

Jens Gerstner

Eintrittsstrategien indischer Pkw-Hersteller auf europäischen Märkten

Neue Player - Neue Märkte

Studienarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2007 GRIN Verlag
ISBN: 9783638035101

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/89077>

Jens Gerstner

Eintrittsstrategien indischer Pkw-Hersteller auf europäischen Märkten

Neue Player - Neue Märkte

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Seminar

Wintersemester 2007-2008

Eintrittsstrategien indischer Pkw-Hersteller auf europäischen Märkten

Im Fach: Außenhandel und Internationales Management

Generalthema: Strategisches Internationales Marketing –

Neue Player und neue Märkte

bearbeitet von

Jens Gerstner

I. Inhaltsverzeichnis

I.	Inhaltsverzeichnis.....	I
II.	Abkürzungsverzeichnis.....	III
III.	Tabellenverzeichnis.....	V
IV.	Abbildungsverzeichnis.....	VI
1.	Einleitung.....	1
2.	Markteintrittsstrategien im internationalen Wettbewerb.....	2
2.1.	Markteintrittsstrategie.....	2
2.2.	Markteintrittszeitpunkte.....	2
2.2.1.	Übersicht der Markteintrittszeitpunkte.....	2
2.2.2.	Länderübergreifende Timingstrategien.....	3
2.2.3.	Länderspezifische Timingsstrategien.....	4
2.3.	Markteintrittsformen.....	5
2.3.1.	Systematisierung der Markteintrittsformen.....	5
2.3.2.	Arten von Markteintrittsformen.....	6
2.3.2.1.	Export.....	6
2.3.2.2.	Betätigungsformen mit Wertschöpfung im Ausland ohne Kapitalbeteiligung.....	8
2.3.2.2.1.	Lizenzierung.....	8
2.3.2.2.2.	Know-how-Verträge.....	9
2.3.2.2.3.	Franchising.....	10
2.3.2.3.	Betätigungsformen mit Wertschöpfung im Ausland und Kapitalbeteiligung.....	10
2.3.2.3.1.	Joint Ventures.....	10
2.3.2.3.2.	Tochtergesellschaften und Akquisitionen.....	12
2.3.3.	Einflussfaktoren auf die Wahl der Markteintrittsform.....	12
2.3.3.1.	Varianten der Leistungsstrategie.....	12
2.3.3.2.	Markt – bzw. Standortwahl.....	13
3.	Rahmenbedingungen bei Markteintrittsstrategien.....	15
3.1.	Wichtige Rahmenbedingungen des indischen Marktes.....	15
3.2.	Der indische Automobilmarkt – ein Überblick.....	17
3.2.1.	Branchenstruktur.....	17
3.2.2.	Wettbewerber.....	18
3.2.3.	Lieferanten.....	20