1 Einführung

Ziel dieser Einführung ist es, die Problemstellung zu erläutern und die konkreten Forschungsfragen festzulegen. Dazu werden im Abschnitt 1.1 die Problemstellung und Relevanz des Themas für das Unternehmensmanagement anhand von realen Unternehmensbeispielen verdeutlicht. Auf dieser Basis werden die zwei Forschungsfragen, die in dieser Arbeit behandelt werden sollen, abgeleitet. Anschließend wird dargestellt, welches Vorwissen über das internationale Unternehmenswachstum in der bisherigen wissenschaftlichen Forschung existiert und welche Lücken in der bisherigen Forschung bestehen. Ziel ist es, die Lücken mit dieser Arbeit zu schließen (Abschnitt 1.2). Nach der Erläuterung des Forschungsbedarfs wird das internationale Wachstum als begrifflicher Kern der Arbeit definiert (Abschnitt 1.3). Zum Abschluss des ersten Kapitels wird die Struktur und Logik der Arbeit erläutert (Abschnitt 1.4).

1.1 Problemstellung und Relevanz des Themas

Wachstum zählt zu den wichtigsten Kriterien bei der Bewertung der Leistungsfähigkeit von Unternehmen. Insofern haben die Wachstumsentwicklung und die Wachstumserwartungen einzelner Unternehmen erheblichen Einfluss auf die Kursentwicklung börsennotierter Unternehmen.[1] Es ist daher nicht verwunderlich, dass das Wachstum zu einem der wichtigsten Ziele von Unternehmen und insbesondere deren Management gehört.[2]

Die Bedeutsamkeit des Wachstums für Unternehmen leitet sich jedoch nicht ausschließlich aus der Entwicklung der Börsenkurse ab, sondern basiert auf handfesten betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten. Nach Canals (2000) ist hohes Wachstum u. a. erforderlich, um talentierte Mitarbeiter zu gewinnen, Kapital anzuziehen, langfristige Profitabilität zu sichern und Substitutionsrisiken zu begegnen.[3] Obschon dies

---

1 Vgl. Geroski et al. (1997), S. 183–185 und Canals (2000), S. 2–3.

2 Vgl. z. B. Canals (2000), S. 2–3 und Kortzfleisch/Zahn (1988), S. 436–437.

3 Für eine ausführliche Erläuterung der Bedeutung des Unternehmenswachstums vgl. Canals (2000), S. 12–18.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

keine umfassende Aufzählung der Gründe ist, wird die Bedeutung des Wachstums dennoch deutlich.[4]

Für Unternehmen stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage nach den Möglichkeiten des Wachstums. Grundsätzlich haben Unternehmen die Option, den bestehenden Markt stärker zu durchdringen; ferner können sie neue Produkte entwickeln, neue geografische Märkte erschließen, die Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette ausdehnen oder in völlig neue Geschäftsfelder diversifizieren.[5] Eine Wachstumsoption, die gerade in jüngster Zeit wichtiger wird, ist die Ausdehnung der Unternehmensaktivitäten auf neue geografische Märkte. Diese Entwicklung wird an einigen Zahlen deutlich: Der Anteil des Welthandels am Weltsozialprodukt hat sich während der letzten 60 Jahre mehr als verdoppelt. Dies gilt ebenso für den Anteil der Direktinvestitionen am Weltsozialprodukt.[6] Auch für die Unternehmen hat die Bedeutung des Auslandes deutlich zugenommen, so stieg z. B. auch der Auslandsanteil des Umsatzes der 100 Unternehmen mit dem größten Vermögen im Ausland zwischen 1990 und 2005 von 56 auf 64 Prozent.[7]

Dass Unternehmen verstärkt auf die internationale Wachstumsoption setzen, heißt jedoch nicht, dass es keine Unterschiede in der Art und Weise des Wachstums im Ausland gibt. Einige dieser Unterschiede werden durch die Gegenüberstellung der Umsatzentwicklung des amerikanischen Softwareunternehmens Microsoft und des britischen Mineralölkonzerns British Petroleum (BP) in Abb. 1 veranschaulicht.

---

4 Einige Autoren gehen selbst so weit, dass sie das Wachstum zu der wichtigsten Zielgröße eines Unternehmens erheben. Sie gehen davon aus, dass es Unternehmen nur gelingt, langfristig zu wachsen, wenn das Wachstum auch profitabel erfolgt, da sich sonst kein rational handelnder Investor bereiterklären würde, weiteres Kapital in das Wachstum eines Unternehmens zu investieren (vgl. Penrose (1959), S. 29–30).

5 Vgl. Ansoff (1958), S. 402–403. Die Formen des organischen und anorganischen Wachstums werden hier nicht als originäre Wachstumsmöglichkeiten betrachtet. Sie bilden vielmehr Unterkategorien zur Umsetzung der Wachstumsmöglichkeiten.

6 Vgl. Kutschker/Schmid (2006), S. 44 und 104. Direktinvestitionen entsprechen den Direktinvestitionszuflüssen.

7 Vgl. UNCTAD (2010a).

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

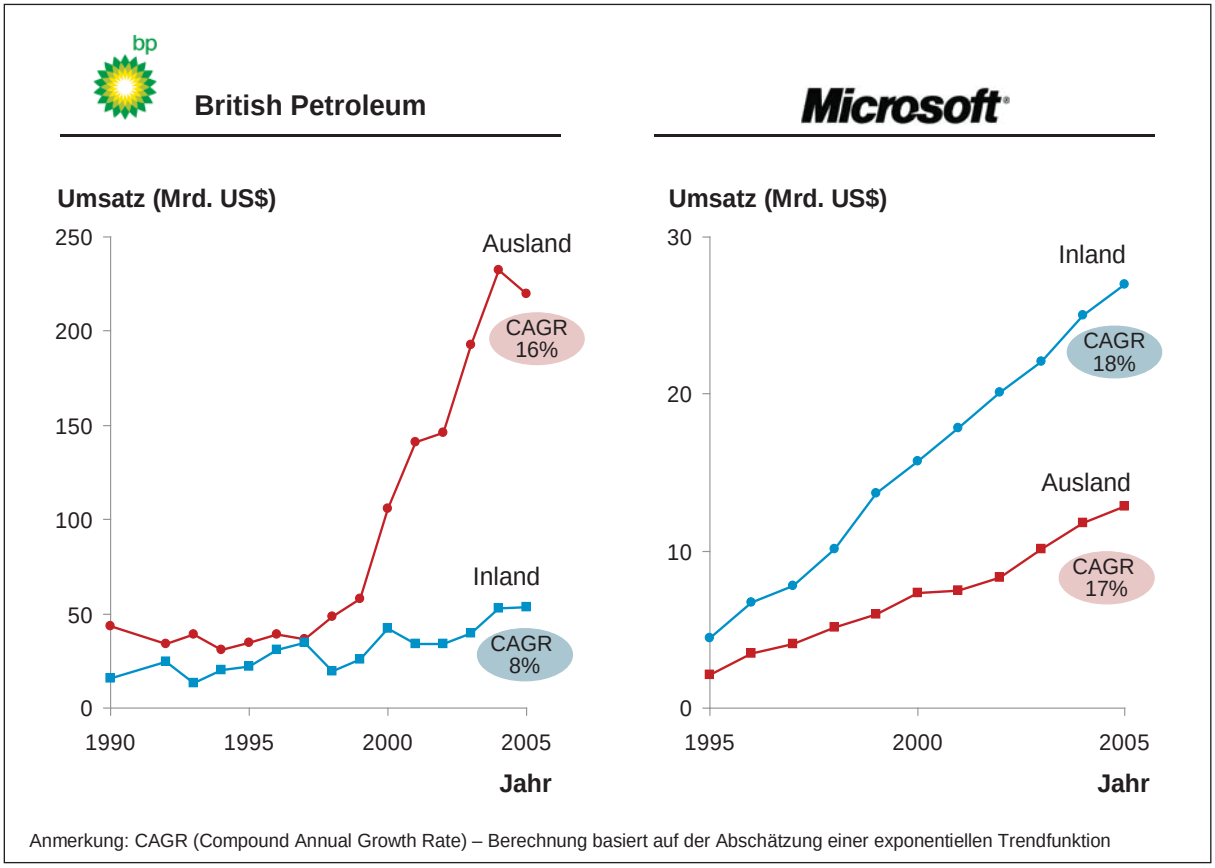

Abb. 1: Vergleich der Umsatzentwicklung von British Petroleum und Microsoft.

Quelle: Daten aus UNCTADs jährlicher Veröffentlichung der Top 100 non-financial TNCs und Unternehmensinformationen.

Zunächst fällt auf, dass für Microsoft das Inlandsgeschäft eine deutlich größere Bedeutung hat als für BP, was u. a. auf die Größenunterschiede der Heimatmärkte beider Unternehmen zurückzuführen ist. Die unterschiedliche Größe der Heimatmärkte bedingt Unterschiede in der absoluten Wachstumsentwicklung – sie hat aber nur begrenzt Auswirkungen auf die relativen Wachstumsraten. Interessant ist daher der Vergleich der relativen Wachstumsentwicklung: Während BP im Ausland annähernd doppelt so schnell wächst (CAGR 16 Prozent) wie im Inland (CAGR acht Prozent), ist dieses Verhältnis im Falle Microsofts nahezu ausgeglichen (CAGR-Inland 18 Prozent vs. CAGR-Ausland 17 Prozent). Außerdem wird beim Vergleich der Umsatzentwicklung deutlich, dass sich das ausländische Wachstum bei BP auf wenige Jahre konzentriert, während es sich bei Microsoft relativ gleichmäßig auf mehrere Jahre verteilt. Die Ursache liegt wahrscheinlich darin begründet, dass die Mineralölbranche stärker als die Softwarebranche durch akquisitorisches Wachstum geprägt ist. Des Weiteren fällt auf, dass die Wachstumsverläufe im In- und Ausland

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

bei Microsoft deutlich synchroner verlaufen als bei BP.[8] Ein Grund dafür könnte sein, dass sich die Softwarebranche in unterschiedlichen Regionen in zeitlicher Hinsicht homogener als die Mineralölindustrie entwickelt.[9]

Die Art und Weise des Wachstums im Ausland lässt sich aber nicht nur durch die Beschreibung der Umsatzentwicklung charakterisieren. Daneben gibt es noch weitere Größen und Merkmale, die das internationale Wachstum charakterisieren. Welche Größen und Merkmale dies sind, soll am Beispiel von BP in Abb. 2 erläutert werden.

Neben der Umsatzentwicklung kann das Wachstum von Unternehmen auch anhand der Mitarbeiterzahl- und Vermögensentwicklung beschrieben werden. Wie in Abb. 2 deutlich wird, können sich diese Größen durchaus unterschiedlich entwickeln. So weicht die Entwicklung der Anzahl der Mitarbeiter sowohl im Hinblick auf den Verlauf als auch auf die durchschnittliche Wachstumsrate deutlich von der Umsatz- oder Vermögensentwicklung ab. Die Ursachen dafür können z. B. in der hohen Kapitalintensität einer Branche liegen. Dies bedeutet, dass eine Steigerung des Absatzes allein durch einen erhöhten technischen Aufwand ohne zusätzlichen Einsatz von Mitarbeitern möglich wäre. Für diese Annahme spricht zunächst auch der relativ synchrone Verlauf zwischen Umsatz und Vermögen. Auf der anderen Seite scheint die Anzahl der Mitarbeiter nur einen sehr begrenzten Einfluss auf die Entwicklung des Umsatzes zu haben.

---

8 Unter Synchronisation wird in dieser Arbeit der zeitliche Abgleich zwischen verschiedenen Aktivitäten verstanden. Bei einem synchronen Verlauf ist das Umsatzverhältnis zwischen Inland und Ausland immer konstant. Eine ausführliche Erläuterung erfolgt im Abschnitt 3.1.3.

9 Mit der Homogenität wird der zeitliche Verlauf einer Aktivität beschrieben. Verlaufen Aktivitäten homogen, handelt es sich um wiederkehrende Routineabläufe; ist deren Verlauf heterogen, handelt es sich um seltene Großereignisse. Eine ausführliche Erläuterung erfolgt im Abschnitt 3.1.3.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

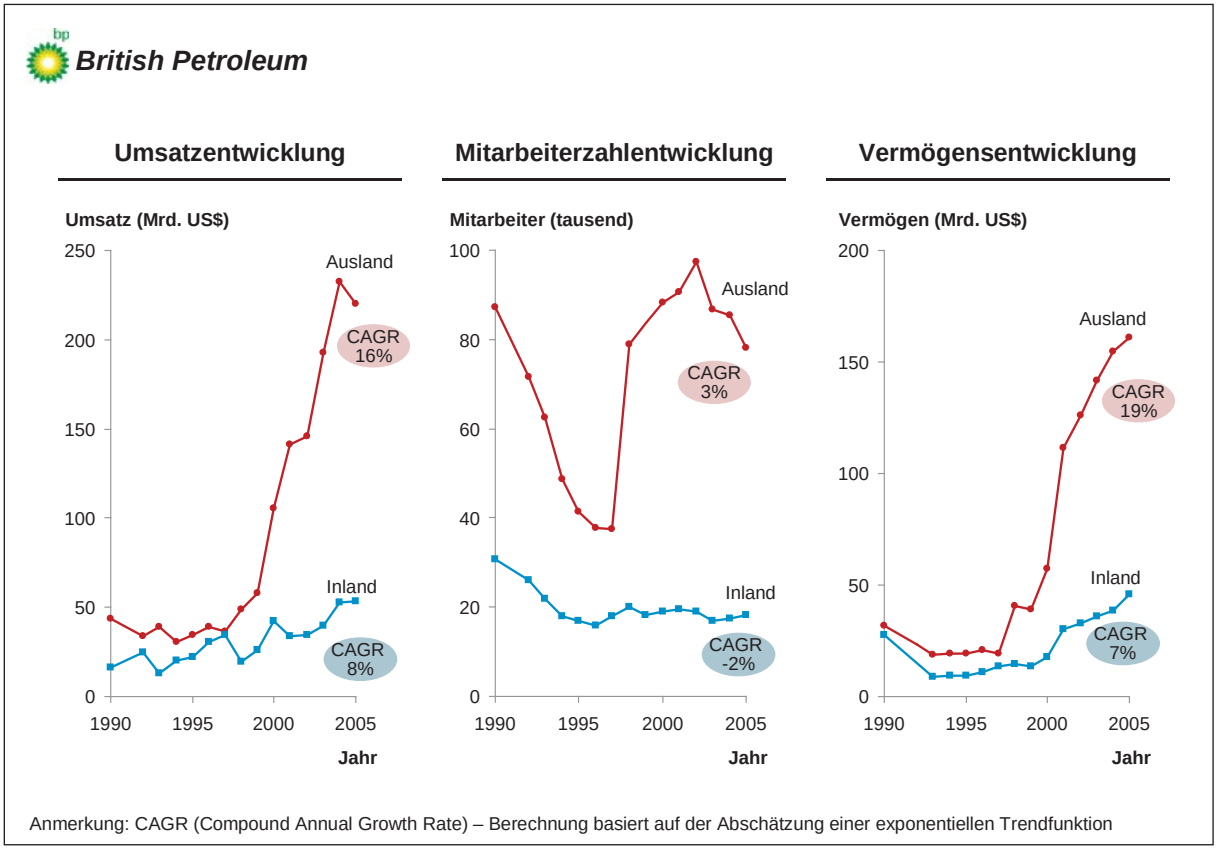

Abb. 2: Verschiedene Wachstumsgrößen von British Petroleum im Vergleich.

Quelle: Daten aus UNCTADs jährlicher Veröffentlichung der Top 100 non-financial TNCs.

An dieser Stelle wird deutlich, dass sich das Wachstum von Unternehmen nicht durch eine Größe oder ein Merkmal beschreiben lässt. Es gibt vielmehr verschiedene Größen (Indikatoren), wie die Umsatz-, Vermögens- und Mitarbeiterentwicklung, durch die sich das Wachstum manifestiert. Zudem können diese Größen durch unterschiedliche Merkmale wie z. B. die durchschnittliche Wachstumsrate, die Homogenität des Verlaufs, die Synchronisation zwischen den Größen oder die Verhältnisse der Wachstumsraten beschrieben werden.

Ausgehend von den beschriebenen Beispielen werden insbesondere zwei Punkte deutlich:

- Unternehmen wachsen und entwickeln sich unterschiedlich und
- das Wachstum wird durch unterschiedliche Größen und Merkmale charakterisiert.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob für jedes Unternehmen das Wachstum durch völlig individuelle Kombinationen von Merkmalsausprägungen charakterisiert wird oder ob bestimmte Kombinationen häufiger auftreten. Inwieweit solche typischen Kombinationen von Merkmalsausprägungen tatsächlich existieren, soll im Rahmen der ersten Forschungsfrage untersucht werden, die lautet:

Welche Typen – Kombinationen von Merkmalsausprägungen – des internationalen Wachstums gibt es?

Sicherlich existiert eine Vielzahl von Faktoren, die möglicherweise Einfluss auf das Vorhandensein bestimmter Typen des internationalen Wachstums haben, wie z. B. die Charakteristika des Herkunftslandes, die Spezifika einer Branche oder bestimmte Fähigkeiten von Unternehmen. Da es nicht möglich sein wird, simultan den Einfluss aller Faktoren auf das internationale Wachstum zu untersuchen, ist es nötig, die oder den relevantesten Faktor(en) zu fokussieren. Ein Faktor, der möglicherweise einen solchen Einfluss hat, ist die Branche. In Abb. 3 ist die Analyse der Wachstumsentwicklung zweier Branchen dargestellt.

Beim Vergleich der Wachstumsverläufe von Unternehmen der Mineralölbranche und der Automobilindustrie in Abb. 3 fällt auf, dass die Wachstumsverläufe der Unternehmen innerhalb einer Branche einander ähnlicher sind als zwischen den Branchen. So ist das ausländische Wachstum der Mineralölunternehmen im Durchschnitt circa doppelt so hoch wie im Automobilbereich. Ein Blick auf die Verteilung des Wachstums zwischen In- und Ausland zeigt, dass das Ausland für die Automobilhersteller die deutlich größere Bedeutung hat. Da der Umsatz in den Heimatmärkten nahezu stagniert, findet das Wachstum in dieser Branche fast nur im Ausland statt. Im Gegensatz dazu verfügt die Mineralölbranche mit einem durchschnittlichen Wachstum von acht Prozent (CAGR) auch über einen wachsenden Inlandsmarkt. Auch beim Wachstumsverlauf gibt es Unterschiede zwischen den Branchen. Während sich das Wachstum bei den Automobilherstellern relativ gleichmäßig auf die Jahre verteilt, konzentriert sich das Wachstum bei den Mineralölfirmen hingegen stärker auf einzelne Jahre.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

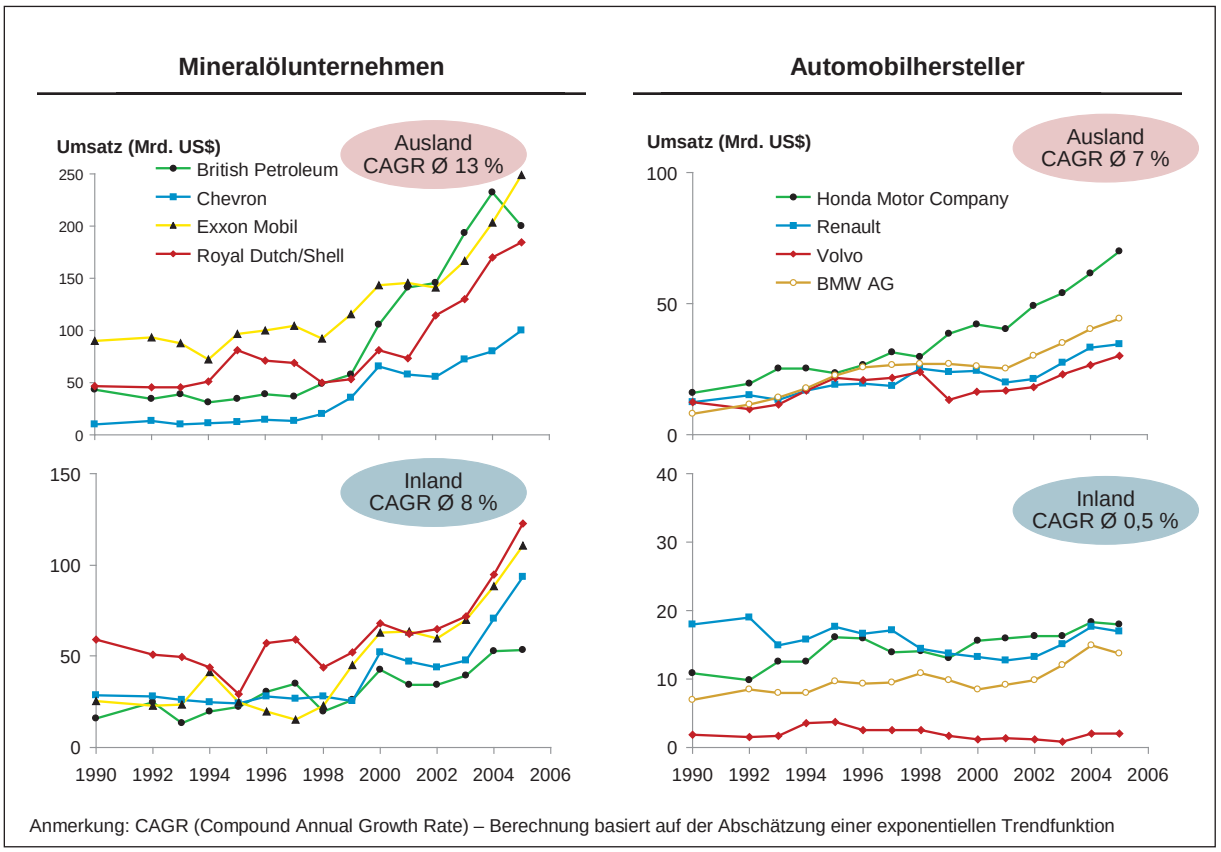

Abb. 3: Umsatzwachstum bei Automobilherstellern und bei Mineralölunternehmen.
Quelle: Daten aus UNCTADs jährlicher Veröffentlichung der Top 100 non-financial TNCs.

An diesen einführenden Betrachtungen wird deutlich, dass die Branche möglicherweise Einfluss auf das Auftreten bestimmter Typen des internationalen Wachstums hat. Die genaue Überprüfung dieser ersten Thesen bildet den Kern der zweiten Forschungsfrage, die lautet:

Haben die Merkmale einer Branche Einfluss auf die Typen des internationalen Wachstums?

In diesem Abschnitt werden die Bedeutung des Wachstums für Unternehmen und insbesondere die internationale Perspektive des Wachstums anhand praktischer Beispiele beleuchtet. Um diese Perspektive besser nachvollziehen zu können, sollen die beiden oben gestellten Forschungsfragen im Rahmen dieser Arbeit beantwortet werden. Die Frage, inwieweit es bereits theoretische Anknüpfungspunkte für die

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Fragestellungen gibt und welcher Forschungsbedarf besteht, bildet den Schwerpunkt des folgenden Abschnitts.

1.2 Theoretische Ansatzpunkte und Forschungsbedarf

In diesem Abschnitt soll der Frage nachgegangen werden, welches Vorwissen über das internationale Unternehmenswachstum in der wissenschaftlichen Literatur existiert und wo Lücken in der bisherigen Forschung bestehen. Solche Lücken sollen mit dieser Arbeit geschlossen werden.

In der vorhandenen Literatur lässt sich zunächst kein Forschungsbereich identifizieren, der sich explizit und in vollem Umfang mit dem Wachstum von Unternehmen aus einer internationalen Perspektive befasst. Teilaspekte des internationalen Wachstums werden jedoch in wissenschaftlichen Artikeln aus den Bereichen der Wachstums- und Internationalisierungsforschung adressiert. Im ersten Abschnitt wird daher zunächst erläutert, wie umfangreich diese Bereiche bisher bereits erforscht wurden. Konkrete Anknüpfungspunkte zum internationalen Wachstum in den beiden Forschungsbereichen Wachstum und Internationalisierung werden anschließend untersucht. Im letzten Abschnitt werden die Ergebnisse zusammengefasst und die Lücken in der bisherigen Forschung benannt.

1.2.1 Umfang der bisherigen Forschung

Wie bereits erläutert gibt es bisher keinen Forschungsbereich, der sich explizit mit dem internationalen Wachstum befasst. Dennoch existiert bereits eine Vielzahl von Arbeiten, die sich mit dem Thema Wachstum oder der Internationalisierung beschäftigen. Ziel in diesem Abschnitt ist es, aufzuzeigen, welcher Umfang an Arbeiten zu diesen Themen bereits existiert, und daraus ein Vorgehen für die weitere Literaturanalyse abzuleiten.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Für einen ersten Überblick über die Menge der verfügbaren Arbeiten wurden 66 Zeitschriften zum strategischen Management und 18 Zeitschriften zum internationalen Management ausgewertet. Die Auswahl der Zeitschriften erfolgte auf Basis der Journal Quality List von Harzing (2010). Für die Auswertung lag der Fokus auf aktuellen Artikeln der letzten zehn Jahre.[10] Die Auswahl relevanter Artikel erfolgt auf Basis der EBSCOhost Business Source® Datenbank per 20.11.2010.

Für die Suche nach Artikeln, die sich mit der Thematik der Internationalisierung oder des Wachstums befassen, wurden jeweils unterschiedliche Suchbegriffe festgelegt. Relevant für diese erste Analyse waren Artikel, bei denen jeweils einer der folgenden Suchbegriffe im Abstract des Artikels enthalten war:[11]

- Internationalisierung: internatio*, multinatio*, global*, world*
- Wachstum: grow*, expans*, increase

Die Definition unterschiedlicher Suchbegriffe ist erforderlich, um auch Artikel zu erfassen, die Synonyme für die Begriffe der Internationalisierung und des Wachstums verwenden. Für die Internationalisierung wurden z. B. die Synonyme „internationalization“, „multinationalization“, „globalisation“ und „world“ verwendet. Zusätzlich wurde ein Stern als Platzhalter eingesetzt, um unterschiedliche Schreibweisen (z. B. internationalisation vs. internationalization), Numeri, Zeitformen oder Wortarten zu berücksichtigen.[12]

Die Suche in der EBSCOhost Business Source® Datenbank hat 4.433 Artikel zum Thema Wachstum und 8.098 Artikel zum Thema Internationalisierung identifiziert. Bereits diese Analyse zeigt, dass es aufgrund der Vielzahl der Artikel in dieser Arbeit nicht möglich ist, in allen identifizierten Arbeiten nach Ansatzpunkten für das internationale Wachstum zu suchen.
In einem weiteren Schritt wurde versucht, die Anzahl der Artikel weiter einzugrenzen. Dazu wurden die Suchbegriffe zum Wachstum und zur Internationalisierung miteinander kombiniert. Das heißt, es wurden nur die Artikel ausgewählt, die mindestens

[10] Berücksichtigt wurden alle Artikel, die seit dem 01.01.2010 erschienen sind.

[11] Es ist anzumerken, dass die Auswahl der Artikel rein technisch erfolgte. Eine inhaltliche Überprüfung war aufgrund der Vielzahl der Artikel nicht möglich.

[12] Für das Vorgehen vgl. Schmid/Kotulla (2009), S. 4-5.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

zwei der o. g. Suchbegriffe enthielten, wobei ein Suchbegriff synonym zum Wachstum und der andere ein Synonym zur Internationalisierung sein musste. Durch die Kombination der Begriffe konnte die Anzahl der relevanten Artikel auf 1.487 reduziert werden. Ein Überblick über die Verteilung der Artikel, die sich sowohl mit dem Wachstum als auch der Internationalisierung befassen, ist in Abb. 4 dargestellt.

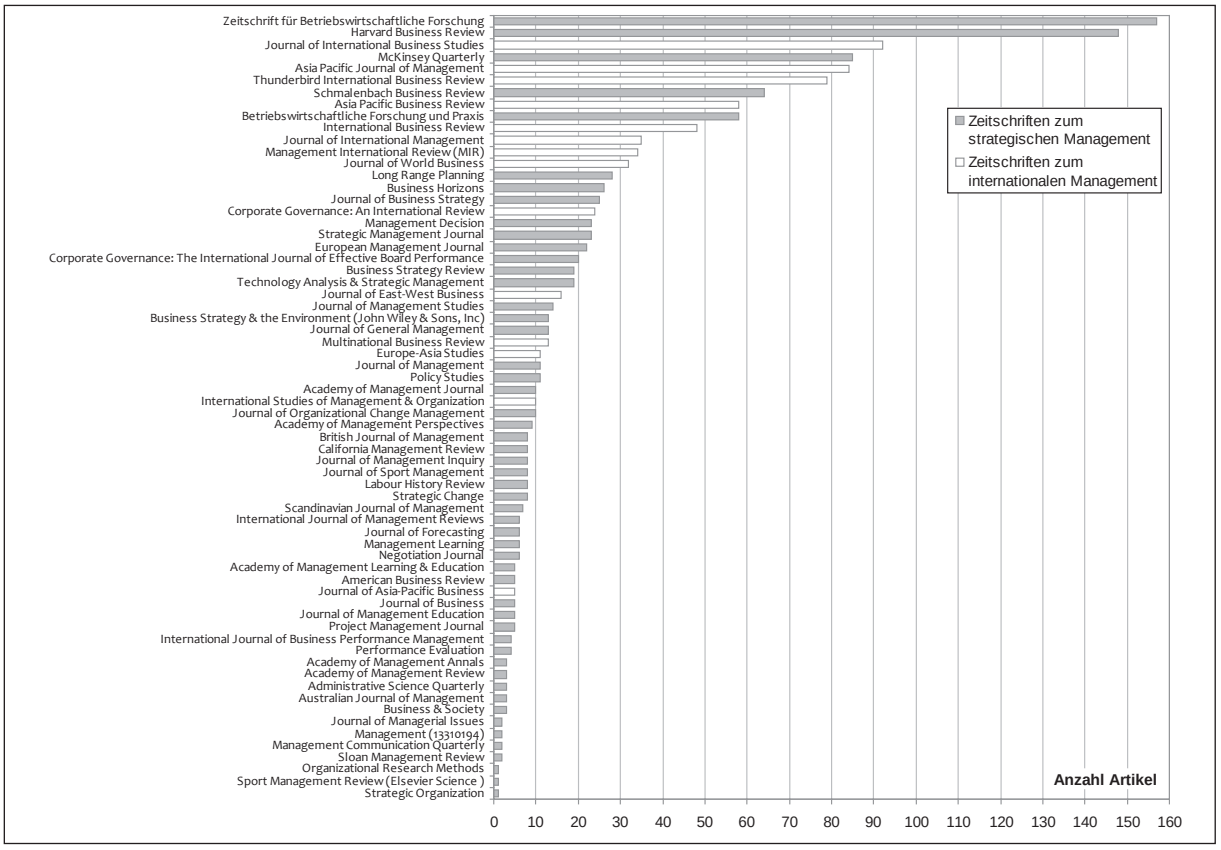

Abb. 4: Übersicht der Artikel zu den Themen Internationalisierung und Wachstum nach Zeitschriften.

Die Auswertung zeigt, dass auch bei dieser Eingrenzung der Suche die Anzahl der identifizierten Artikel zu groß ist, um diese im Rahmen der vorliegenden Arbeit einzeln auf ihren Bezug zum internationalen Wachstum zu überprüfen. Aus diesem Grund ist eine systematische und vollständige Erfassung der relevanten Literatur wie z. B. bei Schmid/Kotulla (2011) oder Schmid/Grosche (2009) nicht möglich. Für die Erfassung der relevanten Literatur für das internationale Wachstum wird daher ein eher pragmatisches Vorgehen gewählt, bei dem zunächst die beiden Themenfelder Internationalisierung und Wachstum auf Basis von Kernfragen weiter eingegrenzt werden. Hinsichtlich der relevanten Kernfragen erfolgt die Auswahl und Analyse

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

wesentlicher Forschungsbeiträge auf Basis bestehender Literaturanalysen und häufig zitierter wissenschaftlicher Beiträge.

1.2.2 Ansatzpunkte in der Wachstumsforschung

Auf dem Gebiet der Wachstumsforschung gibt es wie oben gezeigt eine nahezu unüberschaubare Anzahl wissenschaftlicher Arbeiten, die das Thema „Wachstum" beleuchten. Auch zur Systematisierung dieser Arbeiten existiert eine Reihe von Ansätzen.[13] Vor dem Hintergrund der hier betrachteten Fragestellung eignet sich insbesondere eine Systematisierung entlang von vier Fragestellungen:

- Warum wachsen Unternehmen? Diese Frage wird vorrangig von älteren, deterministischen oder analytischen Arbeiten behandelt.[14] Solche Arbeiten gehen davon aus, dass Unternehmen aufgrund technischer Anforderungen oder Umweltfaktoren wachsen müssen. Arbeiten dieses Charakters haben zum Ziel, die optimale Wachstumsrate von Unternehmen zu bestimmen. Arbeiten, die sich mit dieser Problemstellung befassen, stammen z. B. von Weber (1956), Baumol (1962), Ohlin (1931/1952) und Marris (1964).
- Welche Faktoren beeinflussen das Wachstum von Unternehmen? Auf der Basis von Simulationsmodellen wird der Einfluss externer und interner Faktoren auf das Wachstum von Unternehmen getestet, ohne eine optimale Wachstumsrate zu unterstellen. Arbeiten, die sich mit dieser Fragestellung beschäftigen, stammen z. B. von Gibrat (1931), Penrose (1959), Albach (1965), Jovanovic (1982) oder Davidsson et al. (2002).
- Wie wachsen Unternehmen? Arbeiten, die sich mit dieser Fragestellung befassen, gehen davon aus, dass Unternehmen unterschiedliche Entwicklungsphasen durchlaufen und dass es einen typischen Wachstumsverlauf für ein Unternehmen gibt. Beiträge zu dieser Frage lieferten z. B. Starbuck (1971), Greiner (1972), Tushman/Romanelli (1985) oder Greiner (1998).

---

[13] Vgl. z. B. die Ansätze von Kumar (1985), Davidsson/Wiklund (2000) oder Hutzschenreuter (2004).

[14] Analytische Arbeiten verfolgen das Ziel, die optimale Wachstumsrate eines Unternehmens in Abhängigkeit von internen und externen Faktoren zu ermitteln. Vgl. dazu Hutzschenreuter (2004), S. 3–4.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

- In welche Richtung wachsen Unternehmen? Diese Fragestellung wird vorwiegend im Kontext der Diversifikation diskutiert. Veröffentlichungen zu dieser Fragestellung gehen davon aus, dass Unternehmen mehrere Möglichkeiten[15] haben, zu wachsen; welche davon gewählt wird, ist eine strategische Entscheidung des Managements. Wichtige Veröffentlichungen zu diesem Aspekt des Wachstums stammen z. B. von Ansoff (1958), Ansoff (1965), Penrose (1959), Chandler (1962) und Gerybadze/Stephan (2003).

Von den vier erläuterten Fragestellungen werden Teilaspekte des internationalen Wachstums vor allem im Zusammenhang mit den Fragen, die sich mit der Richtung des Wachstums und Einflussfaktoren des Wachstums befassen, behandelt. Welche Teilaspekte dort behandelt werden, wird im Folgenden dargestellt.

Zunächst soll der Bereich behandelt werden, der sich mit der Richtung des Wachstums befasst. Einer der ersten Ansätze zur systematischen Erfassung verschiedener Wachstumsrichtungen wurde von Ansoff (1958) entwickelt. Ansoff unterscheidet vier Wachstumsrichtungen: Marktdurchdringung (Wachstum mit bestehenden Produkten in bestehenden Märkten), Produktentwicklung (Wachstum mit neuen Produkten in bestehenden Märkten), Markterweiterung (Wachstum mit bestehenden Produkten in neuen Märkten) und die Diversifikation (Wachstum mit neuen Produkten in neuen Märkten). Später fügte er noch die internationale Diversifikation hinzu, d. h. die Entwicklung neuer internationaler Märkte für neue und bestehende Produkte.[16] Ein weiterer bedeutender Ansatz wurde von Penrose (1959) entwickelt. Ausgehend von Ansoff (1965) ergänzte sie das Wachstum der Ressourcenbasis eines Unternehmens als eine weitere Wachstumsrichtung.[17] Neuere Untersuchungen zeigen zudem, dass Unternehmen nicht nur in eine „Richtung“ wachsen, sondern simultan in neue (internationale) Märkte expandieren, neue Produkte einführen, neue Produktionsanlagen eröffnen etc. Die Komplexität wird zusätzlich dadurch gesteigert, dass das übergreifende Wachstum von der Kombination der verschiedenen Wachstumsrichtungen abhängt und diese sich zudem gegenseitig beeinflussen. So haben Gerybadze/Stephan (2003) festgestellt, dass einzelne Wachstumsrichtungen nicht

[15] Vgl. Abschnitt 1.1.

[16] Vgl. Ansoff (1958), S. 402–403 und Ansoff (1965), S. 108–109.

[17] Vgl. Penrose (1959), S. 110–111.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

völlig unabhängig voneinander sind, so beeinflusst z. B. die Expansion in neue (internationale) Märkte auch das Wachstum der Produktion.[18]

Neben dem Forschungsbereich, der sich mit den Wachstumsrichtungen befasst, können auch in den Arbeiten, die sich mit den Einflussfaktoren des Wachstums befassen, Anknüpfungspunkte zum internationalen Wachstum gefunden werden. Die Einflussfaktoren des Unternehmenswachstums wurden bereits in einer Vielzahl empirischer Studien getestet. Die Einflussfaktoren können in drei Kategorien gruppiert werden: externe, interne und demografische Faktoren.[19] Externe Faktoren sind außerhalb eines Unternehmens liegende Determinanten, die entweder mit einer Branche oder der geografischen Lage eines Unternehmens verknüpft sind. Nahezu alle empirischen Studien zeigen, dass die Branche entscheidenden Einfluss auf das Unternehmenswachstum hat. Im Unterschied dazu werden Faktoren, die auf die geografische Lage zurückzuführen sind, lediglich von wenigen empirischen Studien als Einflussfaktoren bestätigt.[20] Interne Einflussfaktoren beziehen sich direkt auf das Unternehmen, und zwar auf dessen Fähigkeiten und Ressourcen. Faktoren, die in diesem Zusammenhang häufig in empirischen Arbeiten untersucht wurden, sind die Qualität des Managements, die Qualität der Anlagen sowie die Unternehmensstruktur und -prozesse. Ein Zusammenhang zwischen diesen Faktoren und dem Unternehmenswachstum konnte jedoch nur in einem kleinen Teil der analysierten Arbeiten empirisch bestätigt werden.[21] Die dritte Gruppe der Einflussfaktoren sind demografische Faktoren, wie z. B. Größe und Alter eines Unternehmens.[22] Auch wenn sich diese Faktoren wie die internen Faktoren direkt auf das Unternehmen beziehen, können sie dennoch in geringerem Maße direkt durch das Management beeinflusst werden. In nahezu allen untersuchten empirischen Arbeiten konnte nachgewiesen werden, dass Größe und Alter eines Unternehmens negativen Einfluss auf das relative Unternehmenswachstum haben.[23]

---

[18] Vgl. Gerybadze/Stephan (2003). Offen bleibt, was unter „übergreifendem Wachstum“ verstanden wird.

[19] Vgl. Canals (2005), S. 365–373, Kortzfleisch/Zahn (1988), S. 436–437.

[20] Vgl. Davidsson et al. (2002), Delmar et al. (2003), Gerybadze/Stephan (2004) oder Almus (2002).

[21] Vgl. Kolvereid (1992), Chandler/Hanks (1994), Birley/Westhead (1994) oder Siegel et al. (1993).

[22] Es ist kritisch anzumerken, dass demografische Faktoren auch den internen Faktoren zugerechnet werden können. Ein gesonderter Ausweis erfolgte, da diese Faktoren nicht direkt durch das Management eines Unternehmens beeinflusst werden können.

[23] Vgl. Evans (1987), Hall (1987) oder Dunne et al. (1989).

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Hinsichtlich der Wachstumsforschung kann abschließend festgehalten werden, dass das internationale Wachstum als eine mögliche Wachstumsrichtung von Unternehmen untersucht wurde. Herauszustellen ist, dass die verschiedenen Wachstumsrichtungen – z. B. die Erschließung neuer internationaler Märkte und das Wachstum auf dem Heimatmarkt – voneinander abhängig sind. Zudem zeigen empirische Studien, dass das Wachstum von Unternehmen wesentlich von Branchenfaktoren und demografischen Faktoren beeinflusst wird.[24]

1.2.3 Ansatzpunkte in der Internationalisierungsforschung

Nachdem im vorangegangenen Abschnitt Anknüpfungspunkte für das internationale Wachstum in der Wachstumsforschung betrachtet wurden, steht im Folgenden die Internationalisierungsforschung im Mittelpunkt der Betrachtung.

Die Internationalisierungsforschung beschäftigt sich im Wesentlichen mit vier Fragestellungen: „Warum“, „Wie“, „Wann“ und „Wo“ internationalisieren Unternehmen?[25] Für das internationale Wachstum sind die Fragen nach dem „Wie?“ und dem „Warum?“ besonders relevant. Bei der Frage nach dem „Wie?“ werden die Prozesse und damit die Dynamik der Internationalisierung analysiert. Diese können auch Hinweise auf den Verlauf des internationalen Wachstums geben. Beim „Warum?“ werden die Ursachen der Internationalisierung und damit mögliche Einflussfaktoren des internationalen Wachstums betrachtet. Die Frage nach dem „Wo?“ ist für das internationale Wachstum weniger wichtig, da sich „international“ nur auf das Ausland als Ganzes bezieht und keine Differenzierung nach einzelnen Ländern oder Regionen stattfindet.[26] Bei der Frage nach dem „Wann“ geht es darum, den Zeitpunkt zu bestimmen, zu dem ein Unternehmen das erste Mal die Grenzen des Heimatlandes überschreitet und international aktiv wird. Erst ab diesem Zeitpunkt kann das Unternehmen überhaupt international wachsen. Für das internationale Wachstum ist es daher nicht

---

[24] Im weiteren Verlauf der Arbeit werden nur die Branchenfaktoren als Bestimmungsfaktoren für das internationale Wachstum herangezogen. Im Folgenden wird noch gezeigt, dass die demografischen Faktoren im Unterschied zu den Branchenfaktoren nur einen geringen Einfluss auf die Internationalisierung haben (vgl. Abschnitt 1.2.3 und 2.4).

[25] Vgl. Kutschker/Schmid (2006), S. 371–372.

[26] Vgl. dazu auch die Definition des internationalen Wachstums im Abschnitt 1.3.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

entscheidend, wann der erste Schritt erfolgt, sondern wie es sich ab diesem Zeitpunkt entwickelt. Aus diesem Grund ist die Frage nach dem „Wann?“ ebenfalls von geringerer Bedeutung.[27]

An erster Stelle sollen die Anknüpfungspunkte in der Internationalisierungsforschung, die sich mit den Prozessen und der Dynamik der Internationalisierung befassen, besprochen werden. Es gibt bereits Ansätze, die den Prozess der Internationalisierung betrachten. Dazu gehören z. B. die Produktlebenszyklustheorie von Vernon (1966), der Internationalisierungsprozess – Uppsala u. a. Johanson/Vahlne (1977), der GAINS-Ansatz u. a. von Macharzina/Engelhard (1991) oder das „Drei E“-Konzept u. a. von Kutschker et al. (1997) und Kutschker/Schmid (2006).

In der Produktlebenszyklustheorie beispielsweise wird die Internationalisierung in Phasen beschrieben, in denen ein Unternehmen zunächst seine Produkte ausschließlich im Inland produziert und vertreibt, in einem weiteren Schritt ausländische Märkte über Exporte erschließt und schlussendlich seine Produktion schrittweise ins Ausland verlagert.[28] Bezogen auf das internationale Wachstum können aus dieser Theorie Wachstumsentwicklungen auf der Absatz- und Produktionsseite sowohl im Inland als auch im Ausland abgeleitet werden. Ein anderes Beispiel ist das „Drei E“-Konzept. Bei diesem Konzept wird davon ausgegangen, dass die Internationalisierung in verschiedenen Prozesskategorien – Evolution, Episode und Epoche – verläuft. Die drei Kategorien variieren hinsichtlich des Ausmaßes, der Geschwindigkeit und der Dauer der Veränderung.[29] Sollten diese Prozesskategorien existieren, müssten sie sich auch im internationalen Wachstum widerspiegeln. So müsste es z. B. kurze Perioden mit schnellen, aber geringen Veränderungen des internationalen Wachstums bzw. lange Perioden mit langsamen, aber starken Veränderungen des internationalen Wachstums geben.

---

[27] Auch wenn die Frage nach dem „Wann“ weniger relevant für das internationale Wachstum ist, so gibt es Faktoren, wie z. B. Größe, Alter, Innovationsfähigkeit eines Unternehmens, die sowohl Einfluss auf den Zeitpunkt der Internationalisierung (vgl. Oesterle (1997) als auch auf die Dynamik der Internationalisierung haben. Diese Zusammenhänge werden separat im Rahmen der Bestimmungsfaktoren betrachtet.

[28] Vgl. Vernon (1966).

[29] Vgl. Kutschker/Schmid (2006), S. 1055–1183, Kutschker et al. (1997) und Bäurle (1996).

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Zusammenfassend lassen sich aus den Ansätzen, die sich mit den Prozessen und der Dynamik der Internationalisierung befassen, Aussagen zum internationalen Wachstum ableiten. Es fällt jedoch auf, dass bis auf die Produktlebenszyklustheorie die oben genannten Ansätze nur die Entwicklung im Ausland berücksichtigen – das gesamte Wachstum eines Unternehmens bzw. das Wachstum im Inland wird nicht berücksichtigt.

Nach der Erläuterung der Prozesse und der Dynamik der Internationalisierung werden im Folgenden wissenschaftliche Arbeiten betrachtet, die sich mit den Einflussfaktoren der Internationalisierung befassen. Faktoren, die die internationale Expansion beeinflussen, lassen sich in drei Kategorien einteilen: Land, Branche und spezifische Merkmale des Unternehmens selbst. Länderspezifische Faktoren der Internationalisierung werden im Wesentlichen von traditionellen Theorien adressiert. Viele Theorien sehen in länderspezifischen Kostenunterschieden einen wesentlichen Treiber der Internationalisierung. So hat beispielsweise ein Unternehmen, das in einem Land mit geringen Produktionskosten beheimatet ist, einen Vorteil gegenüber Unternehmen aus Ländern mit hohen Produktionskosten. Diesen Kostenvorteil wird das Unternehmen, das in einem Land mit niedrigen Produktionskosten beheimatet ist, nutzen, um seine Produkte im Ausland zu einem günstigen Preis anzubieten.[30] Andere Theorien sehen z. B. unterschiedliche Zinsniveaus als einen wesentlichen Treiber, um im Ausland zu investieren.[31] Die zweite Art von Faktoren, die die Internationalisierung beeinflussen, bezieht sich auf spezifische Eigenschaften der Branche, wie z. B. die Wettbewerbssituation. Knickerbocker (1973) und Graham (1978) entwickelten eine Theorie, nach der in oligopolistischen Märkten die Entscheidung eines Wettbewerbers, einen ausländischen Markt zu erschließen, auch die Mitwettbewerber zu einem solchen Schritt zwingen würde. Der dritte Typ der Faktoren bezieht sich direkt auf spezifische Merkmale des Unternehmens selbst. Ein solches Merkmal ist z. B. der Grad der technologischen Innovation eines Unternehmens. Die Theorie von Posner (1961) geht beispielsweise davon aus, dass ein Unternehmen, das innovative Produkte herstellt, diese auch bald im Ausland vertreiben wird, da auch ausländische

[30] Vgl. z. B. Smith (1775/1976), Ricardo (1817/1970), Heckscher (1919/1949) oder Ohlin (1931/1952).

[31] Vgl. z. B. Nurske (1935), Iversen (1936/1967), Heidhues (1969).

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Kunden von diesen Produkten erfahren und diese dann nachfragen. Weitere Merkmale sind die spezifischen Ressourcen und Fähigkeiten eines Unternehmens.[32]

Abschließend kann festgehalten werden, dass sich aus den prozessualen/dynamischen Ansätzen Aussagen zum internationalen Wachstum von Unternehmen ableiten lassen, diese sich jedoch bis auf wenige Ausnahmen auf das Wachstum im Ausland beziehen. Eine explizite Betrachtung des internationalen Wachstums erfolgt nicht. Des Weiteren gibt es zahlreiche Theorien, nach denen die Internationalisierung von Unternehmen durch Länder, Branchen und unternehmensspezifische Faktoren determiniert wird.

1.2.4 Forschungsbedarf

Wie bereits deutlich wurde, zählt das Wachstum von Unternehmen zu einem der wichtigsten Ziele und damit auch zu einer wesentlichen Aufgabe der Unternehmensführung. Entsprechend dieser Bedeutung liegen bereits zahlreiche Arbeiten vor, die sich mit Unternehmenswachstum befassen. In diesen Arbeiten wurde ebenfalls das internationale Wachstum als eine mögliche Wachstumsrichtung identifiziert und analysiert.

Während das internationale Unternehmenswachstum im Rahmen der Wachstumsforschung – ein Bereich, der dem strategischen Management zugerechnet werden kann – betrachtet wird, wurde diese Problematik trotz ihrer Bedeutung für das internationale Management bisher nicht oder nur implizit aufgegriffen. Wie bereits dargelegt existieren zwar zahlreiche Ansätze und Theorien, die sich mit Prozessen und Dynamik der Internationalisierung befassen, eine Betrachtung des Wachstums aus einer internationalen Perspektive erfolgte bisher jedoch nicht. Um dem Anspruch des internationalen Managements, sich mit den internationalen Besonderheiten der gesamten Unternehmung zu beschäftigen, gerecht zu werden, ist eine Betrachtung des internationalen Wachstums aber unbedingt notwendig.[33] Dabei ist vor allem wichtig,

[32] Vgl. Hymer (1976).

[33] Vgl. Schmid/Oesterle (2009), S. 10–13.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

dass das internationale Wachstum nicht isoliert betrachtet wird, sondern, wie mit dieser Arbeit beabsichtigt, in die bestehenden Theorien und Konzepte des internationalen Managements integriert wird.

Des Weiteren wird der Bereich, der sich mit der Entwicklung internationaler Unternehmen im Zeitablauf und dem Einfluss der Umwelt befasst, als eine der zentralen Problemstellungen des internationalen Managements gesehen.[34] Die beiden in Abschnitt 1.1 genannten Fragestellungen zielen genau auf dieses Problem ab. Durch die Typen des internationalen Wachstums soll die Entwicklung von Unternehmen klassifiziert, beschrieben sowie der Einfluss der Umwelt – mit dem Fokus auf die Branche – auf die Entwicklung der Unternehmen genauer charakterisiert werden.

Ziel dieser Arbeit ist es, die internationalen Besonderheiten des Unternehmenswachstums zu beleuchten und in den Gesamtkontext des internationalen Managements zu integrieren.

1.3 Begriffliche Einordnung

Nachdem in den vorangegangenen Abschnitten bereits mehrfach der Begriff des internationalen Wachstums gefallen ist, soll dieser im Folgenden genauer definiert werden. Da in der Literatur bis dato keine explizite Definition existiert, soll ausgehend von den beiden miteinander verbundenen Begriffen eine Definition erarbeitet werden. Dazu werden im Folgenden jeweils die Begriffe „Internationalisierung“ und „Wachstum“ theoretisch eingeordnet und definiert. Die Ableitung einer Definition des internationalen Wachstums erfolgt am Ende des Abschnitts durch die Verknüpfung der beiden Begriffe.

Das Phänomen des Wachstums wird in den Wirtschaftswissenschaften sowohl aus einer gesamtwirtschaftlichen als auch aus einer einzelwirtschaftlichen Perspektive betrachtet. Das gesamtwirtschaftliche Wachstum, das sich in der Regel auf ein Land oder eine Region bezieht, wird in der Theorie und Praxis durch die Veränderung des

[34] Vgl. Schmid/Oesterle (2009), S. 27.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Bruttonationaleinkommens[35] ausgedrückt. Basis für dessen Bestimmung ist die Messung einzelwirtschaftlicher Teilleistungen, „… die von der einzelnen Unternehmung als einer Produktionseinheit ausgehen“.[36] Obwohl das gesamtwirtschaftliche Wachstum aus der Addition der einzelwirtschaftlichen Wachstumsgrößen berechnet wird, gibt es für die Bestimmung des Wachstums einzelner Unternehmen keine einheitliche Begriffsdefinition bzw. eindeutige Messgröße.[37] Im Folgenden gilt es daher, den Begriff des Unternehmenswachstums, wie er in dieser Arbeit Anwendung findet, zu spezifizieren.

Das Unternehmenswachstum ist ein spezifischer Prozess in der Entwicklung eines Unternehmens und stellt damit eine Zeitraumbetrachtung dar. Das Ergebnis dieses Prozesses repräsentiert die auf einen bestimmten Zeitraum bezogene Änderung der Unternehmensgröße.[38] Damit diese Änderung der Unternehmensgröße als Wachstum bezeichnet werden kann, müssen die folgenden Anforderungen erfüllt werden:[39]

- Es handelt sich um eine positive Größenänderung typischer Merkmalsausprägungen des zu beurteilenden Objekts.[40]
- Die Größenänderung muss langfristig und damit unabhängig von kurzfristigen Schwankungen sein.[41]
- Als dritte Anforderung wird die Größenänderung als das Ergebnis eines Prozesses aufgefasst.[42]

---

35 Entspricht dem früheren Bruttosozialprodukt. Vgl. Fischbach/Wollenberg (2007), S. 107–108.

36 Tinnefeld (1965), S. 15.

37 Vgl. Küting (1980), S. 24–28, Sykes et al. (2004), S. 10–15, Münstermann (1968), S. 727–730 und Tinnefeld (1965), S. 15.

38 Vgl. Hutzschenreuter (2004), S. 1, Kortzfleisch/Zahn (1988), S. 432 und Dieckhaus (1993), S. 76–77.

39 Vgl. Küting (1980), S. 36–38.

40 Vgl. Hauth (1964), S. 24, Müller (1964), S. 186, Albach (1965), S. 10, Brockhoff (1966), S. 14, Grimm (1966), S. 17, Kieser (1976), S. 4301.

41 Vgl. Langenegger (1964), S. 201, Müller (1964), S. 186, Münstermann (1968), S. 731 und Bea (1974), S. 446. Darüber, was unter „Langfristigkeit“ zu verstehen ist, gibt es verschiedene Auffassungen. Zum einen wird darunter ein von der Kalenderzeit losgelöster relativer Zeitraum, der zur „… Durchführung grundlegender Betriebsgrößenänderungen“ notwendig ist, verstanden (Luckan (1970), S. 45). Zum anderen wird mit Langfristigkeit eine bestimmte Zeitdauer verbunden; während Fröhlich (1968), S. 22, z. B. von einem Zeitraum von einem Jahr ausgeht, stellt Marris (1964), S. 130, auf einen Zeitraum von fünf Jahren ab.

42 Vgl. Penrose (1959), S. 88, Brockhoff (1966), S. 13, Luckan (1970), S. 53, Jäger (1974), S. 16 und Hutzschenreuter (2001), S. 34.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Die drei beschriebenen Anforderungen an die Größenänderung bilden auch die Basis für das dieser Arbeit zugrunde liegende Wachstumsverständnis. Hinsichtlich des ersten Kennzeichens, der positiven Größenänderung, erfolgt jedoch eine Erweiterung in der Art, dass neben der positiven auch eine negative Größenänderung unter dem Begriff des Unternehmenswachstums subsumiert wird. Damit wird die Wachstumsbetrachtung nicht nur auf die Expansionsphase beschränkt, sondern es werden auch die Stagnation und die Kontraktion in die Betrachtung eingeschlossen. Eine solche Erweiterung ist insbesondere aus folgenden Gründen sinnvoll:

- Unternehmen entwickeln sich im Zeitverlauf unterschiedlich; Phasen positiven Wachstums können sich mit Phasen negativen Wachstums abwechseln. Die ausschließliche Betrachtung des positiven Wachstums würde daher nur einen Teil der Entwicklung eines Unternehmens erfassen.[43]
- Sowohl beim negativen als auch beim positiven Wachstum handelt es sich grundsätzlich um den gleichen Prozess. Auch wenn dieser Prozess nicht immer von denselben Faktoren beeinflusst wird, wäre ohne die Berücksichtigung beider Sichtweisen eine kontinuierliche Betrachtung des jeweiligen Prozesses nicht möglich.[44]
- Ein weiterer Grund für die sowohl das positive als auch das negative Wachstum berücksichtigende Betrachtung ergibt sich aus dem Thema der Arbeit. Bei der Betrachtung des Wachstums im In- und Ausland ist zu erwarten, dass sich die Geschäftsaktivitäten eines Unternehmens im In- und Ausland gegenläufig entwickeln können. Aus Gründen der Vollständigkeit ist es sinnvoll, diese Effekte gemeinsam in einer geeigneten Messgröße zu erfassen.

Damit kann das dieser Arbeit zugrunde liegende Wachstumsverständnis wie folgt spezifiziert werden: Wachstum ist definiert als eine langfristige Größenänderung, die das Ergebnis eines Prozesses abbildet.

Die Internationalisierung ist das zweite Phänomen, das neben dem Wachstum bei der begrifflichen Einordnung des internationalen Wachstums von Bedeutung ist. Bevor definiert werden kann, was darunter im Rahmen der Arbeit verstanden wird,

---

[43] Hutzschenreuter (2004), S. 1 und Kürpig (1981), S. 24–25.

[44] Vgl. Kürpig (1981), S. 24–25 und Albach et al. (1985), S. 126.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

gilt es zunächst, die Objekte der Internationalisierung zu benennen und den Betrachtungsrahmen festzulegen. Zu diesen Objekten werden die Märkte, die Unternehmen und sonstige Bereiche gezählt.[45]

Märkte als Objekt der Internationalisierung spielen insbesondere bei volkswirtschaftlichen Betrachtungen eine zentrale Rolle. Dabei werden die Märkte für Waren und Dienstleistungen, Arbeitsmärkte sowie die Finanz- und Kapitalmärkte betrachtet und beispielsweise als nationale, regionale oder globale Märkte charakterisiert.[46] Eng verbunden mit der Internationalisierung der Märkte ist die Internationalisierung von Unternehmen. Diese können ebenfalls beispielsweise als national, regional oder global charakterisiert werden. Auch wenn die Internationalisierung häufig auf die ökonomischen Institutionen Markt und Unternehmen bezogen wird, wirkt sich die Internationalisierung auch auf weitere Lebensbereiche aus; dazu gehören z. B. Kultur, Rechtswesen, Technik und Kommunikation, Wissenschaften sowie Politik.[47] An diesen Beispielen wird deutlich, dass die Internationalisierung neben der Wirtschaft eine Reihe weiterer Lebensbereiche tangiert. Die gleichzeitige Betrachtung aller genannten Bereiche ist jedoch mit einer hohen Komplexität verbunden. Daher wird in dieser Arbeit der Fokus auf das Unternehmen als Objekt der Internationalisierung gelegt.

Mit der Frage, wann ein Unternehmen als internationales Unternehmen klassifiziert werden kann, haben sich bereits zahlreiche Forscher beschäftigt.[48] Eine klare Definition, nach der ein Unternehmen eindeutig als internationales oder nationales Unternehmen gelten kann und was unter einem internationalen Unternehmen verstanden wird, existiert nach Macharzina/Oesterle (2002), S. 591–597, nicht. In den einzelnen Definitionen werden vielmehr unterschiedliche Aktivitäten in variierendem Umfang als Voraussetzung für die Internationalität eines Unternehmens angeführt. In vielen Definitionen gilt die Präsenz im Ausland mittels einer eigenen Niederlassung als wesentliches Kriterium. Dementsprechend reicht es nicht aus, wenn ein Unternehmen einen

---

45 Im Hinblick auf die Objekte der Internationalisierung wird die Internationalisierung der Globalisierung gleichgesetzt.

46 Vgl. Kutschker/Schmid (2006), S. 156–165 und Kuchinka (2004), S. 7–10.

47 Vgl. weitere Erläuterung zu den Objekten der Internationalisierung; siehe Kutschker/Schmid (2006), S. 156–165 und Kuchinka (2004), S. 7–10.

48 Für einen Überblick über verschiedene Definitionen vgl. Kutschker/Schmid (2006), S. 237, oder auch Annavarjula/Beldona (2000), S. 51–52.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

bestimmten Anteil des Umsatzes oder des Gewinns im Ausland erzielt, um als internationales Unternehmen klassifiziert zu werden. Im Gegensatz zu einem dergestalt engen Verständnis soll der Begriff des internationalen Unternehmens in dieser Arbeit viel breiter gefasst werden. Nach Kutschker/Schmid (2006) werden Unternehmen als international bezeichnet, wenn sie „… in substanziellem Umfange in Auslandsaktivitäten involviert sind. Damit einher gehen regelmäßige Transaktionsbeziehungen mit Wirtschaftssubjekten im Ausland."[49] Diese Definition bildet die Basis für das dieser Arbeit zugrunde liegende Verständnis der Internationalisierung.

Abschließend soll auf die unterschiedliche Verwendung des Begriffes „Internationales Unternehmen" hingewiesen werden. In dieser Arbeit werden solche Unternehmen als internationale Unternehmen begriffen, die entsprechend der obigen Definition Auslandsaktivitäten durchführen. In einigen Ansätzen des internationalen Managements steht das internationale Unternehmen jedoch auch für eine spezifische Ausprägung internationaler Aktivitäten. Dies sind Ansätze, die Unternehmen auf der Basis von Kontingenzfaktoren in verschiedene (Strategie-)Typen einteilen, wie z. B. die Ansätze von Bartlett/Ghoshal (1991), Leong/Tan (1993) oder Meffert (1989). Eine solche differenzierte Perspektive soll, wenn im Folgenden von internationalen Unternehmen gesprochen wird, zunächst nicht eingenommen werden.

Nachdem die Begriffe Internationalisierung und Wachstum theoretisch eingeordnet und definiert wurden, sollen sie im Folgenden zum Zweck der Charakterisierung des internationalen Wachstums zusammengeführt werden. Obwohl in verschiedenen wissenschaftlichen Veröffentlichungen häufig von „internationaler Expansion", „internationalen Wachstumsstrategien" oder vom „Wachstum durch Internationalisierung" gesprochen wird, fehlt bisher eine klare Definition, was unter dem Begriff des internationalen Wachstums zu verstehen ist.[50]

Eine Möglichkeit, das internationale Wachstum zu charakterisieren, besteht darin, die allgemeine Definition des Wachstums auf das Ausland zu übertragen und die Entwicklung im Inland vollständig auszublenden. Durch eine solche Begriffsdefinition

---

[49] Kutschker/Schmid (2006), S. 245 und 236–238.

[50] Vgl. z. B. Küting (1980), Barkema/Vermeulen (1998), Andersen/Kheam (1998) und Strietzel (2005).

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

können die Merkmale des Wachstums zwar einfach auf einen Teilbereich der Unternehmensentwicklung im Ausland übertragen werden, hinsichtlich der Charakteristika der Internationalisierung bleiben jedoch noch zwei Punkte offen. Erstens ist es nicht möglich, die in der Definition der Internationalisierung genannten Transaktionsbeziehungen bei Ausblendung des Inlands vollständig zu erfassen. Zweitens ist es schwer abzuschätzen, ob es sich um „substanzielles“ Engagement im Ausland handelt. Dies ist nur möglich, wenn eine Größe wie beispielsweise der Umsatz im Inland als Referenzmaßstab herangezogen wird.

Um dieser Anforderung gerecht zu werden, erscheint es sinnvoll, neben dem Wachstum im Ausland auch das Wachstum im Inland zu betrachten. Der Begriff des internationalen Wachstums von Unternehmen kann damit durch folgende Merkmale spezifiziert werden:

- Die Veränderung der Größe der Auslands- und Inlandsaktivitäten eines Unternehmens ist das zentrale Kennzeichen des internationalen Wachstums.
- Das internationale Wachstum ist das Ergebnis von Transaktionsbeziehungen zwischen Inland und Ausland.
- Bei den Transaktionsbeziehungen handelt es sich nicht um einzelne sporadische Aktivitäten, sondern um einen auf Dauer angelegten Prozess.

Im Unterschied zur ersten angeführten Möglichkeit der Charakterisierung handelt es sich beim internationalen Wachstum nicht um eine ausschließliche Betrachtung des Wachstums im Ausland, sondern um eine differenziertere Darstellung des Auslands und des Inlands.

1.4 Vorgehen und Struktur der Arbeit

In diesem Abschnitt sollen der Aufbau und die Logik der vorliegenden Arbeit beschrieben werden. Zunächst soll anhand der Vorstellung der folgenden Kapitel sowie deren Zielsetzungen ein Gesamtüberblick über den Verlauf der Arbeit gegeben werden. Anschließend wird der Aufbau der Kapitel skizziert.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Die Arbeit ist in sechs Kapitel unterteilt. Im ersten Kapitel erfolgte eine Einführung in die Thematik mit dem Ziel, die Problemstellung zu erläutern sowie die konkreten Forschungsfragen zu formulieren. Im zweiten Kapitel folgt ein Überblick über das Forschungsfeld. Aufgrund der Weitläufigkeit des Themenfeldes ist es nicht möglich, alle bisher dazu verfassten wissenschaftlichen Arbeiten aufzugreifen. Vielmehr wird das internationale Wachstum in das Forschungsfeld eingeordnet; des Weiteren werden die für diese Arbeit relevanten theoretischen und empirischen Forschungserkenntnisse dargelegt. Ziel ist es, Ansatzpunkte zu identifizieren, die bei der Beantwortung der Forschungsfragen helfen könnten. Die Weiterentwicklung dieser Ansatzpunkte zu einem theoretischen Modell internationalen Wachstums bildet den Kern des dritten Kapitels. Mit diesem theoretischen Modell wird beabsichtigt, die unterschiedlichen Ausprägungen des internationalen Wachstums konsistent zu beschreiben und Abhängigkeiten von Kontextfaktoren auf Basis kontingenztheoretischer Überlegungen abzuleiten. Bevor dieses theoretische Modell mit realen Daten getestet werden kann, wird im vierten Kapitel ein empirisches Vorgehen definiert. Dies umfasst die Datenbeschaffung, die Operationalisierung von Merkmalen des internationalen Wachstums und das Vorgehen bei der Datenauswertung. Auf der Basis des definierten Vorgehens wird im fünften Kapitel das theoretische Modell des internationalen Wachstums an realen Wachstumsentwicklungen von Unternehmen getestet und die Ergebnisse werden vorgestellt. Im sechsten Kapitel werden abschließend die Ergebnisse diskutiert.

Nach dem Gesamtüberblick über die Zusammensetzung der Arbeit wird nun der Aufbau der einzelnen Kapitel erläutert. Im ersten Kapitel erfolgte die Einführung in die Thematik des internationalen Wachstums. Dazu wurden im ersten Schritt die Problemstellung und Relevanz des Themas anhand von realen Unternehmensbeispielen verdeutlicht; ferner wurden die beiden Forschungsfragen festgelegt (Abschnitt 1.1). Anschließend wurde dargestellt, wie ausführlich das Vorwissen über das internationale Unternehmenswachstum in der wissenschaftlichen Literatur ist und wo Lücken in der bisherigen Forschung bestehen, die durch diese Arbeit geschlossen werden sollen. Da es bisher kein Forschungsfeld gibt, das sich explizit mit dem internationalen Wachstum von Unternehmen befasst, wurde sowohl die Internationalisierungsforschung als auch die Wachstumsforschung betrachtet. Anhand von Kernfragestellungen, die in den beiden Forschungsbereichen formuliert wurden, erfolgte die

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Verortung des internationalen Wachstums in den Forschungsbereichen (Abschnitt 1.2). Nach der Erläuterung des Forschungsbedarfs wurde das internationale Wachstum als begrifflicher Kern der Arbeit definiert. Diese Definition ist notwendig, um das internationale Wachstum in seiner Gesamtheit zu erfassen. Dies bedeutete insbesondere, dass auch die Inlandsaktivitäten eines Unternehmens in die Betrachtung einbezogen wurden (Abschnitt 1.3). Zum Abschluss des ersten Kapitels wurden Struktur und Logik der Arbeit erläutert (Abschnitt 1.4).

Im zweiten Kapitel wird ein Überblick über das für diese Arbeit relevante Forschungsfeld gegeben. Dazu werden jeweils in einem Abschnitt die Internationalisierungs- und Wachstumsforschung betrachtet (Abschnitte 2.1 und 2.2). Der Fokus dieser Betrachtungen liegt dabei auf den im Abschnitt 1.2 identifizierten Kernfragestellungen. Bei der Wachstumsforschung sind dies die Richtungen und die Kontextfaktoren des Unternehmenswachstums (Abschnitte 2.1.1 und 2.1.2), bei der Internationalisierung die Dynamik und die Kontextfaktoren der Internationalisierung (Abschnitte 2.2.1 und 2.2.2). Da die Fragestellung nach den Kontextfaktoren sowohl für das Wachstum als auch für die Internationalisierung wichtig ist, wurden diese Abschnitte analog strukturiert, indem zunächst jeweils ein Überblick über die für dieses Thema wichtigen wissenschaftlichen Arbeiten gegeben und dann die Kontextfaktoren entlang von drei Kategorien betrachtet werden. Wie bereits erwähnt wurde, gibt es kein Forschungsfeld, das sich explizit mit dem internationalen Wachstum befasst. Bei einer sehr weiten Auslegung des Wachstumsbegriffs gibt es jedoch einen Bereich, der zumindest die Internationalisierung und das Wachstum von Unternehmen miteinander verknüpft. Arbeiten, die sich dieser Thematik widmen, werden im Abschnitt 2.3 vorgestellt. Die Ergebnisse des Kapitels werden anschließend in einem Fazit zusammengefasst (Abschnitt 2.4).

Das dritte Kapitel widmet sich dem theoretischen Modell des internationalen Wachstums. Dieses Modell hat drei Aufgaben: Es soll erstens geeignete Messgrößen identifizieren, die das internationale Wachstum beschreiben (Bestimmungsfaktoren[51]); es soll zweitens Faktoren identifizieren, die das internationale Wachstum beeinflussen (Kontextfaktoren); es soll drittens den Zusammenhang zwischen Kontext- und Be-

[51] Unter Bestimmungsfaktoren werden in dieser Arbeit Messgrößen verstanden, die das internationale Wachstum beschreiben.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

stimmungsfaktoren in einem Modell abbilden. Die erste Aufgabe wird im Abschnitt 3.1 behandelt. Darin werden zunächst statische Faktoren, die die Größe von Aktivitäten abbilden, betrachtet (Abschnitt 3.1.1). Anschließend werden dynamische Faktoren identifiziert, die die Veränderung statischer Faktoren über die Zeit abbilden, und mit den statischen Faktoren verbunden (Abschnitte 3.1.2 und 3.1.3). Der zweiten Aufgabe widmet sich Abschnitt 3.2. Da es hinsichtlich der Kontextfaktoren verschiedene theoretische Ansätze gibt, wird zunächst ein Ansatz ausgewählt und dann erläutert, inwieweit der Industrial-Organization-Ansatz ein geeignetes Denkgerüst darstellt (Abschnitt 3.2.1). Anschließend wird ein geeignetes theoretisches Modell ausgewählt und beschrieben, das die Kontextfaktoren entsprechend dem Denkgerüst des Industrial-Organization-Ansatzes systematisch erfasst (Abschnitte 3.2.2 und 3.2.3). Da auch das im Abschnitt 3.2.2 ausgewählte Modell nicht frei von Kritik sein wird, widmet sich der Abschnitt 3.2.4 der Kritik des Modells und den Einschränkungen, die mit dessen Anwendung verbunden sind. Der dritten Aufgabe, dem Zusammenhang von Kontext- und Bestimmungsfaktoren, widmet sich der letzte Abschnitt 3.3. Nachdem in den beiden vorangegangenen Abschnitten des dritten Kapitels jeweils separat erläutert wurde, welche Faktoren das internationale Wachstum charakterisieren und welche Faktoren es beeinflussen, sollen beide Aspekte nun miteinander verbunden werden. Dazu werden vier Typen des internationalen Wachstums abhängig von den Kontextfaktoren abgeleitet und jeweils in einem Abschnitt beschrieben (Abschnitte 3.3.1 bis 3.3.4).

Im vierten Kapitel wird ein empirisches Vorgehen definiert, anhand dessen das theoretische Modell getestet werden kann. Zunächst wird ein empirisches Gesamtkonzept entwickelt, das den konzeptionellen Rahmen für die Analyse des internationalen Wachstums bildet (Abschnitt 4.1). Dieses Gesamtkonzept umfasst drei wesentliche Elemente: die Datenbeschaffung, die Operationalisierung von Merkmalen und die Datenauswertung; diese Elemente werden in den folgenden Abschnitten erläutert. Bei der Erläuterung der Datenbeschaffung liegt der Schwerpunkt auf der Beschreibung der Datenquelle und den notwendigen Anpassungen der Rohdaten (Abschnitt 4.2). Im Anschluss daran wird beschrieben, wie die im Abschnitt 3.1 identifizierten Merkmale des internationalen Wachstums operationalisiert werden können (Abschnitt 4.3). Zum Abschluss wird das Vorgehen bei der Datenauswertung beschrieben (Abschnitt 4.4).

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Im fünften Kapitel werden die Ergebnisse der empirischen Analyse vorgestellt. Um einen Überblick über die verwendete Datenbasis zu gewinnen, wird diese zunächst beschrieben (Abschnitt 5.1). Im darauf folgenden Abschnitt wird überprüft, erstens, ob den empirischen Daten eine Clusterstruktur zugrunde liegt, zweitens, in wie vielen Gruppen die Objekte zusammengefasst werden können, und drittens, durch welche Merkmale die einzelnen Gruppen charakterisiert werden (Abschnitt 5.2). Im Abschnitt 5.3 erfolgt die inhaltliche Interpretation der Clusterlösung. Dazu wird überprüft, inwieweit die gefundene Lösung statistisch signifikant ist und den im Abschnitt 3.3 abgeleiteten Wachstumstypen entspricht. Die Zusammenfassung und Bewertung der empirischen Ergebnisse erfolgt im letzten Abschnitt (5.4).

Im sechsten Kapitel werden die Ergebnisse der Arbeit diskutiert. Dazu werden zunächst die Ergebnisse zusammengefasst (Abschnitt 6.1). Anschließend werden die Implikationen der Ergebnisse aus einer theoretischen, einer konzeptionellen und einer methodischen Perspektive beurteilt (Abschnitt 6.2). Im dritten Abschnitt wird auf die Bedeutung der Ergebnisse für die Unternehmensführung eingegangen (Abschnitt 6.3). Im vierten Abschnitt wird verdeutlicht, wo die Grenzen der Untersuchung liegen (Abschnitt 6.4). Zum Abschluss wird ein Ausblick auf den bestehenden Forschungsbedarf sowie mögliche Anknüpfungspunkte für zukünftige Forschungsvorhaben gegeben (Abschnitt 6.5).

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.