

Schriftenreihe

MERKUR

***Schriften zum
Innovativen Marketing-Management***

Band 3

ISSN 1438-8286

In der Schriftenreihe **MERKUR - *Schriften zum Innovativen Marketing*** werden neue wirtschaftswissenschaftliche Arbeiten zum Thema Marketing veröffentlicht.

Verlag Dr. Kovač

Marcel Setzer

**Institutionelle Marktanpassung
deutscher KMU an veränderte
Rahmenbedingungen in der EU**

Eine empirische Analyse

Verlag Dr. Kovač

VERLAG DR. KOVAČ

Arnoldstraße 49 · 22763 Hamburg · Tel. 040 - 39 88 80-0 · Fax 040 - 39 88 80-55

E-mail vdk@debitel.net · Internet www.verlagdrkovac.de

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

Setzer, Marcel:

Institutionelle Marktanpassung deutscher KMU an veränderte
Rahmenbedingungen in der EU: eine empirische Analyse /

Marcel Setzer. – Hamburg : Kovač, 2001

(Merkur - Schriften zum Innovativen Marketing-Management ; Bd. 3)

Zugl.: Chemnitz, Tech. Univ., Diss., 2001

ISSN 1438-8286

ISBN 3-8300-0428-1

© VERLAG DR. KOVAČ in Hamburg 2001

Printed in Germany

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, fotomechanische Wiedergabe, Aufnahme in Online-Dienste und Internet sowie Vervielfältigung auf Datenträgern wie CD-ROM etc. nur nach schriftlicher Zustimmung des Verlages.

In Dankbarkeit meinen Eltern gewidmet

Vorwort

Die Erstellung der vorliegenden Arbeit war nur durch die Unterstützung vieler Personen möglich, denen ich an dieser Stelle ausdrücklich danken möchte.

Mein besonderer Dank gilt zunächst Frau Prof. Dr. Cornelia Zanger für ihre vielfältige Unterstützung und ihr Vertrauen während meiner Zeit als externer Doktorand an ihrem Lehrstuhl. Mein Dank gilt auch Herrn Prof. Dr. Hans Jobst Pleitner (Hochschule St. Gallen) und Herrn Prof. Dr. Peter Pawlowsky (TU Chemnitz) für die Übernahme der Korreferate sowie für ihre kritischen Anmerkungen und Hinweise.

Als besonders wertvoll empfand ich die zahlreichen Gespräche und Diskussionen mit meinen Doktoranden-Kollegen am Lehrstuhl für Marketing und Handelsbetriebslehre. Besonders hervorheben möchte ich dabei Herrn Dr. Gundolf Baier, der meine empirische Arbeit begleitet und mich durch seine kritischen Anmerkungen vor manchem Fehler bewahrt hat.

Ganz herzlich danken möchte ich meinen Eltern, die mich seit langem in umfassender Weise unterstützt haben und damit die Grundlage für die Fertigstellung der Arbeit schufen.

Chemnitz, im Januar 2001

Marcel Setzer

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort

Einleitung	1
1. Problemstellung	1
2. Ziel und Gang der Untersuchung	6
I EU-Harmonisierung und Formen institutioneller Marktanpassung von KMU als wissenschaftlicher Untersuchungsgegenstand	11
1. Charakteristika von KMU	12
1.1 Qualitative Abgrenzungskriterien von KMU	13
1.1.1 Angebotsstruktur	13
1.1.2 Unternehmensressourcen	14
1.2 Quantitative Abgrenzungskriterien von KMU	18
2. Veränderung der Wirtschaftsbedingungen durch die EU-Harmonisierung	21
2.1 Entwicklung der EU	21
2.2 Externe Rahmenbedingungen	31
2.2.1 Politisch-rechtliche Rahmenbedingungen	31
2.2.2 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	37
2.2.3 Sozio-kulturelle Rahmenbedingungen	43

3.	Formen institutioneller Marktanpassung	45
3.1	Export	47
3.1.1	Indirekter Export	48
3.1.2	Direkter Export ohne eigene Repräsentanz	51
3.1.3	Direkter Export mit eigener Repräsentanz	56
3.2	Lizenzvergabe	60
3.3	Joint Venture	64
3.4	Tochtergesellschaft	66
3.4.1	Vertriebsgesellschaft	66
3.4.2	Vollständige Tochtergesellschaft	69
II	Theoretische Ansätze zur Erklärung der institutionellen Marktanpassung	73
1.	Überblick über die Entwicklungslinien	74
2.	Statische Internationalisierungsansätze unter Betrachtung unterschiedlicher, internationaler Marktanpassungsformen	76
2.1	Transaktionskosten- bzw. Internalisierungstheorie	76
2.2.	Eklektische Theorie	80
2.3	Situativer Ansatz (Kontingenzansatz)	83
3.	Dynamische Internationalisierungsansätze unter Betrachtung unterschiedlicher, internationaler Marktanpassungsformen (Phasenmodelle)	87
3.1	Innovations-Anpassungsprozeß-Modell	88
3.2	Stufenmodell der Internationalisierungsgrade	89
3.3	Internationalisierungs-Prozeß-Modell (Uppsala-Schule)	91
4.	Fazit	95

III	Entwicklung eines konzeptionellen Bezugsrahmens und des Untersuchungsdesigns der institutionellen EU-Marktanpassung	100
1.	Konzeptioneller Bezugsrahmen	101
1.1	Anforderungen an den konzeptionellen Bezugsrahmen	101
1.2	Entwicklung des konzeptionellen Bezugsrahmens und Auswahl der Variablen des Forschungsansatzes	103
2.	Untersuchungsdesign	108
2.1	Zielsetzung und Vorgehensweise	110
2.2	Datengewinnung	110
2.2.1	Konzept und Aufbau des Fragebogens	110
2.2.2	Erhebungsmethodik und Datenbasis	114
2.3	Stichprobe und ausgewählte Unternehmen	116
2.3.1	Branchenverteilung	116
2.3.2	Unternehmensgröße	118
2.3.3	Internationalisierungsgrad	121
IV	Empirische Analyse des institutionellen EU-Marktanpassungsverhaltens von KMU	124
1.	Typische Internationalisierungspfade von KMU in EU-Schlüsselmärkten	127
1.1	Internationalisierungspfade von KMU in der 1.Phase der EU-Harmonisierung	129
1.2	Internationalisierungspfade von KMU in der 2. Phase der EU-Harmonisierung	133
1.3	Fazit	134

2.	Typen institutioneller Marktanpassung in EU-Schlüsselmärkten	137
2.1	Aktive Marktanpassung in EU-Schlüsselmärkten (Intensivierung)	140
2.2	Passive Marktanpassung in EU-Schlüsselmärkten (Beibehaltung)	141
2.3	Defensive Marktanpassung in EU-Schlüsselmärkten (Rückzug)	141
2.4	Fazit	142
3.	Einflußfaktoren von institutionellen Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	143
3.1	Interne Erfolgspotentiale institutioneller Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	144
3.1.1	Einfluß von Unternehmenspotentialen	145
3.1.1.1	Hypothesen zum Einfluß von Unternehmenspotentialen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	145
3.1.1.2	Empirische Analyse des Einflusses von Unternehmenspotentialen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	156
3.1.2	Einfluß von Produktpotentialen	168
3.1.2.1	Hypothesen zum Einfluß von Produktpotentialen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	168
3.1.2.2	Empirische Analyse des Einflusses von Produktpotentialen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	172
3.2	Externe Rahmenbedingungen institutioneller Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	179
3.2.1	Einfluß von politisch-rechtlichen Rahmenbedingungen	180
3.2.1.1	Hypothesen zum Einfluß von politisch-rechtlichen Rahmenbedingungen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	180

3.2.1.2	Empirische Analyse des Einflusses von politisch-rechtlichen Rahmenbedingungen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	185
3.2.2	Einfluß von wirtschaftlichen Rahmenbedingungen	193
3.2.2.1	Hypothesen zum Einfluß von wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	193
3.2.2.2	Empirische Analyse des Einflusses von wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	201
3.2.3	Einfluß von sozio-kulturellen Rahmenbedingungen	213
3.2.3.1	Hypothesen zum Einfluß von sozio-kulturellen Rahmenbedingungen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	213
3.2.3.2	Empirische Analyse des Einflusses von sozio-kulturellen Rahmenbedingungen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	217
3.3	Fazit	223
V	Zusammenfassung und Implikationen	224
VI	Literatur- und Quellenverzeichnis	246
	Anhang	274

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	SEITE
Abbildung 1: Europäische Union	1
Abbildung 2: KMU in der Europäischen Union	4
Abbildung 3: Marktanpassungsverhalten in Auslandsmärkten	6
Abbildung 4: Ablaufmodell der Untersuchung	10
Abbildung 5: Ablaufmodell Kapitel I	11
Abbildung 6: Wettbewerbsvorteile und -nachteile von KMU	16
Abbildung 7: Maßnahmen zur Realisierung des europäischen Binnenmarktes	26
Abbildung 8: Der Zeitplan des Europäischen Währungsinstituts	29
Abbildung 9: Verfahren der Zusammenarbeit	30
Abbildung 10: Formen institutioneller Marktanpassung	47
Abbildung 11: Ablaufmodell Kapitel II	73
Abbildung 12: Internationalisierungstheorien im Überblick	75
Abbildung 13: Eklektische Theorie	82
Abbildung 14: Situativer Ansatz (Kontingenzansatz)	84
Abbildung 15: Innovations-Anpassungsprozeß-Modell	88
Abbildung 16: Der Internationalisierungsprozeß nach Meissner/Gerber	90
Abbildung 17: Internationalisierungs-Prozeß-Modell	91
Abbildung 18: Der grundlegende Mechanismus der Internationalisierung	92

Abbildung 19:	Theorieansätze zur Erklärung der institutionellen Marktanpassung	97
Abbildung 20a:	Zusammenhang zwischen der Unternehmens- sowie der Umweltanalyse und den Internationalisierungsansätzen unter Betrachtung unterschiedlicher, internationaler Marktanpassungsformen	98
Abbildung 20b:	Zusammenhang zwischen der Unternehmens- sowie der Umweltanalyse und den Internationalisierungsansätzen unter Betrachtung unterschiedlicher, internationaler Marktanpassungsformen	99
Abbildung 21:	Ablaufmodell Kapitel III	100
Abbildung 22:	Komponenten des Marktanpassungsverhaltens	105
Abbildung 23:	Beschreibungs- und Erklärungsmodell der institutionellen Marktanpassung	106
Abbildung 24:	Konzeptioneller Bezugsrahmen auf der Grundlage des situativen Ansatzes und der Phasenmodelle (Uppsala-Schule)	107
Abbildung 25:	Befragungsstufen der Untersuchung	109
Abbildung 26:	Konzept und Aufbau des Fragebogens	112
Abbildung 27:	Branchenverteilung von Unternehmen der Grundgesamtheit sowie der betrachteten Stichprobe (Angaben in Prozent)	117
Abbildung 28:	Verteilung der befragten Unternehmen gemäß des Jahresumsatzes für die Zeiträume 1987-1991 und 1992-1996 (n=128)	119
Abbildung 29:	Verteilung der befragten Unternehmen gemäß der Beschäftigtenzahl für die Zeiträume 1987-1991 und 1992-1996 (n=128)	120

Abbildung 30:	Internationalisierungsgrade vor der EU-Harmonisierung im Ausland insgesamt und in EU-Auslandsmärkten (1987-1991)	122
Abbildung 31:	Internationalisierungsgrade seit der EU-Harmonisierung im Ausland insgesamt und in EU-Auslandsmärkten (1992-1996)	122
Abbildung 32:	Ablaufmodell Kapitel IV	125
Abbildung 33:	Marktanpassungsformen in EU-Schlüsselmärkten von 1987-1991 hin zu 1992-1996 (1. Phase der EU-Harmonisierung)	130
Abbildung 34:	Marktanpassungsformen in EU-Schlüsselmärkten von 1992-1996 hin zum Jahre 2000 (2. Phase der EU-Harmonisierung)	134
Abbildung 35:	Typen institutioneller EU-Marktanpassung in der 1. Phase der EU-Harmonisierung (1987-91 bis 1992-96)	139
Abbildung 36:	Typen institutioneller EU-Marktanpassung in der 2. Phase der EU-Harmonisierung (1992-96 bis 2000)	139
Abbildung 37:	Einfluß von Unternehmenspotentialen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	159
Abbildung 38:	Einfluß von Unternehmenspotentialen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	165
Abbildung 39:	Einfluß von Produktpotentialen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	177
Abbildung 40:	Einfluß von politisch-rechtlichen Rahmenbedingungen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	190
Abbildung 41:	Einfluß von wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	205

Abbildung 42:	Einfluß von wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	206
Abbildung 43:	Einfluß von wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	210
Abbildung 44:	Einfluß von wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	211
Abbildung 45:	Einfluß von sozio-kulturellen Rahmenbedingungen auf institutionelle Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten	222
Abbildung 46:	Ablaufmodell Kapitel V	224
Abbildung 47a:	Einflußrichtungen interner und externer Einflußfaktoren auf die institutionellen Marktanpassungstypen deutscher KMU in EU-Schlüsselmärkten	227
Abbildung 47b:	Einflußrichtungen interner und externer Einflußfaktoren auf die institutionellen Marktanpassungstypen deutscher KMU in EU-Schlüsselmärkten	228
Abbildung 47c:	Einflußrichtungen interner und externer Einflußfaktoren auf die institutionellen Marktanpassungstypen deutscher KMU in EU-Schlüsselmärkten	229
Abbildung 47d:	Einflußrichtungen interner und externer Einflußfaktoren auf die institutionellen Marktanpassungstypen deutscher KMU in EU-Schlüsselmärkten	230
Abbildung 47e:	Einflußrichtungen interner und externer Einflußfaktoren auf die institutionellen Marktanpassungstypen deutscher KMU in EU-Schlüsselmärkten	231
Abbildung 47f:	Einflußrichtungen interner und externer Einflußfaktoren auf die institutionellen Marktanpassungstypen deutscher KMU in EU-Schlüsselmärkten	232

Abbildung 48:	Charakteristika aktiver Marktanpassungstypen in der 1. Phase der EU-Harmonisierung (n=57)	233
Abbildung 49:	Charakteristika passiver Marktanpassungstypen in der 1. Phase der EU-Harmonisierung (n=56)	237
Abbildung 50:	Charakteristika defensiver Marktanpassungstypen in der 1. Phase der EU-Harmonisierung (n=15)	241
Abbildung 51:	Analyseergebnis der Mittelwerte der Variable 14 (Technologie (vorteile) gegenüber Wettbewerbern) sowie der SPSS-Output zur Überprüfung der Signifikanz	283
Abbildung 52:	Verteilung der befragten KMU (Typ 1) gemäß der Beschäftigtenzahl für die Zeiträume 1987-1991 und 1992-1996 (n=57)	284
Abbildung 53:	Verteilung der befragten KMU (Typ 1) gemäß des Jahresumsatzes für die Zeiträume 1987-1991 und 1992-1996 (n=57)	284
Abbildung 54:	Internationalisierungsgrade der befragten KMU (Typ 1) vor EU-Harmonisierung (1987-1991)	285
Abbildung 55:	Internationalisierungsgrade der befragten KMU (Typ 1) von 1992-1996	285
Abbildung 56:	Verteilung der befragten KMU (Typ 2) gemäß der Beschäftigtenzahl für die Zeiträume 1987-1991 und 1992-1996 (n=56)	286
Abbildung 57:	Verteilung der befragten KMU (Typ 2) gemäß des Jahresumsatzes für die Zeiträume 1987-1991 und 1992-1996 (n=56)	286
Abbildung 58:	Internationalisierungsgrade der befragten KMU (Typ 2) seit 1987-1991	287
Abbildung 59:	Internationalisierungsgrade der befragten KMU (Typ 2) seit 1992-1996	287

Abbildung 60: Verteilung der befragten KMU (Typ 3) gemäß der Beschäftigtenzahl für die Zeiträume 1987-1991 und 1992-1996 (n=56)	288
Abbildung 61: Verteilung der befragten KMU (Typ 3) gemäß des Jahresumsatzes für die Zeiträume 1987-1991 und 1992-1996 (n=56)	288
Abbildung 62: Internationalisierungsgrade der befragten KMU (Typ 3) vor EU-Harmonisierung (1987-1991)	289
Abbildung 63: Internationalisierungsgrade der befragten KMU (Typ 3) seit 1992-1996	289

TABELLENVERZEICHNIS	SEITE
Tabelle 1: Kategorisierung von KMU nach dem Bundesministerium für Wirtschaft	20
Tabelle 2: Einige Schritte auf dem Weg der westeuropäischen Integration	22
Tabelle 3: Bewertung des indirekten Exports für KMU im Überblick:	50
Tabelle 4: Bewertung des direkten Exports ohne eigene Repräsentanz über eigene Exportleitung für KMU im Überblick:	54
Tabelle 5: Bewertung des direkten Exports ohne eigene Repräsentanz über unternehmungsfremde Absatzorgane im Auslandsmarkt für KMU im Überblick:	55
Tabelle 6: Bewertung des direkten Exports mit eigener Repräsentanz (Zweigniederlassung/Auslandsreisende) im Auslandsmarkt für KMU im Überblick:	58
Tabelle 7: Bewertung der Lizenzvergabe im Auslandsmarkt für KMU im Überblick:	62
Tabelle 8: Bewertung des Joint Venture im Auslandsmarkt für KMU im Überblick:	65
Tabelle 9: Bewertung der Vertriebsgesellschaft im Auslandsmarkt für KMU im Überblick:	69
Tabelle 10: Bewertung der vollständigen Tochtergesellschaft im Auslandsmarkt für KMU im Überblick:	71
Tabelle 11: Die Unternehmen der Grundgesamtheit und der Stichprobe	115
Tabelle 12: Übersicht über die Forschungsfragen der empirischen Untersuchung	126
Tabelle 13: Indikatoren zur Messung der Finanzkraft	157

Tabelle 14:	Indikator zur Messung der Technologie	160
Tabelle 15:	Indikatoren zur Messung der Fähigkeiten	162
Tabelle 16:	Indikatoren zur Messung der Kenntnisse	166
Tabelle 17:	Indikatoren zur Messung der Produkteigenschaften	173
Tabelle 18:	Indikatoren zur Messung des Images	174
Tabelle 19:	Indikatoren zur Messung der Leistungsdifferenzierung	176
Tabelle 20:	Indikator zur Messung der ordnungspolitischen Rahmenbedingungen	186
Tabelle 21:	Indikatoren zur Messung der Gesetzgebung	187
Tabelle 22:	Indikatoren zur Messung der Verwaltungspraxis	191
Tabelle 23:	Indikator zur Messung der gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen	202
Tabelle 24:	Indikatoren zur Messung der vorhandenen Infrastruktur	203
Tabelle 25:	Indikatoren zur Messung des Faktors Arbeit	204
Tabelle 26:	Indikatoren zur Messung des Faktors Kapital	207
Tabelle 27:	Indikatoren zur Messung des Faktors Boden	208
Tabelle 28:	Indikatoren zur Messung der Absatzbedingungen	209
Tabelle 29:	Indikatoren zur Messung der gesellschaftlichen Werte	218
Tabelle 30:	Indikatoren zur Messung der kulturellen Normen	220
Tabelle 31:	Ausgewählte Erklärungsansätze der Theorien des internationalen Handels	274

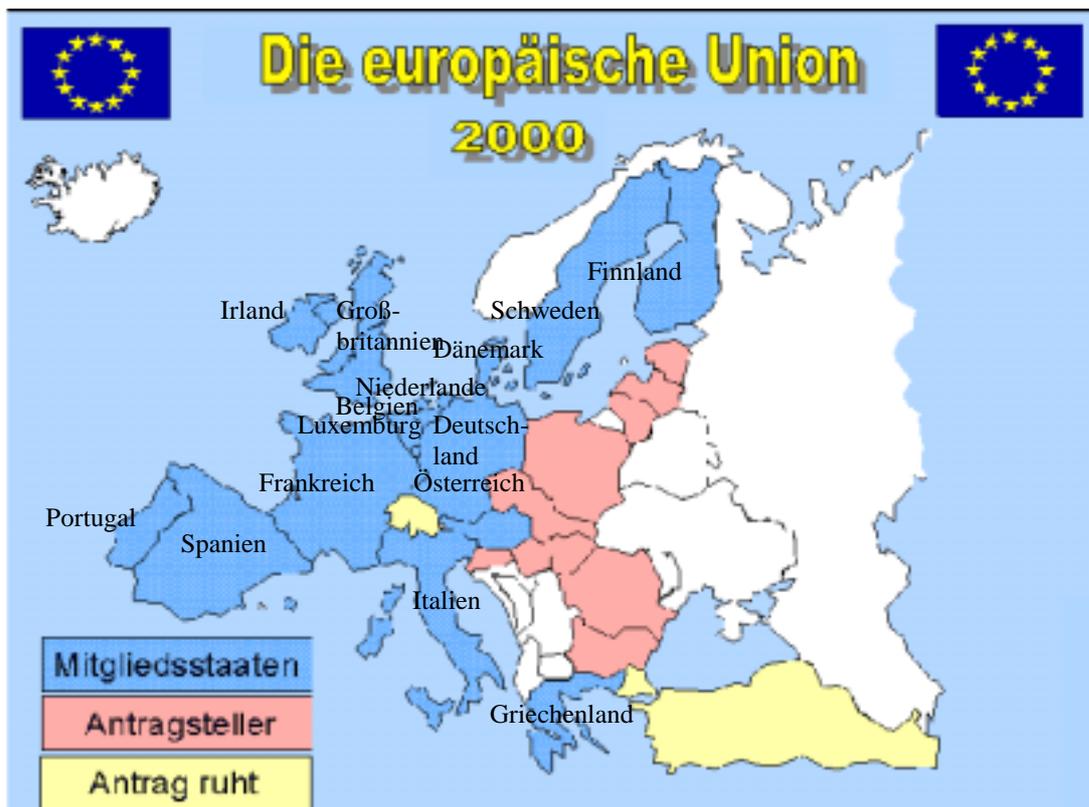
Tabelle 32:	Ausgewählte Erklärungsansätze der Industrial-Organization-Theorie	275
Tabelle 33:	Ausgewählte Erklärungsansätze der Transaktionskosten-/Internalisierungstheorie	276
Tabelle 34a:	Ausgewählte Erklärungsansätze der Eklektischen Theorie	277
Tabelle 34b:	Ausgewählte Erklärungsansätze der Eklektischen Theorie	278
Tabelle 35a:	Ausgewählte Kontingenzansätze der internationalen Unternehmenstätigkeit	279
Tabelle 35b:	Ausgewählte Kontingenzansätze der internationalen Unternehmenstätigkeit	280
Tabelle 36a:	Ausgewählte Phasenmodelle der internationalen Unternehmenstätigkeit	281
Tabelle 36b:	Ausgewählte Phasenmodelle der internationalen Unternehmenstätigkeit	282

Einleitung

1. Problemstellung

Die europäische Union (EU) befindet sich in einer wichtigen Phase des Umbruchs. Die geplante Entwicklung sieht für die Länder der EU innerhalb der nächsten Jahre einen einheitlichen Wirtschaftsraum mit einheitlichen Bedingungen und ohne Binnengrenzen vor (vgl. Abb. 1). Mit dem Abbau der materiellen, technischen und steuerlichen Schranken innerhalb der EU werden die Voraussetzungen für einen **harmonisierten Binnenmarkt** geschaffen.

Abbildung 1: Europäische Union



Quelle: EU-Kommission 2000.

Mit der Harmonisierung des EU-Marktes entsteht ein Wirtschaftsraum mit über 376 Millionen Verbrauchern.¹ Indes haben verschiedene Staaten Osteuropas sowie die Türkei die EU-Mitgliedschaft beantragt.

Die **EU-Harmonisierung** verändert dabei die Bedingungen des Wirtschaftens. Die Substitution etwa der DM durch den EURO, der einheitlichen europäischen Währung, wird vielfältige und wohl auch ungeahnte Auswirkungen auf die Funktionsweise der Märkte und auf die Struktur der Wirtschaft haben.² Der potentielle Gesamtnutzen aus der Vollendung des Binnenmarktes wird nach Berechnungen des von der EU-Kommission in Auftrag gegebenen **Cecchini-Berichts** auf rund 200 Mrd. Euro geschätzt.³ Ein zusätzliches Wachstum des BIP von 5%, Preissenkungen von durchschnittlich 6% und zusätzliche Arbeitsplätze in einer Größenordnung von 1,8 - 5 Mio. werden angenommen.⁴

Die ordnungspolitischen Maßnahmen in Zusammenhang mit der Errichtung des europäischen Binnenmarktes stellen für viele Unternehmen eine wichtige Änderung der ökonomischen Rahmenbedingungen dar. Wie reagiert die Wirtschaft, ist eine für den wissenschaftlichen wie praktischen Diskurs zunehmend interessantere Frage. Großunternehmen ziehen daraus Vorteile. Sie betrachten Europa, wie Albach⁵ feststellte, bereits seit vielen Jahren als Binnenmarkt und haben sich schon lange zu „Global Playern“ weiterentwickelt.⁶

¹ Die EU ist größer als der derzeitige Wirtschaftsraum der vereinigten Staaten von Amerika (270 Mio. Verbraucher) oder der Japans (123 Mio. Verbraucher), vgl. EU-Kommission (1999).

² Die Einführung des „Euro“ als einheitliche Währung in der EU polarisiert die Öffentlichkeit in Euro-Euphoriker und Euro-Skeptiker. Vgl. hierzu Ambrosius (1996), S. 123 ff.

³ Vgl. hierzu grundlegend Cecchini (1988). Untersucht wurden die Auswirkungen auf wirtschaftliches Wachstum, Beschäftigung, Inflation, Staatshaushalt und Außenbeitrag der EU-Länder.

⁴ Vgl. EU-Kommission (1997); Weidenfeld / Wessels (1994), S.48f.

⁵ Vgl. Albach (1993), S. 123ff.

⁶ Vgl. Biskup (1996).

Von maßgeblicher Bedeutung für die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Deutschland sind gleichfalls der binnenwirtschaftliche Beitrag und die Auslandsaktivitäten kleiner und mittelständischer Unternehmen (**KMU**).⁷ Nach Angaben des Instituts für Mittelstandsforschung sind 99,6% aller umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen mittelständisch.⁸ Diese 2,5 bis 2,9 Millionen KMU erwirtschaften 45,8% aller steuerpflichtigen Umsätze und beschäftigen rund 66% aller Arbeitnehmer (vgl. Abb. 2). KMU leisten 44,4% aller Bruttoinvestitionen und tragen 52,4% zur Bruttowertschöpfung aller Unternehmen bei.

Die zunehmende wirtschaftliche Verflechtung innerhalb Europas wirft besonders für KMU neue, bisher weitgehend unbekannte Fragestellungen auf. Aufgrund dieser spezifischen Relevanz ist die Problemstellung dieser Arbeit speziell auf KMU ausgerichtet. Im europäischen Wirtschaftsraum haben sich die Unternehmen an die neuen Marktgegebenheiten anzupassen. In dem Cecchini-Bericht wird gerade für KMU in der bevorstehenden EU-Harmonisierung die zentrale Herausforderung für die Verbesserung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit gesehen.⁹ Der Abbau technischer, physischer und fiskalischer Barrieren soll verbesserte Möglichkeiten zur aktiven Teilnahme am internationalen Wettbewerb für KMU eröffnen. Es wird vermutet, daß die Entwicklung des EU-Binnenmarktes und die damit einhergehenden veränderten Rahmenbedingungen des Wirtschaftens für KMU aus Deutschland eine Chancensituation und damit Anreize für ein verstärktes Auslandsengagement schaffen.¹⁰

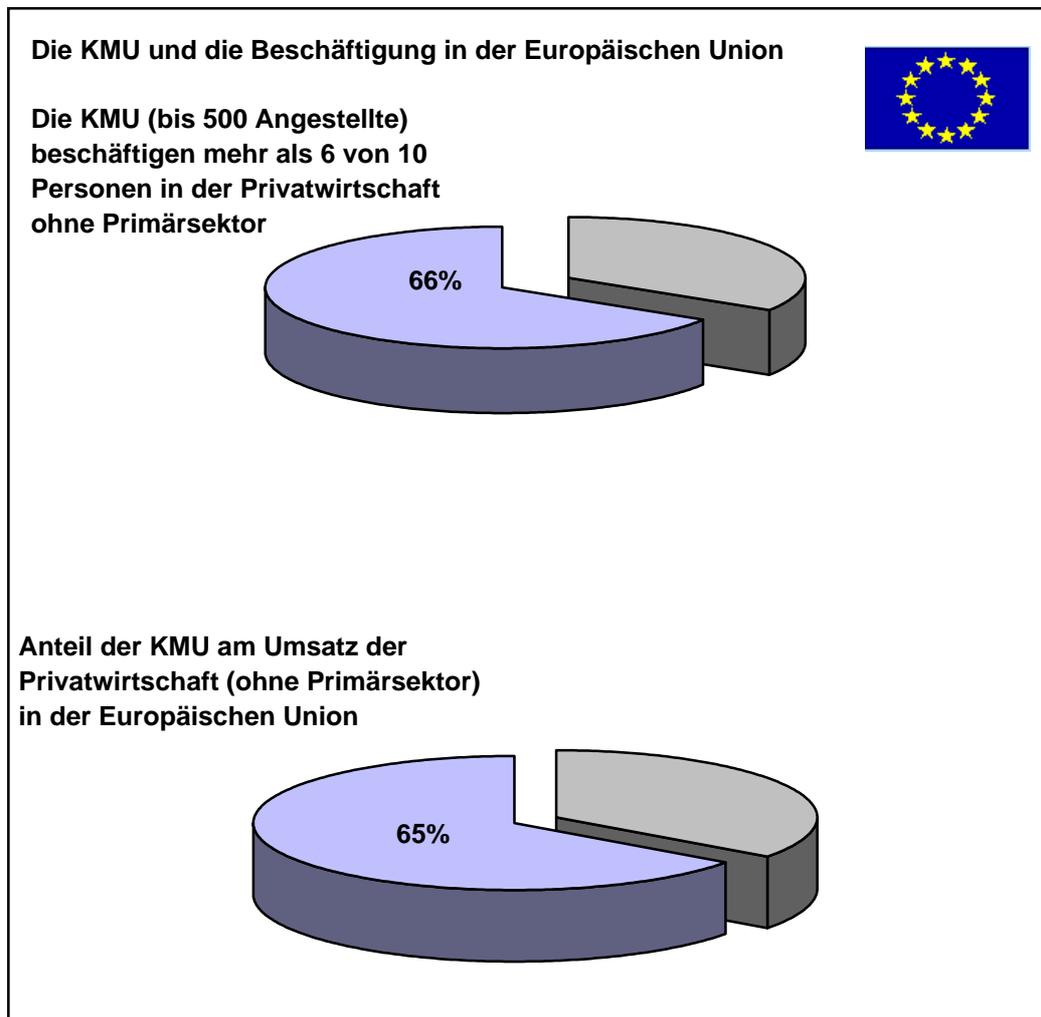
⁷ Die Begriffe kleine und mittlere Unternehmen (KMU), Mittelständler, mittelständische Unternehmen etc. werden synonym verwendet.

⁸ Vgl. hier und im folgenden Icks / Kaufmann / Menke (1997), S.5.; Kayser (1995), S.22.

⁹ Vgl. Cecchini (1988), S. 22ff.

¹⁰ Vgl. Scholz-Ligma (1997), S. 168 ff.

Abbildung 2: KMU in der Europäischen Union



Quelle: Eurostat: Unternehmen in Europa, 4. Bericht 1998.

Es ist hier die Frage zu klären, ob die Vermutungen Cecchinis für deutsche KMU grundsätzlich zutreffen. Mit der Entwicklung des EU-Binnenmarktes könnten für KMU ebenso mögliche Probleme entstehen. In Betracht zu ziehen sind dabei etwa Konzentrationstendenzen mit Verdrängung von KMU.¹¹ Es wird deshalb vermutet, daß nicht alle KMU aus Deutschland in der Entwicklung des EU-Binnenmarktes wirklich eine **Chancensituation** sehen, sondern ein Teil der deutschen KMU mit der EU-Harmonisierung **erhebliche Risiken**

¹¹ Vgl. Hünerberg (1993); Kayser (1992); Schmidt (1990).

assoziiieren und das Auslandsengagement insofern einschränken.¹² Diesen Vermutungen wird in dieser Arbeit anhand des **Marktanpassungsverhaltens** von deutschen KMU im europäischen Kontext nachgegangen.

In der Literatur zum internationalen Marketing beschäftigt sich eine Vielzahl von Publikationen aus unterschiedlichen Forschungsrichtungen mit den verschiedenen Parametern des Entscheidungsfeldes „Aufbau einer Marktpräsenz im Ausland“.¹³ Die in der Literatur am häufigsten verwendeten Begriffe zur Kennzeichnung des vorliegenden Untersuchungsgegenstands sind „Markteintritt“, „Markteintrittsentscheidung“ bzw. „Markteintrittsplanung“. Young et al. weisen in diesem Zusammenhang darauf hin, daß die Verwendung des Begriffs „Markteintritt“ und die hierunter in der Literatur vielfach subsumierten Entscheidungssituationen das reale Planungsproblem auf den Zeitraum unmittelbar **vor** dem eigentlichen Eintritt in den Auslandsmarkt verkürzen.¹⁴ Indirekt wird dabei die Annahme unterstellt, daß die zentralen Gestaltungsfragen internationaler Geschäftstätigkeiten durch eine **einmalige Entscheidung** vor bzw. beim erstmaligen Kontakt mit einem bisher nicht bearbeiteten Markt hinreichend zu erfassen und einer Lösung zuzuführen sind. Es wird nicht bzw. nur unzureichend berücksichtigt, daß auch auf Märkten, in die Unternehmen bereits eingetreten sind und die durch veränderte Rahmenbedingungen, wie sie sich bspw. in Auslandsmärkten der EU ergeben, geprägt sind, Entscheidungen über die **weitere Anpassung des Marktverhaltens** zu treffen sind. Das Unternehmen steht vor der Frage, sich stärker oder weniger stark zu engagieren bzw. die gewählte Strategie beizubehalten (vgl. Abb. 3). Angesichts der begrenzten Anwendbarkeit der mit dem Begriff „Markteintritt“ verbundenen Inhalte werden die folgenden

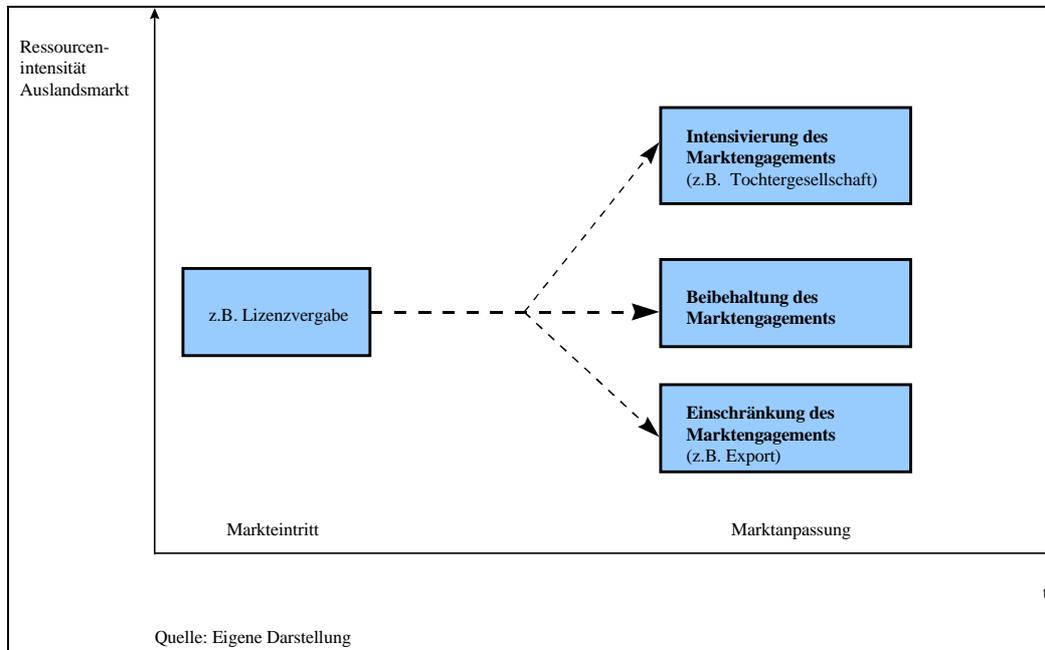
¹² Vgl. Gretschnann (1997); Hünerberg (1993); Kayser (1992); Schmidt (1990).

¹³ Vgl. Weiss (1995), S. 5ff;

¹⁴ Vgl. Young et al. (1989), S. 1 ff.

Ausführungen in der Arbeit unter dem Begriff „Marktanpassung“ subsumiert.¹⁵

Abbildung 3: Marktanpassungsverhalten in Auslandsmärkten



2. Ziel und Gang der Untersuchung

Auf Basis der vorgenommenen Eingrenzung der Problemstellung steht das **Marktanpassungsverhalten** deutscher KMU im Mittelpunkt der Betrachtung. Es soll in dieser Arbeit gemessen werden, **ob** und **wie** deutsche Unternehmen in europäischen Auslandsmärkten reagieren und insbesondere **warum**. Dies kann aber nicht direkt gemessen werden, da es hier um das Verhalten von KMU geht. Für steigendes oder sinkendes Engagement deutscher KMU in europäischen Auslandsmärkten wird somit ein **Indikator** gesucht.

¹⁵ Vgl. Kayser (1995), S. 21 ff.

In der Arbeit wird für „**Marktanpassung**“ explizit **Institution als Gradmesser für Intensität** gewählt, während eine Operationalisierung über Formen erfolgt. Unter **institutioneller Marktanpassung** wird hier die institutionelle Gestaltungsform des grenzüberschreitenden Engagements des Unternehmens verstanden. Die jeweiligen Formen institutioneller Marktanpassung implizieren unterschiedliche Intensitäten des Engagements im Auslandsmarkt. Die institutionelle Marktanpassung ist somit geeignet als Indikator für das Auslandsengagement deutscher KMU im europäischen Kontext.

Kern der **institutionellen Marktanpassung** von KMU bildet der Export in seinen verschiedenen Ausprägungsformen (indirekter Export, direkter Export ohne eigene Repräsentanz, direkter Export mit eigener Repräsentanz). Gegenstand der institutionellen Marktanpassung bilden jedoch auch weitere Arten des Auslandsengagements, wie insbesondere die Erteilung von Lizenzen, die Vergabe von Vertragsproduktionen sowie die Verlagerung von Unternehmensressourcen, beispielsweise der Produktion und/oder des Vertriebs ins Ausland.

Die generelle **Zielsetzung der vorliegenden Arbeit** besteht in der Entwicklung eines Erklärungsansatzes der institutionellen Marktanpassung von KMU aus Deutschland speziell in **EU-Schlüsselmärkten**.¹⁶ Der EU-Schlüsselmarkt wird in diesem Zusammenhang als der **„Auslands“-Markt** verstanden, auf dem das deutsche Unternehmen im Rahmen des harmonisierten EU-Binnenmarktes den anteilig größten Auslandsumsatz realisiert bzw. plant.

In diesem Zusammenhang verfolgt die Untersuchung drei Teilziele:

¹⁶ In dieser Arbeit erfolgt ausgehend von der Darstellung des theoretischen Untersuchungs-konzeptes eine Fokussierung auf den Teilaspekt der institutionellen Marktanpassung. Weitere inhaltliche Aspekte der Strategischen Marktanpassung, wie z.B. Produkt- und Sortiments-politik, Kommunikations- oder Vertriebswege- und Preispolitik werden ausgeklammert. Vgl. hierzu ausführlich Pues (1994); Bolz (1992).

1. Das **erste Ziel** umfaßt die Identifizierung typischer Internationalisierungspfade von KMU in EU-Schlüsselmärkten. Mit Hilfe von Internationalisierungstableaus ist zu dokumentieren, wie oft eine bestimmte Marktanpassungsform als Ausgangsbasis für einen Wechsel hin zu einer anderen Form für die Zeiträume 1987-1991 bis 1992-1996 (**erste Phase der EU-Harmonisierung**) gewählt wurde respektive welche Marktanpassungsform für den Zeitraum 1997 bis 2000 (**zweite Phase der EU-Harmonisierung**) angestrebt wird. Die Frage, ob und wie KMU im Laufe der EU-Harmonisierung reagieren, ist zu klären.
2. Das **zweite Ziel** umfaßt dann auf der Basis konzeptioneller Überlegungen zu den identifizierten Internationalisierungspfaden die Ableitung differenzierter Typen der institutionellen Marktanpassung in EU-Schlüsselmärkten.
3. Das **dritte Ziel** umfaßt die empirische Überprüfung am Beispiel der Aktivitäten von KMU aus Deutschland in EU-Schlüsselmärkten explizit für den Zeitraum 1987-91 bis 1992-96. Davon ausgehend, daß die institutionelle EU-Marktanpassung auf den Einfluß interner und externer Rahmenbedingungen in der EU seit 1992 zurückzuführen ist, sind die Beziehungen der angenommenen Typen zu verschiedenen internen und extern GröÙen zu untersuchen und dadurch die Merkmale institutioneller Marktanpassungstypen für die erste Phase der EU-Harmonisierung zu differenzieren. Hierfür sind die in den verschiedenen Erklärungsansätzen der institutionellen Marktanpassung diskutierten internen und externen Einflußfaktoren heranzuziehen. Die Frage, warum deutsche KMU im Laufe der EU-Harmonisierung reagieren, ist zu klären.

Mit den beschriebenen Ziel- und Schwerpunktsetzungen ist der Gang der vorliegenden Untersuchung vorgezeichnet (vgl. Abb. 4):

In **Kapitel I** werden zunächst die begrifflichen Grundlagen erörtert. Diese umfassen die Charakterisierung von KMU anhand von qualitativen und quantitativen Abgrenzungskriterien sowie die Betrachtung der Umwelt von KMU, hier insbesondere der externen EU-Rahmenbedingungen. Zum Abschluß werden die verschiedenen Formen institutioneller Marktanpassung betrachtet.

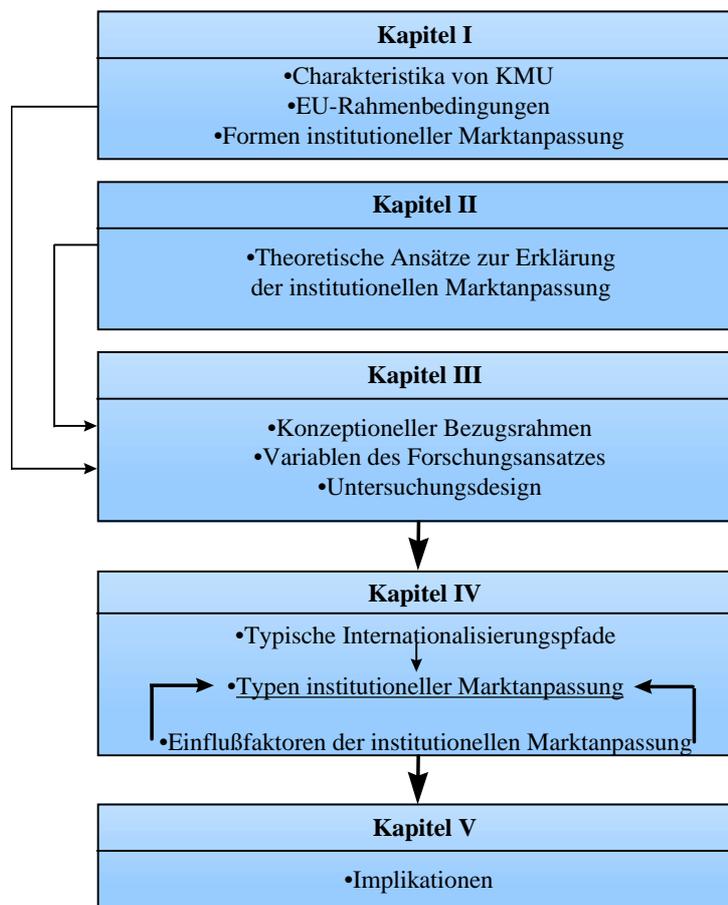
In **Kapitel II** wird untersucht, welche **theoretischen Ansätze** zur Erklärung der institutionellen Marktanpassung existieren. Es wird dokumentiert, welche **Einflußfaktoren** den unterschiedlichen Erklärungsansätzen zugrunde liegen und inwieweit diese zur Analyse der **institutionellen Marktanpassung** herangezogen werden können.

In **Kapitel III** wird die **Methodik** erläutert, d.h. es erfolgt die Entwicklung des konzeptionellen Bezugsrahmens sowie die Auswahl der Variablen des Forschungsansatzes. Die Erkenntnisse aus Kapitel I und II fließen hier ein. Den Abschluß bildet die Darstellung des Untersuchungsdesigns.

In **Kapitel IV** erfolgt nach der Ableitung von institutionellen Marktanpassungstypen die **Operationalisierung** von **internen und externen Einflußfaktoren**. Zur Wahrung einer einheitlichen Systematik werden jeweils Hypothesen für die primären Einflußfaktoren hinsichtlich ihres Einflusses auf die institutionellen Marktanpassungstypen in EU-Schlüsselmärkten aufgestellt. Anschließend wird der Einfluß auf die institutionellen Marktanpassungstypen hypothesengestützt auf Basis der empirischen Daten überprüft.¹⁷ Die empirischen Untersuchungsergebnisse werden dokumentiert und das **institutionelle Marktanpassungsverhalten** deutscher KMU im europäischen Kontext wird **erklärt**.

¹⁷ Der Autor versucht in einem deskriptiven Forschungsdesign vermutete Zusammenhänge zwischen theoretisch hergeleiteten internen und externen Einflußfaktoren als exogenen Variablen und den Marktanpassungstypen als endogenen Variablen empirisch zu überprüfen.

Abbildung 4: Ablaufmodell der Untersuchung



Kapitel V faßt die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit zusammen. Außerdem diskutiert es ihre Implikationen für Theorie und Praxis.

Die Anzahl der bisherigen empirischen Untersuchungen, die die theoretischen Erklärungsansätze einer Konfrontation mit der Realität aussetzen, ist (noch) relativ gering. Die gewonnen empirischen Ergebnisse sind zudem kontrovers. Vor diesem Hintergrund besteht ein herausragendes Interesse, das Marktanpassungsverhalten von KMU aus Deutschland in der EU, unter der Prämisse veränderter Rahmenbedingungen, zu erforschen. Die EU-Harmonisierung ermöglicht eine derartige Analyse.