

Michael Pock

Born Globais

Internationale Wachstumsstrategien
junger Unternehmen

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Hans H. Hinterhuber



GABLER

RESEARCH

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VI
Abbildungsverzeichnis	XIII
1 Einführung	1
1.1 Problemstellung	2
1.2 Forschungsfragen.	4
1.3 Zielsetzung und Zielgruppen.	8
1.4 Thematische Einordnung und Relevanz.	10
1.5 Aufbau der Arbeit	12
2 Begriffliche Grundlagen	16
2.1 Begriff „Born Globals“.	16
2.2 Definition „Born Globals“.	17
2.2.1 Internationaler Umsatz.	19
2.2.2 Zeitpunkt der Internationalisierung.	20
2.2.3 Anzahl der Auslandsmärkte.	21
2.2.4 Anzahl der Mitarbeiter.	22
2.2.5 Alternative Definitionskriterien.	22
2.2.6 Definition „Born Globals“ für diese Arbeit.	23
2.3 Entstehungstrends für „Born Globals“.	24
2.4 Quantitative Betrachtungen	26
2.4.1 Allgemeine Beschreibung und Leistungsdaten.	30
2.4.2 Inhaltliche Schwerpunkte und Erkenntnisse.	42
2.5 Zwischenfazit	50
3 Theoretische Grundlagen	52
3.1 Ressourcenbasierter-Ansatz.	53
3.1.1 Darstellung, des Ressourcenbasierten-Ansatzes.	53
3.1.2 Eignung des Ressourcenbasierten-Ansatzes.	57
3.2 Prozessmodell der Internationalisierung.	58

3.2.1	Uppsala-Modell der Internationalisierung	58
3.2.2	Eignung des Uppsala-Modells	65
• 3.2.3	Netzwerkansatz der Internationalisierung	69
3.2.4	Eignung des Netzwerkansatzes	74
3.3	Zwischenfazit	77
Determinaten von Born Globals		78
4.1	Organisationale Determinanten	78
4.1.1	International Entrepreneurial Team	78
4.1.2	Globale Vision des Unternehmerteams	79
4.1.3	Internationale Erfahrung des Unternehmerteams	80
4.1.4	Global Entrepreneurial Orientation	83
4.1.5	Forschungsintensität	86
4.1.6	Wissensintensität	86
4.2	Strategische Determinanten	88
4.2.1	Globale Nischenstrategie	88
4.2.2	Produktstrategie	90
4.2.3	Internationale Wertschöpfungsaktivitäten	96
4.3	Umweltbezogene Determinanten	98
4.3.1	Kundenstruktur	98
4.3.2	Branchen	99
4.3.3	Wettbewerbsintensität der Branche	100
4.3.4	Technologieintensität der Branche	101
4.3.5	Bedeutung des Heimatmarktes	101
4.4	Zwischenfazit	103
Netzwerke zur Internationalisierung von Born Globals		105
5.1	Stärke, Größe und Dichte	105
5.2	Entwicklung von Netzwerken	109
5.2.1	Beabsichtigte und unbeabsichtigte Entwicklung	109
5.2.2	Ursprung von Netzwerken	110
5.2.3	Risiken der Netzwerkentwicklung	110
5.3	Typen von Netzwerken	111
5.3.1	Innen- und außengerichtete Netzwerke	112
5.3.2	Soziale Netzwerke	112
5.3.3	Reputationsnetzwerke	113
5.3.4	Marktinformationsnetzwerke	114
5.3.5	Kooperationsnetzwerke mit Konkurrenten	115
5.3.6	Technologienetzwerke	115
5.3.7	Lokale Netzwerke	116
5.4	Bedeutung und Funktion	117

5.4.1	Zugang zu Ressourcen	117
5.4.2	Zugang zu Forschung und Innovation	118
5.4.3	Zugang zu marktbezogenen Informationen	118
5.4.4	Zugang zu großen Netzwerkpartnern	121
5.4.5	Bürden der „Liability of Foreignness/Newness“	122
5.5	Zwischenfazit	123
6	Internationalisierungsprozess von Born Globals	124
6.1	Geschwindigkeit der Internationalisierung	124
6.2	Selektion von internationalen Märkten	126
6.2.1	Prozess der Marktselektion	126
6.2.2	Bedeutung von Netzwerken	127
6.2.3	Bedeutung von internationaler Erfahrung	127
6.2.4	Bedeutung von marktbezogenen Faktoren	128
6.3	Eintrittsformen für internationale Märkte	128
6.3.1	Auswahlprozess zur Markteintrittsform	128
6.3.2	Export als Eintrittsform	130
6.3.3	Indirekter Export als Eintrittsform	131
6.3.4	Alternative Eintrittsformen	134
6.3.5	Quantitative Betrachtung des Markteintritts	136
6.3.6	Dynamische Betrachtung der Eintrittsformen	137
6.4	Branding-Strategien	138
6.5	Wissen, Lernen und Routinen	139
6.6	Internationales Wachstum	141
6.7	Zwischenfazit	143
7	Fallstudien	145
7.1	Gestaltung der empirischen Untersuchung	145
7.1.1	Auswahl der Methode und Begründung	146
7.1.2	Auswahl der Fallstudien	150
7.1.3	Gang der Untersuchung	151
7.1.4	Grenzen der Untersuchung	152
7.2	Fallstudie Alicona Imaging GmbH	154
7.2.1	Unternehmen	154
7.2.2	Internationalisierungsprozess	157
7.2.3	Ausblick	162
7.3	Fallstudie A.M.I GmbH	162
7.3.1	Unternehmen	162
7.3.2	Internationalisierungsprozess	165
7.3.3	Ausblick	168
7.4	Fallstudie Autoform Engineering GmbH	169

7.4.1	Unternehmen	169
7.4.2	Internationalisierungsprozess	172
7.4.3	Ausblick	178
7.5	Fallstudie Decomsys GmbH	179
7.5.1	Unternehmen	179
7.5.2	Internationalisierungsprozess	182
7.5.3	Ausblick	185
7.6	Fallstudie SEZ AG	186
7.6.1	Unternehmen	186
7.6.2	Internationalisierungsprozess	188
7.6.3	Ausblick	191
7.7	Fallstudie USP Indicator Solutions GmbH	192
7.7.1	Unternehmen	192
7.7.2	Internationalisierungsprozess	196
7.7.3	Ausblick	200
7.8	Fallstudienvergleich	201
7.8.1	Fallstudienvergleich zu den Einflussfaktoren	201
7.8.2	Fallstudienvergleich zur Internationalisierung	207
7.9	Modell zum Internationalisierungsprozess	210
7.9.1	Phase 1 - Internationale Produktentwicklung	211
7.9.2	Phase 2 - Internationaler Markteintritt	213
7.9.3	Phase 3 - Internationales Wachstum	214
7.10	Rückkoppelung des Modells	215
8	Zusammenfassung und Ausblick	220
8.1	Zusammenfassung	220
8.2	Empfehlungen für die Praxis	224
8.3	Empfehlungen für die weitere Forschung	228
9	Anhang	233
9.1	Gesprächsleitfaden	233
9.2	Interviewverzeichnis	236
9.3	Internetadressen	236
	Literaturverzeichnis	237