

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

Vorwort

1. Die konzeptionellen Grundlagen der Untersuchung	5
1.1. Zielsetzung der Arbeit und Gang der Untersuchung	6
1.2. Vermeintliche Erkenntnisprobleme der Sozialwissenschaften	13
1.3. Die forschungsprogrammatische Ausrichtung der Arbeit	16
2. Erfolgsbilanz und Risiken der deutschen Exportwirtschaft	20
2.1. Der deutsche Außenhandel im Spiegel der Statistik	20
2.2. Schwachstellen und Risiken der deutschen Exportwirtschaft	27
3. Die Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit	37
3.1. Das Forschungsdefizit	37
3.2. Die Vergleichsanalyse als Instrument und Besonderheit des Internationalen Marketing	40
3.2.1. Eigenheiten und Zielsetzung der Vergleichsanalyse	41
3.2.2. Das Konzept der Kultur	43
3.2.3. Die Grenzen des anekdotischen Ansatzes	45
3.2.4. Strategien und Befunde kulturvergleichender Forschung	47
3.3. Das Internationalisierungspotential der mittelständischen Wirtschaft	56
3.4. Die Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit als Gegenstand theoretischer Überlegungen	62
3.4.1. Der transaktionstheoretische Ansatz	63
3.4.2. Die Erfolgsfaktorenforschung aus systemtheoretischer Sicht	65
3.4.3. Der verhaltenswissenschaftliche Beitrag	72
3.4.4. Organisationstheoretisch fundierte Hypothesen des situativen Ansatzes	74
3.4.5. Die entscheidungstheoretische Perspektive	81
3.4.5.1. Das Anliegen	81
3.4.5.2. Die Forschungsergebnisse	82

3.4.5.2.1.	Motive und Hinderungsgründe internationaler Unternehmenstätigkeit	82
3.4.5.2.2.	Das Merkmalsprofil des typischen Exportunternehmens	88
3.4.5.2.3.	Die Exportentscheidung im Zeitverlauf	89
3.5.	Die theoretischen Grundlagen im Überblick	94
4.	Der Untersuchungssteckbrief	98
4.1.	Konzeption und Anlage der Untersuchung	98
4.1.1.	Die Ziele der Untersuchung	99
4.1.2.	Das Untersuchungsfeld	105
4.2.	Die Struktur der Stichproben	114
5.	Die Auslandsorientierung im internationalen Vergleich	123
5.1.	Die Dimensionen der Auslandsorientierung	123
5.2.	Ausprägung und Hintergründe der Auslandsorientierung von Managern aus sechs Ländern	127
5.2.1.	Risikowahrnehmung und Risikobereitschaft im Exportgeschäft	128
5.2.1.1.	Die konzeptionelle Grundlage	128
5.2.1.2.	Die entscheidungstheoretisch fundierte Risikoanalyse	129
5.2.1.3.	Die empirischen Befunde	133
5.2.1.3.1.	Die Risikobereitschaft im internationalen Vergleich	134
5.2.1.3.2.	Die wahrgenommene Austauschbeziehung zwischen Risiken und Chancen als Indikator von Risikobereitschaft	140
5.2.1.3.3.	Psychische und situative Determinanten von Risikowahrnehmung und Risikobereitschaft	148
5.2.2.	Die internationale Mobilität	154
5.2.2.1.	Die These von der "Auslandsmüdigkeit"	154
5.2.2.2.	Dimensionen einer auslandsorientierten Personalpolitik	156
5.2.2.3.	Die Einstellung von Managern zu einem längeren berufsbedingten Auslandsaufenthalt im internationalen Vergleich	158
5.2.3.	Die psychische Nähe zu ausländischen Märkten	165
5.2.3.1.	Das Konzept der kognitiven Landkarte	165
5.2.3.2.	Der Maßansatz	167

5.2.3.3.	Gestalt und Bestimmungsgründe der kognitiven Landkarten von Managern aus sechs Ländern	169
5.2.3.4.	Ursachen und Konsequenzen psychischer Nähe zu ausländischen Märkten	176
5.2.4.	Die Akzeptanz des Exports als Unternehmensstrategie	181
5.2.4.1.	Die Einstellung gegenüber einem Exportengagement	181
5.2.4.2.	Der projektive Maßansatz	182
5.2.4.3.	Die Akzeptanz der Exportstrategie	185
5.2.5.	Die Flexibilität der psychischen Struktur	191
5.2.6.	Die Bereitschaft zur Änderung der betrieblichen Ablauforganisation	198
5.3.	Die Auslandsorientierung von Managern aus sechs Ländern im Überblick	209
6.	Die Bewährungsprobe: das Konzept der Auslandsorientierung im empirischen Test	211
6.1.	Die Ebenen der Validierung des Maßansatzes	212
6.1.1.	Inhalts- und Augenscheinvalidität	212
6.1.2.	Die Kriteriumsvalidität	213
6.1.3.	Die Konstruktvalidität	217
6.1.3.1.	Die Validierung mit Hilfe des <i>Known-group</i> -Konzepts	218
6.1.3.2.	Die faktorielle Validität	219
6.1.3.3.	Die Logik der Multi-Merkmal-/Multi-Methoden-Matrix	222
6.2.	Die Erfolgsfaktoren des Exportgeschäfts	223
6.2.1.	Das Analysekonzept	224
6.2.1.1.	Die Rolle des Erfolgskriteriums	225
6.2.1.2.	Der Einfluß des Analyseverfahrens	229
6.2.1.3.	Die Bedeutung des Beobachtungszeitraums	230
6.2.1.4.	Auswirkungen des kulturellen Kontexts	231
6.2.2.	Die empirischen Befunde	232
6.2.2.1.	Vergangenheits- vs. zukunftsorientierte Erfolgsfaktoren	232
6.2.2.2.	Die methodenunabhängigen Erfolgsfaktoren	241
6.2.2.3.	Die interkulturell gültigen Erfolgsfaktoren	244
6.2.2.4.	Die Kausalstruktur der Erfolgsfaktoren	247
6.3.	Die ökonomische Bedeutung der Auslandsorientierung des Managements	253
6.4.	Die Erfolgsfaktoren des Exportgeschäfts im Überblick	255

7. Aufdeckung und Aktivierung von brachliegendem Exportpotential	257
7.1. Unternehmenstypen als Ausgangspunkt und Instrument der Suche nach Exportpotential	258
7.1.1. Das Exportpotential von Gelegenheits-Exporteuren	258
7.1.2. Die Unternehmenstypologie im internationalen Vergleich	263
7.2. Die Bedeutung von Exporthemmnissen für die Aktivierung von Exportpotential	266
7.3. <i>Marketing für den Export</i> : ein Pilotversuch zur Aktivierung des Exportpotentials von Gelegenheits-Exporteuren	271
8. Aktionsebenen und Ansatzpunkte zur Steigerung der Auslandsorientierung von Führungskräften	274
8.1. Personal- und unternehmenspolitische Handlungsmöglichkeiten im Überblick	274
8.2. <i>Der Test der Auslandsorientierung (TAO)</i> als Instrument der Personalauswahl	279
8.2.1. Die Testkonstruktion	280
8.2.2. Die wichtigsten Schwachstellen der Auslandsorientierung	287
8.3. Die Förderung der internationalen Mobilität	289
8.3.1. Die Orientierung der Personalentwicklung an dem im Ausland geforderten Persönlichkeits- und Fähigkeitsprofil	290
8.3.2. Die Vorbereitung auf den Auslandseinsatz	293
8.3.3. Die Höhe der Auslandszulage	298
8.3.4. Die Schlüsselfrage der Reintegration	299
8.4. Möglichkeiten der Stärkung von Risikowahrnehmung und Risikobereitschaft	302
8.4.1. Die Risikofreude als Bestandteil der Unternehmenskultur	303
8.4.2. Die Verbesserung des außenwirtschaftlichen Informationswesens	305
9. Zusammenfassung und Ausblick	316
Abkürzungsverzeichnis	320
Literaturverzeichnis	323
Anhang	366
Stichwortverzeichnis	384

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1.1:	Das Human-Kapital als Werbeargument	8
Abbildung 1.2:	Ablauf und Analyseebenen der Untersuchung	12
Abbildung 2.1:	Die führenden Welthandelsnationen (1886 - 1986)	22
Abbildung 2.2:	Strategien ausgewählter Industrieländer im Welthandel	24
Abbildung 2.3:	Der Anteil deutscher Importe an der Gesamteinfuhr in Abhängigkeit von der Entfernung der wichtigsten Märkte	30
Abbildung 2.4:	Das Wechselspiel zwischen internationaler Unternehmens-tätigkeit, internationaler Wettbewerbsfähigkeit und Exporterfolg	33
Abbildung 2.5:	Ebenen und Intensität der Industriepolitik der fünf wichtigsten Industrienationen	36
Abbildung 3.1:	Machtdistanz und interpersonelle Orientierung in ausge-wählten Ländern	51
Abbildung 3.2:	Das Exportwachstum mittelständisch geprägter Industriezweige	58
Abbildung 3.3:	Die Nachteile von KMU im internationalen Wettbewerb mit Großunternehmen	60
Abbildung 3.4:	Das Leistungsprofil der wichtigsten Anbieter von außen-wirtschaftlichen Informationen	62
Abbildung 3.5:	Merkmale der exportbezogenen Erfolgsfaktorenforschung	71
Abbildung 3.6:	Eine Entscheidungsmatrix zur Wahl situativ angemessener Markteintrittsstrategien	75
Abbildung 3.7:	Anreize und Hemmnisse des Exportgeschäfts in Abhängig-keit von der Entscheidungsebene	83
Abbildung 3.8:	Das Modell der Exportneigung der <i>Uppsala</i> -Schule	93
Abbildung 4.1:	Die bilaterale Handelsbilanz der Bundesrepublik Deutschland mit ihren wichtigsten Abnehmer- und Lieferländern (1987)	99
Abbildung 4.2:	Struktur und Ablauf der Vergleichsuntersuchung	103
Abbildung 4.3:	Koreas Selbstbild zwischen östlicher und westlicher Prägung	106
Abbildung 5.1:	Die Struktur des Konstrukts der Auslandsorientierung	125
Abbildung 5.2:	Die Basis-Hypothese des Untersuchungsvorhabens	127
Abbildung 5.3:	Die kognitive Landkarte subjektiv wahrgenommener Risiken	132
Abbildung 5.4:	Elemente und Struktur eines risikobezogenen Entscheidungs-prozesses	134

Abbildung 5.5:	Die Selbstverankerungsskala zur Messung der marketingbezogenen Risikobereitschaft	135
Abbildung 5.6:	Die distributionspolitische Risikobereitschaft in sechs Ländern	136
Abbildung 5.7:	Die produktpolitische Risikobereitschaft in sechs Ländern	137
Abbildung 5.8:	Die preispolitische Risikobereitschaft in sechs Ländern	138
Abbildung 5.9:	Die kommunikationspolitische Risikobereitschaft in sechs Ländern	139
Abbildung 5.10:	Die Einstellungen von Managern zum Verhältnis von Chancen und Risiken im internationalen Vergleich	141
Abbildung 5.11:	Die von deutschen Managern wahrgenommene Austauschbeziehung zwischen Chancen und Risiken	142
Abbildung 5.12:	Die von risiko- bzw. chancenorientierten deutschen Managern wahrgenommene Austauschbeziehung zwischen Chancen und Risiken	142
Abbildung 5.13:	Die Einstellungen von Managern aus fünf Ländern zur Rolle von Intuition und Information bei der betrieblichen Entscheidungsfindung	146
Abbildung 5.14:	Die produktpolitische Risikobereitschaft risikoscheuer und risikofreudiger Manager aus vier Ländern	147
Abbildung 5.15:	Das Pfaddiagramm der Risikobereitschaft und Risikowahrnehmung im Auslandsgeschäft	150
Abbildung 5.16:	Befürchtete Auswirkungen längerer berufsbedingter Auslandsaufenthalte im internationalen Vergleich	159
Abbildung 5.17:	Erhoffte Auswirkungen längerer berufsbedingter Auslandsaufenthalte im internationalen Vergleich	162
Abbildung 5.18:	Versuchsanordnung zur Erfassung der psychischen Nähe und durchschnittliches Antwortmuster der deutschen Manager	168
Abbildung 5.19:	Die kognitive Landkarte deutscher Manager	171
Abbildung 5.20:	Die kognitive Landkarte österreichischer Manager	172
Abbildung 5.21:	Die kognitive Landkarte finnischer Manager	173
Abbildung 5.22:	Die kognitive Landkarte südafrikanischer Manager	174
Abbildung 5.23:	Die kognitive Landkarte japanischer Manager	175
Abbildung 5.24:	Die kognitive Landkarte südkoreanischer Manager	176
Abbildung 5.25:	Der projektive Meßansatz	184
Abbildung 5.26:	Der Einfluß der Akzeptanz des Exportgeschäfts auf die Wahrnehmung von Exporthemmnissen bei Exporteuren und Nicht-Exporteuren	189
Abbildung 5.27:	Einstellungen zur flexiblen Gestaltung des Berufslebens (Teil I)	194
Abbildung 5.28:	Einstellungen zur flexiblen Gestaltung des Berufslebens (Teil II)	196

Abbildung 5.29:	Die Einstellung zur Erneuerung betrieblicher Abläufe im internationalen Vergleich	201
Abbildung 5.30:	Einstellungen zum Auslandsengagement als Ausdruck von Änderungsbereitschaft im internationalen Vergleich	204
Abbildung 5.31:	Die Einstellung deutscher Manager zum <i>Global Marketing</i> in Abhängigkeit von deren Flexibilität und Änderungsbereitschaft	207
Abbildung 6.1:	Elemente und Struktur des Forschungsvorhabens	211
Abbildung 6.2:	Die Auslandsorientierung deutscher bzw. japanischer Manager und BWL-Studenten im Vergleich	219
Abbildung 6.3:	Das meta-analytische Evaluationskonzept	224
Abbildung 6.4:	Die empirische Übereinstimmung alternativer Erfolgskriterien von Exportengagements	227
Abbildung 6.5:	Die Abhängigkeit der Erfolgsfaktoren des Exportgeschäfts vom Beobachtungszeitraum (<i>Längsschnitts-</i> vs. <i>Querschnittsanalyse</i>)	240
Abbildung 6.6:	Das Kausaldiagramm des Exporterfolges deutscher Unternehmen (<i>Veränderung des Exportumsatzes</i>)	250
Abbildung 6.7:	Die Profile der Auslandsorientierung der Manager von im Exportgeschäft erfolgreichen bzw. erfolglosen deutschen Unternehmen	254
Abbildung 6.8:	Zeit-, kriteriums-, methoden- und kulturunabhängige Erfolgsfaktoren des Exportgeschäfts	256
Abbildung 7.1:	Die clusteranalytische Strukturierung der deutschen Stichprobe	259
Abbildung 7.2:	Die Typen der an der Untersuchung beteiligten deutschen Unternehmen nach Maßgabe des Exportpotentials	260
Abbildung 7.3:	Die Vorkommenshäufigkeit der wichtigsten Unternehmertypen in fünf Ländern (<i>in %</i>)	266
Abbildung 7.4:	Die Abhängigkeit wahrgenommener Exporthemmnisse vom Unternehmenstyp	269
Abbildung 7.5:	Die Intensität ausgewählter Exporthemmnisse aus der Sicht von "aktiven" bzw. "passiven" Gelegenheits-Exporteuren	270
Abbildung 8.1:	Der Einfluß der Beherrschung von Fremdsprachen auf die psychische Distanz zu ausländischen Märkten	276
Abbildung 8.2:	Die Verteilungen der <i>TAO</i> -Testwerte in vier Stichproben	286
Abbildung 8.3:	Die Eignung der wichtigsten Handlungsebenen zur Verbesserung von Entsendung und Reintegration (<i>in %</i>)	290
Abbildung 8.4:	Die Anforderungsprofile für einen Einsatz in Entwicklungs- und Schwellenländern bzw. Industrieländern	292

Abbildung 8.5:	Art und Intensität der Vorbereitung für Auslandseinsätze	294
Abbildung 8.6:	Gewünschte und tatsächliche Dauer der Vorbereitungszeit	296
Abbildung 8.7:	Die hierarchische Ebene der Reintegration	300
Abbildung 8.8:	Der Eigenschaftsraum der außenwirtschaftlichen Medien	308
Abbildung 8.9:	Die Schwächen externer außenwirtschaftlicher Datenbanken	310
Abbildung 8.10:	Der Nutzenbeitrag der wichtigsten Elemente des außenwirtschaftlichen Informationswesens	311
Abbildung 8.11:	Die Eignung verschiedener Maßnahmen zur Verbesserung des außenwirtschaftlichen Informationswesens aus der Sicht von Exporteuren und Nicht-Exporteuren	313

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 2.1:	Der Anteil deutscher Erzeugnisse an den Importen der wichtigsten Abnehmerländer	31
Tabelle 3.1:	Die wichtigsten Ansätze der interkulturellen Managementforschung	49
Tabelle 3.2:	Die Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit: Theorien, Problemfelder und wichtige Befunde	96
Tabelle 4.1:	Die Vergleichsländer im Spiegel gesamtwirtschaftlicher Kennzahlen	112
Tabelle 4.2:	Die Einzeluntersuchungen des Forschungsprojekts	115
Tabelle 4.3:	Ausgewählte Strukturmerkmale der sechs Teilstichproben der Vergleichsuntersuchung	116
Tabelle 4.4:	Ausgewählte Strukturmerkmale der ergänzenden Unternehmensbefragungen	117
Tabelle 4.5:	Wichtige betriebswirtschaftliche Kennzahlen der vier zentralen Stichproben der Vergleichsuntersuchung	119
Tabelle 4.6:	Wichtige soziodemographische Merkmale der in den vier zentralen Studien der Vergleichsuntersuchung befragten Probanden	120
Tabelle 4.7:	Die hierarchische Position der Probanden	121
Tabelle 5.1:	Abweichungen der subjektiven von der objektiven Distanz zu ausländischen Märkten (<i>in %</i>)	170
Tabelle 5.2:	Die Motive der Ablehnung der Internationalisierungsstrategie	186
Tabelle 5.3:	Die wichtigsten Bündel von Motiven der Ablehnung eines Auslandsengagements	188
Tabelle 6.1:	Die Auslandsorientierung experterfahrener bzw. unerfahrener Manager aus sechs Ländern: Hypothesen und Meßwerte	215
Tabelle 6.2:	Die Urteilsstruktur deutscher Manager (<i>varimax</i> -rotierte Faktormatrix)	221
Tabelle 6.3:	Die "Auslandsaktivität" als gemeinsamer Nenner des dritten Faktors der Faktormatrix (<i>deutsche Stichprobe</i>)	222
Tabelle 6.4:	Die Interkorrelationsmatrix der wichtigsten Kriterien des Exporterfolges (<i>deutsche Stichprobe</i>)	228
Tabelle 6.5:	Die Determinanten des Exporterfolges im Lichte regressionsanalytischer Studien: ein Überblick (<i>in %</i>)	233

Tabelle 6.6:	Die Erklärungskraft der psychographischen Variablen in Abhängigkeit von Zeithorizont und Erfolgskriterium (<i>in %</i>)	235
Tabelle 6.7:	Die Erklärungskraft der Unternehmensvariablen in Abhängigkeit von Zeithorizont und Erfolgskriterium (<i>in %</i>)	237
Tabelle 6.8:	Die Erklärungskraft der soziodemographischen Variablen in Abhängigkeit von Zeithorizont und Erfolgskriterium (<i>in %</i>)	239
Tabelle 6.9:	Prädiktoren des Exporterfolgs deutscher Unternehmen (<i>Exportquote 1981</i>) in Abhängigkeit von der Auswertungsmethode	242
Tabelle 6.10:	Die Garanten des Exporterfolgs im interkulturellen Vergleich	245
Tabelle 6.11:	Die Gütekriterien des Kausalmodells des Exporterfolgs deutscher Unternehmen (<i>Veränderung des Exportumsatzes</i>)	248
Tabelle 7.1:	Die gemittelte Exportquote von sieben Unternehmenstypen (<i>deutsche Stichprobe</i>)	263
Tabelle 7.2:	Die Unternehmenstypologie im internationalen Vergleich	264
Tabelle 7.3:	Die wichtigsten Exporthemmnisse aus der Sicht von Managem unterschiedlicher Nationalität	267
Tabelle 8.1:	Personal- und unternehmenspolitische Handlungsalternativen zur Förderung der Auslandsorientierung	275
Tabelle 8.2:	Die wichtigsten Formen des Widerstands gegen Kooperationsvorhaben und Möglichkeiten zu ihrer Überwindung	278
Tabelle 8.3:	Die interne Konsistenz der Rohskala <i>internationale Mobilität</i>	282
Tabelle 8.4:	Die interne Konsistenz der Kurzform der Skala <i>internationale Mobilität</i>	283
Tabelle 8.5:	Die interne Konsistenz der sechs Kurzskalen des Maßansatzes	284
Tabelle 8.6:	Die länderspezifische Ausprägung des Profils der Auslandsorientierung	288
Tabelle 8.7:	Die gewünschte und die in der Realität übliche Höhe der Auslandszulage	298
Tabelle 8.8:	Die Zufriedenheit mit dem außenwirtschaftlichen Informationsangebot	307