

Die Geplante Vw Übernahme Durch Porsche

Strategien in gesättigten Märkten
 Interorganisationale Netzwerke in der Automobilindustrie
 Weltluftfahrt
 Der Aktien- und Börsenführerschein – Jubiläumsausgabe
 Porsche und Volkswagen
 Future Brands - Markenführung in einer vernetzten Welt
 Handbuch Jahresabschlussprüfung
 Innovationsnetzwerke und Clusterpolitik in europäischen Automobilregionen
 Haftung am Sekundärmarkt für fehlinformationsbedingte Anlegerschäden
 Geschäftserfolg in China
 Neue Arbeitswelten, alte Führungsstile?
 Automobilmanagement
 Geben und Nehmen
 Die geplante Volkswagen-Übernahme durch Porsche
 Die Übernahme der Porsche Holding durch die VW AG
 EUmagazin
 Investor Relations in Deutschland
 Interessenvertretung im Zeichen von Restrukturierung und Internationalisierung
 Synergieeffekte und Integration bei Mergers & Acquisitions: Fallbeispiele aus der Automobilindustrie
 Mitarbeiterbeteiligung und Eigentum
 Moderne Markenführung
 Unternehmenskontrolle und Kapitalmarkt
 Wachstum über alles
 Innovationen in der deutschen Automobilindustrie zur Herstellung und Absatzförderung umweltfreundlicher Personenkraftwagen
 Der Aktien- und Börsenführerschein
 Strukturelle Wandlung in der Automotive Wertschöpfungskette unter Einfluss von Private Equity Investoren
 Wirtschaftswoche
 Die institutionelle Neuausrichtung der wissenschaftlichen Managementweiterbildung
 Der Automobilhandel in der Krise: Finanzkrise und Strukturwandel
 Fallstudien zum Internationalen Management
 Unternehmens- und Arbeitsstrukturen von Automobilkonzernen im Wandel
 Marketing
 Frühwarnindikatoren und Krisenfrühaufklärung
 Der Spiegel
 News: Österreichs grösstes Nachrichtenmagazin
 Die Spruchpraxis
 Kritische Analyse des Übernahmeversuchs der VW AG durch die Porsche Holding
 Automobilindustrie zwischen Globalisierung und Regionalisierung - Ist der Freihandel nur eine Illusion?
 Europaweite Kooperation von Betriebsräten multinationaler Konzerne
 Die Rechtsprechung zu Golden Shares

Die Geplante Vw Übernahme Durch Porsche

Downloaded from [ams.d.per.gov.i](#) by guest

ALENA AMARIS

Strategien in gesättigten Märkten Springer-Verlag
 Internationale Investitionen müssen sorgfältig geprüft werden. Dies gilt auch für China, einem Land mit dynamischer Wirtschaftsentwicklung. Schleppende Genehmigungsverfahren, Patentverletzungen, Probleme mit lokalen Zulieferern und interkulturelle Managementkonflikte sind an der Tagesordnung. Dieses Buch trägt dazu bei, die betrieblichen Rahmenbedingungen auf dem größten Markt der Welt besser zu verstehen. Wie wirken sich Wirtschaft, Recht und Kultur konkret auf einzelne Managemententscheidungen aus? Das Buch basiert auf der langjährigen Beratung und Untersuchung deutscher Unternehmungen und richtet sich sowohl an Unternehmen, die ein Engagement in China prüfen, als auch an solche, die bereits vor Ort präsent sind. Fallstudien sowie ein umfangreicher Adressteil runden die Darstellung ab. Die 2. Auflage wurde grundlegend überarbeitet und erweitert. Insbesondere wurden die aktuelle Rechtsentwicklung berücksichtigt, zahlreiche Praxisbeispiele ergänzt und die Diskussion besonders relevanter Aspekte wie z.B. der Schutz intellektueller Eigentumsrechte vertieft.

Interorganisationale Netzwerke in der Automobilindustrie Diplomica Verlag
 Bachelorarbeit aus dem Jahr 2013 im Fachbereich BWL - Wirtschaftspolitik, Note: 1,3, Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main, Veranstaltung: Wirtschaftswissenschaften, Sprache: Deutsch, Abstract: In dieser Arbeit liegt der Fokus auf der im Rahmen von M&A-Transaktionen bekannter Theorien und ihrem Auftreten im Fallbeispiel sowie im Besonderen den angewandten Übernahmetaktiken und Abwehrtechniken. Dabei soll der Frage nachgegangen werden, mit welcher Strategie Porsche versucht hat, Volkswagen zu übernehmen und was an dieser Strategie besonders ist. Außerdem sollen die Gründe für das Scheitern des Übernahmeversuches beleuchtet werden und die Abwehrtechniken auf Seiten von VW auf Alternativen untersucht werden. Schließlich soll erläutert werden, welche Faktoren dazu geführt haben, dass Porsche und VW fusionierten und wie die Fusion verlief.

Weltluftfahrt Igel Verlag
 Kristin Köhler untersucht die Finanzkommunikation von Kapitalgesellschaften und deren Beziehungen mit Investoren, Eigentümern und Kapitalgebern. Sie geht der Frage nach, wie sich Investor Relations als Managementpraktik in kapitalmarktorientierten Unternehmen und als Berufsfeld in Deutschland institutionalisiert haben. In einer umfassenden empirischen Untersuchung befragt sie insgesamt 80 Investor-Relations-Verantwortliche deutscher Kapitalgesellschaften, Finanzjournalisten, Analysten, Berater, Wissenschaftler sowie Vertreter von Banken, Investmentfonds, Regulatoren, Ratingagenturen und Berufsverbänden. Hieraus identifiziert sie fünf Typen: Investor Relations als Informationspflicht, als Kommunikationsfunktion, als Marketingfunktion, als Finanzfunktion und als integrierte Funktion. „Kristin Köhler hat [...] ein Grundlagenwerk zur Finanzkommunikation von beeindruckender Breite und Dichte geschaffen, das die Diskussion im Themenfeld ohne Zweifel nachhaltig beeinflussen wird.“ Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Universität Leipzig „Investor Relations haben sich in Deutschland in den vergangenen zwei Jahrzehnten als Profession etabliert. Kristin Köhler untersucht in ihrer Arbeit nicht nur den Weg, den IR bislang genommen haben. Sie entwickelt auch eine Typologie von IR-Funktionen, die zukunftsweisend ist: Hin zu mehr strategischer Kompetenz und Verantwortung.“ Kay Bommer, DIRK – Deutscher Investor Relations Verband

Der Aktien- und Börsenführerschein – Jubiläumsausgabe Droemer eBook
 Kann man - und wenn ja, wie - heute noch "Golden Shares" zugunsten der öffentlichen Hand bestellen? Der aktuelle Streit um das VW-Gesetz des Landes Niedersachsen zeigt in aller Deutlichkeit, dass Golden Shares in Europa mit generellem Misstrauen begegnet wird. Die Autorin

analysiert die gesamte Rechtsprechung zu Golden Shares und zeigt auf, in welchem Rahmen derartige Regelungen doch ausnahmsweise Bestand haben können.

Porsche und Volkswagen Springer-Verlag
 Inhaltsangabe: Einleitung: 1989 stellte HARRIGAN fest, dass viele Manager in reifen und rückläufigen Branchen eine stagnierende Nachfrage nicht bemerkten, da sie diese am Umsatz und nicht an den Stückzahlen maßen. Außerdem berichtete HARRIGAN, dass 75% aller Branchen in Japan, Westeuropa und den USA bereits 1989 als gesättigt galten. Das war vor mehr als 20 Jahren. Im Laufe der Zeit hat sich das gesamte Umfeld stark verändert. Somit hat sich das Angebot an neuen und verbesserten Produkten aufgrund der Internationalisierung der Märkte vergrößert. Auch verkürzen sich die Produktlebenszyklen immer mehr und die Anforderungen der Kunden bezüglich der Produkte sind ebenfalls gestiegen. Um sich heutzutage von der Konkurrenz differenzieren zu können, muss ein Unternehmen auf die verkürzten Produktlebenszyklen reagieren. Damit ist gemeint, dass die Unternehmen gezwungen sind, in immer kürzer werdenden Abständen neue Produkte mit hoher Qualität auf den Markt zu bringen. Mit dem Wandel vom Verkäufermarkt zum Käufermarkt sehen sich Unternehmen heutzutage mit einer steigenden Anzahl gesättigter Märkte konfrontiert. Aus einstigen Massenmärkten sind heterogene Teilmärkte entstanden. Somit können Kundenbedürfnisse nur noch durch ein größeres Angebot an hochspezialisierten Produkten befriedigt werden. Die Marktsättigung macht vielen Unternehmen zu schaffen. Als Indikatoren der Dringlichkeit gelten die verstärkten Aufforderungen der Unternehmen an die Wissenschaft zur Leistung von Hilfestellung bei der Entscheidungsfindung oder aber die Forderung nach staatlicher Unterstützung zur Gewährleistung der Wettbewerbsfähigkeit und des Überlebens in traditionellen Branchen. Dadurch wird deutlich, wie aktuell das Thema 'Marktsättigung' heutzutage ist. Die Theorie des Produktlebenszyklusmodells, die besagt, dass Produkte nur eine gewisse Lebensdauer besitzen, und die aktuellen Symptome der Märkte heben die Aktualität des Themas am weitesten hervor. Dies gibt Motivation und Anlass, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen. Bei der Recherche nach Literatur bezüglich Strategien in gesättigten Märkten fällt auf, dass hier nur wenig einschlägige Literatur zu finden ist, was ebenfalls durch folgendes Zitat bestätigt wird: 'In Zeiten eines starken allgemeinen Wirtschaftswachstums lange missachtet, bedrohen diese Entwicklungen sogar die Existenz von vielen Unternehmungen in bestimmten Branchen. Demgegenüber setzt sich die planungswissenschaftliche Literatur nur sehr zögernd mit den [...]

Future Brands - Markenführung in einer vernetzten Welt FinanzBuch Verlag
 Bachelorarbeit aus dem Jahr 2021 im Fachbereich BWL - Unternehmensführung, Management, Organisation, Note: 1,0, Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen; Standort Nürtingen (Fakultät Betriebswirtschaft und Internationale Finanzen), Sprache: Deutsch, Abstract: Die vorliegende Arbeit befasst sich mit dem Themenkomplex der feindlichen Übernahmen im Bereich Mergers & Acquisition und möchte ein Grundverständnis für Unternehmensakquisitionen im deutschen Wirtschaftsraum schaffen. Auf diesem Wissen aufbauend sollen die Transaktionen des Übernahmeversuchs der Volkswagen AG durch die Porsche SE vergegenwärtigt werden. Das Ziel der Arbeit ist die Untersuchung der Gründe für das Scheitern der geplanten Übernahme der Volkswagen AG durch die Porsche SE. Hierbei sollen alle ausschlaggebenden Faktoren für den Misserfolg seitens der Porsche SE identifiziert werden. Die Umsetzung erfolgt mit einer kritischen Analyse der Übernahme- und Abwehrstrategien der beiden Automobilkonzerne, die darüber Aufschluss geben soll, wie der gescheiterte Übernahmeversuch zu einem integrierten Automobilkonzern führen konnte. Dabei wird der zentralen Rolle des Porsche-Managers Wiedeking eine besondere Beachtung geschenkt und erläutert, wie groß sein Einfluss auf den Übernahmeprozess war. Darüber hinaus wird die Abwehrstrategie von VW einer kritischen Bewertung unterzogen und auf mögliche Alternativen hin untersucht.

Handbuch Jahresabschlussprüfung diplom.de

In anschaulicher und klar verständlicher Sprache werden die wesentlichen Aspekte einer modernen Markenführung dargestellt. Neben der Vermittlung notwendiger Grundlagen liegt der Schwerpunkt des Buches auf neuen und innovativen Ansätzen zum Management von Marken. Die 3. Auflage wurde überarbeitet und um Beiträge zu E-Kommunikation, Markenarchitektur sowie Markenrecht erweitert.

Innovationsnetzwerke und Clusterpolitik in europäischen Automobilregionen John Wiley & Sons

Was ist die Triade oder besser gefragt wer definiert sich als die globale Triade? Was bedeutet überhaupt Regionalisierung? Das vorliegende Buch untersucht in einer wettbewerbsorientierten Analyse, hauptschlich innerhalb der globalen Automobilindustrie, gegenwärtige und zukünftige Freihandelstendenzen und damit einhergehende Auswirkungen auf den freien Handel durch Abschottungsmaßnahmen, auch bekannt unter dem Namen Regionalisierung, angeführt von der Triade selbst. Die globale Automobilindustrie ist gegenwärtig mit den meisten Handelshemmnissen konfrontiert und bedarf zukünftig neuer Unternehmensstrategien und innovativer Geschäftsideen. Durch die immer weiter voranschreitende Verflechtung internationaler und interregionaler wirtschaftlicher Beziehungen, erreichen wir bald einen Punkt global angeglichenen und fragmentierter Produktionsstandards, an dem es multinationalen Unternehmen nicht mehr einfach gemacht wird, regionale Wettbewerbsvorteile zu sichern und Produktionskosten innerhalb des Produktlebenszyklus zu senken. Man könnte meinen, unser Wohlstand hätte so langsam aber sicher seinen Zenit erreicht. Was wir momentan verzweifelt versuchen ist, diesen Zenit zu berschreiten. Dies hat tripartite Folgen: es entstehen dreimächtige Handelsblöcke, die zunehmend einen interregionalen Handelsanstieg innerhalb der Blöcke verzeichnen. Somit werden protektionistische Maßnahmen zwischen den Handelsblöcken stärker, die sich damit immer weiter abschotten. Das Ziel freien und fairen Handels, auch über die Grenzen einer bergeordneten bewachenden Organisation, wie der WTO, hinaus sollte dabei immer im Vordergrund stehen.

Haftung am Sekundärmarkt für fehlinformationsbedingte Anlegerschäden Michael Hertle
Fehlinformierungen der Kapitalmärkte durch Emittenten von Wertpapieren stellen ein andauerndes Problem dar, wie etwa der VW-Abgasskandal belegt. Richard Wichmann zeigt effiziente und delegierbare zivilprozessuale und materiell-rechtliche Lösungen auf. Ihnen ist gemein, dass sie die derzeit zu geringe Aussicht auf eine erfolgreiche Geltendmachung von Anlegerschaden am Sekundärmarkt erhöhen. Zugleich werden Emittenten starker abgeschreckt, Informationspflichtverletzungen zu begehen. Im Fokus stehen die Erleichterung des Kausalitätsnachweises bei der Geltendmachung des Kursdifferenzschadens und der Anwendungsbereich bestehender Schadensersatzansprüche, insbesondere 37 b WpHG. Zudem werden Lösungsansätze für Probleme bei der Schadensberechnung aufgezeigt. In der Gesamtschau ergibt sich ein stimmiges Konzept, das Anleger- und Marktfunktionsschutz garantiert ohne Emittenten übermassig zu belasten. Die Arbeit wurde 2016 mit dem Förderpreis der Stiftung 'Unternehmensfinanzierung und Kapitalmärkte für den Finanzstandort Deutschland' ausgezeichnet.

Geschäftserfolg in China GRIN Verlag

In der Arbeit zur Krise im Automobilhandel wird dargestellt, welchen Einfluss die Finanzkrise und die allgemeine Wirtschaftskrise auf die Situation der Autohäuser haben und inwieweit konjunkturelle Ursachen der Krise auszumachen sind. Es wird untersucht, ob nicht auch strukturelle Gründe zu der Krise beigetragen haben. Nach einem Überblick über die Entwicklung von der Finanzkrise zur Wirtschaftskrise mit dem Fokus auf die Automobilwirtschaft, werden zunächst die Auswirkungen auf die Automobilindustrie dargestellt. Bei der anschließenden Analyse der Ursachen der Krise im Automobilhandel sollen vor allem die Entwicklungen im Neuwagenverkauf als Kerngeschäft der Autohäuser im Zentrum der Betrachtungen liegen. In erster Linie wird versucht, konjunkturelle und strukturelle Gesichtspunkte an Beispielen aus dem fabrikatsgebundenen Autohandel in Deutschland darzustellen. Die im Konjunkturpaket II festgelegte und bis zum Ende des Jahres fortgeschriebene Umweltprämie mit ihren direkten Auswirkungen auf den Automobilhandel, das veränderte Verbraucherverhalten und das Spannungsfeld zwischen Automobilindustrie und Handel werden dabei im Mittelpunkt der Arbeit stehen.

Neue Arbeitswelten, alte Führungsstile? Springer-Verlag

Dieses Buch stellt das komplexe Thema Krisenaufklärung aus wissenschaftlicher, aufsichtsrechtlicher und unternehmenspraktischer Perspektive dar. Besonders hilfreich sind die anhand authentischer Praxisfälle vorgestellten Instrumente zur Krisenerkennung und -vermeidung.

Automobilmanagement LIT Verlag Münster

Inhaltsangabe:Zusammenfassung: Die Marke im modernen Sinne ist ein Kind der Industriegesellschaft und hat einen furiosen Aufstieg hinter sich. Vom Markierungszeichen, über das Qualitätssymbol bis hin zum modernen Glaubensbekenntnis der Konsumenten. Konsumenten kaufen heute Marken. Folgerichtig definieren sich Unternehmensstrategien immer stärker nach den Anforderungen von Marken, die zum wichtigsten Wert eines Unternehmens geworden sind. Doch die kritischen Stimmen zum Machteinfluss der Marke, sowohl auf Konsumenten, als auch auf die Unternehmen, sind nicht mehr zu überhören, denn die Welt befindet sich im Umbruch. Die große Frage heute lautet: Was wird sich ändern in Zeiten des gesellschaftlichen Wandels von der Industriegesellschaft hin zur Wissensgesellschaft? Der dritte Paradigmenwechsel in der Geschichte der Menschheit wird, getrieben von der Basistechnologie Internet, unsere Gesellschaft sowie unser Wirtschafts- und Wertesystem nachhaltig ändern. Dies wird selbstverständlich auch Auswirkungen auf Marken haben, die Teil unserer modernen Welt geworden sind. Die heutige Markenwelt stellt sich als komplexes Netzwerk verschiedener Interessensgruppen dar. Während sich im zu Ende gehenden Industriezeitalter der Fokus von Unternehmen noch auf den Absatz von Produkten und somit auf Kunden und Konsumenten gerichtet hat, ist es heute Aufgabe des Markenmanagements, allen sogenannten Stakeholdern gerecht zu werden. Denn Mitarbeiter sind heute auch Aktionäre, Aktionäre auch Kunden, und alle zusammen die wohl besten Botschafter im Markt. Jedem in dieser Gemeinschaft, wie zum Beispiel den Mitarbeiter, Kapitalgeber, Lieferanten, der Öffentlichkeit und natürlich auch den Kunden und Konsumenten ist die Marke Rechenschaftspflichtig. In der Net-Ökonomie eine Verschiebung der Zielsetzung im Wirtschaften, von einer reinen Marktorientierung zu einem eher wertorientierten Handeln, stattfinden wird. Die globale Vernetzung sowie ein geändertes Menschen und Wertebild bringen neuen Anforderungen für die Kernwerte einer Marke mit sich. Aufgeklärte Konsumenten werden in Zukunft immer mehr Wert darauf legen, Produkte von Unternehmen zu kaufen, die sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst sind. Unternehmen, die ihr Handeln rein auf Profit ausgerichtet haben und dies hinter künstlichen CI-Richtlinien verstecken, werden vom Netzwerk enttarnt und von Konsumenten boykottiert. Marken werden in diesem Umfeld vom Qualitätsgarant der Industriegesellschaft zum Garant [...]

Geben und Nehmen diplom.de

Nach weitreichenden Veränderungen im organisationalen Feld der wissenschaftlichen Managementweiterbildung ist eine Konsolidierungsphase eingetreten, aus der einige Organisationsformen gestärkt hervortreten, andere jedoch gemessen an ihrem Anspruch gescheitert sind. Im Entwicklungsverlauf zeigen sich Brüche, es werden Korrekturen sowie Personalwechsel vorgenommen, die exemplarisch für die jeweiligen Einrichtungstypen sind. Es wird deutlich, dass Erfolg und Misserfolg von realen Kräfteverhältnissen abhängen.

Die geplante Volkswagen-Übernahme durch Porsche diplom.de

Inhaltsangabe:Einleitung: Die Automobilbranche gehört zu den bedeutendsten und umsatzstärksten Industrien generell, insbesondere in der Bundesrepublik Deutschland. So sind nach Angaben von VDA aktuell über 700.000 Personen in der gesamten Automobilindustrie tätig und die Umsätze der Branche liegen bei 288 Mrd. Euro. Auch die Finanzkrise hat deutlich gemacht, wie wichtig die Automobilindustrie für das Land ist, was z.B. die Einführung der Abwrackprämie oder auch das Ringen des Staates um den Automobilhersteller Opel unterstreichen. Im Angesicht der fortschreitenden Globalisierung und des gestiegenen Wettbewerbsdrucks befindet sich die deutsche Automobilindustrie in einem strukturellen Wandel. Viele Unternehmen, allen voran die Automobilzulieferer, sind wegen gestiegener Rohstoffpreise und dem Innovationsdruck seitens ihrer OEM-Kunden in große Schwierigkeiten geraten. Um sich aus der Lage finanziell zu helfen, sind sie auf neues Kapital angewiesen. Nach Basel II, der neuen Eigenkapitalvereinbarung zur Kreditvergabe, müssen Kapital suchende Unternehmen gewisse Kriterien erfüllen. Somit ist es für Unternehmen ohne erstklassige Bonität schwieriger geworden, an Fremdkapital heranzukommen. Auch die Möglichkeit einer Kapitalerhöhung über den Kapitalmarkt ist mit Schwierigkeiten verbunden, denn sie erfordert einen hohen Aufwand für IR-Aktivitäten, sowie eine regelmäßige Veröffentlichung von Finanzberichten. Hinzu kommt auch, dass sich Investoren in Krisensituationen bei IPO vorsichtshalber zurückhalten. Folglich müssen sich die betroffenen Unternehmen nach alternativen Finanzierungsformen umsehen. Daher ist es auch nicht verwunderlich, dass in letzter Zeit Private Equity Investoren auf dem deutschen Markt recht aktiv geworden sind. Sie beteiligen sich verstärkt an hiesigen Automobilzulieferern, weil diese unter anderem durch ihre intensive Zusammenarbeit mit den Herstellern einen exklusiven Zugang zu deren Know-how bieten. Jedoch stellt sich bei dem negativen Ruf, den diese Art von Finanzinvestoren seit der Heuschrecken-Debatte hierzulande genießt, die Frage nach dem Wohl solcher Beteiligungen für die für das Land strategisch so wichtige Automobilindustrie. Problemstellung: Kapitel 2 beschäftigt sich mit dem Begriff von Private Equity allgemein, sowie den wichtigsten Aspekten im Hinblick auf seine Funktionsweise, Investitionsbeweggründe bzw. -strategien. Außerdem wird die Intensivierung von Private Equity Aktivitäten in den letzten Jahren [...]

Die Übernahme der Porsche Holding durch die VW AG Oldenbourg Verlag

Mit der 10., komplett neu bearbeiteten Auflage erscheint der mehr als 35.000-fach verkaufte Bestseller neu mit Musterdepots für erfolgsorientierte Anleger (Aktien und EFTs) und weiterhin großem Frage- und Antwortteil für Selbsttests zum Thema Börsenwissen. Vom Portfolio-Management über unterschiedliche Anlageklassen bis hin zu ETFs, Fundamentalanalyse, Charttechnik und Börsenpsychologie deckt »Der Aktien- und Börsenführerschein« von Beate Sander alle wichtigen Bereiche ab und gibt viele ganz konkrete Tipps für einen erfolgreichen Start als Börsenanleger oder Trader.

EUmagazin Campus Verlag

Seit den 1950er Jahren wandelte sich das Bild von »Führung« in den Großunternehmen der Exportnation Deutschland: Mit zunehmender Internationalisierung stieg in ihnen die große, anonyme und universitär ausgebildete Gruppe der mittleren Manager auf und wurde ein essenzieller Teil des wirtschaftlichen Erfolgs. Anhand ausgewählter Unternehmen, etwa Volkswagen, BMW und Bayer, zeigt diese Studie, wie sich diese Akteure professionalisierten, wie ein Markt für Weiterbildung entstand, das Personalwesen sich neu ausrichtete und aufgrund welcher internen und externen Faktoren sich diese nachhaltigen Veränderungen vollzogen.

Investor Relations in Deutschland Springer-Verlag

Inhaltsangabe: Inhaltsverzeichnis: Inhaltsverzeichnis: Abkürzungsverzeichnis Abbildungsverzeichnis Tabellenverzeichnis I. Einleitung I.1Ziel und Aufbau der Arbeit I.2Begriffsdefinitionen I.2.1Netzwerke I.2.2Fahrzeughersteller, Zulieferer und Automobil I.2.3Beschaffungsumfänge I.2.4Dynamik II. Netzwerkperspektive II.1Einführung in die Netzwerkperspektive II.1.1Markt und Hierarchie II.1.2Social Embeddedness II.1.3Konzept einer Netzwerkperspektive II.2Netzwerktypologien II.2.1Stabile Netzwerke II.2.2Dynamische Netzwerke II.2.3Einordnung in das Konzept II.3Flexibilität von Netzwerken II.3.1Diskussion in der Literatur II.3.2Flexibilität versus Trägheit III. Netzwerktheorien III.1Anforderungen an eine einheitliche Netzwerktheorie III.2Auswahlgründe für Erklärungsansätze III.3Transaktionskostenansatz (TAK) III.3.1Transaktion und Transaktionskosten III.3.2Verhaltensannahmen, Umweltfaktoren, Transaktionsatmosphäre III.3.3Wahl der geeigneten Koordinationsform III.3.4Grenzen des TAK III.4Spieltheoretischer Ansatz III.4.1Gefangenendilemma III.4.2Dynamische Erweiterung III.4.3Erklärungsvermögen für Netzwerke III.4.4Grenzen des spieltheoretischen Ansatzes III.5Interaktionsorientierter Ansatz III.5.1Investitionsgütermärkte III.5.2Austausch- und Anpassungsprozesse III.5.3Netzwerkstruktur und -position III.5.4Strategische Handlungen III.5.5Grenzen des interaktionsorientierten Ansatzes III.6Vergleich und Auswahl IV. Netzwerke in der Automobilindustrie IV.1Globalisierung IV.2Kostenreduzierung IV.3Abbau der Fertigungstiefe IV.4Modularität IV.5Neue Kundenanforderungen IV.6Auswirkungen IV.6.1Konzentrationsprozess unter der Fahrzeugherstellern IV.6.2Konzentrationsprozess unter den Zulieferern IV.7Überblick über empirische Untersuchungen IV.7.1Strukturen im globalen Netzwerk der Automobilindustrie IV.7.2Empirische Beispiele für stabile und dynamische Netzwerke V. Chrysler - das amerikanische Keiretsu V.1Chrysler heute V.2Ausgangssituation Ende der 80er Jahre V.3Netzwerkposition V.3.1Horizontale Position V.3.2Vertikale Position V.4Strategische Handlungen V.4.1Veränderungen horizontaler Austauschbeziehungen V.4.2Neudefinition des Hersteller-Zulieferer-Verhältnisses V.4.3Zirkulärer Verlauf des Liefermanagement-Modells V.5Ergebnisse V.6Unterschiede zu Keiretsus VI. Bewertung und Ausblick Literaturverzeichnis Erklärung zur Urheberschaft Bei [...]

Interessenvertretung im Zeichen von Restrukturierung und Internationalisierung Springer-Verlag

In über 50 realen Fallstudien werden die vielfachen Facetten der internationalen Unternehmenstätigkeit vorgestellt. Die didaktisch geschickt aufbereiteten Fallstudien decken die zentralen Bereiche des Internationalen Managements ab. Zu jeder Fallstudie gehören neben der Problembeschreibung konkrete Fragen mit Lösungshinweisen. In der 3. Auflage wurden alle Fallstudien überarbeitet oder neu erstellt.

Synergieeffekte und Integration bei Mergers & Acquisitions: Fallbeispiele aus der Automobilindustrie University of Bamberg Press

Inhaltsangabe:Einleitung: Innerhalb des deutschen Institutionensystems industrieller Beziehungen konnten Betriebsräte, gewerkschaftliche Vertrauensleute und Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat, einschließlich der Gewerkschaftsvertreter, in ihrer Gesamtheit als betriebliche Interessenvertretung bezeichnet, die Interessen der Beschäftigten lange Zeit im Betrieb bzw. in den Unternehmen vertreten. Der Vertretungsauftrag korrespondierte nicht nur mit den Erwartungen der Beschäftigten, sondern auch mit der jeweiligen Unternehmensentwicklung und einer „sozial befriedeten Gesellschaft“. Seit Ende der achtziger Jahre ist diese Harmonie zwischen sozialem Frieden, Unternehmensentwicklung und einem wachsenden materiellen und sozialen Gratifikationssystem, der die Belegschaft an den Erfolgen der Unternehmen partizipieren ließ, in besonderer Weise gefährdet. Restrukturierungsmaßnahmen in den Betrieben und eine zunehmende Globalisierung der Aktivitäten von Unternehmen zielen auf Veränderungen von Unternehmensstrukturen und Arbeitsbedingungen ab, wodurch die Unternehmen dem starren Korsett nationalstaatlicher Regulierungen und institutioneller Zwänge entfliehen wollen, um unter dem Primat des Wettbewerbs

Kosten einzusparen, und um flexibler auf Marktanforderungen reagieren zu können. Konkret erlangten deutsche Unternehmen die Möglichkeit, nach dem Zusammenbruch der osteuropäischen staatssozialistischen Regime, sich dem „Modell Deutschland“ zu entziehen, indem Teile der Produktion oder gesamte Produktionszweige in nun zugängliche Niedriglohnländer in relativer Nähe verlagert werden konnten. Ob dies auch tatsächlich durchgeführt wurde, oder lediglich die Option zur Verlagerung „ins Spiel gebracht“ wurde, war in diesem Fall gleich. Das Drohpotential reichte aus, um die betrieblichen Interessenvertretungen in ein „concession bargaining“ zu zwingen, wenn die Interessenvertreter die Beschäftigung weiterhin effektiv sichern wollten. Dieses war zumeist mit dem Abbau oder Aufweichen von ehemals erkämpften Rechten auf der Betriebsebene verbunden. Darüber hinaus zeichnet Streeck (1998) ein noch viel düsteres Bild und prognostiziert die Aushöhlung des gesamten Institutionensystems industrieller Beziehungen. Die Folgen des

„concession bargaining“ führen die Interessenvertretungen in das Dilemma, zum einen ihre Funktion vor der Belegschaft zu legitimieren, indem sie weiterhin die Interessen der Belegschaft gegenüber den Management vertreten müssen, zum anderen dies aber [...]

Mitarbeiterbeteiligung und Eigentum Springer-Verlag

Hauptbeschreibung Angemessene Beteiligung der Unternehmensmitarbeiter an Kapital und Ergebnis der Unternehmen ist eine der ungelösten Grundfragen der sozialen Marktwirtschaft in Deutschland und Europa. Kapital- und Ergebnisbeteiligung kann das herkömmliche Tariflohnsystem ergänzen, flexibler und zugleich gerechter gestalten und damit den Wirtschaftsstandort Deutschland und seine Sozialverfassung im europäischen und globalen Wettbewerb überlebensfähiger machen. Zwischen unkontrollierbarer Kapitalkonzentration auf den Finanzmärkten und mangelnder Verteilungsgerechtigkeit auf den Arbeitsmärkten be.

Best Sellers - Books :

- [Define Excited State In Chemistry](#)
- [Define Extensive Property In Chemistry](#)
- [Definition Of An Array In Math](#)
- [Definition Of Culture Shock In Sociology](#)
- [Definition Of Clustering In Writing](#)
- [Definition Of Brittleness In Chemistry](#)
- [Define Physiological Dependence](#)
- [Definition For Sensory Language](#)
- [Define Volatile In Chemistry](#)
- [Definition For Difference In Math](#)