Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis ..... **XIX**
Abbildungsverzeichnis ..... **XXIII**
Tabellenverzeichnis ..... **XXV**

1. Einführung in die Problemstellung **1**

1.1 Zielsetzung der Untersuchung 1
1.2 Vorgehensweise 6

2. Eine Begriffsklärung zur Internationalisierung der Unternehmensfinanzierung und ihre Einordnung in das Gesamtkonzept der Internationalisierung **13**

2.1 Der Begriff der Internationalisierung 13
2.1.1 Definition und Darstellung 13
2.1.2 Zunehmende Bedeutung der Internationalisierung im güterwirtschaftlichen Bereich 22
2.2 Der Finanzierungsbegriff 25
2.2.1 Definition 25
2.2.2 Differenzierungen des Finanzierungsbegriffs 27
2.2.2.1 Differenzierungen nach Finanzierungsarten 27
2.2.2.2 Differenzierung nach Fristigkeit 29
2.3 Messung des Internationalisierungsgrades der Finanzierung 31
2.3.1 Festlegung einer geeigneten Bezugseinheit der Messung 31
2.3.2 Wege der Internationalisierung der Unternehmensfinanzierung und ihre Abgrenzung 37
2.4 Zunehmende Bedeutung der Internationalisierung der Unternehmensfinanzierung 45

3. Die Internationalisierung der Unternehmensfinanzierung in der Finanzierungstheorie **53**

3.1 Das Fehlen einer Theorie der internationalen Unternehmensfinanzierung ... 53

3.2 Ausgewählte Ansätze der Finanzierungstheorie zur Erklärung der Internationalisierung der Unternehmensfinanzierung ... 61

3.2.1 Internationalisierung der Unternehmensfinanzierung und neoklassische Finanzierungstheorie, dargestellt am Beispiel des Capital-Asset-Pricing-Modells ... 61

3.2.1.1 Grundlagen und wesentliche Aussagen ... 61

3.2.1.2 Erweiterung des Modells in den internationalen Bereich ... 63

3.2.1.3 Eignung des CAPM zur Erklärung der Internationalisierung der Unternehmensfinanzierung ... 64

3.2.1.4 Exkurs: Schwierigkeiten der Anwendung des Shareholder Value-Ansatzes ... 69

3.2.2 Theoriefragmente eines Finanzmarketings und ihre Eignung zur Erklärung der Vorteilhaftigkeit internationaler Unternehmensfinanzierung ... 72

3.2.2.1 Finanzmarketing - eine Begriffsabgrenzung ... 72

3.2.2.2 Ziele des Finanzmarketings und Internationalisierung der Unternehmensfinanzierung ... 73

3.2.3 Abschließende Beurteilung der Eignung des bisherigen Standes der Finanzierungsforschung zur Erklärung der Internationalisierung der langfristigen Unternehmensfinanzierung ... 84

4. Internationalisierung der Unternehmensfinanzierung aus praxisnaher Sicht ... 87

4.1 Gründe für die Internationalisierung der Finanzierung und deren Bewertung ... 87

4.1.1 Veränderte Rahmenbedingungen ... 87

4.1.2 Unternehmenssicht ... 94

4.1.2.1 Finanzierungsgründe ... 94

4.1.2.2 Marketing- und Public Relations-Gründe ... 102

4.1.2.3 Personalpolitische Gründe ... 104

4.1.2.4 Mergers and Acquisitions-Überlegungen ... 105

4.1.2.5 Branchenabhängiges Folgeverhalten ... 106

4.1.2.6 Machterweiterungsbestrebungen des Managements 107
4.2 Börseneinführung deutscher Aktien in New York - ein Fallbeispiel zur aktiven Internationalisierung der Finanzierung? 110
4.2.1 Allgemeine Voraussetzungen für die Börseneinführung deutscher Aktien an der New York Stock Exchange 110
4.2.2 Bewertung der Börseneinführung der Daimler-Benz AG in New York 116
4.2.3 Zusammenfassung der Fallstudienerkenntnisse und Vorüberlegungen zum weiteren Verlauf der Untersuchung 127

5. Das Uppsala-Modell zur Erklärung von Internationalisierungsprozessen 131

5.1 Darstellung des Modells 131
5.1.1 Grundlagen der Theorieentwicklung 131
5.1.2 Das Modell nach Johanson/Vahlne 139
5.1.2.1 Einführende Erläuterung des Modells 139
5.1.2.2 Marktwahl und Operationalisierung der psychischen Distanz 140
5.1.2.2.1 Operationalisierungsversuche der psychischen Distanz auf der Personen- und Unternehmensebene 140
5.1.2.2.2 Operationalisierung der psychischen Distanz über subjektiv ermittelte Kulturunterschiede zwischen Ländern 147
5.1.2.2.3 Zum Verhältnis zwischen kultureller und geographischer Distanz 153
5.1.2.3 Psychische Distanz und Unternehmenswachstum in Auslandsmärkten 158
5.1.3 Modellentwicklung von Luostarinen 163
5.2 Einschränkungen der Gültigkeit des Modells 173
5.3 Übertragbarkeit des Modells in den Finanzierungsbereich 178
5.3.1 Ausgangssituation der Übertragung des Modells in den Finanzierungsbereich 178
5.3.2 Einschränkungen bei der Erklärung der aktiven Internationalisierung der Unternehmensfinanzierung 180
5.3.3 Anwendbarkeit des Modells zur Erklärung der passiven Internationalisierung der Unternehmensfinanzierung 187

5.3.4 Abschließende Beurteilung der Übertragbarkeit des Modells der nordischen Schule in den Finanzierungsbereich 191

5.4 Hypothesen zur Internationalisierung der langfristigen Unternehmensfinanzierung 193

5.4.1 Hypothesen zum Verhältnis zwischen Auslandsaktivität und internationaler Finanzierung 194

5.4.2 Hypothesen mit Bezug zur Unternehmensorganisation 197

5.4.3 Weitere Hypothesen zur Internationalisierung der Finanzierung aus Unternehmenssicht 202

5.4.4 Hypothesen zum Anlageverhalten 204

5.4.5 Hypothesen zur Notierung an Auslandsbörsen 206

5.4.6 Zusammenfassende Darstellung der Hypothesen 208

6. Befragung deutscher Aktiengesellschaften zum internationalen Finanzierungsverhalten 211

6.1 Darstellung der Befragung 211

6.2 Abhängigkeit internationaler Unternehmensfinanzierung von marktorientierten Internationalisierungsdimensionen 221

6.2.1 Marktwahl des Unternehmens 221

6.2.1.1 Marktwahl und unmittelbare Internationalisierung der Finanzierung 222

6.2.1.2 Marktwahl und mittelbare Internationalisierung der Finanzierung 226

6.2.1.3 Marktwahl und Bedeutung ausländischer Banken 229

6.2.1.4 Abschließende Beurteilung des Zusammenhangs zwischen Marktwahl und Unternehmensfinanzierung 231

6.2.2 Marktpräsenz des Unternehmens 231

6.2.2.1 Marktpräsenz und unmittelbare Internationalisierung der Finanzierung 234

6.2.2.2 Marktpräsenz und mittelbare Internationalisierung der Finanzierung 239

6.2.2.3 Marktpräsenz und Bedeutung ausländischer Banken 241

6.2.2.4 Zusammenfassende Beurteilung des Zusammenhangs zwischen Marktpräsenz und Internationalisierung der Unternehmensfinanzierung 244
6.2.3 Marktangebot des Unternehmens 245
6.2.3.1 Messung des Marktangebots über die Produktdiversifikation 245
6.2.3.2 Messung des Marktangebots über die Erklärungs- und Servicenotwendigkeit der Produkte 252
6.3 Unternehmensorganisation und Internationalisierung der Finanzierung 253
6.3.1 Einfluß international orientierter Organisationen auf die Finanzierung 253
6.3.2 Dezentrale Unternehmen und Internationalisierung der Finanzierung 257
6.3.3 Finanzierungsgesellschaft und Internationalisierungsgrad des Unternehmens 266
6.3.4 Internationale Unternehmenstätigkeit und Einsatz ausländischer Finanzmanager 267
6.4 Einsatz ausländischer Finanzmanager und Internationalisierung der Unternehmensfinanzierung 269
6.5 Weitere Befragungsergebnisse 272
6.5.1 Zur Rolle ausländischer Banken bei der Unternehmensinternationalisierung 272
6.5.2 Möglicher Einfluß von Änderungen im rechtlichen Rahmen auf internationale Finanzierungsentscheidungen 273
6.6 Zusammenfassung der Befragungsergebnisse 276

7. Psychisch-geographische Distanz und ausländische Wertpapiere 281

7.1 Zum geographischen Anlageverhalten von Investoren 281
7.1.1 Der home bias 281
7.1.2 Deutsches Anlageverhalten im Ausland 288
7.1.3 Ausländisches Anlageverhalten in Deutschland 294
7.1.4 Eine Analyse des Anlageverhaltens ausgewählter Investmentfonds 300

7.2 Zur Notierung von Aktien an ausländischen Börsen 307
7.2.1 Plazierungsbörsen 307
7.2.2 Herkunftsländer der notierten Auslandsgesellschaften 313
7.2.3 Handelsaktivität und psychisch-geographische Distanz 316
7.3 Zusammenfassung der Auswertung aggregierter Sekundärdaten 318

8. Exkurs: Internationalisierung der Unternehmensfinanzierung und Bankenexpansion im Ausland 321

9. Abschließende Beurteilung der Theorie der Uppsala-Schule zur Erklärung der Internationalisierung der langfristigen Unternehmensfinanzierung und Ansatzpunkte für weitere Forschungen 331

Literaturverzeichnis 343

Anhang 385

Anhang 1: Weltexportvolumen 387
Anhang 2: Weltweite Direktinvestitionsflüsse 388
Anhang 3: Entwicklung der weltweiten grenzüberschreitenden Finanzierung, dargestellt anhand ausgewählter Instrumente 389
Anhang 4: Vermögensstatus der Bundesrepublik Deutschland gegenüber den OECD-Ländern 390
Anhang 5: Verdichtung der vier Kulturdimensionen Hofstedes (Machtdistanz, Unsicherheitsvermeidung, Individualismus, Maskulinität) zu einem Gesamtindex 392
Anhang 6: Fragebogen zur Unternehmensbefragung 394
Anhang 7: Gründe für geplante Auslandsnotierungen 404
Anhang 8: Matrix der Rangkorrelationen nach Spearman zwischen den die Internationalität eines Unternehmens repräsentierenden Größen (ohne Finanzierungsbereich) 405
Anhang 9: Anzahl der in die Auswertung einbezogenen Antworten je Frage 406