

Tina Gruber-Mücke

Internationalisierung in frühen Unternehmensphasen

Eine empirische Analyse der Wachstums-
dynamik von Jungunternehmen



RESEARCH

2.2	Evolution der Entrepreneurship-Forschung	47
2.3	Szientometrische Analyse der ESF Forschungsschwerpunkte	48
2.3.1	Schwerpunkte der ES-Forschung im angloamerikanischen Sprachraum	48
2.3.2	Schwerpunkte der ES-Forschung im frankophonen Raum	50
2.3.3	Schwerpunkte ESF im deutschsprachigen Raum	51
2.4	Schwerpunkte der IES-Forschung	54
2.5	Ableitung von Implikationen	59
3	Definition Internationale Jungunternehmen	61
3.1	Begriffsklärung: Internationale Jungunternehmen	62
3.1.1	Definition Unternehmen	62
3.1.2	Definition KMU	63
3.1.3	Definition Jungunternehmen	64
3.1.4	Messkriterien Internationalisierung	65
3.1.4.1	Erhebung strukturbasierter Kennzahlen	67
3.1.4.2	Erhebung der Anzahl der Ländermärkte	67
3.1.4.3	Erhebung des Auslandsumsatzes	68
3.1.4.4	Aggregation der Daten	68
3.1.5	Abgrenzung Internationale Jungunternehmen	69
3.1.5.1	Quantitative Kriterien	69
3.1.5.2	Qualitative Kriterien	70
3.2	Abgrenzung Internationalisierung von Globalisierung	72
3.3	Abgrenzung Born Global Unternehmen von Multinationalen Unternehmen	73
3.4	Zwischenfazit Messkonzept der Internationalisierung	73
3.5	Begriffsklärung Unternehmenswachstum	74
3.5.1	Quantitative Messkriterien	75
3.5.2	Qualitative Messkriterien	76
3.5.3	Eigener Untersuchungsansatz	77
3.6	Begriffsabgrenzung Unternehmenserfolg	77
3.6.1	Messmodelle Erfolg	78

3.6.2	Messkriterien Erfolg.....	78
3.7	Fazit Untersuchungsobjekt Internationale Jungunternehmen.....	79
4	Internationalisierungstheorien.....	81
4.1	Analyse der Theorien der Internationalisierung.....	82
4.2	Traditionelle Erklärungsmodelle.....	82
4.2.1	Die Theorie der Internalisierung von Buckley & Casson (1991).....	82
4.2.2	Internationalisierungsprozessstheorien.....	83
4.2.3	Evolutionstheorie von Penrose (1959).....	84
4.2.4	Das eklektische Paradigma von Dunning (1980).....	87
4.2.4.1	O- Ownership- Advantages.....	88
4.2.4.2	L- Location-specific Advantages- Standortvorteile.....	88
4.2.4.3	I- Internalisierungsvorteile (internalization advantages).....	89
4.2.5	Produktlebenszyklus-Theorie von Vernon.....	90
4.2.6	Modellansatz von Luostarinen (1970).....	92
4.2.7	Lerntheoretischer Ansatz (Uppsala Modell).....	93
4.2.7.1	Internationalisierungsmuster.....	93
4.2.7.2	Internationalisierungsmodell.....	93
4.3	Neuere Ansätze.....	95
4.3.1	Netzwerkansatz von Johanson & Vahlne (1990).....	95
4.3.2	Das Konzept Born Global.....	96
4.3.2.1	Stufe I: Identifikation atypischer Internationalisierungsverläufe (1985-1989).....	96
4.3.2.2	Stufe II: Ermittlung der Kontextgrößen der Internationalisierung (1990-2003).....	97
4.3.2.3	Stufe III: Vereinheitlichung versus Eklektizismus (seit 2003).....	102
4.4	Implikationen für das Management in frühen Unternehmensphasen.....	108
4.4.1	Implikationen aus traditionellen Internationalisierungs-Theorien.....	108
4.4.2	Erklärungsdefizite im Hinblick auf Born-Global Unternehmen.....	109
5	Kompetenzbasierte Strategien.....	111
5.1	Strategische Anforderungen an die Unternehmensführung.....	112
5.2	Wandel im Strategieverständnis.....	114

5.2.1	Der marktorientierte Ansatz	114
5.2.1.1	Internationalisierungskonzept von Porter	115
5.2.1.2	Wertschöpfungsaktivitäten	115
5.2.1.3	Varianten von Internationalisierungsstrategien	117
5.2.1.4	Die vier Gesamtstrategien	118
5.2.2	Ressourcenorientierte Ansätze	119
5.2.3	Kompetenzbasierte Ansätze	122
5.2.3.1	Unternehmensinterne Analyse von Kernkompetenzen	123
5.2.3.2	Marktorientierte Analyse von Kernkompetenzen	126
5.3	Theoretische Saturation kompetenzbasierter Strategiemansätze für Born Global Unternehmen	128
5.3.1	Ansatz von Eisenhardt & Martin (2000)	128
5.3.2	Ansatz von Westhead et al. (2001)	128
5.3.3	Ansatz von Simoes & Dominguihos (2001)	129
5.3.4	Ansatz von Bell et al. (2003)	130
5.3.5	Ansatz von Ferhaber & McDougall (2005)	131
5.3.6	Ansatz von Rialp et al. (2005b)	132
6	Gestaltungsparameter internationaler Markterschließung	135
6.1	Entscheidungssträger der Internationalisierungs-Planung	135
6.2	Einflussfaktoren der Markterschließung	138
6.3	Timingstrategien des Markteintritts	139
6.3.1	Wasserfallstrategie	139
6.3.2	Sprinklerstrategie	140
6.4	Formen der Markterschließung	140
6.4.1	Export	142
6.4.1.1	Indirekter Export	143
6.4.1.2	Direkter Export	143
6.4.2	Vertragliche Markteintrittsformen	144
6.4.3	Markteintritt durch Lizenzvergabe	145
6.4.4	Joint Venture	146
6.4.5	Strategische Allianz	149
6.4.6	Etablierung von Tochtergesellschaft	150

6.5	Hemmende Faktoren internationaler Markterschließung	150
7	Managementkompetenz	155
7.1	Begriffsabgrenzung	155
7.1.1	Begriff Management	156
7.1.2	Begriff Internationales Management.....	156
7.1.3	Begriff Kompetenz.....	156
7.2	Bezugsrahmen unternehmerischer Kompetenz(en).....	157
7.2.1	Ansatz von Herron & Sapienza (1992)	158
7.2.2	Ansatz von Chandler & Hanks (1994)	159
7.2.3	Open System View von Sanchez & Heene (1997).....	160
7.2.4	Ansatz von Lorrain et al. (1998)	160
7.2.5	Ansatz von Man et al. (2002).....	162
7.2.6	Ansatz von Thommen & Behler (2004).....	163
7.2.7	Ansatz von Colombo & Grilli (2005)	165
7.2.8	Ansatz von Brinckmann et al. (2005).....	166
7.2.8.1	Managementkompetenz	166
7.2.8.2	Innovationskompetenz	166
7.2.8.3	Netzwerkkompetenz.....	167
7.2.9	Ansatz von Herr (2007).....	167
7.3	Kompetenzmodelle mit Internationalisierungsbezug	168
7.3.1	Bezugsrahmen zur Internationalisierungskompetenz.....	168
7.3.2	Individuelle Handlungsfähigkeit.....	169
7.3.3	Handlungsbereitschaft.....	170
7.3.4	Implizites Internationalisierungswissen	170
7.3.5	Persönlichkeitseigenschaften	170
7.3.6	Unternehmerische Kompetenzen	171
7.4	Zwischenfazit	171
8	Netzwerktheoretische Ansätze	173
8.1	Netzwerkkonzepte in der Entrepreneurship – Literatur	174
8.2	Erscheinungsformen von Netzwerken.....	176

8.2.1	Definition Netzwerk.....	176
8.2.2	Typen von Netzwerken	176
8.2.2.1	Strategische Netzwerke.....	176
8.2.2.2	Regionale Netzwerke	177
8.2.2.3	Internationale Netzwerke	177
8.2.3	Funktionale Netzwerkbeziehungen in der Gründungsphase	178
8.2.3.1	Netzwerkansätze der Gründungsforschung.....	179
8.2.3.2	Granovetters Strong und Weak Ties Hypothese	179
8.2.3.3	Erträge sozialer Netzwerke im Gründungsprozess.....	180
8.2.3.4	Dysfunktionale Effekte sozialer Netzwerke im Gründungsprozess ...	181
8.3	Internationalisierung aus der Netzwerk-Perspektive.....	183
8.3.1	Internationalisierungsphasen.....	186
8.3.2	The Early Starter	187
8.3.3	The Lonely International.....	187
8.3.4	The Late Starter.....	187
8.3.5	The International Among Others.....	188
8.3.6	Charakteristika von Netzwerkbeziehungen.....	188
8.4	Fazit Kapitel II	189

Teil III

9	Empirischer Bezugsrahmen	193
9.1	Anforderungen an den Bezugsrahmen	194
9.2	Konzeptualisierung des Bezugsrahmens.....	194
9.3	Darstellung des Bezugsrahmens.....	195
9.3.1	Relationale Ebene	196
9.3.2	Prozessuale Ebene.....	196
9.3.3	Wachstums- und Ergebnisebene	197
10	Konzeptualisierung der Inputgrößen	199
10.1	Grundannahmen	199
10.2	Erfolgspotential Netzwerkkompetenz	200

10.2.1	Direkte Einflussfaktoren auf die Netzwerkkompetenz.....	200
10.2.1.1	Indirekte Einflussfaktoren auf die Netzwerkkompetenz	203
10.3	Erfolgspotential Managementkompetenz.....	204
10.3.1	Direkte Einflussfaktoren auf die Management-Kompetenz	204
10.3.2	Indirekte Einflussfaktoren auf die Management-Kompetenz.....	206
10.4	Erfolgspotential Technologiekompetenz.....	207
10.5	Erfolgspotential Umsetzungskompetenz.....	209
10.5.1	Direkte Einflussfaktoren auf die Umsetzungs-Kompetenz	209
10.5.2	Indirekte Einflussfaktoren auf die Umsetzungs-Kompetenz.....	210
10.6	Steuerung der Internationalisierung	211
11	Konzeptualisierung der Outputgrößen	213
11.1	Erfolgsindikator Internationale Orientierung	213
11.2	Unternehmensperformance	214
11.3	Internationales Wachstum.....	214
12	Zusammenfassende Überlegungen	217

Teil IV

13	Empirische Ergebnisse.....	221
13.1	Methodische Vorüberlegungen	222
13.2	Durchführung einer Online-Befragung	222
13.3	Problemstellung Nonresponse.....	225
14	Durchführung der Erhebung	227
14.1	Stichprobenauswahl	227
14.2	Fragebogenkonstruktion.....	227
14.2.1	Fragenkomplex Internationalisierungsentscheidung	228
14.2.2	Fragenkomplex Unterstützung Umfeld	229
14.2.3	Fragenkomplex Unternehmensstrategie	229

14.2.4	Fragenkomplex Geschäftsprozesse	229
14.2.5	Fragenkomplex Erfolgsfaktoren der Internationalisierung.....	230
14.2.6	Allgemeine Fragen zum Unternehmen und zur Unternehmerperson	230
14.3	Durchführung Pre-Test.....	231
14.4	Durchführung Gesamt-Erhebung	231
14.5	Statistische Verfahren der Datenanalyse.....	232
15	Strukturanalytische Befunde	233
15.1	Altersverteilung der Unternehmen	233
15.2	Verteilung nach Rechtsformen.....	234
15.2.1	Verteilung nach Branche.....	236
15.2.2	Verteilung nach Leistungsschwerpunkt	237
15.2.2.1	Größenverteilung (Mitarbeiterzahl)	237
15.2.2.2	Mitarbeiterwachstum seit der Gründung.....	238
15.2.3	Umsatzbezogene Strukturanalyse	240
15.2.3.1	Gesamtumsatz 2006	240
15.2.3.2	Auslandsumsatz	241
15.2.4	Betriebsergebnis 2006.....	241
15.2.5	Anzahl der Exportländer	242
15.2.5.1	Anzahl Exportländer im Gründungsjahr	242
15.2.5.2	Anzahl Exportländer im Jahr 2007.....	243
15.2.5.3	Anzahl der Exportländer im Jahr 2007.....	244
15.2.6	Merkmale der Unternehmerperson.....	245
15.2.6.1	Bildungsgrad der Unternehmerperson und Internationalisierungsgrad.....	247
15.2.6.2	Umfang an Berufserfahrung der Unternehmer-Person.....	248
15.2.6.3	Berufserfahrung und Internationalisierung	249
15.2.6.4	Führungserfahrung der Unternehmerperson und Internationalisierung	250
15.3	Korrelationsanalyse zur Unternehmens-Entwicklung.....	251
15.3.1	Zusammenhang Entwicklungsphase und Ergebnisdimension.....	252
15.3.2	Zusammenhang Internationalisierungs- und Ergebnisdimension.....	253
15.3.3	Zusammenhang Entwicklungsphase und Internationalisierung	253

16	Hypothesenprüfung Inputgrößen	255
16.1	Hypothesen zur Netzwerkkompetenz.....	255
16.1.1	Varianzanalyse (ANOVA) zu Erträgen aus Sozialkapital.....	255
16.1.2	Materielle Unterstützungsleistungen.....	255
16.1.2.1	2-Gruppen Analyse (Monetäre Unterstützung).....	255
16.1.2.2	2-Gruppen Analyse (Aktive Mitarbeit).....	258
16.1.2.3	3-Gruppen-Varianzanalyse Materielle Unter-Stützungsleistungen	261
16.1.3	Immaterielle Unterstützungsleistungen.....	262
16.1.3.1	Moralische Unterstützung.....	262
16.1.3.2	Beratung und Informationsaustausch im Netzwerk	265
16.1.3.3	3-Gruppen-Varianzanalyse Immaterielle Unter-Stützungsleistungen	267
16.1.3.4	Diskussion der Hypothesen zur Netz-Werkkompetenz.....	269
16.1.4	Einflussnahme auf Unternehmensentwicklung.....	269
16.1.4.1	Test auf Normalverteilung der Varianz.....	269
16.1.4.2	3-Gruppenanalyse mittels ANOVA	272
16.1.5	Umsetzungskompetenz der Unternehmerperson.....	273
16.1.5.1	2-Gruppenanalyse (T-Test).....	273
16.1.5.2	3-Gruppen-Analyse der Umsetzungskompetenz.....	275
16.2	Hypothesen zur Managementkompetenz	275
16.2.1	Einfluss der Wettbewerbsbedigungen.....	276
16.2.1.1	Vorhandene Konkurrenz	276
16.2.1.2	Innovative Konkurrenz.....	277
16.2.2	Strategische Grundorientierung.....	278
16.2.3	Einbezug Netzwerke bei strategischer Planung	280
16.2.4	Kenntnis und Einsatz von Managementinstrumenten	281
16.3	Managementprobleme und Problemlösung.....	282
16.4	Internationalisierungsumfang und Betriebs-Entwicklung.....	283
16.4.1	Mitarbeiterwachstum.....	283
16.4.2	Aktuelle Situation	283
16.4.3	Plan bereits aktiver Unternehmen	284
16.4.4	Plan noch nicht aktiver Unternehmen	285

17	Funktionale Zusammenhänge	287
17.1	Strukturen entdeckende Verfahren.....	287
17.1.1	Voraussetzungen Faktorenanalyse.....	288
17.1.2	Ergebnisse der Faktorenanalyse.....	288
17.1.2.1	Einbindung unternehmerischer Netzwerke in die Strategische Planung.....	288
17.1.2.2	Einbezug von Erträgen aus Sozialkapital in die Strategische Planung.....	289
17.1.2.3	Berücksichtigung Netzwerkkompetenz und Managementkompetenz bei strategischen Entscheidungen.....	290
17.1.2.4	Berücksichtigung Netzwerke und Managementkompetenz bei der Internationalisierungsentscheidung.....	290
17.1.2.5	Managementkompetenz und Erträge aus Netzwerken.....	291
17.1.2.6	Internationalisierung und Beratung.....	292
17.1.2.7	Internationalisierungsplanung und Management-Kompetenz.....	292
17.1.2.8	Internationalisierungsplanung und Management-Instrumente.....	293
17.1.2.9	International aktive Unternehmen und Managementinstrumente.....	294
17.1.3	Fazit Hypothesen.....	294
17.1.4	Multivariate Varianzanalyse Netzwerkkompetenz und Wachstumsdynamik.....	294
17.1.5	Diskriminanzanalyse.....	295
17.1.5.1	Interpretation der Diskriminanzkoeffizienten.....	295
17.1.5.2	Merkmale Erfolgspotentiale.....	296
17.1.5.3	Merkmale Unternehmensstrategie.....	297
17.1.5.4	Merkmale wachstumsrelevante Wert-Schöpfungsprozesse.....	299
17.1.5.5	Merkmale wachstumsrelevante Wert-Schöpfungsprozesse.....	300
18	Validierungs-Modell Internationalisierungskompetenz	303
18.1	Messkriterien und Modellgüte.....	304
18.2	Modellinterpretation.....	306
Teil V		
19	Diskussion und Ausblick	309
19.1	Überblick.....	309

19.2	Diskussion der Zielerreichung	309
20	Theoretische Implikationen	311
20.1	Theoretische Ansätze zum Bereich International Entrepreneurship ..	311
20.2	Netzwerktheoretischer Beitrag	311
20.2.1	Diskussion der Ergebnisse	312
20.2.2	Zukünftiger Forschungsbedarf	312
20.2.3	Moderierende Variablen.....	313
20.3	Theoretische Ansätze mit Bezug zur Betriebswirtschaftslehre	313
21	Implikationen für die Praxis	315
21.1	Ausbau von Netzwerkaktivitäten	315
21.2	Internationale Managementkompetenz Analyse (IMKA)	315
21.3	Limitationen der Erkenntnisse	315
21.4	Inhaltliche Limitationen	316
21.4.1	Einbezug Mitarbeiter.....	316
21.4.2	Einbezug Entrepreneurial Team.....	316
21.4.3	Einbezug unternehmerischer Netzwerke.....	316
21.5	Methodische Limitationen	317
Anhang	319
Literaturverzeichnis	321