

Inhalt

Vorwort	9
0 Einleitung	11
1 Globalisierung	19
1.1 Wirtschaftliche Globalisierung	19
1.2 Kulturelle Globalisierung	21
2 Grundlagen	27
2.1 Nahrungsforschung	27
2.1.1 Die kulturwissenschaftliche Nahrungsforschung	27
2.1.2 Das Erlernen von Nahrungsverhalten	34
2.1.3 Kulturelle Aufladung von Nahrung	39
2.1.4 Interkulturelle Nahrungsforschung	46
2.1.4.1 Innovationen	48
2.1.4.2 Kulturelle Adaptation	51
2.1.5 Zusammenfassung	54
2.2 Internationalisierung und Betriebswirtschaftslehre	55
2.2.1 Entwicklung von internationalen Wirtschaftsaktivitäten	55
2.2.2 Organisationsformen	57
2.2.3 Unternehmenskultur	61
2.2.4 Personalmanagement	66
2.2.5 Marketing	67
2.2.5.1 Standardisierung versus Differenzierung – eine strategische Entscheidung	69
2.2.5.2 Beurteilung des Marktpotenzials	71
2.2.5.3 Beurteilung des Standardisierungspotenzials	73
3 Standardisierung versus Differenzierung – die unterschiedlichen Elemente eines Produktes	80
3.1 Das Produkt im Spannungsfeld von Standardisierung und Differenzierung	80

3.2 Der Produktbereich	84
3.2.1 Die Idee – das Innovationsmanagement	84
3.2.2 Materialien	88
3.2.3 Technik	92
3.2.3.1 Produktionstechnologie	92
3.2.3.2 Produkttechnologie	94
3.2.4 Qualität	95
3.2.5 Zusammenfassung	99
3.3 Der Unternehmensbereich	99
3.3.1 Design	99
3.3.2 Verpackung	106
3.3.3 Marke	109
3.3.3.1 Die Marke als Imageträger	109
3.3.3.2 Marken im internationalen Kontext	115
3.3.3.2.1 Markenname	115
3.3.3.2.2 Markenzeichen	116
3.3.3.2.3 Markentransfer	117
3.3.4 Werbung	120
3.3.4.1 Medienstrategie	120
3.3.4.2 Werbewirkung	122
3.3.4.3 Werbegestaltung	122
3.3.5 Vertrieb	129
3.3.5.1 Preis	129
3.3.5.2 Distribution	133
3.3.6 Kundenbetreuung	137
3.3.7 Zusammenfassung	140
3.4 Der Marktbereich	140
3.4.1 Konsumentenverhalten	141
3.4.2 Globaler Konsument?	144
3.5 Zusammenfassung	148
4 Praxisbeispiele der Firma Nestlé	151
4.1 Forschungsprojekt	151
4.1.1 Primärmaterial	152
4.1.2 Sekundärmaterial	157
4.1.3 Beobachtungen	157
4.2 Nahrungsmittelbranche	159

4.3	Das Unternehmen Nestlé	160
4.4	Praxisbeispiele	167
4.4.1	Globales Produkt?	169
4.4.2	KitKat Schokoladenriegel	171
4.4.3	Maggi Trockensuppen	178
4.4.4	Alete Gläschenkost	189
4.4.5	Eiskrem	197
4.5	Zusammenfassung	205
5.	Fazit	209
5.1	Kulturwissenschaftliche Schlussbetrachtung	209
5.2	Betriebswirtschaftliche Schlussbetrachtung	213
5.3	Ausblick	216
	Literatur	217
	Abbildungsverzeichnis	241
	Anhang	
	Interviews	243
	Interviewleitfaden	244