

2 Theoretische Grundlagen

Im folgenden Kapitel werden die theoretischen Grundlagen für die weiteren Analysen gelegt. Zunächst erfolgt eine kurze Darstellung grundlegender Internationalisierungstheorien. Anschließend werden unterschiedliche Modelle zur Analyse des Zusammenhangs von Internationalisierung und Geschäftserfolg diskutiert. Das Kapitel schließt mit einer Zusammenfassung der bisherigen empirischen Forschung.

2.1 Internationalisierungstheorien

Mit Internationalisierung wird grundsätzlich die Ausweitung der Geschäftstätigkeit eines Unternehmens über die Grenzen der Heimatregion hinweg in unterschiedliche Länder und Märkte bezeichnet. Allerdings existiert in der Internationalisierungstheorie keine übergreifende Gesamtheorie, sondern eine Vielzahl von Internationalisierungstheorien und Ansätzen¹⁰. Kutschker/Schmid (2002) schlagen vor, die Ansätze nach der Form der internationalen Unternehmenstätigkeit zu systematisieren. Somit ergeben sich drei Untergliederungen: Grundlegende Theorien des Außenhandels, Theorien der Direktinvestitionen und Ansätze zur Begründung unterschiedlicher Formen der Internationalisierung¹¹. Grundlegende Theorien des Außenhandels mit Fokus auf Länder- bzw. Volkswirtschaftsebene stellen die Basis aller weiteren Theorien der Internationalisierung dar. Im Rahmen der Theorien der Direktinvestitionen rücken neben Volkswirtschaften Unternehmen in den Fokus der Analysen. Die Ansätze zur Begründung unterschiedlicher Formen der Internationalisierung beschreiben in höherem Detailgrad u.a. die Art und

⁹ Hitt et al. (2007), S. 251

¹⁰ Siehe u.a. Aulakh (2009), S. 25; Kutschker/Schmid (2002), S. 364

¹¹ Kutschker/Schmid (2002), S. 365–366

Weise der Internationalisierung sowie die zeitliche Abfolge einzelner Schritte. Im Weiteren erfolgt die Diskussion anhand dieser Systematisierung.

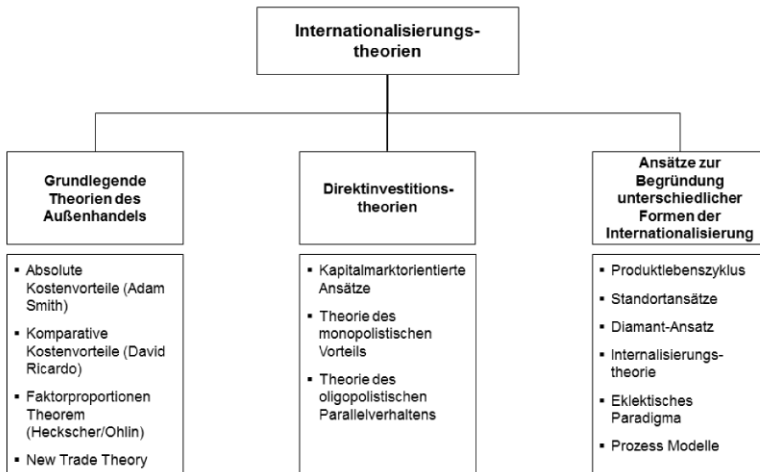


Abb. 2-1: Internationalisierungstheorien (Kutschker/Schmid, vereinfacht und ergänzt)¹²

2.1.1 Grundlegende Theorien des Außenhandels

Die Ursprünge der Außenhandelstheorie gehen zurück auf Adam Smith und seinen **Ansatz der absoluten Kostenvorteile**¹³. Demnach sollten Volkswirtschaften sich auf die Produktion der Güter fokussieren, bei denen sie gegenüber ihren Handelspartnern absolute Kostenvorteile besitzen, sei es z.B. durch Effizienzvorteile in der Produktion, Vorteile in der Ausstattung mit Produktionsfaktoren oder Skalenvorteile. Smiths

¹² Für eine weitere Detaillierung der Grafik siehe Ebenda, S. 367

¹³ Im Original Smith (1776); oder für einen Überblick Kutschker/Schmid (2002), S. 369–371

Theorie wurde durch David Ricardos **Ansatz der komparativen Kostenvorteile** abgelöst¹⁴. Ricardo postuliert, dass sich Länder immer auf die Produktion des Gutes spezialisieren sollten, bei dessen Produktion sie die relativ größten Kostenvorteile realisieren können. Selbst dann, wenn ein Land grundsätzlich bei allen Produkten Kostenvorteile besitzt, fordert Ricardo eine Spezialisierung auf das Produkt mit den relativ größten Vorteilen.

Eli Heckscher und Bertil Ohlin begründen die Existenz von Außenhandelsbeziehungen zwischen zwei Nationen im nächsten Schritt mit unterschiedlicher Ausstattung an Produktionsfaktoren: Ein Land wird demnach immer die Produkte exportieren, für deren Produktion es umfangreiche Produktionsfaktoren besitzt und die Produkte importieren, an deren Produktionsfaktoren im eigenen Land Mangel herrscht¹⁵. Im Rahmen empirischer Arbeiten am Beispiel der Vereinigten Staaten von Amerika konnte **Leontief** im Jahre 1953 jedoch zeigen, dass die amerikanischen Exporte weniger kapitalintensiv waren als die Importe¹⁶.

Die Tatsache, dass ein Großteil des Welthandels zwischen Ländern mit ähnlicher Faktorausstattung und innerhalb einzelner Industrien stattfindet, führte zur Entwicklung der **New Trade Theory**. Diese Modelle bauen auf den bestehenden Konzepten auf und erweitern die

¹⁴ Im Original Ricardo (1817); oder für einen Überblick Kutschker/Schmid (2002), S. 371–373

¹⁵ Für einen Überblick siehe Kutschker/Schmid (2002), S. 333–335; sowie im Detail Krugman et al. (2010), S. 80–109

¹⁶ Im Original siehe zum Leontief Paradoxon Leontief (1953); für einen Überblick siehe Krugman et al. (2010), S. 98–100

Außenhandelstheorien um steigende Skalenerträge, um vollkommener Wettbewerb und Produktdifferenzierung¹⁷.

2.1.2 Direktinvestitionstheorien

Die bisher vorgestellten Außenhandelstheorien lieferten Erklärungsansätze für das Entstehen von Handelsbeziehungen zwischen Nationen. Investitionen und die Unternehmensebene blieben dabei weitestgehend unbeachtet. Die in diesem Abschnitt vorgestellten Direktinvestitionstheorien, u.a. Kapitalmarkttheorien, Theorien des monopolistischen Vorteils und des oligopolistischen Parallelverhaltens erweitern die grundlegenden Theorien um diese Aspekte.

Kapitalmarktorientierte Ansätze umfassen u.a. Zinstheorien, Währungsraumansätze und Portfoliotheorien¹⁸. Zinsdifferenzen zwischen Ländern werden in den Zinstheorien als Ursachen für internationale Kapitalbewegungen identifiziert. Dabei fließt Kapital so lange von kapitalreichen Ländern, in denen niedrige Zinsen vorliegen, in kapitalärmere Länder mit entsprechend höherem Zinssatz, wie die absoluten Zinsdifferenzen die Kosten und Risiken des Kapitalverkehrs überwiegen¹⁹. Der Währungsraumansatz stellt hingegen die Währungsentwicklung in den Mittelpunkt: Investoren aus Währungsräumen, in denen eine Aufwertung der Währung erwartet wird, verlangen geringere Risikoprämien bei Investitionsentscheidungen als Investoren aus Währungsräumen, in denen eine Abwertung erwartet

¹⁷ Siehe dazu u.a. Ethier (1982); Helpman (1981); Krugman (1980)

¹⁸ Für einen Überblick siehe Glaum (1996), S. 45–49

¹⁹ Für eine Diskussion der Zinstheorie und deren Erweiterungen siehe Heidhues (1969), S. 55–60

wird²⁰. Es kommt somit zu Kapitaltransfers zwischen diesen Währungsräumen. Die Portfoliotheorie stellt schließlich Investoren in den Mittelpunkt, die über Kapitalanlagen in international diversifizierten Unternehmen ihr Anlagerisiko minimieren. Primärer Treiber der Direktinvestitionen ist hierbei das Risikomanagement²¹.

Eine weitere Detaillierung der Begründung von Direktinvestitionen abseits des Heimatmarktes liefert Hymers **Theorie des monopolistischen Vorteils**. Hymer identifiziert zwei Kerntreiber von Direktinvestitionen und somit der Internationalisierung: Die Erlangung von Kontrollrechten über internationale Tochtergesellschaften und die Nutzung von Wettbewerbsvorteilen des Heimatmarktes, sogenannter monopolistischer Vorteile, in fremden Märkten²². Durch internationale Aktivitäten werden diese Wettbewerbsvorteile auf neue Märkte übertragen und reduzieren die mit Markteintrittsbarrieren verbundenen Kosten²³.

Mit Fokus auf die Strategie internationaler Unternehmen wurden im Rahmen der **Theorie des oligopolistischen Parallelverhaltens** zwei grundlegende Strategien identifiziert: Follow the Leader und Cross Investment²⁴. Beide Strategien gehen davon aus, dass sich die

²⁰ Als Begründer der Theorie siehe Aliber (1971); oder für eine Zusammenfassung siehe Kutschker/Schmid (2002), S. 393–394

²¹ Als Begründer der Theorie siehe Rugman (1975); Rugman (1976); Rugman (1977); und für einen Überblick Kutschker/Schmid (2002), S. 395–397

²² Als Begründer der Theorie siehe Hymer (1976); für einen Überblick siehe Hennart (2010), S. 125–128

²³ Kindleberger (1969), S. 11

²⁴ Als Begründer der Theorien siehe Knickerbocker (1973); Graham (1974); für eine Zusammenfassung siehe Kutschker/Schmid (2002), S. 403–406

Unternehmen jeweils in einem Oligopol befinden. Dieses Oligopol wird gestört, wenn im ersten Fall ein Unternehmen im Ausland investiert, wodurch die anderen folgen müssen, oder wenn im zweiten Fall ausländische Direktinvestitionen im Land vorgenommen werden. Nach der Theorie werden die Unternehmen in diesem Fall in dem entsprechenden Ausland investieren (Cross Investment).

2.1.3 Ansätze zur Begründung unterschiedlicher Formen der Internationalisierung

Die in diesem Abschnitt folgenden Ansätze zur Begründung unterschiedlicher Formen der Internationalisierung fokussieren u.a. auf die Art und Weise der Internationalisierung, die zeitliche Abfolge einzelner Schritte im Prozess der Internationalisierung und die Entscheidungskriterien bei der Standortwahl.

Die **Lebenszyklusanalyse** nach Vernon (1966) leitet die unterschiedlichen Phasen internationaler Tätigkeit von den Lebenszyklen aus dem Produktmarketing ab und kombiniert Außenhandels- und Direktinvestitionsansätze²⁵: Neue Produkte werden zunächst auf dem Heimatmarkt eingeführt und, wenn Nachfrage vorhanden ist, exportiert. Erlangt das Produkt eine gewisse Reife und finden sich Nachahmer, die über den Preis konkurrieren, erfolgt eine Verlagerung der Produktion in günstigere Auslandsstandorte. In der dritten Phase, der Massenproduktion, erfolgt aus Kostengründen eine weitere Verlagerung in noch günstigere, aufstrebende Märkte.

²⁵ Als Begründer der Theorie siehe Vernon (1966); für eine Zusammenfassung siehe Kutschker/Schmid (2002), S. 423–425

Standortansätze wiederum liefern eine Auflistung wichtiger Entscheidungskriterien zur Standortwahl. Kutschker/ Schmid (2002) teilen diese in Standortfaktoren der Makroumwelt, wie z.B. politische und rechtliche Faktoren des Ziellandes, sowie in Faktoren der Mikroumwelt, z.B. Absatz- und kostenbezogene Faktoren, ein.²⁶ Diese Faktoren ermöglichen es, die Attraktivität eines Standortes für Direktinvestitionen zu bestimmen.

Porter fokussiert sich in seinem **Diamant-Ansatz** hingegen auf die Wettbewerbsfähigkeit von Nationen bzw. Branchen als Ausgangspunkt der Internationalisierung. Er identifiziert sechs Kerneinflussfaktoren, die die Wettbewerbsfähigkeit einer Branche beeinflussen und somit dazu beitragen, dass Unternehmen dieser Branche international tätig werden. Durch die diamantförmige Anordnung der Faktoren ergibt sich der Name der Theorie. Diese Einflussfaktoren sind die Unternehmensstrategie, Faktorbedingungen, Nachfragebedingungen, verwandte und unterstützende Branchen, der Staat und der Zufall. Durch das Zusammenspiel dieser Faktoren ergibt sich die Wettbewerbsfähigkeit von Branchen²⁷.

Die **Internalisierungstheorie**, beschreibt, wann Unternehmen beginnen, Aktivitäten in ihr eigentliches Geschäft zu integrieren und somit Auslandsgeschäfte zu internalisieren. Grundlage sind hierbei Ansätze der Transaktionskostentheorie²⁸. Direktinvestitionen werden demnach

²⁶ Kutschker/Schmid (2002), S. 427

²⁷ Für die Originaltexte siehe Porter (1990); Porter (1991); für einen Überblick siehe Kutschker/Schmid (2002), S. 431–437

²⁸ Zur Transaktionskostentheorie siehe Coase (1937); Williamson (1975)

getätigt, sobald interne Transaktionen kostengünstiger sind als die Marktbearbeitung über andere Wege, z.B. Exporte. In Internalisierung ist darüber hinaus eine Möglichkeit, Marktzugänge in bisher nicht bearbeitete Märkte zu erhalten²⁹.

Mit dem **eklektischen Paradigma** verbindet Dunning mehrere der vorgenannten Theorieansätze und schafft ein Theoriegebilde, das Internationalisierungsaktivitäten auf breiter Basis erklärt³⁰. Das eklektische Paradigma liefert Erklärungsansätze dafür, wann welche Markteintrittsformen, Direktinvestitionen, Exporte oder vertragliche Lösungen zur Anwendung kommen und wodurch internationale Aktivitäten möglich werden³¹. Dunning greift dafür auf drei sogenannte Vorteilskategorien zurück: Eigentumsvorteile, wie z.B. Ressourcenvorteile, Innovationsvorteile und Patente, sowie Größenvorteile, Internalisierungs- und Standortvorteile³². Je nach vorliegender Vorteilskategorie wird sich ein Unternehmen für die eine oder andere Markteintritts- oder Marktbearbeitungsform entscheiden.

Das **Prozess Modell der Uppsala Schule** geht noch detaillierter auf den Prozess der Internationalisierung ein³³. Das Modell geht davon aus, dass

²⁹ Für einen detaillierten Überblick siehe u.a. Braun (1988), S. 265; oder auch Kutschker/Schmid (2002), S. 437–444

³⁰ Zu den Ursprüngen der Theorie siehe Dunning (1977); Dunning (1979); Dunning (1980); Dunning (1988); und für eine Zusammenfassung siehe Kutschker/Schmid (2002), S. 444–449

³¹ Dunning (1979), S. 269

³² Ebd., 276

³³ Zu den Ursprüngen der Theorie siehe Johanson/Wiedersheim-Paul (1975); Johanson/Vahlne (1977); für eine kritische Würdigung siehe Holtbrügge (2005), S. 2–27; und für eine Zusammenfassung siehe Eder (2010), S. 31–49

Internationalisierung ein inkrementeller Prozess ist. Unternehmen starten mit Exporten und steigern ihre Ressourcenbindung in der Auslandsaktivität schrittweise über die Zeit. Mit steigendem Wissen über den jeweiligen Markt, wird das Engagement im jeweiligen Markt erhöht, bis hin zu eigenen Produktionsniederlassungen. Ebenso graduell verläuft auch die Auswahl der Zielmärkte. Unternehmen investieren zunächst in physisch nahe Märkte. Mit wachsender Erfahrung erhöhen die Unternehmen wiederum ihr Auslandsengagement, und weiter entfernte Märkte treten in den Fokus. Dadurch wird die Gefahr des Scheiterns minimiert und somit unkalkulierbare Kosten abgewendet.

Darüber hinaus existieren weitere Theorien, die v.a. das Zustandekommen von Internationalisierungsaktivitäten erklären, siehe u.a. die verhaltenstheoretischen Ansätze von Aharoni³⁴ oder auch imperialistische Ansätze³⁵.

2.2 Internationalisierung und Geschäftserfolg

Der nächste Schritt nach der Erklärung internationaler Aktivitäten ist deren Erfolgsmessung. Die Analyse der Zusammenhänge von Internationalisierung und Geschäftserfolg ist Kernbestandteil der Internationalisierungsforschung mit weitreichenden Implikationen für andere Forschungsbereiche wie das strategische Management und die Finanzwissenschaften³⁶. Diverse theoretische Ansätze und empirische Arbeiten, mit zum Teil gegensätzlichen Ergebnissen, wurden in den letzten 30 Jahren in diesem Forschungsbereich erstellt. Grundhypothese

³⁴ Siehe dazu Aharoni (1966)

³⁵ Siehe z.B. Wolff (1970); Galtung (1972)

³⁶ Aulakh (2009), S. 25

ist zumeist, dass Internationalisierung zu positiven Effekten auf den Geschäftserfolg führt, weshalb im Folgenden mit den Vorteilen der Internationalisierung begonnen werden soll. Die nachfolgende Grafik liefert eine Zusammenfassung der im Weiteren dargestellten Vorteile und Kosten der Internationalisierung:

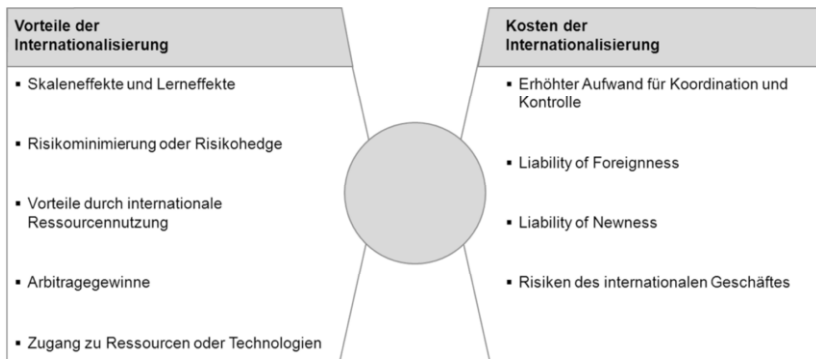


Abb. 2-2: Zusammenfassung: Vorteile und Kosten der Internationalisierung

2.2.1 Vorteile der Internationalisierung

Unternehmen können durch Internationalisierung unterschiedlichste wirtschaftliche Vorteile erlangen. **Skaleneffekte** sind die in der Literatur am häufigsten genannten Vorteile der Internationalisierung³⁷. Unternehmen erreichen durch internationale Aktivitäten zusätzliche Absatzmärkte, erhöhen dadurch die produzierte Menge und bewirken so eine Degression ihrer Fixkosten. Es sind dabei zwei Arten der Kostendegression zu unterscheiden³⁸: statische Skaleneffekte, wie die

³⁷ Siehe u.a. Caves (2007), S. 44

³⁸ Für einen detaillierten Überblick siehe Kutschker/Schmid (2002), S. 419–422

Internationalisierung und Geschäftserfolg
Analyse des Zusammenhangs für Unternehmen der
BRIC Staaten
Berlin, A.
2014, XVIII, 179 S. 55 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-06981-0