleichtern, gehen den Veranstaltungen im Masterstudium grundsätzlich im Rahmen der ersten Vorlesungen „Auffrischungseinheiten“ voraus.

2.3.1.1 Vorlesungen im Bachelorstudium

Strategisches Management (Basismodul; Teil von BWL I: Marketing, Organisation & Personalführung und Strategisches Management)

Die Studierenden sollen zunächst Bedeutung und Notwendigkeit des Strategischen Managements, aber auch dessen Grenzen erkennen können. Darüber hinaus sollen sie in der Lage sein, vor dem Hintergrund der Entwicklung des strategischen Denkens in der Betriebswirtschaftslehre und in der Unternehmenspraxis theoretisch fundierte Konzepte und Instrumente des Strategischen Managements kritisch zu analysieren sowie in ihrem Anwendungsbezug beurteilen zu können.

Vorlesungsinhalte

- Überblick über die Entwicklung des Strategischen Managements in Theorie und Praxis;
- Theoretische Ansätze des Strategischen Managements;
- Akteure und Inhalte des Strategischen Managements;
- Prozess, Methoden und Techniken der Strategieformulierung;
- Normative Konzepte der strategischen Unternehmensgestaltung;
- Strategien international tätiger Unternehmen;
- Ansätze zur Implementierung von Strategien.

Grundlagen des Internationalen Managements (Kernmodul)

Ziel der Vorlesung ist es zum einen, das disziplinäre Sein des Internationalen Managements innerhalb der Betriebswirtschaftslehre aufzuzeigen. Dies geht einher mit der Verdeutlichung, in welchem Maße die Tätigkeit von Unternehmen durch

Internationalisierung verändert wird. Zum anderen besteht der Anspruch, mit der Veranstaltung die Notwendigkeit sowie Konzepte und Techniken der internationalen Unternehmensführung zu veranschaulichen und das Internationale Management insgesamt in die relevanten weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen einzubetten.

Vorlesungsinhalte

- Bedeutung und Kernaufgaben des Internationalen Managements;
- Institutionelle und rechtliche Rahmenbedingungen internationaler Geschäftstätigkeit;
- Internationale Markteintrittsformen;
- Theorien des internationalen Markteintritts;
- Internationalisierungsprozessstheorien;
- Strategien und strategische Grundhaltungen im Internationalen Management;
- Koordinationsmuster international tätiger Unternehmen;
- Internationales Personalmanagement.

Interkulturelles Management (Kernmodul bzw. Schlüsselqualifikation)

Die Studierenden sollen Kulturunterschiede als erfolgskritische Einflussgröße internationaler Geschäftstätigkeit erkennen und Probleme sowie Ergebnisse der betriebswirtschaftlich relevanten kulturvergleichenden Forschung verstehen bzw. auf besonders interaktionsrelevante Handlungsfelder von Unternehmen übertragen können.

Vorlesungsinhalte:

- Wesen von Kultur;
- Probleme betriebswirtschaftlich relevanter kulturvergleichender Forschung;
- Konzeption, Methode und Ergebnisse kulturvergleichender Studien;
- Bedeutung und Folgen interkultureller Differenzen in interaktionsrelevanten Unternehmensfunktionen;
- Möglichkeiten des Trainings interkultureller Handlungskompetenz.

2.3.1.2 Seminare im Bachelorstudium

Durch die Bearbeitung eines Seminarthemas haben die Studierenden die Möglichkeit, ihr bisher erworbenes Wissen zu vertiefen und anzuwenden. Da dies mit einer Präsentation ihrer Ausarbeitung vor einer größeren Gruppe einhergeht, werden auch Impulse für eine Verbesserung der Studierenden in der rhetorischen Dimension gegeben. Die Seminarthemen sind im Bereich „Theorien des Strategischen (Internationalen) Managements“ angesiedelt. Ziel der Veranstaltung ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, mit wissenschaftlichen Methoden Problemstellungen des Strategischen und Internationalen Managements zu identifizieren und zu analysieren, entsprechende Lösungsansätze aufzuzeigen sowie Probleme und Lösung(en) kritisch zu reflektieren.

Seminarthemen aus den letzten Semestern:

- (Internationale) Unternehmenskooperationen in Theorie und Praxis – Bedingungen, Formen, Erfolgsfaktoren
- Der ehrbare Kaufmann – Theoretische und historische Grundlagen, gegenwärtige Bedeutung sowie Konsequenzen für Lehre und Forschung des Strategischen Managements
- Chronologie des Scheiterns – Fallstudien zu Ursachen, Formen und Folgen unternehmerischen Misserfolgs

2.3.1.3 Projektstudie im Bachelorstudium

Die Projektstudie wird am Lehrstuhl für ABWL, insb. Internationales und Strategisches Management als Vorbereitung auf die Bachelorarbeit genutzt, wobei unter anderem Kernelemente des wissenschaftlichen Arbeitens wiederholt und vertieft werden. Die Studierenden sollen durch die Bearbeitung einer Projektstudie fachaffine Fähigkeiten, vor allem auf den Gebieten der Anwendung wissenschaftlicher Methoden und der Präsentation, erwerben.

2.3.1.4 Vorlesungen im Masterstudium

Theorie und Empirie internationaler Unternehmenstätigkeit (Vertiefungsmodul)

Ziel der Vorlesung ist es zunächst, den Studierenden anhand wesentlicher Theorien aufzuzeigen, warum Unternehmen international tätig werden, unter welchen Bedingungen sie bestimmte Markteintrittsformen wählen (Kausalität), und wie der Prozess der Internationalisierung verläuft (Temporalität und Lokalität). Darüber hinaus soll den Studierenden vermittelt werden, welche Probleme sich bei der empirischen Erforschung internationaler Tätigkeit ergeben.

Vorlesungsinhalte:

- Theorien internationaler Unternehmenstätigkeit als Teil einzelwirtschaftlicher Entwicklungsforschung;
- Ansätze zur Erklärung internationaler Handelstätigkeit;
- Ansätze zur Erklärung der Existenz von Direktinvestitionen;
- Ansätze zur Erklärung verschiedener Internationalisierungsformen;
- Internationalisierungsprozesstheorien;
- Herausforderungen bei der empirischen Erforschung von Internationalisierung.

Strategische Koordinationsinstrumente und -konzepte für internationale Unternehmen (Vertiefungsmodul)

Koordination soll von den Studierenden zunächst als Kernherausforderung des Managements internationaler Unternehmenstätigkeit erkannt werden. Die Studierenden sollen darauf aufbauend wichtige Koordinationsinstrumente beherrschen und diese im Rahmen unterschiedlicher Situationen des internationalen Unternehmens in ihrer Vorteilhaftigkeit – vor allem als Bestandteil konzeptioneller Ansätze – beurteilen können.

Vorlesungsinhalte:

- Koordination als Kernproblem internationaler Unternehmen;
- Instrumente zur Reduzierung und zur Deckung des Koordinationsbedarfs;
- Auslandsgesellschaftsorientierte Koordinationskonzepte;

- Koordination als gesamtunternehmensbezogene Entsprechung der Internationalisierungsstrategie;
- Empirische Analysen und Beispiele der Koordinationspraxis international tätiger Unternehmen.

2.3.1.5 Seminare im Masterstudium

Gegenüber dem Seminar im Bachelorstudium geht es im Rahmen des Masterseminars um eine noch tiefere und thematisch anspruchsvollere Auseinandersetzung mit Problemen des strategisch bedeutsamen Internationalen Managements. Dabei werden auch verstärkt unmittelbar forschungsrelevante Aspekte einbezogen. Die Seminarthemen sind im Bereich „Kerntheorien, -konzepte und -methoden des Internationalen Managements“ angesiedelt.

Seminarthemen aus den letzten Semestern:

- Netzwerkformen und -konzepte international tätiger Unternehmen in Theorie und Praxis;
- Determinanten und Dimensionen von Internationalisierungsprozessen in Theorie und Empirie;
- Einfluss und Beeinflussung des strategischen Akteurs hinsichtlich unternehmerischer Entscheidungen.

2.3.2 Veranstaltungen von Honorarprofessor J. Menno Harms

Veranstaltungsthemen aus den letzten Semestern:

- „Arbeitselemente erfolgreicher Unternehmensführung“
 - Handlungsebenen der Unternehmensführung;
 - Strukturen und Verfahren;
 - Steuerung und Leistungserbringung;
 - Einführung in die Digitale Wirtschaft;
 - Technologie- und R&D Management.
- „Handlungsstrategien international tätiger Hochtechnologie-Unternehmen“
 - Problemfelder der Technologiesteuerung;
 - Organizing for Technologies and Markets;
 - “Structure follows Strategy” – Strukturveränderungen im IT-Unternehmen HP.

2.3.3 Mittelfristige Veranstaltungsplanung für die Bachelor- und Masterstudiengänge

	Wintersemester	Sommersemester
BACHELOR OF SCIENCE (BWL t.o.)		
Basismodul		
Strategisches Management VL	X	
Strategisches Management Ü	X	
Kernmodul		
Grundlagen des Internationalen Managements VL		X
Grundlagen des Internationalen Managements Ü		X
Interkulturelles Management VL	X	
Interkulturelles Management Ü	X	
Seminar Internationales Management	X	X
Projektstudie	X	X
MASTER OF SCIENCE (BWL t.o. und BWL)		
Theorie und Empirie internationaler Unternehmenstätigkeit VL	X	
Theorie und Empirie internationaler Unternehmenstätigkeit Ü	X	
Strategische Koordinationsinstrumente und -konzepte für internationale Unternehmen VL		X
Strategische Koordinationsinstrumente und -konzepte für internationale Unternehmen Ü		X
Seminar Kerntheorien, -konzepte und -methoden des Internationalen Managements	X	X
VERANSTALTUNG HONORARPROFESSUR		
Arbeitselemente erfolgreicher Unternehmensführung	X*	
Handlungsstrategien international tätiger Hochtechnologieunternehmen		X*
SQ-VERANSTALTUNGEN		
Interkulturelles Management VL	X	

*unter Vorbehalt

Tabelle 1: Übersicht – Titel und Charakter sowie Semesterlage der angebotenen Lehrveranstaltungen

3. Praxis und berufliche Einsatzfelder

3.1 Internationales Management in der Praxis

Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit ist kein neues Phänomen. Der internationale Handel hatte bereits um 1910 ein Ausmaß erreicht, welches – bedingt durch die Friktionen der beiden Weltkriege – erst wieder in den 1980er Jahren erzielt wurde. Unternehmen wie Bosch, Colt, Gillette, Siemens oder Singer gründeten bereits in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts erste Tochtergesellschaften im Ausland – heute fasst man derartige Tätigkeiten unter dem Begriff „Direktinvestitionen“ zusammen. Eine Führungsrolle nimmt diesbezüglich das US-amerikanische Unternehmen Colt ein, welches bereits 1851 eine erste Tochtergesellschaft im Ausland etablierte.

Gegenüber den frühen Erscheinungsformen der Internationalisierung stellen sich die grenzüberschreitenden Aktivitäten mittlerweile jedoch weitaus intensiver und vielfältiger dar. So sind mittlerweile in vielen Branchen Technologien weltweit verfügbar und nutzungsfähig; dadurch steigt selbst für jene Unternehmen, welche nicht aktiv international tätig sind, der Wettbewerbsdruck durch Internationalisierung. Anpassungs- und Reaktionsmaßnahmen lassen sich in diesem Fall leichter und effektiver bestimmen, wenn das Management dieser Unternehmen über Kenntnisse in Bereichen des Internationalen Managements verfügt. Darüber hinaus eröffnet die Globalisierung Unternehmen die Möglichkeit, über netzwerkartige und/oder kooperative Formen stärker als bislang Wertschöpfungsaktivitäten international nach Vorteilhaftigkeitsgesichtspunkten zu streuen. Auch jene Unternehmen, welche ressourcenmäßig weniger stark ausgestattet sind, können sich somit international stärker engagieren. Dies ist allerdings nur der Fall, sofern die notwendigen Kompetenzen bei den Humanressourcen, d.h. den Mitarbeitern und Führungskräften, vorhanden sind. Und schließlich ist es für Großunternehmen aller Branchen tendenziell nahezu unabdingbar, international tätig zu sein. Nur dadurch lässt sich unter Kosten- und Wissensgesichtspunkten die Position im Weltmarkt erhalten bzw. ausbauen.

Für die in den betreffenden Unternehmen tätigen Führungskräfte und Mitarbeiter nahezu aller Funktionen geht damit die Anforderung einher, selbst über internationale Potenziale zu verfügen. Diesem dürfte jedoch nicht primär mit der (universitären) Vermittlung einer direkten Berufsfertigkeit entsprochen werden. Vielmehr sollen Studierende eher zur Problemlösung mithilfe wissenschaftlicher Methoden und dadurch zum Treffen selbstständiger Entscheidungen befähigt werden. Insgesamt wird in Bezug auf die Vermittlung des entsprechenden Wissens davon ausgegangen, dass die Studierenden die Grundzüge der (nationalen) Managementlehre durch ihre wirtschaftswissenschaftliche Vorbildung kennen. Aufgabe des Internationalen Managements ist es dann konsequenterweise, darauf aufbauend die Problemlösungsansätze in Bezug auf die ökonomischen, rechtlichen, sozialen und kulturellen Besonderheiten der länderübergreifenden Geschäftstätigkeit aufzuzeigen sowie Anwendungsmöglichkeiten zu verdeutlichen.

Abschließend lässt sich feststellen, dass aufgrund des fortschreitenden Entwicklungs- und Wandlungsprozesses der Internationalisierung eine Berufstätigkeit im internationalen Bereich stets persönliche Herausforderungen insbesondere in der fachlichen und kulturellen Dimension mit sich bringt, sowie – bei Anspruch auf erfolgreiche Wahrnehmung der Position – kontinuierliche Lernprozesse erfordert. Internationalisierung bricht eben auch in dieser Beziehung mit Routinen.

3.2 Strategisches Management in der Praxis

Noch vor ca. 40 Jahren steuerte ein Großteil der Unternehmen die Aktivitäten auf Basis kurzfristiger Budgetplanungen. Mit dem zunehmenden Aufkommen der Lehre vom Strategischen Management wurde jedoch postuliert, dass strategisch geführte und damit an grundsätzlichen Entwicklungen interessierte sowie an langfristigen Zielen orientierte Unternehmen erfolgreicher sind als solche, die eben keine derartige Ausrichtung in ihrer Unternehmensführung berücksichtigen. Die Erfolgsträchtigkeit eines Strategischen Managements konnte mittlerweile durch Studien bestätigt werden, weswegen die Verfolgung einer langfris-

tigen Strategie in Zeiten steigender Komplexität, dynamischer Märkte und Diskontinuitäten für Unternehmen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil darstellen kann. Besondere Bedeutung für den unternehmerischen Erfolg hat in diesem Zusammenhang die Abstimmung interner und externer Gegebenheiten, also eine harmonische Konfiguration aller Einflussgrößen, die zur Realisierung des Unternehmensziels notwendig sind. Insofern ist es für Unternehmen jeder Branche und Größe von Bedeutung, die strategische Stoßrichtung und das daran ausgerichtete Handeln systematisch in die unternehmerischen Prozesse einzubinden.

Für Führungskräfte und Mitarbeiter, die mit dem Thema des Strategischen Managements in Unternehmen betraut werden, können die idealtypischen Phasen des strategischen Managementprozesses eine Handlungsempfehlung geben. Um erfolgreich im Wettbewerb zu agieren, sollte dazu im Rahmen der strategischen Planung zunächst die Stoßrichtung des Handelns, also die Vision oder Philosophie des Unternehmens, in den Mittelpunkt der Betrachtung rücken. Um eine stimmige Konfiguration zu erhalten, muss in einem zweiten Schritt eine umfassende Analyse der internen und externen Umwelt erfolgen, damit die eigene (erfolgreiche) Positionierung im Markt umgesetzt und diese tendenziell reibungsarm im Unternehmen implementiert werden kann. Eine aus der Strategie resultierende Positionierung kann schlussendlich nur dann von Dauer sein, wenn der Prozess als Ganzes und nicht nur am Ende der Durchführung einer kritischen Betrachtung und Kontrolle unterzogen wird.

Abschließend lässt sich feststellen, dass es Aufgabe des Strategischen Managements ist, die Ist- und Soll-Position des Unternehmens zu analysieren, Erfolgspotentiale aufzudecken und bei nicht erfolgreichem Verhalten gegenzusteuern. Aufgrund dessen ist eine umfassende Sicht der Lage unabdingbar und bedarf gut ausgebildeter Fach- und Führungskräfte, die in komplexen Situationen den Überblick behalten.

3.3 Berufliche Einsatzfelder

Nicht nur aufgrund des stark ansteigenden Bedarfs an qualifizierten Fach- und Führungskräften allgemein, sondern auch durch fortschreitende Globalisierung und erhöhte Komplexität des Wettbewerbs werden Hochschulabsolventen mit breitem Wissen benötigt. Studierende sollten daher darauf achten, dass sie funktionspezifische Schwerpunkte ihres Studiums mit den Inhalten des Internationalen und Strategischen Managements verknüpfen, da die beiden letztgenannten Bereiche themenübergreifende Kenntnisse vermitteln und damit auch die Integration der funktionspezifischen Inhalte untereinander erleichtern. Berufliche Einsatzfelder sind insofern für Nachwuchsführungskräfte neben funktionsbezogenen Bereichen wie Controlling, Marketing und Personal auch in Stabsstellen zur Strategieentwicklung oder M&A-Abteilungen zu finden. Darüber hinaus bieten sich Einsatzmöglichkeiten in Marktforschungsinstituten, NGOs oder eher öffentlichen Einrichtungen (bspw. UN- oder EU-Verwaltung). Wie Werdegänge ehemaliger Studierender verdeutlichen, erlaubt die über das Studium des Internationalen und Strategischen Managements geförderte Gesamtsicht in erhöhtem Maße das Einnehmen anspruchsvoller Führungspositionen in großen, sehr komplexen Unternehmen wie Bosch, Daimler, Deutsche Bahn oder Siemens.

4. Forschungsschwerpunkte und Publikationen des Lehrstuhls

4.1 Forschungsschwerpunkte

- Dynamik und Erfolg von Internationalisierungsprozessen
- Entwicklung eines mehrdimensionalen Messkonzeptes zur Erfassung des Internationalisierungsprozesses von Unternehmen
- Koordination der internationalen Unternehmenstätigkeit
- Corporate Governance insb. internationaler Unternehmen
- Einflussfaktoren der Internationalisierungsstrategie von Unternehmen

4.2 Ausgewählte Publikationen des Lehrstuhls (Stand: April 2021)

4.2.1 Beiträge in Zeitschriften

- Oesterle, M.-J., Weikum E. (2019), Institutional Voids als Problem internationaler Unternehmenstätigkeit in Emerging Markets, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 48, 10, S. 11-17.
- Elosge, C., Oesterle, M.-J., Stein, C. M., Hattula, S. (2018), CEO Succession and Firms' Internationalization Processes: Insights from German Companies, in: International Business Review, 27, 2, S. 367-379.
- Kobrak, C., Oesterle, M.-J., Röber, B. (2018), Escape FDI and the Varieties of Capitalism: Why History Matters in International Business, in: Management International Review, 58, 3, S. 449-464.
- Oesterle, M.-J., Röber, B. (2017), Not Trading Favours: MNE Activity in Economies Shaped by Institutional Voids, in: European Journal of International Management, 11, 6, S. 688-710.
- Oesterle, M.-J., Miola, B. (2017), Zusammenhang zwischen Landeskultur und Controlling – Eine konzeptionelle Analyse, in: Controlling – Zeitschrift für erfolgsorientierte Unternehmenssteuerung, 29, 6, S. 17-24.
- Oesterle, M.-J., Elosge, C., Elosge, L. (2016), Me, Myself and I: The Role of CEO Narcissism in Internationalization Decisions, in: International Business Review, 25, 5, S. 1114-1123.
- Oesterle, M.-J., Röber, B. (2015), Internationalisierung der F&E: Formen und Bewertung, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 44, 10, S. 557-563.

- Happ, R., Förster, M., Zlatkin-Troitschanskaia, O., Oesterle, M.-J., Doetsch, S. (2014), Die Signalwirkung von Hochschulrankings – Eine empirische Studie unter Studienanfängerinnen/-anfängern der Wirtschaftswissenschaften, in: Zeitschrift für Hochschulentwicklung, 9, 5, S. 17-40.
- Oesterle, M.-J., Richta, H. N. (2013), Internationalisation and Firm Performance: State of Empirical Research Efforts and Need for Improved Approaches, in: European Journal of International Management, 7, 2, S. 204-224.
- Oesterle, M.-J., Lang, E. M., Stein, C. M. (2013), Normative Konzepte der Personalführung, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 42, 10, S. 547-553.
- Oesterle, M.-J., Richta, H. N., Fisch, J. H. (2013), The Influence of Ownership Structure on Internationalization, in: International Business Review, 22, 1, S. 187-201.
- Oesterle, M.-J., Wolf, J. (2011), 50 Years of Management International Review and IB/IM Research: An Inventory and Some Suggestions for the Field's Development, in: Management International Review, 51, 6, S. 735-754.
- Oesterle, M.-J. (2007), Corporate Governance für Familienunternehmen, in: Zeitschrift für Management, 2, 1, S. 28-59.
- Oesterle, M.-J., Laudien, S. (2007), The Future of International Business Research and the Relevance Gap: A German Perspective, in: European Journal of International Management, 1, 1/2, S. 39-52.
- Glaum, M., Oesterle, M.-J. (2007), 40 Years of Research on Internationalization and Firm Performance: More Questions than Answers?, in: Management International Review, 47, Focused Issue 3, S. 1-11.

4.2.2 Bücher und Herausgeberschaft von Sammelwerken

- Oesterle M.-J., Schmid, S. (Hrsg.) (2009), Internationales Management als Wissenschaft, Stuttgart.
- Oesterle M.-J. (Hrsg.) (2007), Internationales Management im Umbruch. Globalisierungsbedingte Einwirkungen auf Theorie und Praxis internationaler Unternehmensführung, Wiesbaden.
- Glaum, M., Oesterle, M.-J. (Hrsg.) (2007), Internationalization and Firm Performance, Management International Review, 47, Focused Issue 3.
- Oesterle, M.-J., Wolf, J. (Hrsg.) (2005), Internationalisierung und Institution, Wiesbaden.

- Macharzina, K., Oesterle, M.-J. (Hrsg.) (2002), Handbuch Internationales Management, 2. Aufl., Wiesbaden.

4.2.3 Beiträge in Sammelwerken

- Oesterle, M.-J., Stein, C. M., Doetsch, S. (2016), Defizite und Potentiale der Internationalisierungsprozessforschung – Zur Notwendigkeit der Berücksichtigung formaler Prozessdefinitionen, in: Eckert S., Trautnitz, G. (Hrsg.) (2016), Internationales Management und die Grundlagen des globalisierten Kapitalismus, Wiesbaden, S. 3-26.
- Oesterle, M.-J., Röber, B. (2016), Institutional Voids als Herausforderung internationaler Unternehmenstätigkeit in Entwicklungs- und Schwellenländern, in: Burr. W., Stephan, M. (Hrsg.) (2016), Technologie, Strategie und Organisation. Festschrift zum 65. Geburtstag von Alexander Gerybadze, Wiesbaden, S. 261-286.
- Oesterle, M.-J., Richta, H. N. (2013), Using Quantitative Longitudinal Data to Analyse the Relationship between Firms' Internationalization and Performance, in: Hassett, M. E., Paavilainen-Mäntymäki, E. (Hrsg.) (2013), Handbook of Longitudinal Research Methods: Studying Organisations, Cheltenham, S. 33-55.
- Fisch, J. H., Oesterle, M.-J., Kertels, K. (2012), Die Erfolgswirkung der Internationalisierung aus Unternehmens- und Kapitalmarktsicht, in: Zentes, J. (Hrsg.) (2012), Markteintrittsstrategien. Dynamik und Komplexität, Wiesbaden, S. 207-225.
- Oesterle, M.-J., Schick, E. M., Lang, E. M. (2011), Daimler Trucks in India – Foreign Market Entry Modes and Location Decisions, in: Zentes, J., Swoboda, B., Morschett, D. (Hrsg.) (2011), Fallstudien zum Internationalen Management. Grundlagen – Praxiserfahrungen – Perspektiven, 4. Aufl., Wiesbaden, S. 191-210.
- Oesterle, M.-J., Richta, H. N. (2011), Der Einfluss der Eigentümeridentität auf den Internationalisierungsgrad von Unternehmen, in: Puck, J., Leitl, C. (Hrsg.) (2011), Außenhandel im Wandel. Festschrift zum 60. Geburtstag von Reinhard Moser, Berlin, Heidelberg, S. 131-151.

5. Mitglieder und Sprechzeiten des Lehrstuhlteams

Das Lehrstuhlteam steht Ihnen zur Beratung und zur Information gerne zur Verfügung. Bitte berücksichtigen Sie hierbei, dass Sie relevante Informationen sowohl der Internetseite des Lehrstuhls als auch diesem Studienführer entnehmen können. Auf der Internetseite des Lehrstuhls finden Sie zudem weitere Informationen zu Forschungs- und Lehraktivitäten des Lehrstuhlteams. Zu weitergehenden Fragen kontaktieren Sie bitte unsere Lehrstuhlmitarbeiter.

	Telefon 0711 685-	E-Mail	Raum	Sprechstunde
LEITUNG				
Univ.-Prof. Dr. Michael-Jörg Oesterle	83638	lehrstuhl.intman@ bwi.uni-stuttgart.de	10.051	Nach Vereinbarung
HONORARPROFESSOR				
Hon.-Prof. Jörg Menno Harms		mennoharms@ t-online.de		Nach Vereinbarung
SEKRETARIAT				
Barbara Exner	83638	lehrstuhl.intman@ bwi.uni-stuttgart.de	10.052	Siehe Homepage
MITARBEITER				
M.Sc. Moritz Bitzer	83576	moritz.bitzer@ bwi.uni-stuttgart.de	10.053	Siehe Homepage
M.Sc. Simon Dreher	83617	simon.dreher@ gsame.uni-stuttgart.de	10.038	Siehe Homepage
M.Sc. Laura Elflein	83404	laura.elflein@ bwi.uni-stuttgart.de	10.053	Siehe Homepage
M.Sc. Franziska Foschiani	83575	franziska.foschiani@ bwi.uni-stuttgart.de	10.054	Siehe Homepage
M.Sc. Lisa Sigloch	83414	lisa.sigloch@ bwi.uni-stuttgart.de	10.050	Siehe Homepage
M.Sc. Elena Weikum	(in Elternzeit)			

Tabelle 2: Mitglieder, Kontaktadressen und Sprechzeiten des Lehrstuhlteams

*Für Fragen und Anregungen zu diesem Studienführer wenden Sie sich bitte
an lehrstuhl.intman@bwi.uni-stuttgart.de.*