

Vorwort

Die Globalisierung von Märkten stellt nicht nur eine Herausforderung für Großunternehmen dar, sondern betrifft in zunehmendem Maße auch mittelständische Firmen. Kleine und mittelgroße Unternehmen (KMU) engagieren sich heute im Zuge neuer technologischer Entwicklungen, neuer Märkte und insbesondere neuer Dienstleistungen stärker auf Auslandsmärkten als vielfach angenommen und statistisch erfasst. Insbesondere aufgrund ihrer Innovationsdynamik werden KMU heute zu einem immer größer werdenden Bestimmungsfaktor der internationalen Wettbewerbsfähigkeit der nationalen und regionalen Volkswirtschaft. Vor allem aufgrund verstärkten (inländischen und ausländischen) Wettbewerbsdrucks, zu geringer regionaler und nationaler Marktpotentiale und enger Marktbetätigungsfelder sind KMU heute mehr denn je gefordert, sich stärker auf Auslandsmärkten zu positionieren.

Die empirisch gewonnenen und in dieser Studie aufbereiteten Erkenntnisse über das Internationalisierungsgebarren von außenwirtschaftlich erfolgreichen KMU aus dem norddeutschen Raum belegen eindrucksvoll, dass sich KMU bei ihrer Internationalisierung nicht nur wesentlich von Großunternehmen unterscheiden, sondern auch bewusst alternative Wege bei der Erschließung und Bearbeitung von Auslandsmärkten bzw. den gewählten Stufen der Internationalisierung einschlagen. Vor allem die meist unternehmensgrößenunabhängigen qualitativen Bestimmungs- und Erfolgsfaktoren dieser KMU widerlegen, dass mittelständische Unternehmen grundsätzlich von der Globalisierung benachteiligt sind, sondern gerade aufgrund ihrer firmenspezifischen Besonderheiten herausragende Wettbewerbspositionen begründen können, von denen namhafte Großunternehmen mitunter nur träumen.

Die gezeigten Markterfolge und ihre herausgestellten Bestimmungsgründe dieser auslandsmarkterfolgreichen KMU sollten insbesondere auch andere internationalisierungsfähige und -willige KMU ermutigen,

internationale Wege zu beschreiten, ihre vorhandenen Stärken international zu nutzen bzw. bündeln und ihre (meist unternehmensgrößenbedingten) Nachteile bei einer Internationalisierung nicht überzubewerten.

Bremerhaven, im Frühjahr 2007

Die Herausgeber

Globalisierung KMU

Entwicklungstendenzen, Erfolgskonzepte und
Handlungsempfehlungen

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

2015, XVIII, 59 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-07867-6