

## 2 Ziele und Methodik der empirischen Studie

Ziel der empirischen Untersuchung war es, konkrete Informationen über die internationale Etablierung international erfolgreicher mittelständischer Unternehmen zu erheben, zu analysieren, die Erfolgskonzepte herauszustellen und Handlungsempfehlungen abzuleiten.

Die Untersuchung beinhaltet eine Analyse einer Gruppe von 65 mittelständischen Unternehmen, die anhand spezieller Indikatoren als international etablierte Unternehmen identifiziert wurden. Anhand dieser „best-practise“-Fälle wird untersucht, wie sich mittelständische Unternehmen internationalisieren und welche marktentscheidenden Erfolgskonzepte ihnen zugrunde liegen. Die hierfür relevanten Informationen wurden auf Basis persönlicher Interviews mit den zuständigen Entscheidungsträgern in ausgewählten Unternehmen erhoben. Die Dauer der Gespräche betrug 1 – 3 Stunden. Der zentrale Vorteil dieser tiefeninterviewbasierten Vorgehensweise gegenüber anderen eher standardisierten Erhebungsformen ist die hohe Qualität der gewonnenen Informationen aufgrund der hochwertigen Expertenauskünfte. Folgender Gesprächsleitfaden wurde dabei zugrunde gelegt:

- Wie ergab es sich für Ihr Unternehmen, ins internationale Geschäft einzusteigen und welche weiteren Schritte führten zum Ausbau des Auslandsgeschäfts?
- Wie verlief die geographische Expansion Ihres Unternehmens auf den Auslandsmärkten?
- Welche betrieblichen Funktionen (Beschaffung, Produktion, Vertrieb ...) Ihres Unternehmens sind international ausgerichtet und in welcher Form ist dies organisiert?
- Welche Faktoren beeinflussen die erfolgreiche Gestaltung der Auslandsaktivitäten Ihres Unternehmens?
- Welche Hindernisse traten während der Auslandsexpansion Ihres Unternehmens auf und wie wurden diese bewältigt?
- Wie wurden die notwendigen organisatorischen Anforderungen bewältigt?

- Welche konkreten Herausforderungen traten bei den Auslandsaktivitäten im Bereich des Personalmanagements auf?
- Welche Qualifizierungsmaßnahmen benötigen die Mitarbeiter Ihres Unternehmens zur Sicherung zukünftiger Auslandsgeschäftserfolge?
- Welche Formen der Unterstützung haben Sie für den Auf- und Ausbau des Auslandsgeschäfts in Anspruch genommen und von welchen Akteuren kamen bzw. kommen diese?
- Welche konkreten Erwartungen haben Sie hinsichtlich möglicher Unterstützungsleistungen im Internationalisierungsprozess?

Aufgrund der Sensibilität der individuellen Auskünfte und der Zusage einer vertraulichen Auswertung der Informationen wurden die dargestellten Praxisbeispiele in der Studie anonymisiert und nicht den betroffenen Unternehmen direkt zugeordnet.

Im Allgemeinen wird ein mittelständisches Unternehmen im Rahmen dieser Untersuchung als international eingeordnet, wenn es absatz- und bezugsseitige Geschäftsbeziehungen zum Ausland unterhält, die eine hohe Bedeutung für die langfristige Unternehmensexistenz bzw. Wettbewerbsfähigkeit haben. Als Auswahlkriterien für die internationale Etablierung der selektierten Unternehmen wurden die Indikatoren „international führende Marktstellung in speziellen Geschäftsfeldern“, „ausgeprägte und breit gestreute Export- und Importaktivitäten“ und/oder „größere Direktinvestitionen in Form von Auslandsniederlassungen und Tochtergesellschaften“ herangezogen.

Als mittelständische Unternehmen werden in dieser Untersuchung Unternehmen zugrunde gelegt, die (unabhängig von quantitativen statistischen Unternehmensgrößenabgrenzungen) organisatorisch und rechtlich selbständig sind und ihre Geschäfte konzernunabhängig führen. Dabei handelt es sich in der Regel um inhabergeführte Unternehmen und/oder Unternehmen in Familienbesitz. Diese Abgrenzung lehnt sich an die qualitative Definition des Mittelstandes an, nach der eine Einheit von Eigentum, Leitung, Haftung und Risiko ein typisches mittelständisches Unternehmen darstellt.

Globalisierung KMU

Entwicklungstendenzen, Erfolgskonzepte und  
Handlungsempfehlungen

Feldmeier, G.; Lukas, W.; Simmet, H. (Hrsg.)

2015, XVIII, 59 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-07867-6