

Marius Ahlbrecht

**Markteintrittsprozesse
deutscher Unternehmen
in Mittel- und Osteuropa**

Verlag Dr. Kovač

**Hamburg
2013**

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
1.1	Problemstellung.....	2
1.2	Fragestellungen.....	4
1.3	Relevanz.....	5
1.4	Gang der Untersuchung.....	6
2	Mittel- und Osteuropa als Fokus der Arbeit.....	11
2.1	Die Länder Mittel- und Osteuropas.....	11
2.2	Transformationsprozesse in Mittel- und Osteuropa.....	14
2.2.1	Niedergang des Sozialismus und Transformation.....	14
2.2.2	Rezession.....	17
2.2.3	Erfolg der Transformation.....	18
2.2.4	Entwicklung ab 2000.....	20
2.2.5	Übersicht der Transformationsprozesse in Polen, Ungarn und Tschechien.....	22
2.3	Entwicklung der Außenwirtschaftsbeziehungen.....	25
3	Theoretischer Bezugsrahmen.....	29
3.1	Begriffsbestimmungen.....	29
3.1.1	Internationalisierung.....	29
3.1.2	Markteintritts- und Marktbearbeitungsformen.....	31
3.1.2.1	Systematisierung der Markteintrittsformen.....	33
3.1.2.2	Darstellung einzelner Markteintrittsformen.....	36

Inhaltsverzeichnis

3.1.3	Internationalisierungspfad	43
3.1.4	Performance.....	44
3.2	Motive der Internationalisierung	47
3.3	Entscheidungstheoretischer Ansatz der Internationalisierung.....	51
3.4	Internationalisierungstheorien.....	53
3.4.1	Systematisierung der Internationalisierungstheorien.....	53
3.4.2	Statische Internationalisierungstheorien zur Begründung unterschiedlicher Markteintrittsformen.....	56
3.4.3	Dynamische Internationalisierungstheorien zur Begründung unterschiedlicher Markteintrittsformen.....	58
3.4.3.1	Internationale Produktlebenszyklus-Theorie.....	59
3.4.3.2	Lernmodelle	61
3.4.3.3	Modelle der systematischen Planung	68
3.4.3.4	Kontingenzperspektive	70
3.4.4	Umfassende Ansätze des Internationalen Managements zur Erklärung des Internationalisierungsprozesses	72
3.5	Das Uppsala-Modell der Internationalisierung	75
3.5.1	Theoretischer Hintergrund des Uppsala-Modells.....	75
3.5.2	Grundaussage des Uppsala-Modells	77
3.5.3	Statische und dynamische Elemente des Uppsala-Modells.....	78
3.5.3.1	Statische Elemente.....	78
3.5.3.2	Dynamische Elemente.....	79
3.5.4	Internationalisierungsmuster	81
3.5.4.1	Psychic Distance Chain.....	81

3.5.4.2	Establishment Chain.....	83
3.5.5	Kritik des Uppsala-Modells	84
3.5.6	Weiterentwicklung des Uppsala-Modells	89
3.5.6.1	Einschränkung der Anwendbarkeit des Uppsala-Modells	90
3.5.6.2	Berücksichtigung des Leapfrogging	92
3.5.6.3	Vom Internationalisierungsprozessmodell zum Netzwerkmodell	93
3.5.6.4	Internationalisierungsmuster nicht mehr im Fokus	98
3.6	Performanceimplikationen der Internationalität.....	103
3.7	Performanceimplikationen des Zeitpunkts des Markteintritts.....	107
3.7.1	Performanceimplikationen des Zeitpunkts des Markteintritts in nationalen Produktmärkten	108
3.7.2	Performanceimplikationen des Zeitpunkts des Markteintritts in ausländischen Märkten	110
4	Wissenschaftlicher Erkenntnisstand	115
4.1	Empirische Studien zum Uppsala-Modell	115
4.1.1	Sektorale Differenzierung der Unternehmen	116
4.1.1.1	Verarbeitende Unternehmen und Dienstleistungsunternehmen.....	116
4.1.1.2	Born Globals.....	118
4.1.2	Untersuchungen zur Psychic Distance Chain	120
4.1.3	Untersuchungen zur Establishment Chain	129
4.1.3.1	Untersuchungen zur Establishment Chain bei verarbeitenden Unternehmen	129

4.1.3.2	Untersuchungen zur Establishment Chain bei Dienstleistungsunternehmen.....	141
4.1.3.3	Untersuchungen zur Establishment Chain bei Born Globals.....	144
4.2	Empirische Studien zur Auswirkung des Internationalisierungsprozesses auf die Performance von Unternehmen.....	151
4.2.1	Untersuchungen zum Zusammenhang zwischen Internationalisierungsgrad und Performance	152
4.2.2	Untersuchungen zum Zusammenhang zwischen einzelnen Markteintrittsformen und Performance	156
4.2.3	Untersuchungen zum Zusammenhang zwischen Befolgung von Internationalisierungsmodellen und Performance.....	161
4.2.4	Untersuchungen zum Zusammenhang zwischen Zeitpunkt des Markteintritts und Performance	165
4.3	Zusammenfassung des wissenschaftlichen Erkenntnisstandes.....	169
5	Forschungshypothesen	173
5.1	Forschungshypothesen zum Internationalisierungsprozess....	175
5.1.1	Hypothese 1: Commitment nimmt im Verlauf der Internationalisierung zu.....	175
5.1.2	Hypothese 2: Unterschiedliche Internationalisierungsprozesse bei Pioneers, Early Followers und Late Entrants.....	179
5.1.3	Hypothese 3: Leapfrogging im Abhängigkeit vom Zeitpunkt des Markteintritts.....	181

5.1.4	Hypothese 4: Initiale Direktinvestoren in Abhängigkeit vom Zeitpunkt des Markteintritts	183
5.2	Forschungshypothesen zur Performance des Auslandsengagements.....	185
5.2.1	Hypothese 5: Internationalisierung entlang der Establishment Chain führt zu besserer Performance im Auslandsmarkt	185
5.2.2	Hypothese 6: Früher Markteintritt führt zu besserer Performance im Auslandsmarkt	187
5.2.3	Hypothese 7: Erfolgswirkung der Establishment Chain lässt bei späteren Markteintritten nach	190
5.3	Zusammenfassung	193
6	Empirische Untersuchung.....	195
6.1	Empirische Vorgehensweise	195
6.1.1	Datensammlung	195
6.1.2	Repräsentativität der Stichprobe und Schweigeverzerrung.....	203
6.1.3	Variablen.....	209
6.1.3.1	Markteintritts- und Marktbearbeitungsformen	210
6.1.3.2	Befolgung der Establishment Chain	213
6.1.3.3	Performance im Auslandsmarkt	214
6.1.3.4	Zeitpunkt des Markteintritts.....	220
6.1.3.5	Kontrollvariablen	222
6.2	Empirische Ergebnisse.....	224
6.2.1	Deskriptive Analyse der teilnehmenden Unternehmen.....	224
6.2.1.1	Unternehmensgröße	224

Inhaltsverzeichnis

6.2.1.2	Branche	225
6.2.1.3	Internationale Erfahrung und Erfahrung in Mittel- und Osteuropa	226
6.2.1.4	Auslandsumsatz	230
6.2.1.5	Ziele des Auslandsengagements	232
6.2.1.6	Zeitpunkt der Internationalisierung	233
6.2.1.7	Bewertung der Performance.....	234
6.2.2	Überprüfung der Forschungshypothesen zum Internationalisierungsprozess.....	240
6.2.2.1	Überprüfung der Hypothese 1: Commitment nimmt im Verlauf der Internationalisierung zu	240
6.2.2.2	Überprüfung der Hypothese 2: Unterschiedliche Internationalisierungsprozesse bei Pioneers, Early Followers und Late Entrants.....	245
6.2.2.3	Überprüfung der Hypothese 3: Leapfrogging im Abhängigkeit vom Zeitpunkt des Markteintritts.....	251
6.2.2.4	Überprüfung der Hypothese 4: Initiale Direktinvestoren in Abhängigkeit vom Zeitpunkt des Markteintritts.....	260
6.2.3	Überprüfung der Forschungshypothesen zur Performance des Auslandsengagements.....	263
6.2.3.1	Überprüfung der Hypothese 5: Internationalisierung entlang der Establishment Chain führt zu besserer Performance im Auslandsmarkt	263
6.2.3.2	Überprüfung der Hypothese 6: Früher Markteintritt führt zu besserer Performance im Auslandsmarkt	270

6.2.3.3	Überprüfung der Hypothese 7: Erfolgswirkung der Establishment Chain lässt bei späteren Markteintritten nach	277
6.2.4	Weitere Analysen.....	284
6.2.4.1	Late Entrants	284
6.2.4.2	Initiale Direktinvestoren	286
6.2.4.3	Von der Establishment Chain abweichende Internationalisierungspfade	292
6.2.5	Ideale Markteintrittsformen.....	296
6.2.5.1	Szenario 1: „Zeit wird zurückgestellt“	296
6.2.5.2	Szenario 2: „Heute Neuanfang“	297
6.2.5.3	Szenario 3: „Langfristig ideale Markteintrittsform“	299
6.2.5.4	Szenario 4: „Eintritt in einen zusätzlichen stabilen bzw. instabilen Markt in Mittel- und Osteuropa“	300
7	Zusammenfassung, Implikationen, Einschränkungen und Ausblick.....	303
7.1	Internationalisierungsprozesse von Unternehmen in Mittel- und Osteuropa.....	304
7.2	Veränderung der Internationalisierungsprozesse in Zeitablauf.....	305
7.3	Performanceimplikationen des Zeitpunktes des Markteintritts.....	307
7.4	Performanceimplikationen des Befolgens der Establishment Chain.....	309
7.5	Einschränkungen der Untersuchung und weiterer Forschungsbedarf.....	310

Quellenverzeichnis	313
A Anhang	355
Anlagenverzeichnis.....	355
A.1 Fragebogen.....	357
A.2 Branchenklassifikationen	373