

Knut B. Nienaber

Internationalisierung mittelständischer Unternehmen

*Theoretische Grundlagen
und empirische Befunde
zur Strategiewahl und -Umsetzung*

Verlag Dr. Kovac

Inhaltsverzeichnis

Abbildungen	Verzeichnis	XIX
Tabellenverzeichnis		XXI
Abkürzungsverzeichnis		XXVII
1. Teil: Einführung		1
A. Problemstellung.....		1
B. Gang der Untersuchung.....		3
C. Grundlegung.....		5
I. Internationalisierung.....		5
1. Überblick.....		5
2. Bearbeitete Auslandsmärkte als Indikator des Internationalisierungsgrades.....		6
3. Grundorientierung des Unternehmens als Indikator des Internationalisierungsgrades.....		8
4. Internationalisierungsstrategien als Indikator des Internationalisierungsgrades.....		10
II. Mittelständische Unternehmen.....		14
1. Charakterisierung mittelständischer Unternehmen.....		14
2. Wettbewerbsfähigkeit mittelständischer Unternehmen.....		18
a. Wettbewerbsschwächen.....		18
b. Wettbewerbsstärken.....		21
3. Die Bedeutung mittelständischer Unternehmen in der Volkswirtschaft der Bundesrepublik Deutschland.....		23
4. Auslandsmärkte als Aktionsfelder mittelständischer Unternehmen.....		24

2. Teil: Die Entscheidungssituation im Rahmen der Internationalisierung...	27
A. Ziele einer Internationalisierung.....*	27
B. Einflußfaktoren der Internationalisierung mittelständischer Unternehmen.....	35
I. Unternehmensexterne Einflußfaktoren.....	36
1. Globale Umwelt.....	38
a. Politisch-rechtliche Faktoren.....	38
b. ökonomische Faktoren.....	39
c. Soziokulturelle und geographische Faktoren.....	40
d. Technologische Faktoren.....	42
2. Aufgabenumwelt.....	43
a. Branchenstruktur.....	44
b. Wettbewerber.....	45
c. Lieferanten.....	46
d. Markt- und Kundenfaktoren.....	48
e. Regulative Gruppen.....	49
II. Unternehmensinterne Einflußfaktoren.....	50
1. Unternehmenskultur.....	50
2. Ressourcen des Unternehmens.....	51
3. Produktmerkmale.....	55
C. Eintrittsstrategien in ausländische Märkte.....	57
I. Grundlagen.....	57
1. Überblick.....	57
2. Theoretische Erklärungsansätze zur Wahl internationaler Markt- eintrittsstrategien.....	65
a. Abgrenzung und Grundzüge relevanter Erklärungsansätze.....	65
b. Transaktionskostentheorie.....	66
c. Eklektische Theorie.....	74
II. Eintrittsstrategien bei Produktion im Inland.....	77
1. Indirekter Export.....	78
2. Direkter Export.....	80
3. Exportkooperationen.....	82

III. Vertragliche Kooperationsformen bei Produktion im Ausland.....	83
1. Grundlagen.....	83
2. Management-Vertrag.....	86
3. Lizenzvergabe.....	87
4. Franchising.....	89
5. Vertragsfertigung.....	91
IV. Auslandsproduktion durch Direktinvestitionen.....	93
1. Grundlagen.....	93
2. Jointventure.....	93
3. Vollbeherrschtes Unternehmen.....	95
V. Timingstrategien der Erschließung ausländischer Märkte.....	97
1. Grundlagen.....	97
2. Sprinkler-Strategie.....	98
3. Wasserfall-Strategie.....	99
4. Wassertropfen-Strategie.....	101
3. Teil: Die Umsetzung einer Internationalisierung.....	105
A. Auswirkungen auf Organisation und betriebliche Funktionsbereiche im Inland.....	105
I. Organisatorische Konsequenzen.....	106
1. Grundlagen.....	106
2. Operationale Organisation internationaler Unternehmen.....	108
3. Organisatorische Auswirkungen der Umsetzung von Exportstrategien	112
4. Organisatorische Konsequenzen der Umsetzung von Direktinvestitionsstrategien.....	113
5. Business Process Reengineering.....	115
II. Konsequenzen für die betrieblichen Funktionsbereiche im Inland.....	118
1. Marketing.....	119
2. Forschung und Entwicklung.....	120
3. Beschaffung.....	121
4. Produktion.....	124
a. Ausgangslage der inländischen Produktion.....	124
b. Auswirkungen der Internationalisierung auf die inländische Produktion.....	126
5. Auswirkungen auf das Personalmanagement.....	128

B. Instrumente zur Umsetzung von Markteintrittsstrategien.....	131
I. Strategische Allianzen.....	132
1. Charakterisierung strategischer Allianzen.....	132
2. Gestaltung von strategischen Allianzen.....	134
3. Umsetzung von strategischen Allianzen.....	140
II. Outsourcing von Unternehmensaktivitäten.....	145
III. Akquisition und Gründung von Auslandsgesellschaften.....	149
1. Vorteile des Kaufes von Auslandsgesellschaften.....	149
2. Vorteile der Gründung von Auslandsgesellschaften.....	151
IV. Prüfung möglicher Auslandsengagements durch Feasibility-Studien.....	152
C. Unterstützung bei internationalen Geschäftsaktivitäten.....	155
I. Grundlagen.....	155
II. Staatliche Institutionen.....	160
1. Überblick.....	160
2. Bund und Länder.....	160
3. Auslandsvertretungen.....	165
4. Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai).....	166
5. Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW).....	168
6. Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH (DEG).....	171
7. Industrie- und Handelskammern.....	172
III. Private Institutionen.....	173
1. Überblick.....	173
2. Auslandshandelskammern und Delegiertenbüros der Deutschen Wirtschaft.....	173
3. Deutsche Industrie- und Handelszentren (DIHZ).....	175
4. Hermes-Kreditversicherungs-AG.....	176
5. AKA - Ausfuhrkreditgesellschaft mbH.....	177
6. Ländervereine.....	179
7. Beratungsunternehmen.....	181
a. Gruppen der Beratungsunternehmen.....	181
b. Leistungsangebot von Beratungsunternehmen.....	183
IV. Empirische Befunde zur Inanspruchnahme von Institutionen der Außenwirtschaftsförderung durch den Mittelstand.....	188

4. Teil: Empirische Untersuchung zur Internationalisierung mittelständischer Unternehmen.....	191
A. Untersuchungsdesign.....	191
I. Untersuchungsziele.....	191
II. Struktur der Hypothesen.....	193
III. Erhebungsmethode.....	194
IV. Stichprobe.....	195
B. Allgemeine Ergebnisse der Untersuchung.....	201
I. Trends und Besonderheiten.....	201
II. Die Bedeutung von Größe und Branche für Internationalisierungsziele, umgesetzte Markteintrittsstrategien und bearbeitete Regionen.....	203
III. Der Zusammenhang zwischen den bisher umgesetzten Eintrittsstrategien, den verfolgten Zielen und den bearbeiteten Regionen.....	211
C. Bedeutung unterschiedlicher Einflußfaktoren für die wahrgenommene Eignung der einzelnen Markteintrittsstrategien.....	218
I. Darstellung und Erläuterung der Hypothesen.....	218
II. Tests der Hypothesen 1.1 - 1.16.....	223
III. Zusammenfassung.....	266
D. Umsetzung einer Internationalisierung - Annahmen und empirische Ergebnisse.....	271
I. Einfluß der Größe und Branche von mittelständischen Unternehmen auf die Bewertung von Institutionen zur Unterstützung der Internationalisierung.....	271
1. Darstellung und Erläuterung der Hypothesen.....	271
2. Empirische Ergebnisse.....	277
a. Staatliche Institutionen.....	278
(1) Bund, Länder und KfW.....	278
(2) Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai).....	286
b. Private Institutionen.....	288
(1) Deutsche Industrie- und Handelszentren.....	288
(2) Beratungsunternehmen.....	290
3. Zusammenfassung.....	292

