

Inhalt

Einleitung	XIII
1 International Management Teaching in Austria, France and Mexico – a Comparative Analysis	1
1.1 Introduction	1
1.2 Raising New Managers	3
1.3 Analyzing University Curriculum Contents	4
1.3.1 Data Collection	4
1.3.2 Categorization of Courses	5
1.3.3 Categorization Process	6
1.3.4 Quantitative Analysis	6
1.4 Job Market Research	6
1.5 Synthesis and Cross-Analysis	7
1.6 Analysis of University Courses	7
1.6.1 Comparison of Austrian Universities	8
1.6.2 Comparison of Mexican Universities	11
1.6.3 Comparison of French Universities	14
1.6.4 Category Distribution within all Analyzed Universities	16
1.6.5 Evaluation of Differences between University Courses	18
1.6.6 Notable Differences	20
1.6.7 What Can We Learn about International Management Curricula?	21
1.7 Job Market Research – Austria	23
1.7.1 Job Portal Utilization	25

1.7.2	Jobs for an International Manager	27
1.7.3	Professional Competencies Searched For	28
1.7.4	IT Skills	30
1.7.5	Social Competencies	32
1.7.6	Language Skills	34
1.7.7	Analysis of the Skills Sought After in the Job Market	35
1.8	Conclusion: Synthesis and Cross-Analysis	37
1.8.1	Curricula Analysis	37
1.9	Variability Across Countries	38
1.10	Cross-Analysis between the Job Market and the University Curricula	40
1.11	Interpretation of Cross-Analysis	42
2	Operationalisierung von Agilität – Messung unternehmerischer Wandlungsfähigkeit	45
2.1	Unternehmen im Wandel	46
2.1.1	Dynamisierung des Unternehmensumfelds	46
2.1.2	Anpassungsfähigkeit als Wettbewerbsvorteil	47
2.2	Stand der Wissenschaft	48
2.2.1	Dynamische Fähigkeiten	48
2.2.1.1	Definition und Abgrenzung	48
2.2.1.2	Ursprung und Ansätze	49
2.2.1.3	Entscheidende Teilfähigkeiten der dynamischen Fähigkeiten	51
2.2.1.4	Dynamische Fähigkeiten im Kontext unternehmerischer Transformation	54
2.2.2	Organisationale Agilität	56
2.2.3	Messung der organisationalen Agilität	57
2.3	Vorgehen zur Entwicklung eines Reifegradmodells	59
2.4	Entwicklung eines Reifegradmodells zur Messung organisationaler Agilität	62
2.4.1	Strukturierung des Reifegradmodells	62
2.4.1.1	Prämissen für die Entwicklung des Reifegradmodells ...	62
2.4.1.2	Formulierung von Aussagen	63
2.4.1.3	Aufbereitung der Aussagen in Form eines Fragebogens	68
2.4.2	Auswertung der Ergebnisse	73
2.5	Praktische Implikationen und weitergehende Forschung	76

3	Management internationaler Kooperationen	81
3.1	Einleitung	81
3.2	Internationale Betätigung von Unternehmen	84
3.2.1	Gründe internationaler Betätigung von Unternehmen.....	84
3.2.2	Begriff und Merkmale des internationalen Unternehmens.....	85
3.3	Der Kooperationsbegriff	87
3.3.1	Systematik der Definitionen in der Literatur und Herleitung einer Arbeitsdefinition	87
3.3.2	Ansätze zur Klassifizierung internationaler Unternehmens- kooperationen	90
3.4	Der Kooperationsablauf	98
3.5	Das Kooperationsmanagement	99
3.6	Fazit	112
4	Das Management von internationalen Vertriebspartnerschaften – Prozess und Digitalisierung	117
4.1	Bedeutung von internationalen Vertriebspartnern	118
4.1.1	Herausforderungen der Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern	120
4.1.2	Prozessoptimierung und Digitalisierung.....	121
4.2	Internationalisierungsstrategie.....	122
4.3	Prozess des Vertriebspartnermanagements.....	124
4.3.1	Selektion von Vertriebspartnern.....	125
4.3.2	Qualifikation von Vertriebspartnern	126
4.3.3	Motivation von Vertriebspartnern	128
4.3.4	Evaluation von Vertriebspartnern	129
4.3.5	Fazit: Prozess des Vertriebspartnermanagements	131
4.4	Digitalisierung	131
4.4.1	IT-Anwendungen zur Unterstützung des Vertriebspartnermanagements	132
4.4.2	Voraussetzungen für die Einführung von IT-Anwendungen.....	134
4.4.3	Nutzen und Umsetzbarkeit von IT-Anwendungen.....	135
4.4.4	IT-Anwendungen im Vertriebspartnermanagement	137
4.4.4.1	Augmented Reality	137
4.4.4.2	Chatbot/Künstliche Intelligenz.....	139
4.4.4.3	Content-Marketing/Marketing Automation.....	141

4.4.4.4	CRM – Customer-Relationship-Management	144
4.4.4.5	E-Commerce	146
4.4.4.6	E-Learning.	154
4.4.4.7	Online Net Promoter Score	155
4.4.4.8	Videokonferenz	157
4.4.4.9	Virtual Reality	159
4.4.5	Fazit: Digitalisierung des Vertriebspartnermanagements	160
5	Erfolgsfaktor digitale Transformation	165
5.1	Digitale Transformation	167
5.1.1	Definition ‚digitale Transformation‘	168
5.1.2	Erfolgsfaktoren der digitalen Transformation.	169
5.1.3	Strategien digitaler Transformation.	172
5.1.4	Digitale Transformationsherausforderungen und deren Bewältigung	173
5.1.5	Erfolgskriterien digitaler Transformation	174
5.1.6	Mögliche positive Effekte digitaler Transformation.	175
5.1.7	Auswirkungen auf Geschäftsstrategien und das internationale Management	176
5.1.8	Zukünftige Trends und Entwicklungen in der digitalen Transformation	177
5.1.9	Interpretation der Ergebnisse	178
5.2	Diskussion und Ausblick	180
5.2.1	Resümee und Beantwortung der Forschungsfragen	180
5.2.2	Fazit und Ausblick.	185
6	Die Entwicklung internationaler Managementskills – Eine Längsschnittanalyse an der FH Technikum Wien	195
6.1	Theoretische Fundierung	195
6.2	Methodik	198
6.3	Ergebnisse	199
6.4	Zusammenfassung	207
6.5	Nächste Schritte	207

7	Erfolgsfaktoren von technischen Start-ups in Österreich mit Fokus auf die Hardware-Branche.....	211
7.1	Einleitung	211
7.2	Allgemeine Definitionen	212
7.2.1	Start-up	212
7.2.2	Hardware-Start-up	213
7.2.3	Start-up-Ökosystem.....	214
7.2.4	Erfolgsfaktoren	214
7.3	Studien zu Erfolgsfaktoren.....	215
7.3.1	Erfolgsfaktoren allgemein.....	215
7.3.2	Erfolgsfaktoren bei Start-ups	216
7.3.3	Zusammenfassung Erfolgsfaktoren	218
7.4	Forschungsdesign	219
7.5	Kategorienbildung	220
7.5.1	Rahmenbedingungen.....	223
7.5.2	Erfolgsdefinition	223
7.5.3	Personenbezogene Erfolgsfaktoren	223
7.5.4	Wirtschaftliche Erfolgsfaktoren	224
7.5.5	Technische Erfolgsfaktoren	225
7.5.6	Umfeld-Erfolgsfaktoren.....	225
7.5.7	Diskussion.....	226
8	Die Relevanz von Future Skills im internationalen Management.....	231
8.1	Einleitung	232
8.1.1	Was sind Future Skills?	232
8.1.2	Future-Skills-Frameworks und Skill-Management-Systeme.....	232
8.2	Kernkompetenzen im Sinne der Future Skills im internationalen Management	239
8.2.1	Technologische Kompetenz	239
8.2.2	Selbstmanagement – Selbstführung, Selbstmotivation, Selbstverantwortung	241
8.2.3	Anpassungsfähigkeit – Flexibilität – Veränderungsbereitschaft – Innovationsfähigkeit	242
8.2.4	Kommunikationskompetenz – Interkulturelle Kompetenz	244

8.2.5	Problemlösungskompetenz – Entscheidungsfindung – Resilienz ..	246
8.2.6	Fehlerkultur – Offenheit, Lernfähigkeit, lebenslanges Lernen	247
8.2.7	Führungsqualitäten im internationalen Management	250
8.3	Upskilling – Führungsqualitäten neu denken	251
8.4	Ausblick: Von der Wissens- zur Kompetenzgesellschaft	254
9	Kernelemente des Nachhaltigkeitsmanagements in der professionellen Gebäudereinigung	261
9.1	Einleitung	261
9.2	Aspekte der professionellen Gebäudereinigung	265
9.3	Nachhaltigkeit in der professionellen Gebäudereinigung	267
9.4	Umsetzung von Nachhaltigkeit in der professionellen Gebäudereinigung	276
10	Internationales Management und internationale Sicherheit	281
10.1	Bedeutung des internationalen Managements	281
10.2	Praxis eines echten internationalen Managements	284
10.2.1	Diversität und kulturelle Vielfalt.	284
10.2.2	Globalisierter Markt	286
10.3	Sicherheitsarchitektur im internationalen Management	287
10.4	Sicherheitsrisiken der internationalen Sicherheit	293
10.5	Klassifizierung der Risiken	295
10.6	Sicherheitsmanagement in Europa zu Beginn des 21. Jahrhunderts	298
11	Flucht und Migration als Herausforderungen für Bildungssysteme und Anforderungen an das Personalmanagement und Recruiting durch Unternehmen	309
11.1	Einleitung	309
11.2	Anforderungen an Bildungssysteme	311
11.2.1	Sprache und Kommunikation	312
11.2.2	Technologische Integration.	313
11.3	Kulturdisparitäten als Bildungsbarriere	314
11.4	Demografischer Wandel als Risiko für den Arbeitsmarkt und Wettbewerb	315
11.5	Reformmöglichkeiten und Herausforderungen	317

12	Interkulturelle Kompetenz als Managementfunktion in international agierenden Unternehmen bei Social-Media-Marketing	325
12.1	Einleitung	325
12.1.1	Problemstellung	327
12.1.2	Zielsetzung	328
12.1.3	Überblick zum Stand der Forschung	329
12.2	Theoretische Grundlagen	331
12.2.1	Kulturbegriff und Interkulturelle Kompetenz	331
12.2.1.1	Kulturbegriff.	331
12.2.1.2	Interkulturelle Kompetenz	333
12.2.1.3	Competitive-Acceptance-Matrix.	334
12.2.1.4	Kultur-Positivist als optimaler Träger und Anwender von interkultureller Kompetenz	336
12.2.2	Social-Media-Marketing als Touchpoints mit internationalen Kunden	338
12.3	Methodische Vorgehensweise	339
12.4	Aufbau und Nutzung von interkultureller Kompetenz in Social Media im Unternehmen im Austausch mit Stakeholdern	340
12.4.1	Nutzung von interkultureller Kompetenz in Unternehmen	341
12.4.2	Interkulturelle Kompetenz und Wissensmanagement	343
12.4.3	Wie kann interkulturelle Kompetenz vermittelt werden?	345
12.4.3.1	Umsetzung des Modells	349
12.4.3.2	Mit welchen Methoden wird interkulturelle Kompetenz an den Mitarbeitenden vermittelt?	351
12.5	Ergebnisse	359
12.5.1	Zusammenfassung	359
12.5.2	Limitationen	361
12.5.3	Implikationen für Praxis und Forschung	361
12.5.4	Ausblick	362

13	Nachhaltigkeit und ISO-Managementnormen	369
13.1	Globalisierung	370
13.1.1	Rahmen des aktuellen Nachhaltigkeitsbegriffs	370
13.1.2	Globale Risiken	374
13.2	Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung	375
13.2.1	Definition	375
13.2.2	Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals – SDG)	378
13.2.3	Environment – Social – Governance (ESG)	378
13.3	Nachhaltigkeit und ISO	380
13.3.1	ISO und SDG	380
13.3.2	Nachhaltigkeit in ISO 9001 und ISO 14001	382
13.4	Nachhaltigkeitsrisiken als zentraler Bestandteil für Investitionen und bei der Kreditvergabe	386
13.5	Instrumente zur Förderung der Nachhaltigkeit	388
13.5.1	Auf Makroebene	388
13.5.2	Auf Mikroebene	390
13.6	Verbindung zwischen Kreislaufwirtschaft und ISO 14001	394
13.6.1	Kreislaufwirtschaft (Circular Economy)	394
13.6.2	Weitere Vorteile der Kombination von Kreislaufwirtschaft und ISO 14001	396
13.7	Relevante ISO-Normen im Überblick	397
13.7.1	ISO-Normen für Nachhaltigkeit	397
13.7.2	Allgemeine und branchenspezifische ISO-Normen	398
13.7.3	Integrierte Managementsysteme	400
13.7.4	Harmonized Structure	400
13.7.5	Fallbeispiel Rumänien	405
13.8	Der Begriff Nachhaltigkeit	408
13.8.1	Langfristige Strategie nötig	408
13.8.2	Kontroverse Meinungen erlaubt	409
13.9	Strategische Vorausschau	417
14	Die Herausgeber	423
15	Die Autorinnen und Autoren	427
16	Index	435