

Renate Marschall

Der Erfolg von Auslandsgesellschaften

*Erfolgsverständnis und Erfolgsfaktoren von
Auslandsgesellschaften in der empirischen Forschung
und in der Praxis multinationaler Unternehmen*

**Verlag Dr. Kovač
Hamburg 2013**

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis	XIV
Abbildungsverzeichnis	XVI
Tabellenverzeichnis	XVII
I. VORSTELLUNG DER THEMATIK UND EINE ERSTE ANNÄHERUNG.....	1
I.1 Einführung, Zielsetzung und Aufbau der Forschungsarbeit... 1	1
I.2 Methodik zur Aufarbeitung des Standes der Forschung	4
I.2.1 Meta-Analyse	4
I.2.2 Begriffsbestimmung	5
I.2.3 Auswahl der zu analysierenden Forschungsarbeiten	6
I.3 Deskription der empirischen Studien	9
I.3.1 Quantitative und qualitative Verfahren	9
I.3.2 Perspektiven der Erfolgsbeurteilung	10
I.3.3 Methoden der Datenerhebung	12
I.3.4 Auslandsgesellschaften mit einem oder mehreren Eigentümern	14
I.3.5 Geographischer Fokus	15
I.3.5.1 Gastlandperspektive	18
I.3.5.2 Heimatlandperspektive	19
I.3.6 Untersuchte Branchen	20
I.3.7 Größe der Stichproben	22
I.4 Theorien zur Erklärung des Erfolges von Auslands- gesellschaften	23
I.4.1 Theoretische Verankerung der empirischen Studien	23
I.4.2 Kurzdarstellung der prominentesten Theorien	27
I.4.2.1 Transaktionskostentheorie	27
I.4.2.2 Lerntheorie der Unternehmung	28
I.4.2.3 Resource-based View	30
I.4.2.4 Strategie-Ansätze	31
I.4.3 Erklärungswert der verwendeten theoretischen Ansätze	32
II. META-ANALYSE ZUM STAND DER FORSCHUNG	37
II.1 Analyse der abhängigen Variable Erfolg	37
II.1.1 Erfolgsverständnis und Erfolgsmessung von Auslandsgeellschaften in der theoretischen Diskussion	37
II.1.1.1 Venkatraman/Ramanujam (1986)	38
II.1.1.2 Anderson (1990)	39
II.1.1.3 Geringer/Hébert (1991)	43
II.1.1.4 Osland/Cavusgil (1998)	44
II.1.1.5 López-Navarro/Molina-Morales (2002)	46
II.1.1.6 Mohr (2006)	47

II.1.2	Erfolgsverständnis und Erfolgsmessung von Auslands- gesellschaften in der empirischen Forschungspraxis	48
II.1.2.1	Die Klärung des Erfolgsbegriffes in den analysierten empirischen Studien	48
II.1.2.1.1	Reine Operationalisierungen	54
II.1.2.1.2	Rechtfertigung der verwendeten Erfolgsmaße	54
II.1.2.1.3	Diskussion möglicher Erfolgsmaße	56
II.1.2.1.4	Konzeptualisierung des Erfolges von Auslandsgesellschaften	57
II.1.2.1.4.1	Taggart (1999)	57
II.1.2.1.4.2	Demirbag/Mirza (2000)	58
II.1.2.1.4.3	Andersson et al. (2001)	60
II.1.2.2	Auswertung der in den empirischen Studien verwendeten Erfolgsmaße	61
II.1.2.2.1	Objektive Operationalisierungen	65
II.1.2.2.2	Subjektive Operationalisierungen	67
II.1.2.2.3	Inhaltliche Überschneidungen von subjektiven und objektiven Erfolgsmaßen	71
II.1.2.2.4	Vergleichsbasis der abhängigen Variable	74
II.1.3	Vergleich der theoretischen Diskussion mit der Forschungspraxis	75
II.2	Analyse der unabhängigen Variablen	77
II.2.1	Vorgehensweise bei der Analyse der Erfolgsfaktoren	77
II.2.2	Die Wirkungsebenen der Erfolgsfaktoren	80
II.2.3	Die häufigsten Erfolgsfaktoren der analysierten Studien	81
II.2.4	Einbeziehung unterschiedlicher Erfolgskonstrukte in die Analyse	83
II.2.5	Erläuterungen zur Darstellungsweise der Ergebnisse	86
II.3	Empirische Wirkungszusammenhänge	89
II.3.1	Charakteristika der Auslandsgesellschaft	89
II.3.1.1	Eigentumsverhältnisse	89
II.3.1.2	Alter	92
II.3.1.3	Größe	94
II.3.1.4	Finanzielles Vermögen	98
II.3.1.5	Immaterielles Vermögen	99
II.3.1.6	Branche	100
II.3.1.7	Strategische Orientierung der Auslandsgesellschaft	102
II.3.2	Charakteristika der Muttergesellschaft	105
II.3.2.1	Erfahrungen der Muttergesellschaft	105
II.3.2.2	Weiteres immaterielles Vermögen (außer Erfahrungen)	109
II.3.2.3	Größe der MNU	110
II.3.2.4	Finanzielle Situation	113
II.3.2.5	Strategische Orientierung der MNU	114
II.3.3	Charakteristika des Gastlandes	116
II.3.3.1	Branchensituation	116
II.3.3.2	Politisches Umfeld	119

II.3.3.3	Ökonomisches Umfeld	121
II.3.4	Heimatland der Muttergesellschaft	123
II.3.5	Qualität der Beziehungen	124
II.3.5.1	Die Beziehungen zwischen der MNU und ihren Auslandsgesellschaften	124
II.3.5.1.1	Autonomie und Kontrolle	125
II.3.5.1.2	Transferleistungen	127
II.3.5.1.3	Integration und Kooperation	129
II.3.5.2	Die Beziehungen zwischen mehreren Eigentümern einer Auslandsgesellschaft	132
II.3.5.2.1	Die Ähnlichkeit der Eigentümer einer Auslandsgesellschaft.....	132
II.3.5.2.2	Das Verhältnis zwischen mehreren Eigentümern	137
II.3.5.2.3	Die Vorbereitung eines Gemeinschaftsunternehmens	140
II.3.5.3	Die Beziehungen zwischen Heimat- und Gastland.....	141
II.3.5.4	Weitere Beziehungen der Auslandsgesellschaft	144
II.4	Die wichtigsten Ergebnisse der Meta-Analyse	145
II.4.1	Zusammenfassung der empirischen Wirkungsweise der Faktoren	145
II.4.1.1	Faktoren, die den Erfolg von Auslandsgesellschaften erklären.	146
II.4.1.2	Faktoren, die das Überleben von Auslandsgesellschaften beeinflussen	148
II.4.2	Konsequenzen aus der Entscheidung für ein spezifisches Erfolgskonstrukt	151
II.4.2.1	Die Abhängigkeit des empirischen Modells vom verwendeten Erfolgskonstrukt	151
II.4.2.2	Interdependenzen zwischen verschiedenen Erfolgs- konstrukten	156
II.4.3	Sind Überlebensmaße geeignet, den Erfolg von Auslands- gesellschaften abzubilden?	159
II.4.4	Bewertung des Forschungsstandes	161
II.4.4.1	Methodische Bewertung	161
II.4.4.2	Bewertung der Erkenntnisse	163
II.4.4.3	Stand der Theorieentwicklung	164
II.4.4.4	Forschungslücken	165
II.4.5	Fazit der Meta-Analyse	167
III.	EIN QUALITATIVER FORSCHUNGSANSATZ.....	169
III.1	Zielsetzung und Aufbau dieses Teils der Forschungsarbeit.....	169
III.2	Zu Methodologie und Methodik der qualitativen Forschung	170
III.2.1	Epistemologische und ontologische Grundannahmen	170
III.2.2	Kennzeichen qualitativer Forschung	172

III.2.3	Gütekriterien für qualitative Forschung	173
III.2.3.1	Intersubjektive Nachvollziehbarkeit.....	175
III.2.3.2	Indikation des Forschungsprozesses	175
III.2.3.3	Empirische Verankerung der Erkenntnisse	176
III.2.3.4	Reflektierte Subjektivität	176
III.2.3.5	Weitere Anspruchskriterien	176
III.2.4	Qualitative Forschung im Forschungsbereich International Business	177
III.2.4.1	Besonderheiten des Forschungsbereichs IB	177
III.2.4.2	Empirische Relevanz der qualitativen Forschung im IB	179
III.2.4.3	Eignung qualitativer Methoden für die vorliegende Arbeit	183
III.3	Grounded Theory	184
III.3.1	Die Entdeckung der Grounded Theory	184
III.3.2	Zielsetzung.....	185
III.3.3	Methodologische Grundlagen	185
III.3.4	Phasen des Forschungsprozesses.....	186
III.3.4.1	Auswahl und Erhebung der Daten	187
III.3.4.2	Analyse des empirischen Materials	188
III.3.4.3	Theorieentwicklung	189
III.3.4.4	Das Konzept der theoretischen Sättigung als Abbruch- kriterium	190
III.3.5	Fragen und Vergleichen als Grundprinzipien der Grounded Theory.....	190
III.3.6	Die Rolle des theoretischen Vorwissens	191
III.3.7	Der Nutzen von Grounded Theory für die vorliegende Arbeit... ..	192
III.4	Forschungsdesign	193
III.4.1	Anspruch an diesen Teil der Forschungsarbeit	194
III.4.2	Der Forscher als Teil des Forschungsprozesses	194
III.4.3	Datenerhebung	195
III.4.3.1	Daten aus Interviews	195
III.4.3.1.1	Auswahl der Interviewpartner	196
III.4.3.1.2	Persönliche und telefonische Interviews.....	198
III.4.3.1.3	Transkription der Interviews.....	201
III.4.3.2	Erhebung von Kontextdaten	203
III.4.4	Datenauswertung und Theoriebildung.....	204
III.4.4.1	Kodieren, Komprimieren und Kontrastieren als Grundtechniken.....	204
III.4.4.2	Theorieentwicklung	206
III.4.5	Dokumentation des Forschungsprozesses.....	209
III.4.6	Bemerkungen zur Darstellungs- und Zitierweise	210

IV.	ANALYSE VON INTERVIEWDATEN NACH DER GROUNDED THEORY .. 213
IV.1	Unternehmen A 214
IV.1.1	Kontextdaten: Unternehmen A, GP 1 und GP 2 214
IV.1.2	Komprimierte Interviews in Unternehmen A 215
IV.1.2.1	Interview 1 mit GP 1 215
IV.1.2.2	Interview 2 mit GP 1 218
IV.1.2.3	Interview 3 mit GP 2 220
IV.1.3	Identifizierung expliziter Kontextfaktoren 223
IV.1.3.1	Kontextabhängigkeit der Aussagen von Gesprächspartner 1 ... 226
IV.1.3.2	Kontextabhängigkeit der Aussagen von Gesprächspartner 2 ... 228
IV.1.4	Kontrastierung der Aussagen in Unternehmen A 230
IV.2	Unternehmen B 234
IV.2.1	Kontextdaten: Unternehmen B, GP 3 und GP 4 234
IV.2.2	Komprimierte Interviews in Unternehmen B 235
IV.2.2.1	Interview 4 mit Gesprächspartner 3 235
IV.2.2.2	Telefoninterview 5 mit Gesprächspartner 3 239
IV.2.2.3	Interview 6 mit Gesprächspartner 4 240
IV.2.2.4	Telefoninterview 7 mit Gesprächspartner 4 242
IV.2.3	Identifizierung expliziter Kontextfaktoren 243
IV.2.3.1	Kontextabhängigkeit der Aussagen von GP 3 243
IV.2.3.2	Kontextabhängigkeit der Aussagen von GP 4 245
IV.2.4	Kontrastierung der Aussagen in Unternehmen B 245
IV.3	Unternehmen C 249
IV.3.1	Kontextdaten: Unternehmen C, GP 5 und GP 6 249
IV.3.2	Komprimierte Interviews in Unternehmen C 249
IV.3.2.1	Interview 8 mit Gesprächspartner 5 249
IV.3.2.2	Telefoninterview 9 mit Gesprächspartner 5 251
IV.3.2.3	Interview 10 mit Gesprächspartner 6 252
IV.3.2.4	Telefoninterview 11 mit Gesprächspartner 6 253
IV.3.3	Identifizierung expliziter Kontextfaktoren 254
IV.3.3.1	Kontextabhängigkeit der Aussagen von Gesprächspartner 5 ... 254
IV.3.3.2	Kontextabhängigkeit der Aussagen von Gesprächspartner 6 ... 256
IV.3.4	Kontrastierung der Aussagen in Unternehmen C 256
IV.4	Unternehmen D 260
IV.4.1	Kontextdaten: Unternehmen D und GP 7 260
IV.4.2	Kurzfassung von Interview 12 mit Gesprächspartner 7 261
IV.4.3	Identifizierung explizierter Kontextfaktoren 262
IV.4.4	Kontrastierung der Aussagen in Unternehmen C und D (Konzern X) 263

IV.5	Unternehmen E	268
IV.5.1	Kontextdaten: Unternehmen E, GP 8 und GP 9	268
IV.5.2	Komprimierte Interviews in Unternehmen E	269
IV.5.2.1	Interview 13 mit Gesprächspartner 8	269
IV.5.2.2	Interview 14 mit Gesprächspartner 9	272
IV.5.3	Identifizierung expliziter Kontextfaktoren	275
IV.5.3.1	Kontextabhängigkeit der Aussagen von Gesprächspartner 8	275
IV.5.3.2	Kontextabhängigkeit der Aussagen von GP 9	277
IV.5.4	Kontrastierung der Aussagen in Unternehmen E	277
IV.6	Unternehmen F	281
IV.6.1	Kontextdaten: Unternehmen F, GP 10, GP 11 und GP 12	281
IV.6.2	Komprimierte Interviews in Unternehmen F	282
IV.6.2.1	Interview 15 mit Gesprächspartner 10	282
IV.6.2.2	Telefoninterview 16 mit Gesprächspartner 10	284
IV.6.2.3	Interview 17 mit Gesprächspartner 11	285
IV.6.2.4	Telefoninterview 18 mit GP 11	287
IV.6.2.5	Interview 19 mit Gesprächspartner 12	289
IV.6.3	Identifizierung expliziter Kontextfaktoren	290
IV.6.3.1	Kontextabhängigkeit der Aussagen von GP 10	290
IV.6.3.2	Kontextabhängigkeit der Aussagen von GP 11	292
IV.6.3.3	Kontextabhängigkeit der Aussagen von GP 12	294
IV.6.4	Kontrastierung der Aussagen in Unternehmen F	294
V.	ERKENNTNISSE AUS DEN INTERVIEWDATEN ÜBER DEN ERFOLG DER UNTERSUCHTEN AUSLANDSGESELLSCHAFTEN UND DER VERGLEICH MIT DER EMPIRISCHEN FORSCHUNGSPRAXIS	301
V.1	Definition und Messung des Erfolges von Auslands- gesellschaften	302
V.1.1	Fallübergreifende Aussagen und ihre Kontextabhängigkeit	302
V.1.2	Theoretische Verdichtung der Aussagen, Empfehlungen für die empirische Forschung und Vergleich mit der Forschungspraxis	308
V.1.2.1	Erfolg als multidimensionales Konstrukt	308
V.1.2.2	Heterogenität der Erfolgskonstrukte	313
V.1.2.3	Perspektiven des Erfolges	317
V.1.2.4	Veränderliche Erfolgskriterien	318
V.1.2.5	Die Verbindung von Erfolgskriterien und Messgrößen	321
V.2	Erfolgsfaktoren und Erfolgsmechanismen	323
V.2.1	Fallübergreifende Aussagen und ihre Kontextabhängigkeit	323
V.2.2	Theoretische Verdichtung der Aussagen, Empfehlungen für die empirische Forschung und Vergleich mit der Forschungspraxis	327
V.2.2.1	Heterogene Erfolgsmechanismen	328
V.2.2.2	Die wichtigsten Erfolgsfaktoren	330

V.2.2.3	Die Entwicklung der Erfolgsfaktoren im Zeitverlauf	339
V.2.2.4	Weitere Erfolgsfaktoren bei Gemeinschaftsunternehmen	340
V.3	Der Zusammenhang von Erfolg und Beendigung bei Auslandsgesellschaften.....	343
V.3.1	Fallübergreifende Aussagen und ihre Kontextabhängigkeit	343
V.3.2	Theoretische Verdichtung, Empfehlungen für die empirische Forschung und Vergleich mit der Forschungspraxis	347
VI.	ZUSAMMENFASSUNG UND HINWEISE AUF DEN GELTUNGS- BEREICH DER VORLIEGENDEN AUSSAGEN	355
VI.1	Zusammenfassung der Erkenntnisse	355
VI.2	Zusammenfassung der Empfehlungen für die empirische Forschungspraxis	357
VI.3	Geltungsbereich der vorliegenden Aussagen	360
VI.4	Schluss	361
	LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS.....	363
1	Literatur	363
2	Internetquellen und elektronische Zeitschriften	378
3	Interviewprotokolle.....	378
ANHANG	381
Anhang 1:	Referenzen für die Schaubilder zur Darstellung der Kontextabhängigkeit der Aussagen.....	382
Anhang 1a:	Referenzen von Gesprächspartner 1.....	383
Anhang 1b:	Referenzen von Gesprächspartner 2.....	384
Anhang 1c:	Referenzen von Gesprächspartner 3.....	385
Anhang 1d:	Referenzen von Gesprächspartner 4.....	386
Anhang 1e:	Referenzen von Gesprächspartner 5.....	387
Anhang 1f:	Referenzen von Gesprächspartner 6.....	388
Anhang 1g:	Referenzen von Gesprächspartner 7.....	389
Anhang 1h:	Referenzen von Gesprächspartner 8.....	390
Anhang 1i:	Referenzen von Gesprächspartner 9.....	391
Anhang 1j:	Referenzen von Gesprächspartner 10.....	392
Anhang 1k:	Referenzen von Gesprächspartner 11.....	393
Anhang 1l:	Referenzen von Gesprächspartner 12.....	394
Anhang 2:	Einladung des Lehrstuhls zur Teilnahme an der Forschungsarbeit.....	395
Anhang 3:	Flexibel einsetzbarer Interviewleitfaden.....	398