

Justus-Liebig-Universität Gießen
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Professur für Betriebswirtschaftslehre IV

PD Dr. Andreas Bausch

Diplomarbeit im Fach
Industrielles Management und Controlling

Thema

**Internationalisierung und Erfolg bei kleinen und mittleren
Unternehmen – Eine Metaanalyse**

Abgabetermin:
20.05.2003

Bearbeitet von:
cand. rer. oec. Julian Tintelnot

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|------------|
| Inhaltsverzeichnis | I |
| Abkürzungsverzeichnis | V |
| Abbildungsverzeichnis | VII |
| Teil A: Einleitung | 1 |
| 1. Problemstellung | 1 |
| 2. Gang der Arbeit | 2 |
| Teil B: Grundlagen..... | 3 |
| 1. Kleine und mittlere Unternehmen | 3 |
| 1.1. Begriff der KMU | 3 |
| 1.2. Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der KMU | 3 |
| 2. Internationalisierung..... | 4 |
| 2.1. Begriff der Internationalisierung | 4 |
| 2.2. Bedeutung der Internationalisierung für KMU..... | 5 |
| 2.3. Internationalisierungsformen..... | 5 |
| 2.3.1. Export | 5 |
| 2.3.2. Lizenzierung | 6 |
| 2.3.3. Joint Ventures | 7 |
| 2.3.4. Direktinvestitionen | 7 |
| 2.4. Empirische Messung der Internationalisierung | 8 |
| 3. Erfolg | 9 |
| 3.1. Zielbezogenheit des Erfolgsbegriffs..... | 9 |
| 3.2. Zielsysteme | 9 |
| 3.3. Gewinnbegriffe im Überblick..... | 10 |
| 3.4. Empirische Erfolgsmaße..... | 11 |
| 3.4.1. Bilanzorientierte Kennzahlen | 11 |
| 3.4.1.1. Darstellung..... | 11 |
| 3.4.1.2. Kritische Würdigung | 12 |
| 3.4.2. Kapitalmarktorientierte Erfolgsmessung..... | 13 |
| 3.4.2.1. Portfoliotheorie | 13 |

| | | |
|----------------|---|-----------|
| 3.4.2.2. | CAPM-Modell | 14 |
| 3.4.2.3. | Performance-Maße | 15 |
| 3.4.2.4. | Kritik an kapitalmarktorientierter Erfolgsmessung | 16 |
| Teil C: | Theorien zur Internationalisierung von KMU | 17 |
| 1. | Ältere Ansätze | 17 |
| 2. | Effizienzorientierte Ansätze | 18 |
| 2.1. | Portfoliotheorie der Direktinvestitionen | 18 |
| 2.1.1. | Modelldarstellung | 18 |
| 2.1.2. | Erfolgshypothese | 18 |
| 2.2. | Eklektische Theorie | 19 |
| 2.2.1. | Darstellung | 19 |
| 2.2.2. | Theorie der monopolistischen Vorteile | 19 |
| 2.2.3. | Internalisierungstheorie | 20 |
| 2.2.4. | Standorttheorie | 21 |
| 2.2.5. | Erfolgshypothese | 21 |
| 2.3. | Ressourcenbasierter Ansatz | 22 |
| 2.3.1. | Grundlagen | 22 |
| 2.3.2. | Internationalisierung aus ressourcenbasierter Sicht | 22 |
| 3. | Verhaltenswissenschaftlich orientierte Ansätze | 23 |
| 3.1. | Behaviorale Theorie | 23 |
| 3.1.1. | Annahmen | 23 |
| 3.1.2. | Entscheidungsprozeß der Internationalisierung | 24 |
| 3.2. | Principal-Agent-Theorie | 25 |
| 3.2.1. | Grundlagen | 25 |
| 3.2.2. | Implikationen für Internationalisierungsformen | 25 |
| 3.2.3. | Erfolgshypothese | 26 |
| 3.3. | Uppsala-Modell | 27 |
| 3.3.1. | Einführung | 27 |
| 3.3.2. | Empirische Internationalisierungsmuster | 27 |
| 3.3.3. | Internationalisierungsmodell | 28 |
| 3.3.4. | Kritische Würdigung | 28 |
| 3.4. | Netzwerkansatz | 29 |

| | | |
|----------------|--|-----------|
| 3.4.1. | Einführung | 29 |
| 3.4.2. | Internationalisierung aus der Netzwerkperspektive | 29 |
| 3.4.3. | Kritische Würdigung | 30 |
| 4. | Zusammenfassung der Ergebnisse | 30 |
| Teil D: | Metaanalyse..... | 32 |
| 1. | Theorie der Metaanalyse | 32 |
| 1.1. | Einführung | 32 |
| 1.1.1. | Begriffsklärung | 32 |
| 1.1.2. | Ziele der Metaanalyse..... | 32 |
| 1.1.3. | Überblick über metaanalytische Verfahren | 33 |
| 1.2. | Prozeß der Metaanalyse..... | 34 |
| 1.2.1. | Definition der Forschungsfrage | 34 |
| 1.2.2. | Selektion der Datenbasis | 34 |
| 1.2.2.1. | Festlegung der Effekt-Größe | 34 |
| 1.2.2.2. | Aufstellung von Ausschlußkriterien..... | 35 |
| 1.2.2.3. | Studiensuche | 37 |
| 1.2.2.4. | Studienevaluation | 38 |
| 1.2.3. | Datenkodierung | 38 |
| 1.2.4. | Datenkumulation und -analyse | 39 |
| 1.2.4.1. | Vorbemerkung | 39 |
| 1.2.4.2. | Aggregation der deskriptiven Statistik | 40 |
| 1.2.4.3. | Korrektur des Stichprobenfehlers..... | 41 |
| 1.2.4.4. | Korrektur des Meßfehlers..... | 43 |
| 1.2.4.5. | Andere potentielle Fehlerquellen..... | 46 |
| 1.2.4.6. | Suche nach Moderatorvariablen | 47 |
| 1.2.5. | Interpretation und Präsentation der Ergebnisse | 49 |
| 1.3. | Kritische Würdigung | 50 |
| 2. | Eine Metaanalyse zur Beziehung zwischen Internationalisierung und Erfolg bei KMU | 51 |
| 2.1. | Forschungsfrage..... | 51 |
| 2.2. | Selektion der Datenbasis | 52 |
| 2.2.1. | Festlegung der Effektgröße | 52 |

| | | |
|--------|--|-----------|
| 2.2.2. | Ausschlußkriterien..... | 53 |
| 2.2.3. | Studiensuche und Studienevaluation | 54 |
| 2.3. | Datenkodierung | 56 |
| 2.4. | Datenkumulation und –analyse | 57 |
| 2.4.1. | Aggregation der deskriptiven Statistik | 57 |
| 2.4.2. | Korrektur des Stichprobenfehlers..... | 59 |
| 2.4.4. | Suche nach Moderatorvariablen..... | 60 |
| 2.5. | Präsentation und Diskussion der Ergebnisse | 64 |
| 2.6. | Limitationen..... | 67 |
| | Teil E: Schlußbetrachtung..... | 69 |
| | Anhang | 71 |
| | Literaturverzeichnis | 72 |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|--------|-------------------------------------|
| bspw. | beispielsweise |
| bzgl. | bezüglich |
| bzw. | beziehungsweise |
| CAPM | Capital Asset Pricing Model |
| d.h. | das heißt |
| DI | Direktinvestitionen |
| \$ | Dollar |
| EBIT | Earnings before Interest and Taxes |
| EKR | Eigenkapitalrentabilität |
| EP | Economic Profit |
| et al. | et altera |
| etc. | et cetera |
| € | Euro |
| EVA | Economic Value Added |
| FuE | Forschung und Entwicklung |
| GKR | Gesamtkapitalrentabilität |
| GuV | Gewinn- und Verlustrechnung |
| HGB | Handelsgesetzbuch |
| Hrsg. | Herausgeber |
| i.e.S. | im engeren Sinne |
| i.w.S. | im weiteren Sinne |
| KMU | Kleine/s und mittlere/s Unternehmen |
| mind. | mindestens |
| Mio. | Million/en |
| MNC | Multinational corporation/s |
| MNE | Multinational enterprise/s |
| MNU | Multinationale Unternehmen |
| o.V. | ohne Verfasser |
| PAT | Principal-Agent-Theorie |
| ROA | Return on Assets |

| | |
|-------|--|
| ROE | Return on Equity |
| ROI | Return on Investment |
| ROS | Return on Sales |
| S. | Seite/n |
| SBA | American Small Business Administration |
| SME | Small and Medium-sized Enterprises |
| sog. | Sogenannte |
| S&P | Standard & Poors |
| u.a. | unter anderem |
| USA | United States of America |
| u.U. | unter Umständen |
| vgl. | vergleiche |
| z.T. | zum Teil |
| zzgl. | zuzüglich |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|-------------|--|----|
| Abbildung 1 | Internationalisierungstheorien im Überblick | 31 |
| Abbildung 2 | Datenbasis der Metaanalyse | 55 |
| Abbildung 3 | Ergebnisse der Metaanalyse zum Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg bei KMU | 58 |
| Abbildung 4 | Die Effizienzkurve..... | 71 |
| Abbildung 5 | Die Kapitalmarktlinie | 71 |

Teil A: Einleitung

1. Problemstellung

Die Internationalisierung eines Unternehmens stellt aufgrund der mit ihr verbundenen zahlreichen Chancen und Risiken eine zentrale unternehmerische Herausforderung dar. Die Theorien zur Erklärung der Internationalisierung, die maßgeblich in den 70er Jahren des letzten Jahrhunderts entwickelt wurden, betrachteten allerdings zumeist das Phänomen des großen, multinationalen Unternehmen (MNU). Analog dazu konzentrierten sich auch empirische Untersuchungen vornehmlich auf die Analyse der Erfolgswirkung einer geographischen Expansion bei großen, international tätigen Konzernen.

Erst in den 90er Jahren des letzten Jahrhunderts erregte die Internationalisierung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) die Aufmerksamkeit der Wissenschaft und Praxis. Der Zusammenbruch des Ostblocks und der daraus resultierende Zugang zu Märkten mit außerordentlich hohem Wachstumspotential sowie das Zusammenwachsen des restlichen Europas eröffneten für europäische KMU eine Vielzahl an Chancen, aus der geographischen Expansion Profit zu ziehen. Unterstützt wurden diese maßgeblichen Entwicklungen von dem Fortschritt in der Informationstechnologie, der die Überlegenheit der MNU aufgrund ihrer Größe und der damit verbundenen Ressourcenausstattung im Vergleich zu den KMU partiell erodierte.

Aufgrund der gestiegenen Bedeutung der Internationalisierung für KMU erscheint es gerechtfertigt, die Anwendbarkeit der Internationalisierungstheorien, die ursprünglich zur Erklärung der Internationalisierung von MNU entwickelt worden waren, für KMU zu überprüfen.

Wie schon dargestellt, ist die Erfolgswirkung der Internationalisierung auch häufig einer empirischen Überprüfung unterzogen worden. Vor dem Hintergrund der Vielzahl an unterschiedlichen Studienergebnissen zu dem Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Unternehmenserfolg erscheint es ein vielversprechender Ansatz zu sein, die Ergebnisse der vorliegenden Studien in einer metaanalytischen Betrachtung zu aggregieren. Die Metaanalyse stellt eine Methodik dar, mit der die

Untersuchungsergebnisse von Studien zu einem inhaltlich homogenen Thema statistisch zusammengefaßt und ausgewertet werden, um einen Überblick über den derzeitigen Stand der Forschung zu gewinnen. Metaanalysen werden häufig in der Psychologie und Medizin verwendet, haben allerdings in der Betriebswirtschaftslehre bisher keine größere Verbreitung gefunden.

Aus diesem Grund soll in Teil D der vorliegenden Arbeit die grundlegende Systematik einer Metaanalyse dargestellt werden. Im zweiten Abschnitt dieses Teils wird dann eine konkrete Metaanalyse zu dem Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg von KMU durchgeführt. Damit soll die Frage nach dem „wahren“ Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg bei KMU beantwortet werden.

2. Gang der Arbeit

Die vorliegende Arbeit ist in fünf Teile untergliedert. Nach dem einleitenden ersten Teil A werden nachfolgend in Teil B die grundlegenden Begriffsklärungen vorgenommen. Teil C führt die vorbenannten Begriffe in einer Synthese zusammen, indem er theoretische Erklärungsansätze zur Internationalisierung von KMU beschreibt.

Der vierte Teil (Teil D) führt in die Methodik der Metaanalyse ein und beschreibt den Ablauf eines derartigen Verfahrens. Nachdem die theoretischen Grundlagen der Metaanalyse dargestellt worden sind, wird im zweiten Abschnitt des vierten Teils eine konkrete Metaanalyse zum Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg bei KMU durchgeführt werden.

Die Arbeit endet mit einer abschließenden, zusammenfassenden Darstellung der Ergebnisse.

Teil B: Grundlagen

1. Kleine und mittlere Unternehmen

1.1. Begriff der KMU

Es existiert in der Literatur keine allgemein akzeptierte Definition von KMU. Zur Abgrenzung werden quantitative und qualitative Merkmale herangezogen (Günterberg, Wolter, 2002). Quantitative Kriterien stellen bspw. auf die Höhe des Umsatzes, die Beschäftigtenzahl oder die Höhe der Bilanzsumme ab. Qualitative Merkmale beziehen sich dagegen auf Eigentumsverhältnisse, Führungsstil, Organisationsstruktur, Finanzierungsfragen oder die Unternehmenskultur (Gabler-Wirtschafts-Lexikon, 2000; Mugler, 1995; Phohl et al., 1997; Winkelmann, 1997).

Im deutschsprachigen Raum geht man häufig von einer Obergrenze von 500 Mitarbeitern und einem Umsatz < 50 Mio. € aus, um KMU von großen Unternehmen zu unterscheiden (Gabler Wirtschafts-Lexikon, 2000; Günterberg, Wolter, 2002; Icks et al., 1997; Jordan, 2001).

In der amerikanischen Literatur findet sich am häufigsten die Definition der American Small Business Administration (SBA), die Small- and Medium-sized Enterprises (SME), das Pendant zu deutschen KMU, als selbstständige Unternehmen mit weniger als 500 Mitarbeitern beschreibt (Günterberg, Wolter, 2002; Lu, Beamish, 2001; Mugler, 1995).

1.2. Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der KMU

KMU dominieren in der deutschen Wirtschaft, was sich anhand folgender Zahlen verdeutlichen läßt: Insgesamt entsprechen 99% aller Unternehmen den Merkmalen eines KMU (Mitarbeiterzahl < 500), sie stellen 68% aller Arbeitsplätze, bilden 80% aller Auszubildenden aus und erbringen einen Anteil von 53% an der Gesamtwertschöpfung aller Unternehmen in Deutschland (Jordan, 2001).

Eine hohe Anzahl mittelständischer Unternehmen stellt den funktionierenden Wettbewerb in einer Volkswirtschaft sicher, verhindert die Entstehung von Monopolen und trägt so zur Wahlfreiheit der Konsumenten bei (Mugler, 1995). Darüber hinaus fungieren KMU als Innovatoren: Während die Grundlagenforschung

traditionell von kapitalstarken Großunternehmen dominiert wird, sind mittelständische Unternehmen aufgrund ihrer Flexibilität und Kundennähe in der Lage, Basisinnovationen weiterzuentwickeln und an die konkreten Bedürfnisse der Konsumenten anzupassen (Icks et al., 1997).

2. Internationalisierung

2.1. Begriff der Internationalisierung

Der Begriff der Internationalisierung wird in der Literatur unterschiedlich interpretiert.

Internationalisierung wird einerseits als ein Prozeß der zunehmenden internationalen Unternehmenstätigkeit im Zeitablauf verstanden (Johanson, Vahlne, 1977; 1990). Danach sieht man Internationalisierung als eine zunehmende Integration eines Unternehmens in ausländische Märkte, angefangen mit der Aufnahme von Exporten, über die Vergabe von Lizenzierungsverträgen, die Kooperation mit ausländischen Partnern bis hin zum Aufbau eigener Produktionsstätten im Ausland (Meissner, Gerber, 1980). Andererseits stellt die Internationalisierung als Zustand die zeitpunktbezogene Messung der internationalen Unternehmenstätigkeit dar (Schmidt, 1989). Dieser statische Internationalisierungsbegriff i.e.S. untersucht, in welchem Ausmaß ein Unternehmen über ausländische Produktionsstätten verfügt, während i.w.S. alle Internationalisierungsformen zur Kennzeichnung des Internationalisierungsgrades betrachtet werden (Glaum, 1996).

Konsistent dazu wird auch der Begriff des internationalen Unternehmens verstanden. Man spricht dann von einem internationalen Unternehmen i.w.S., wenn es staatenübergreifende Aktivitäten verfolgt, was die Gesamtheit der Internationalisierungsformen einschließt. Nach der vorherrschenden Meinung ist es allerdings ein konstitutives Merkmal eines internationalen Unternehmens i.e.S., daß es in zwei oder mehr Staaten die Verfügungsgewalt über Produktionspotentiale ausübt (Glaum, 1996; Pausenberger, 1994; Rugman, Hodgetts, 1995). Diese Unterscheidung wird damit begründet, daß die Gründung oder Akquisition ausländischer Produktionsstätten mit wesentlich größeren Veränderungen bzgl. Strategie, Struktur und Systemen eines Unternehmens verbunden ist als die bloße Aufnahme von Exportbeziehungen (Glaum, 1996).

2.2. Bedeutung der Internationalisierung für KMU

Die geographische Expansion stellt eine der zentralen Optionen zur Realisierung zusätzlichen Wachstums für KMU dar (Lu, Beamish, 2001). So kann ein Unternehmen der zunehmenden Marktsättigung auf dem Inlandsmarkt durch die Aufnahme internationaler Geschäfte begegnen. Daneben kann durch einen solchen Schritt ein Kostenvorteil generiert werden, der sich durch die Verteilung fixer Kosten (z.B. FuE-Kosten) auf eine größere Produktionsmenge erklären läßt (Keebschull, 1989).

Während die bisher genannten Vorteile auf die Absatzseite rekurrieren, lassen sich auch Vorzüge auf der Beschaffungsseite anführen. KMU können durch die Aufnahme internationaler Geschäftstätigkeit u.U. Zugriff auf komplementäre Ressourcen bekommen, die, in Verbindung mit dem eigenem Ressourcenbündel, zur Generierung von neuen Wettbewerbsvorteilen dienen können (Bloodgood et al., 1996).

Allerdings sind mit dem Schritt der geographischen Expansion auch massive Risiken verbunden. Häufig treten KMU in Konkurrenz zu profilierten MNU, die über eine überlegene Ressourcenausstattung verfügen.

Zudem sehen sich die Unternehmer bzw. Manager durch die Aufnahme internationaler Geschäfte mit einer gestiegenen Komplexität konfrontiert. Ein international ausgebildetes Management, das zudem über internationale Berufserfahrung verfügen sollte, stellt vor diesem Hintergrund die kritische Ressource für KMU im Rahmen der Internationalisierung dar (Grant, 1987).

2.3. Internationalisierungsformen

2.3.1. Export

Die internationale Geschäftstätigkeit eines Unternehmens wird zumeist mit der Aufnahme von Exporten begonnen (Pausenberger, 1994). Unter Exporten werden Güter und Dienstleistungen verstanden, die im eigenen Land produziert und dann im Ausland abgesetzt werden (Rugmann, Hodgetts, 1995).

Die Exporttätigkeit kann in direkte und indirekte Exporte unterschieden werden. Konstitutives Merkmal direkter Exporte ist, daß das Unternehmen seine Produkte direkt an einen ausländischen Abnehmer verkauft. Man spricht dann von indirekten

Exporten, wenn der Vertrieb der Güter im Ausland über einen Absatzmittler erfolgt (Kutschker, Schmidt, 2002).

Gewinnen die Exporte in ein Land kontinuierlich weiter an Bedeutung, sollte das Unternehmen die Errichtung einer Vertriebsniederlassung in Erwägung ziehen (Johanson, Vahlne, 1977). Aus dieser Präsenz können eine verbesserte Marktkennntnis und damit eine effizientere Marktbearbeitung mit entsprechend abgestimmten Marketingprogrammen resultieren, die die Besonderheiten des betreffenden Landes berücksichtigen. Der Aufbau einer Vertriebsniederlassung bedarf des Einsatzes einer Vielzahl von Ressourcen wie Mitarbeiter, Kapital, etc., und ist deswegen als Zwischenstufe auf dem Weg von einem nationalen exportierenden Unternehmen zu einem internationalen Unternehmen mit ausländischen Produktionsstätten anzusehen (Glaum, 1996).

2.3.2. Lizenzierung

Im Rahmen der internationalen Lizenzierung räumt der Lizenzgeber über einen Lizenzvertrag einem ausländischen Lizenznehmer das Recht ein, den lizenzierten Gegenstand auf eigene Rechnung gegen Entgelt zu nutzen (Glaum, 1996; Pausenberger, 1994). Gegenstand der Lizenzierung sind hauptsächlich immaterielle Vermögenswerte, darunter Patente, Gebrauchsmuster, Geschmacksmuster, Marken, Urheberrechte, Know-how, etc. (Glaum 1996; Kutschker, Schmidt, 2002). Der Lizenzvertrag regelt Art und Umfang der Lizenz, die Bemessungsgrundlage der zu entrichtenden Gebühren, sowie die Dauer und die Modalitäten nach Beendigung des Vertragsverhältnisses (Binder, 2001). Zumeist dient als Bemessungsgrundlage die aus der Nutzung des Lizenzierungsgegenstandes erzielten Umsätze, in Einzelfällen können aber auch Einstiegsgebühren und pauschale umsatzunabhängige Gebühren vereinbart werden (Ball, McCulloch, 1997; Kutschker, Schmid, 2002; Pausenberger, 1994).

Aufgrund der mit ihr verbundenen Risiken (Glaum, 1996; Kutschker, Schmid, 2002; Pausenberger, 1994; Rugman et al., 1987) stellt die Lizenzierung eine weitergehende Form der internationalen Unternehmenstätigkeit als der reine Export dar.

2.3.3. Joint Ventures

Ein Joint Venture (Gemeinschaftsunternehmen) stellt die institutionalisierte Form einer Unternehmenskooperation zwischen zwei oder mehr rechtlich selbstständigen Partnern dar. Die Kooperationspartner begründen eine organisatorisch und rechtlich selbstständige Einheit, deren Eigentumsverhältnisse die Unterscheidung in gleichgewichtige und ungleichgewichtige Joint Ventures ermöglichen (Probst, Rüling, 1999).

Gemeinschaftsunternehmen stellen eine mögliche Vorstufe zu eigenen Produktionsstätten dar. Dabei werden eine Reihe von Risikofaktoren reduziert. Neben einem verminderten Kapitaleinsatz lassen sich aus einer Zusammenarbeit mit einem lokalen Partner Vorteile ziehen, was einen beschleunigten Markteintritt unter Umgehung gesetzlicher Restriktionen sowie die Nutzung seiner spezifischen Marktkenntnisse anbelangt (Kutschker, Schmid, 2002). Auf der anderen Seite verlangt die Steuerung eines Gemeinschaftsunternehmens einen höheren Abstimmungsbedarf zwischen den Partnern.

2.3.4. Direktinvestitionen

Der letzte Schritt im idealtypischen Prozeß der Internationalisierung stellt die Errichtung von Produktionsstätten im Ausland dar (Glaum 1996; Johanson, Vahlne, 1977; Pausenberger, 1994). Direktinvestitionen (DI) werden als Kapitalanlagen im Ausland verstanden, die mit der Zielsetzung getätigt werden, einen Einfluß auf die Geschäftstätigkeit eines neu zu gründenden oder bereits bestehenden Unternehmens auszuüben (Kumar, 1989; Pausenberger, 1994) Diese Definition schließt reine Portfolioinvestitionen, deren Zielsetzung hauptsächlich in der Realisierung von Kapitalerträgen liegt, aus der Betrachtung aus (Rugman, Hodgetts, 1995). Die ausländischen Produktionskapazitäten können durch internes oder externes Wachstum entstehen. Unter internem Wachstum versteht man den Aufbau einer Produktionsstätte im Ausland, während als externes Wachstum die Erlangung der Verfügungsgewalt über bereits bestehende Produktionspotentiale im Ausland, also Akquisitionen, bezeichnet wird (Glaum, 1996).

Die Vorteile bzw. Nachteile des jeweiligen Vorgehens sind in der Literatur hinlänglich diskutiert worden (Glaum, 1996; Hill, 2001; Jansen, 2001; Kutschker, Schmid, 2002; Pausenberger, 1994). Da Akquisitionen aufgrund ihrer

Kapitalintensität in der Mehrzahl die Markteintrittsform kapitalstarker MNU darstellen, konzentrieren sich die folgenden Ausführungen im Rahmen dieser Arbeit über die Internationalisierung von KMU auf Formen des internen Wachstums.

2.4. Empirische Messung der Internationalisierung

In der Literatur werden eine Vielzahl von Kennzahlen zur Messung der Internationalisierung verwendet.

Es lassen sich nach Sullivan (1994) erfolgsbasierte, strukturbasierte und verhaltensbasierte Maßgrößen unterscheiden:

Die am weitesten verbreitete erfolgsbasierte Kennzahl zur Messung der Internationalisierung eines Unternehmens setzt die im Ausland erzielten Umsätze ins Verhältnis zu den insgesamt erzielten Umsätzen (Autio et al., 2000; Daniels, Bracker, 1989; Geringer et al., 1989; Geringer et al., 2000; Grant, 1987; Grant et al., 1988; McDougall, Oviatt, 1996; Qian, 2002; Sullivan, 1994; Tallman, Li, 1996). Daneben werden FuE- oder Marketingaufwendungen, der Anteil des Exportumsatzes an den Gesamtumsätzen (Geringer et al., 2000; Lu, Beamish, 2001) sowie der Gewinnanteil der Auslandsaktivitäten eines Unternehmens zur Bestimmung des Internationalisierungsgrades herangezogen (Sullivan, 1994).

Die Gruppe strukturbasierter Internationalisierungskennzahlen mißt die internationale Verteilung der Produktionspotentiale. Diese strukturbasierten Größen setzen die im Ausland lokalisierten Vermögensgegenstände ins Verhältnis zu dem Gesamt-Bestand an Vermögensgegenständen eines Unternehmens (Daniels, Bracker, 1989). Darüber kommt die Anzahl (Tallman, Li, 1996), bzw. der relative Anteil ausländischer Tochtergesellschaften zur Bestimmung des Internationalisierungsgrades zum Einsatz. Ein weiterer Ansatz von Bloodgood et al. (1996) ermittelt einen Durchschnittswert für die internationale Verteilung der primären Aktivitäten nach Porter (1985).

Die dritte Gruppe basiert auf verhaltensorientierten Größen: Diese Kennzahlen setzen bspw. die Auslandserfahrung eines Managers ins Verhältnis zu seiner gesamten Berufserfahrung. Daneben kommt die psychische Distanz zur Verwendung, die die geographische Verteilung der ausländischen Aktivitäten eines Unternehmens mißt. (Sullivan, 1994).

Schließlich gibt es Ansätze, die die Internationalisierung eines Unternehmens anhand von statistischen Entropiemaßen berechnen (Hitt et al., 1997a; Zahra et al., 2000).

3. Erfolg

3.1. Zielbezogenheit des Erfolgsbegriffs

In seiner umfassendsten Bedeutung kann man Erfolg als Grad der Erreichung von Zielen verstehen (Glaum, 1996). Dabei werden Ziele als zukünftig erstrebte Zustände interpretiert, die sich nach Zielinhalt, -ausmaß, -zeitbezug und -beziehung spezifizieren lassen. Nach dem Zielinhalt lassen sich Sach-, Wert- und Sozialziele unterscheiden. (Hahn, Hungenberg, 2001).

Um den Erfolgsbegriff weiter konkretisieren zu können, muß im nächsten Unterabschnitt 3.2. zuerst geklärt werden, wessen Ziele mit welchem Inhalt innerhalb eines Unternehmens verfolgt werden.

3.2. Zielsysteme

Systeme lassen sich als eine geordnete Gesamtheit von Elementen, zwischen denen spezifische Beziehungen bestehen, interpretieren. Zielsysteme stellen also eine geordnete Gesamtheit zukünftig angestrebter Zustände, zwischen denen spezifische Beziehungen bestehen, dar (Hahn, Hungenberg, 2001).

Traditionell wurde es als das Oberziel eines Unternehmens angesehen, den Gewinn zu maximieren, d.h. mit einem gegebenen Aufwand einen maximalen Ertrag zu realisieren. Daneben wurden die Erhaltung des Unternehmens und die Generierung von zusätzlichem Wachstum als Zielgrößen formuliert.

Mit zunehmender Verbreitung verhaltenswissenschaftlicher Erkenntnisse (Cyert, March, 1963) in den Wirtschaftswissenschaften wurde das Zielsystem eines Unternehmens um oben erwähnte Sach- und insbesondere Sozialziele erweitert (Buckley, 1996). Man betrachtete das Unternehmen nun als ein Zielerreichungszentrum, in dem verschiedene Interessengruppen (Stakeholder) versuchen, ihre Individualziele zu realisieren. Die oberste Zielsetzung manifestiert sich in der Erhaltung und erfolgreichen Weiterentwicklung des Unternehmens, sofern dadurch die Interessen der einzelnen Stakeholder zu realisieren sind (Hahn, 1999).

Im Gegensatz dazu sieht der amerikanische Shareholder-Value-Ansatz die oberste Zielsetzung eines Unternehmens in der Erwirtschaftung maximaler Renditen für die Eigentümer (Rappaport, 1986). Da die Befriedigung der monetären Forderungen der Kapitalgeber eine unabdingbare Bedingung dafür darstellt, weiteres Kapital für die Erhaltung und erfolgreiche Weiterentwicklung des Unternehmens zu akquirieren, wodurch erst die Interessen der Stakeholder bedient werden können, soll im folgenden von dem Unternehmen als Instrument zur Realisierung maximaler Eigentümerrenditen ausgegangen werden. Zudem ist es für die Fragestellung der vorliegenden Arbeit, nämlich die Überprüfung des Zusammenhangs zwischen Internationalisierung und Erfolg bei KMU, unabdingbar, eine klar meßbare Operationalisierung des Erfolgsbegriffs zu wählen.

3.3. Gewinnbegriffe im Überblick

In der Literatur wird eine Vielzahl von Gewinnbegriffen verwendet. Dieser Abschnitt soll einen Überblick über die wichtigsten Ausprägungen geben:

Der Zahlungssaldengewinn wird als Differenz zwischen den Ein- und Auszahlungen einer Periode errechnet. Übersteigen die Einzahlungen die Auszahlungen, liegt ein Gewinn, im umgekehrten Fall ein Verlust vor (Schneider, 1994).

Der bilanzielle Gewinn ergibt sich dagegen als Saldo aus Aufwendungen und Erträgen einer Periode. In der deutschen Gewinn- und Verlustrechnung (GuV nach § 275 HGB) wird er als Jahresüberschuß bzw. -fehlbetrag ausgewiesen (Coenenberg, 1994). Setzt man den Jahresüberschuß ins Verhältnis zum Eigenkapital, erhält man die Eigenkapitalrentabilität (EKR); der Jahresüberschuß zzgl. der Fremdkapitalzinsen, geteilt durch das Gesamtkapital, ergibt die Gesamtkapitalrentabilität (GKR). Diese Kennzahlen geben Auskunft über die Verzinsung des eingesetzten Kapitals. Ferner läßt sich die Umsatzrentabilität als Verhältnis aus bilanziellem Ergebnis und Umsätzen der Periode ausdrücken (Hahn, Hungenberg, 2001).

Den kalkulatorischen Gewinn eines Unternehmens erhält man als Saldo aus Kosten und Erlösen einer Periode. Diese Gewinngröße wird aus dem eigentlichen betrieblichen Leistungsprozeß heraus erwirtschaftet und stellt als Ergebnis vor oder nach Steuern, stets allerdings nach kalkulatorischen Zinsen, den zentralen Indikator

für die periodenbezogene Wertschaffung innerhalb eines Unternehmens dar (Hahn, Hungenberg, 2001).

Ähnlich wie der kalkulatorische Gewinn lassen sich die in der amerikanischen Literatur stark verbreiteten Größen Economic Value Added (EVA) (Stewart, 1991) und Economic Profit (EP) (Copeland et al., 1996) interpretieren. Setzt man die Summe aus kalkulatorischem Ergebnis und kalkulatorischen Zinsen ins Verhältnis zu dem investierten Kapital, definiert als das in verzinsliches betriebsnotwendiges Vermögen investierte Kapital, erhält man die Kennzahl Return on Investment (ROI) (Hahn, Hintze, 1999).

Zur Beurteilung der Wertschaffung über mehrere Perioden werden in der Literatur differenzierte Kapitalwerte verwendet (Hahn, Hintze, 1999).

Schließlich soll noch kurz der kapitalmarktorientierte Gewinn aus Sicht eines Investors skizziert werden. Dieser ergibt sich aus zwei Komponenten, einerseits aus den Kursveränderungen am Aktienmarkt (Kurs der Aktie in t_1 – Kurs der Aktie in t_0), wobei sich in den Kursen die zukünftigen Erwartungen des Kapitalmarktes über die Fähigkeit eines Unternehmens, Gewinne zu generieren, widerspiegeln, andererseits aus anderen Zahlungen innerhalb der Periode, wie bspw. Dividendenzahlungen (Rappaport, 1986). Setzt man die Summe beider Größen ins Verhältnis zum Aktienkurs in t_0 , erhält man die Rentabilität einer Anlage aus Sicht eines Investors.

3.4. Empirische Erfolgsmaße

3.4.1. Bilanzorientierte Kennzahlen

3.4.1.1. Darstellung

Bilanzorientierte Kennzahlen werden auf der Basis von Bilanzdaten eines Unternehmens ermittelt. Im folgenden soll ein Überblick über die verschiedenen empirisch verwendeten Größen zur Messung des bilanziellen Unternehmenserfolgs gegeben werden.

Am häufigsten werden in der Literatur die Kennzahlen Return on Sales (ROS), die Umsatzrentabilität, und Return on Assets (ROA), die Gesamtkapitalrentabilität verwendet (Bühner, 1987; Daniels, Bracker, 1989; Delios, Beamish, 1999; Geringer et al., 1989; Geringer et al., 2000; Grant, 1987; Grant et al., 1988; Hitt et al., 1997a; Lu, Beamish, 2001; Qian, 2002; Tallman, Li, 1996; Zahra, Garvis, 2000; Zahra et al.,

2000). Beide Größen korrelieren stark positiv miteinander (Delios, Beamish, 1999; Geringer et al., 1989; Geringer et al., 2000; Hitt et al., 1997a; Lu, Beamish, 2001).

Daneben findet auch die unter Abschnitt 3.3. schon skizzierte Eigenkapitalrentabilität, Return on Equity (ROE), in der Literatur Verwendung (Bühner, 1987; Delios, Beamish, 1999; Grant, 1987; Zahra et al., 2000).

Bei einer starken Wachstumsorientierung wird als Reflexion dieser Zielsetzung die Wachstumsrate des Umsatzes, Sales Growth, zur Bestimmung des Unternehmenserfolgs herangezogen (Bloodgood et al., 1996; Geringer et al., 2000; Grant, 1987; Zahra, Garvis, 2000; Zahra et al., 2000). Ferner werden vereinzelt das operative Ergebnis vor Zinsen und Steuern, Earnings before Interest and Taxes (EBIT) (Bloodgood et al., 1996), der relative Marktanteil zum größten Wettbewerber, Relative Market Share (Zahra et al., 2002) und der RoI (vgl. 3.3.) verwendet (McDougall, Oviatt, 1996).

3.4.1.2. Kritische Würdigung

Die Kritik an bilanzbasierten Erfolgskennzahlen läßt sich in generelle Einwände, die sich gegen die Gesamtheit der verwendeten Größen richten, und solche, die die Schwachpunkte individueller Kennzahlen betonen, unterteilen (Glaum, 1996).

Ein grundsätzliches Problem bei der Verwendung bilanzorientierter Kennzahlen liegt darin, daß der bilanzielle Gewinn durch vielfältige Ansatz- und Bewertungswahlrechte nur eine unzureichende Näherungsgröße für die tatsächliche Wertsteigerung innerhalb einer Periode darstellt (Hahn, Hintze, 1999; Rappaport, 1986). Dieses Manko dupliziert sich, wenn der Erfolg von Unternehmen aus unterschiedlichen Ländern mit unterschiedlichen Rechnungslegungsvorschriften verglichen werden soll (Annavarjula, Beldona, 2000). Darüber hinaus stellt jede bilanzbasierte Erfolgsberechnung immer eine retrograde, vergangenheitsorientierte Betrachtung dar (Rappaport, 1986).

An der Kennzahl ROA wird kritisiert, sie verstoße gegen das Entsprechungsprinzip, nach dem der Ertrag einer Anlage immer im Verhältnis zu dem dafür eingesetzten Kapital zu sehen ist (Glaum, 1996). Darüber hinaus unterliegt sie im Vergleich zum ROS einer potentiellen weiteren Verzerrung, ausgelöst durch unterschiedliche Bewertungsansätze und Abschreibungsmethoden des Anlagevermögens (Geringer et al., 1989).

Die Kennzahlen Sales Growth, bzw. Wachstumsrate des Umsatzes, können, isoliert gesehen, nicht die Frage klären, ob aus Sicht der Eigentümer eines Unternehmens Wert geschaffen wird. Vielmehr dient diese Zahl insbesondere bei jungen Unternehmen als Indikator für das Wachstumspotential. In diesem Fall muß das Umsatzwachstum allerdings um Verzerrungen, die sich aus dem Einfluß der Inflation ergeben, korrigiert werden (Weinzimmer et al., 1998).

Ähnliche Kritik läßt sich an der Verwendung des relativen Marktanteils äußern: Dieser kann durch u.U. wertvernichtende Akquisitionen oder außerordentlich hohe Preisnachlässe erkaufte werden, die sich negativ auf die Eigentümerrendite niederschlagen, und ist somit als Erfolgsmaßstab ungeeignet. Zudem bleibt die Definition des relevanten Marktes zumeist unklar (Zahra et al., 2000).

3.4.2. Kapitalmarktorientierte Erfolgsmessung

3.4.2.1. Portfoliotheorie

Die Grundlagen der Portfoliotheorie gehen auf Markowitz (1952) zurück. Ausgehend von der Tatsache, daß Investoren ihr Vermögen auf mehrere Anlageformen verteilen, analysierte er die Zusammenstellung eines Portfolios anhand der Größen Risiko (σ) und Rendite (μ) (Steiner, Bruns, 2000).

Die Rendite eines Portfolios läßt sich demnach durch die Summe der mit ihren Anteilen gewichteten Einzelrenditen ausdrücken. Das Risiko eines Portfolios wird über die Varianz gemessen. Dabei läßt sich zeigen, daß das gesamte Risiko eines Portfolios außer im Fall einer vollkommen positiven Korrelation der Wertpapiere immer kleiner als das durchschnittliche Risiko der einzelnen Anlagen ist. Durch die Kombination von Wertpapieren in einem Portfolio kann ein Anleger also sein Risiko verringern. Dieser diversifizierbare Risikoanteil wird unsystematisches Risiko genannt und läßt sich durch Diversifikation aufgrund der unvollständigen Korrelation der Renditen einzelner Anlagen weitgehend eliminieren. Das verbleibende systematische Risiko beruht auf marktinhärenten Veränderungen und kann folglich nicht reduziert werden (Steiner, Bruns, 2000).

Das Verhalten der Anleger kann als risikoavers beschrieben werden, d.h. sie akzeptieren nur bei überproportional zunehmender Rendite ein höheres Risiko (Steiner, Bruns, 2000). Ein Portfolio ist dann effizient, wenn bei gleichem Risiko keine höhere Rendite oder bei gegebener Rendite kein geringeres Risiko für den

Anleger erreichbar ist. Die Menge aller effizienten Portfolios kann graphisch anhand einer Kurve durch das Risiko-/Rendite- Koordinatensystem, der sog. Effizienzkurve verdeutlicht werden (Steiner, Bruns, 2000). Um das effiziente Portfolio für den einzelnen Investor zu ermitteln, wird eine Indifferenzkurve, die die individuelle Risikoneigung des Investors widerspiegelt, als Tangente an die Effizienzkurve gelegt (vgl. Abbildung 4 im Anhang).

3.4.2.2. CAPM-Modell

Das Capital Asset Pricing Model (CAPM) beruht auf den Grundlagen der Portfoliotheorie, führt aber noch die Annahmen der Verfügbarkeit risikoloser Anlageformen und homogener Erwartungen der Investoren ein (Steiner, Bruns, 2000).

Anleger können nun ihren Wertpapierportfolios risikolose Papiere mit fester Rendite hinzufügen, bzw. Kapital zu einem festen Zinssatz leihen. Graphisch wird dies anhand einer Geraden, der sog. Kapitalmarktlinie, deutlich, die die Ordinate des Koordinatensystems im Punkt r_f (Rendite der risikolosen Anlage) schneidet und die Linie effizienter Portfolios im Punkt M, dem Marktportfolio, tangiert (vgl. Abbildung 5 im Anhang). Die Steigung der Kapitalmarktlinie gibt an, wie sich eine Erhöhung des Risikos um eine Einheit in der Rendite des Portfolios niederschlägt. Da alle Marktteilnehmer über homogene Erwartungen verfügen, halten alle Anleger das Marktportfolio M, das eine Kombination aller am Markt gehandelten Anlagen, gewichtet mit ihren Marktpreisen, darstellt. Die unterschiedlichen Risikoneigungen der Investoren zeigen sich in der individuellen Mischung von risikoloser Anlage und Marktportfolio (Steiner, Bruns, 2000).

Mit dem Konstrukt der Kapitalmarktlinie läßt sich allerdings nicht der Preis des einzelnen Wertpapiers in dem Marktportfolio bestimmen. Da jedes Wertpapier seinem Anteil am Gesamtumlauf entsprechend im Marktportfolio enthalten ist, kann man seinen Wert relativ zum Portfolio bestimmen. Nach weiteren Umformungen (Steiner, Bruns, 2000) gelangt man zur sog. Wertpapierlinie (Funktion: $E(R_i) = R_f + (E(R_M) - R_f)\beta_i$). Die Rendite eines Wertpapiers setzt sich danach aus einem risikolosen Zinssatz und einer Risikoprämie zusammen. Die Risikoprämie ergibt sich durch Multiplikation des Risikomarktpreises, $(E(R_M) - R_f)$, mit der Höhe des Risikos, das durch den sog. β -Faktor dargestellt wird. Diese Größe mißt die

Veränderung der Rendite der Anlage bei einer Veränderung der Rendite des Marktportfolios. Da sich das unsystematische Risiko einer Anlage durch Diversifikation eliminieren läßt, gewährt der Kapitalmarkt nur für die Übernahme des systematischen Risikos eine Prämie (Steiner, Bruns, 2000).

3.4.2.3. Performance-Maße

Die Messung der Performance am Kapitalmarkt setzt voraus, daß der Erfolg des Unternehmens nicht absolut, sondern relativ, d.h. im Verhältnis zum eingegangenen Risiko gemessen wird. Dazu werden in der Literatur häufig drei verschiedene Maße (Wilkens, Scholz, 1999a) zur Berechnung risikoadjustierter Renditen verwendet.

Das Sharpe-Maß berechnet das Verhältnis aus Überschußrendite ($R_i - r_f$) und Gesamtrisiko (σ_i) eines Unternehmens und läßt sich als Risikoprämie für die Übernahme einer Einheit des Gesamtrisikos interpretieren (Steiner, Bruns, 2000). Graphisch läßt sich das Sharpe-Maß anhand der Steigung der Kapitalmarktklinie visualisieren (Glaum, 1996).

Das Sharpe-Maß ist für einen Investor relevant, der sein gesamtes Vermögen in eine Anlage investiert hat. Für einen Investor mit einem diversifizierten Portfolio ist allerdings nur das systematische Risiko von Bedeutung. Diesem Aspekt trägt das Treynor-Maß Rechnung, das die Überrendite eines Unternehmens ($R_i - r_f$) ins Verhältnis zu β , dem Maß für das systematische Risiko setzt (Wilkens, Scholz, 1999b). Als Maß für die Überrendite pro übernommener Einheit des systematischen Risikos entspricht diese Größe der Steigung der Wertpapierlinie (Glaum, 1996).

Im Gegensatz zu den bisher dargestellten relativen Performance-Maßen stellt das Jensen-Maß eine absolute Größe dar. Es errechnet sich als Differenz zwischen der tatsächlichen Rendite und der erwarteten Rendite eines Unternehmens (Collins, 1990), wobei die erwartete Rendite durch die Gleichung der Wertpapierlinie [$E(R_i) = R_f + (E(R_M) - R_f)\beta_i$] charakterisiert ist. Graphisch läßt sich das Jensen-Maß verdeutlichen, indem man eine Gerade durch die tatsächlich erzielte Rendite parallel zu der erwarteten Wertpapierlinie zieht und den Abstand zwischen beiden Geraden vergleicht.

3.4.2.4. Kritik an kapitalmarktorientierter Erfolgsmessung

Häufig hat man generelle Kritik am CAPM geäußert, das der Herleitung obiger Performance-Maße zugrunde liegt. Insbesondere die Annahme homogener Erwartungen, Gleichheit von Soll- und Habenzinsen, das Fehlen von Steuern und anderer Marktperfektionen sind dem Modell zum Vorwurf gemacht worden. Positiv ist herausgestellt worden, daß, im Gegensatz zu bilanzorientierten Performance-Messungen, der Erfolg immer ins Verhältnis zu einer Risikogröße gesetzt wird (Steiner, Bruns, 2000).

Probleme ergeben sich aus der Verwendung des β - Faktors im Treynor- bzw. Jensen-Maß. Als Maß für das systematische Risiko wird das β durch Regression von Aktienrenditen gegen einen Aktienindex, der als Approximation des Marktportfolios angenommen wird, gewonnen. Die Qualität der Ergebnisse hängt stark davon ab, wie genau der verwendete Index den Risiko-Rendite-Eigenschaften des tatsächlichen Marktportfolios der Anleger entspricht (Glaum, 1996).

Der folgende Kritikpunkt betrifft alle verwendeten Größen. Auf effizienten Kapitalmärkten lassen sich nicht dauerhaft abnormale Renditen erzielen (Steiner, Bruns, 2000).

Vielmehr werden rationale Investoren bei der Ankündigung der Aufnahme internationaler Aktivitäten die daraus resultierenden Vorteile für das Unternehmen antizipieren. Dies manifestiert sich dann in Kurssprüngen der betreffenden Aktie in Höhe der zukünftig erwarteten diskontierten Gewinne aus der internationalen Geschäftstätigkeit. Danach läßt sich die Erfolgswirkung der Internationalisierung nur im Zeitpunkt der Ankündigung am Kapitalmarkt messen. Dieser Tatsache werden nur sog. Ereignisstudien gerecht (Glaum, 1996).

Zudem wird jegliche kapitalmarktorientierte Performance-Messung durch die Bildung spekulativer Blasen (Steiner, Bruns, 2000) an den Börsen eingeschränkt. Bis März 2000 entwickelten sich die Aktienkurse, getrieben von überzogenen Erwartungen und verhaltenswissenschaftlichen Phänomenen, auf Niveaus, die durch die fundamentalen Unternehmensdaten nicht mehr zu rechtfertigen waren (o.V., 2001).

Teil C: Theorien zur Internationalisierung von KMU

1. Ältere Ansätze

Die frühesten Ansätze zur Erklärung der Internationalisierung lassen sich auf die Außenhandelstheorie zurückführen. Die Merkantilisten erklärten den Außenhandel mit der Motivation eines Landes, den eigenen Wohlstand zu Lasten anderer Länder zu maximieren. Während Adam Smith die Entstehung internationalen Handels dadurch erklärt, daß ein Land über absolute Kostenvorteile verfügt, stellt Ricardo auf relative Kostenvorteile, resultierend aus der unterschiedlichen Produktivität der Länder, ab. Dagegen rekurren Heckscher und Ohlin auf die unterschiedliche Ausstattung einzelner Länder mit Produktionsfaktoren. Nach dem sog. Faktorproportionentheorem spezialisieren sich Länder auf die Produktion und den Export eines Gutes, das aufgrund der reichhaltigen Faktorausstattung relativ billig hergestellt werden kann. Weitere Ansätze, wie der Nicht-Verfügbarkeitsansatz von Kravis erklären die Entstehung internationalen Handels mit dem temporären oder nicht-temporären Vorhandensein bestimmter Produkte. Posner stellt auf einen technologischen time-lag ab, während Lindner eine ähnliche Nachfragestruktur zweier Länder als Ausgangspunkt für internationalen Handel sieht. Allen skizzierten Ansätzen ist gemein, daß sie eine makroökonomische Perspektive einnehmen, d.h. sie erklären internationalen Handel auf der Ebene zweier Länder und sind somit nicht zur Erklärung der Erfolgswirkung der Internationalisierung von KMU geeignet (Kutschker, Schmidt, 2002).

Eine weitere Gruppe stellen die kapitalmarktorientierten Theorien dar. Nach der einfachen Zinssatztheorie entstehen Kapitalbewegungen durch unterschiedliche Zinsniveaus, die aus der unterschiedlichen Kapitalausstattung einzelner Länder resultieren. Die erweiterte Zinssatztheorie erhöht die Aussagekraft, indem sie Informations- und Transferkosten, sowie das zusätzliche Risiko bzw. die Unsicherheit eines Auslandsengagements in die Betrachtung einschließt. Während die vorherigen Ansätze auf Zinsdifferenzen rekurren, stellt der Währungsraumansatz von Aliber auf Währungsdifferenzen ab, um die Entstehung von Portfolio- und Direktinvestitionen zu erklären (Glaum, 1996).

2. Effizienzorientierte Ansätze

2.1. Portfoliotheorie der Direktinvestitionen

2.1.1. Modelldarstellung

Diese Theorie, die eigentlich den oben skizzierten kapitalmarktorientierten Ansätzen zuzuordnen ist, geht auf Allen Rugman (1976) zurück und überträgt kapitalmarktbasierende Überlegungen (vgl. 3.4.2.1.) auf DI. Analog zu einem Anleger, der das Risiko seines Portfolios durch Diversifikation vermindern kann, nutzen internationale Unternehmen demnach die unvollständige Korrelation zwischen den Güter- und/oder Faktormärkten der Gastländer zur Risikoreduktion aus (Qian, 2002). Danach wären internationale Unternehmen risikoärmer bzw. bei gegebenem Risiko erfolgreicher als nationale Unternehmen (vgl. 3.4.2.1.). Dieser Argumentation ist entgegnet worden, daß eine geographische Diversifikation auch auf der Ebene des einzelnen Investors möglich und daher nur auf Unternehmensebene vorzunehmen sei, wenn sich dadurch Marktunvollkommenheiten ausnutzen lassen (Bühner, 1987).

2.1.2. Erfolgshypothese

KMU zeichnen sich fast immer durch das Merkmal vollkommener Selbstständigkeit aus (Günterberg, Wolter, 2002), was u.a. massive Auswirkungen auf Fragen der Finanzierung hat. Sehr häufig ist ein Großteil des Privatvermögen des Unternehmers, bzw. der Gesellschafter, in das Unternehmen investiert. In diesem Fall läßt sich die geographische Expansion als eine Maßnahme zur Diversifikation des Privatvermögens verstehen. Da der Unternehmer bzw. die Gesellschafter nur in eine Anlageform, nämlich das eigene Unternehmen, investieren, ist für sie das Gesamtrisiko des Unternehmens relevant. Das unsystematische Risiko kann allerdings im Rahmen der Internationalisierung aufgrund der unvollständigen Korrelation der Konjunkturverläufe bzw. der Produktlebenszyklen einzelner Länder reduziert werden. Danach wären international aufgestellte KMU im Vergleich zu nationalen KMU bei gegebenem Risiko erfolgreicher bzw. bei gegebenem Erfolg risikoärmer.

2.2. Eklektische Theorie

2.2.1. Darstellung

Die eklektische Theorie von John Dunning erhebt den Anspruch, die Initialisierung bzw. den Verlauf der Internationalisierung eines Unternehmens umfassend erklären zu können (Dunning, 1988a). Der Erfolg der Internationalisierung hängt nach Dunning von dem Vorhandensein dreier verschiedener Vorteilskategorien ab, wobei er spezifische Eigentumsvorteile, synonym zu Wettbewerbsvorteilen, (vgl. 2.2.2.), Internalisierungsvorteile (vgl. 2.2.3.) und Standortvorteile (vgl. 2.2.4.) unterscheidet (Dunning, 1988b).

Verfügt ein Unternehmen nur über Eigentumsvorteile, sollte es die Ressourcen auf der Basis von Verträgen tauschen. Liegen zusätzlich auch noch Internalisierungsvorteile vor, schlägt die eklektische Theorie die Strategie des Exports vor. Bei Vorhandensein aller drei Vorteilskategorien sollte das Unternehmen den Auslandsmarkt in Form von DI bearbeiten (Perlitz, 2000).

Im folgenden sollen die diesen Vorteilen zugrunde liegenden Theorien kurz skizziert werden.

2.2.2. Theorie der monopolistischen Vorteile

Unternehmen, die ihre Geschäftstätigkeit ins Ausland ausdehnen, sind zunächst im Nachteil gegenüber den einheimischen Konkurrenten (Buckley, 1985). Die Newcomer besitzen geringere Informationen über die generelle Umwelt, sind u.U. diskriminierenden gesetzlichen Regelungen ausgesetzt, sehen sich mit höheren Transaktionskosten konfrontiert und unterliegen z.T. starken Währungsrisiken (Kutschker, Schmidt, 2002). Hymer (1976) subsumiert diese Probleme unter dem Begriff der „Liability of Foreignness“. Um die Internationalisierung trotzdem zum Erfolg führen zu können, müssen die Unternehmen über monopolistische Vorteile, synonym Wettbewerbsvorteile, verfügen, um obige Nachteile kompensieren zu können (Perlitz, 2000). Monopolistische Vorteile beruhen auf Marktunvollkommenheiten, wobei sich im Einzelnen unvollständige Konkurrenz auf Güter- und/oder Faktormärkten, Größenvorteile und künstliche Marktunvollkommenheiten unterscheiden lassen (Glaum, 1996).

Dunning (1988a) führt drei Arten monopolistischer Vorteile auf: Die erste Gruppe resultiert aus dem Besitz, bzw. Zugang zu einzigartigen Ressourcen, die zweite Gruppe aus der langjährigen Existenz eines Unternehmens und die dritte aus der Internationalität selbst.

Besonders für KMU stellen Fähigkeiten, Kenntnisse, Wissen und Erfahrungen der Mitarbeiter eine besondere Quelle potentieller monopolistischer Vorteile dar, weil die Entwicklung derartiger Ressourcen größenunabhängig und zudem für Konkurrenten schwer oder gar nicht imitierbar sind (Reuber, Fisher, 2002).

2.2.3. Internalisierungstheorie

Die Internalisierungstheorie beruht auf dem Transaktionskostenansatz, der auf Coase zurückzuführen ist. Untersuchungsgegenstand stellen die bei Transaktionen auftretenden Kosten dar, die hauptsächlich aus der Anbahnung, Vereinbarung, Abwicklung, Kontrolle und Anpassung von Verträgen resultieren. Die Höhe der Transaktionskosten hängt von der gewählten Organisationsform und den Eigenschaften der Transaktion ab. Die Endpunkte in einem Kontinuum der möglichen Organisationsformen für die Abwicklung internationaler Transaktionen stellen der Markt und die Hierarchie dar. Die Eigenschaften mit Einfluß auf die Transaktionskostenhöhe lassen sich in Umweltmerkmale, wie Spezifität, strategische Bedeutung und Unsicherheit bzw. Komplexität, und Verhaltensannahmen, wie begrenzte Rationalität und opportunistisches Verhalten, unterteilen. Die Zielsetzung der Transaktionskostentheorie liegt in der Identifikation der Organisationsform, die bei gegebenen Transaktionseigenschaften die Transaktionskosten minimiert (Picot et al., 2001).

Marktunvollkommenheiten führen nun dazu, daß die hierarchische Koordination bei grenzüberschreitenden Transaktionen oftmals zu geringeren Transaktionskosten führt als eine marktliche Abwicklung (Buckley, 1985). Die Aktivitäten werden folglich internalisiert. Besonders der internationale Transfer von immateriellen Ressourcen, wie bspw. Know-How, würde aufgrund der Spezifität, der strategischen Bedeutung und der asymmetrischen Informationsverteilung bei einer marktlichen Koordination über Lizenzverträge prohibitiv hohe Transaktionskosten verursachen (Casson, 1985). Als Folge dieses Marktversagens wird das Unternehmen den internationalen Know-How-Transfer durch DI im Ausland internalisieren.

2.2.4. Standorttheorie

Die Standorttheorie beschäftigt sich mit der Frage nach der Vorteilhaftigkeit von Investitionen in Abhängigkeit eines bestimmten Landes. Die betreffenden Länder werden anhand von Standortfaktoren, die alle kosten- und erlösrelevanten Einflußgrößen abbilden, verglichen. Die Gewichtung einzelner Faktoren kann nur in Abhängigkeit der verfolgten Internationalisierungsstrategie bzw. der internen Unternehmensspezifika getroffen werden. Deswegen gibt Dunning auch nur beispielhaft einen Überblick über die wichtigsten Standortvorteile, die aus einem hohen Marktpotential, geringen Faktor-, Transport- und Kommunikationskosten, einer kleineren psychischen Distanz, guten Infrastrukturbedingungen und einer politischen, ökonomischen und rechtlichen Stabilität des betreffenden Landes resultieren können (1988a).

2.2.5. Erfolgshypothese

Abschließend gilt es die Frage nach der Erfolgswirksamkeit der Internationalisierung für KMU zu beantworten. Dunning geht in seinem Modell von einem selbständigen Unternehmer aus, einem zentralen Merkmal eines KMU, der rein rational das Ziel der Gewinnmaximierung verfolgt (Glaum, 1996). Abhängig davon, welche Vorteile das Unternehmen besitzt, wählt er die optimale Internationalisierungsstrategie.

Zu einem sehr frühen Internationalisierungszeitpunkt könnten potentielle negative Gewinnreaktionen auftreten, die mit Maßnahmen zur Überwindung der „Liability of Foreignness“ erklärt werden können (Lu, Beamish, 2001).

Einzelne Autoren haben einen invers u-förmigen Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg festgestellt (Geringer et al., 1989; Gomes, Ramaswamy, 1999; Hitt et al., 1997b). Derartige Untersuchungen beruhen auf Stichproben aus MNU mit hohen Internationalisierungsgraden. Diese Beziehung läßt sich dadurch erklären, daß bei sehr hohen Internationalisierungslevels die Informations- und Koordinationskosten, die aus der Steuerung der geographisch und kulturell weit verteilten Unternehmensaktivitäten resultieren, die Vorteile aus der Internationalisierung übersteigen können (Geringer et al., 1989). Grant (1987) führt potentiell negative Gewinnreaktionen auf die mangelnde Fähigkeit des Managements zurück, den mit der Internationalisierung verbundenen Komplexitätsanstieg zu bewältigen.

KMU dürften aufgrund der strukturellen Unterschiede zu großen Konzernen nicht von diesen Problemen betroffen sein. Aufgrund der schlechteren Ressourcenausstattung, verglichen mit MNU, dürften KMU deutlich geringere Internationalisierungsgrade aufweisen, weswegen die Internationalisierung langfristig einen positiven Einfluß auf den Erfolg von KMU haben sollte (Lu, Beamish, 2001).

2.3. Ressourcenbasierter Ansatz

2.3.1. Grundlagen

Der ressourcenbasierte Ansatz untersucht den Zusammenhang zwischen der Ressourcenausstattung und dem Wettbewerbsvorteil eines Unternehmens. Die Ressourcen eines Unternehmens müssen nach Barney (1991) vier Kriterien erfüllen, um als Basis für den Aufbau eines nachhaltigen Wettbewerbsvorteils dienen zu können: Sie müssen werthaltig, selten, nicht perfekt imitierbar und schlecht substituierbar sein.

Während der Market Based View von Michael E. Porter (1985) den anzustrebenden Wettbewerbsvorteil abhängig von der Struktur der Branche macht, erklärt sich der Wettbewerbsvorteil im ressourcenorientierten Ansatz gerade durch die besondere Ressourcenausstattung eines Unternehmens (Barney, 1991).

2.3.2. Internationalisierung aus ressourcenbasierter Sicht

KMU dürften aus Sicht des ressourcenbasierten Ansatzes internationalisieren, um einen auf einem einzigartigen Ressourcenbündel basierenden nachhaltigen Wettbewerbsvorteil auch international auszubeuten (Bloodgood et al., 1996; Kotabe et al., 2002). Eine weitere Erklärung könnte darin bestehen, daß die Unternehmen versuchen, im Zuge der Internationalisierung Zugriff auf ausländische Ressourcen zu bekommen (Westhead et al., 2001), die, in Kombination mit den vorhandenen eigenen Ressourcen, zu neuen Wettbewerbsvorteilen führen können (Ghoshal, 1987). Der Unternehmer stellt in KMU die kritische Ressource an sich dar, da er sich für strategische Entscheidungen verantwortlich zeigt. Der Erfolg der Internationalisierung hängt demnach maßgeblich von den Fähigkeiten, der Ausbildung, der internationalen Berufserfahrung und den geschäftlichen und sozialen Beziehungen des Unternehmers ab (Ghoshal, 1987; Qian, Li, 2002; Westhead et al., 2001).

Dies zeigt sich auch in einer Studie von Reuber und Fischer (1997). Basierend auf einer Stichprobe von kanadischen SME aus der Softwareindustrie stellen die Autoren fest, daß Wissen und Erfahrung des Managements positiv mit dem Internationalisierungsgrad und der nachfolgenden Unternehmensperformance korrelieren.

Daneben hat die Ressource Wissen bzw. Information (Sadler, 1995) eine überragende Bedeutung für den Erfolg der Internationalisierung (vgl. auch 2.2.2.). Mangelnde Kenntnisse des Auslandsmarkts stellen eine zentrale Barriere für die Internationalisierung dar (Johanson, Vahlne, 1977; 1990; Reuber, Fisher, 2002).

Zusammenfassend läßt sich feststellen, daß insbesondere einzigartige immaterielle Ressourcen die Basis für einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil darstellen, der auch von KMU erfolgreich international ausgebeutet werden kann (Almeida et al., 2001).

3. Verhaltenswissenschaftlich orientierte Ansätze

3.1. Behaviorale Theorie

3.1.1. Annahmen

Die behaviorale Theorie fußt auf Arbeiten von Cyert und March (1963) und wurde 1966 durch Aharoni in Bezug zum Phänomen der Internationalisierung gesetzt. Dieser Ansatz unterscheidet sich in mehreren Punkten stark von effizienzbasierten Theorien. Das Unternehmen wird als ein Instrument zur Durchsetzung der Interessen aller an ihm beteiligten Gruppen, der Stakeholder (Stahle, 1999; Krüger, 1994), interpretiert (vgl. auch 3.2.). Das gemeinsame Hauptziel der Beteiligten stellt die Erhaltung und erfolgreiche Weiterentwicklung des Unternehmens dar, sofern dadurch die einzelnen Beteiligten ihre Individualziele realisieren können (Hahn, Hungenberg, 2001). Weiterhin wird das Menschenbild des Homo Oeconomicus verworfen. Die behaviorale Theorie unterstellt eine begrenzte Rationalität und begrenzte Informationsverarbeitungskapazitäten, weswegen Probleme inkrementell, in kleinen Schritten bearbeitet werden (Stahle, 1999). Die Unternehmensziele werden als Satisfizierungsziele, nicht als Maximierungsziele formuliert. Entscheidungsprozesse im verhaltenswissenschaftlichen Sinne zeichnen sich durch eine Vielzahl von Beteiligten mit heterogenen Zielsetzungen aus, wodurch deren Verlauf durch Verhandlungen, Kompromisse und Konflikte erschwert wird (Glaum,

1996). Im folgenden sollen kurz die Erkenntnisse der Arbeit von Aharoni (1966) geschildert werden.

3.1.2. Entscheidungsprozeß der Internationalisierung

Die Arbeit von Aharoni (1966) beruht auf den obigen Annahmen (vgl. 3.1.1.) und untersucht die Entscheidungsprozesse, die der Internationalisierung zugrunde liegen. Auf Basis von Fallstudien kommt Aharoni zu dem Schluß, daß vier Phasen unterschieden werden können: In Phase eins wird die Entscheidung über ein Auslandsengagement angestoßen, wobei der Impuls aus dem Unternehmen selbst oder aus der Umwelt stammen kann. In der zweiten Phase erarbeiten die Initiatoren Handlungsalternativen, wobei die erwogene Zahl durch die Annahme begrenzter Informationsverarbeitungskapazitäten stark begrenzt ist. Bei der Evaluierung werden die Präferenzen und Ziele der Entscheidungsträger antizipiert und insbesondere bei der Präsentation des Vorschlags berücksichtigt. In Phase drei müssen die Verantwortlichen eine Entscheidung über den erarbeiteten Vorschlag herbeiführen, Phase vier dient als Rückkopplung zu vorhergegangenen Phasen, falls die Realisierung auf massive Widerstände stößt.

Wie anhand des Prozesses deutlich wird, lassen sich keine eindeutigen Aussagen über den Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg tätigen. Entscheidungen sind nämlich irrationalen Momenten unterworfen bzw. durch eine Vielzahl von Gruppen mit unterschiedlichen Interessen beeinflusst.

Gerade der Unternehmer in KMU dürfte einen starken Einfluß auf die Internationalisierungsentscheidung haben. So verweisen Reuber und Fisher (1997) auf eine Vielzahl von Studien, die zu dem Ergebnis kommen, daß die Internationalisierung von KMU stark von der Auslandsorientierung des Managements abhängt. Allerdings können auch die Ziele des Unternehmers durch das Bedürfnis nach Prestige und Macht beeinflusst sein, weswegen die Aufnahme internationaler Aktivitäten nicht zwangsläufig mit einer Verbesserung des Erfolgs verbunden sein muß.

Daher läßt sich nur feststellen, daß durch den inkrementellen Entscheidungscharakter, der oftmals Kompromisse zwischen den Beteiligten erfordert, keine gewinnmaximale Strategie verfolgt werden wird.

3.2. Principal-Agent-Theorie

3.2.1. Grundlagen

Die Principal-Agent-Theorie (PAT) ist, wie der Transaktionskostenansatz, der neuen Institutionenökonomik zuzuordnen. Untersucht werden die spezifischen Probleme zwischen Eigentümern (Principalen) und Managern (Agenten), die sich aus der Trennung von Eigentums- und Verfügungsrechten (property rights) ergeben (Fama, 1980; Jensen, Meckling, 1976). Die Eigentümer treten einen Teil ihrer Entscheidungsbefugnisse an das eingesetzte Management ab, das ihre Interessen bestmöglich vertreten soll.

Allerdings können zwischen Eigentümern und Managern divergierende Ziele bestehen. Während die Eigentümer risikoavers sind und das Ziel der Gewinnmaximierung verfolgen, haben Manager u.U. eigennützige Ziele, die den Interessen der Principalen zuwiderlaufen (Morck, Yeung, 1991). So verfolgen sie häufig eher das Ziel der Umsatzmaximierung, um große diversifizierte Unternehmen aufzubauen. Dadurch lassen sich nämlich ihre sozialen Ziele, wie das Streben nach Prestige, Status und Macht, bestmöglich befriedigen (Glaum, 1996). Bühner führt die internationale Expansion eines Unternehmens auf das Bestreben des Managements zurück, das Risiko des eigenen Arbeitsplatzverlusts zu verringern (Bühner, 1987). Das Problem der Zielfdivergenz zwischen Principalen und Agenten wird durch eine Informationsasymmetrie zwischen beiden Gruppen verstärkt, die den Managern einen Spielraum für opportunistisches Verhalten zur Realisierung eigennütziger Ziele eröffnet (Mensch, 1999).

Die PAT hält zwei grundlegende Lösungsvorschläge bereit: Einerseits kann versucht werden, die Zielvorstellungen beider Gruppen zu harmonisieren, bspw. indem die Vergütung der Manager von der Erreichung bestimmter Renditeziele abhängig gemacht wird. Andererseits schlägt der Ansatz vor, Kontrollinstrumente zur Reduktion des opportunistischen Spielraums zu implementieren (Pfaff, Zweifel, 1998).

3.2.2. Implikationen für Internationalisierungsformen

Mit der Entscheidung zu internationalisieren, ändern sich die Anforderungen an den Unternehmer nachhaltig. Konnte er das nationale Geschäft bisher erfolgreich

bewältigen, benötigt er jetzt stark erweiterte Fähigkeiten und Kenntnisse, die er u.U. nur extern, z.B. über die Anstellung eines international erfahrenen Managers, erlangen kann. Gerade für die Internationalisierung von KMU könnte die PAT daher einen Erklärungsbeitrag leisten.

Manager werden aus Sicht der PAT immer darauf drängen die Internationalisierung in Form von DI durchzuführen. Ausländische Produktionsstätten bedeuten ein quantitatives Unternehmenswachstum, wodurch Umsatz, Anlage- bzw. Umlaufvermögen und Beschäftigtenzahl ansteigen. Daneben vollzieht das Unternehmen qualitativ die Wandlung zu einem internationalen Unternehmen, wodurch sich Status und Prestige der Manager nachhaltig erhöhen dürfte. Gleichgewichtige Gemeinschaftsunternehmen werden demnach weniger attraktiv sein, weil die Eigentums- und Verfügungsrechte mit einem Dritten geteilt werden müssen.

Exporte müßten langfristig Investitionen zur Erweiterung der Kapazitäten nach sich ziehen, auch hier kommt es zu quantitativem Wachstum. Der Einflußbereich der Manager wächst, zusätzlich sehen sie sich mit neuen Herausforderungen im Ausland konfrontiert. Dagegen dürften die Präferenzen der Manager für die Vergabe von Lizenzverträgen nur gering sein. Lizenzen führen weder zu organisatorischen Veränderungen, noch zu einer quantitativen Veränderung des Unternehmens. Sie sind damit nicht geeignet, die Ziele der Manager zu befriedigen (Glaum, 1996).

3.2.3. Erfolgshypothese

Im Rahmen der PAT läßt sich formulieren, daß Internationalisierungsaktivitäten zu suboptimalen Erfolgsergebnissen führen. Die Renditeforderungen der Principale finden nämlich maximal als Nebenbedingung Eingang in das Zielsystem der Manager, das von dem Streben nach Macht, Status und Prestige dominiert wird (Glaum, 1996).

Eingeschränkt wird eine solche Hypothese durch die Tatsache, daß die Informationsasymmetrien zwischen Eigentümern und Managern in KMU längst nicht so ausgeprägt sind wie in großen, relativ anonymen Publikumsgesellschaften. Da sich das Eigentum an KMU meist auf einen überschaubaren Personenkreis verteilt, und zudem häufig ein Großteil des privaten Vermögens in das Unternehmen investiert ist (vgl. 2.1.2.), bestehen deutlich bessere Möglichkeiten, Einfluß auf das Management zu nehmen, bzw. dessen Entscheidungen zu kontrollieren. Aus diesem

Grund dürfte der Spielraum der Manager für opportunistisches Verhalten in KMU deutlich geringer als in großen, aktiennotierten Unternehmen sein.

3.3. Uppsala-Modell

3.3.1. Einführung

Das Uppsala-Modell, das auch als lerntheoretischer Ansatz bekannt geworden ist, geht auf die schwedischen Wissenschaftler Johanson und Vahlne (1977; 1990) zurück. Während andere Modelle den Zustand der Internationalisierung zu erklären versuchen, konzentriert sich das Uppsala-Modell auf die Erklärung der Internationalisierung als Prozeß. Dazu beziehen sich Johanson/Vahlne auf die Theorie von Aharoni (1966) und die Verhaltensannahmen von Cyert/March (1963). Auf der Basis von empirischen Untersuchungen in Schweden generierten die Wissenschaftler Aussagen über typische Internationalisierungsmuster, die sie dann anhand eines Internationalisierungsmodells verallgemeinerten. Die empirischen Erkenntnisse und die Hauptaussagen des Internationalisierungsmodells sollen im folgenden dargestellt werden.

3.3.2. Empirische Internationalisierungsmuster

Die Vertreter der Uppsala-Schule sehen die Internationalisierung als einen graduellen, schrittweisen Prozeß, der sich durch eine zunehmende Verbundenheit eines Unternehmens mit einem Auslandsmarkt auszeichnet (Johanson, Vahlne, 1977; 1990; Wiedersheim et al., 1978). Den Ausgangspunkt stellen sporadische Exporte ins Ausland dar, bei stärkerer Nachfrage kann ein unabhängiger Agent zur Abwicklung der Geschäfte eingesetzt werden. Mit zunehmender Marktkenntnis baut das Unternehmen eigene Vertriebsniederlassungen im Ausland auf. Erst in der vierten Phase verfügt ein internationales Unternehmen dann u.U. über eigene ausländische Produktionsstätten.

Neben diesem idealtypischen Phasenmodell beobachteten die Wissenschaftler, daß auch die Abfolge der bearbeiteten Auslandsmärkte einem inkrementellen Muster folgt. Demnach werden Unternehmen zuerst in Märkten mit geringer psychischer Distanz zu ihrem Heimatmarkt tätig, wobei unter psychischer Distanz alle Faktoren subsummiert werden, die den Informationsfluß zwischen Unternehmen und Markt stören können.

3.3.3. Internationalisierungsmodell

Das Modell erklärt die Internationalisierung anhand der Interaktion zwischen statischen und dynamischen Größen. Die statischen Größen repräsentieren Marktverbundenheit (market commitment) und Marktwissen (market knowledge), während Internationalisierungsentscheidungen (commitment decisions) und laufende Geschäftsaktivitäten (current activities) die dynamischen Elemente darstellen (Johanson, Vahlne, 1977).

Die Marktverbundenheit resultiert aus der Größe der Auslandsinvestitionen und der Spezifität der eingesetzten Ressourcen. Die Verbundenheit ist um so größer, je mehr Ressourcen in Form von Kapital, Mitarbeitern, Technologie, etc. in dem ausländischen Markt eingesetzt werden. Spezifische Ressourcen, wie bspw. ein Marketingprogramm, sind auf einen bestimmten Auslandsmarkt zugeschnitten und können deswegen nicht ohne Wertverlust in einen anderen Markt transferiert werden (Johanson, Vahlne, 1977).

Marktwissen, als Basis jeder Internationalisierungsentscheidung, wird unterschieden in objektives und experimentelles Wissen. Während objektives Wissen gelernt werden kann, basiert experimentelles Wissen auf Erfahrung (Penrose, 1959), kann also nur im Rahmen eines langfristigen, inkrementellen Internationalisierungsvorgehens erworben werden (Perlitz, 2000).

Statische und dynamische Elemente beeinflussen sich nun wechselseitig: Mit jeder Internationalisierungsentscheidung und den daraus folgenden Geschäftsaktivitäten steigen Marktverbundenheit und Marktwissen an. Durch den höheren Wissensstand können wieder neue Internationalisierungsentscheidungen angestoßen werden. Internationalisierung vollzieht sich folglich als ein kontinuierlicher Lernprozeß (Perlitz, 2000).

3.3.4. Kritische Würdigung

Der lerntheoretische Ansatz liefert eine gute Erklärung für den Verlauf der Internationalisierung bei KMU. KMU verfügen häufig nur über begrenzte finanzielle Ressourcen und Managementkapazitäten, was neben mangelndem Marktwissen eher für einen inkrementellen, schrittweisen Internationalisierungsprozeß sprechen dürfte. Offen bleibt allerdings die Initialisierung des Prozesses (Autio, Sapienza, 2001).

Die Erfolgswirkung kann nur implizit aus den Modellannahmen abgeleitet werden, die unterstellen, daß Unternehmen langfristig dem Ziel der Gewinnmaximierung folgen und risikoavers sind. Demnach dürfte ein inkrementeller Internationalisierungsverlauf langfristig zu Unternehmenserfolg führen.

Neuere Beobachtungen lassen allerdings Zweifel an dem Erklärungsgehalt des Uppsala-Modells aufkommen: Nach Oviatt und McDougall (1994, 1997) vollziehen junge KMU die Internationalisierung z.T. nicht als graduellen Prozeß, sondern sind von der Gründung an international aufgestellt (Giamartino et al., 1993). Aufgrund dieser Tatsache sind diese Firmen als „born global“ bezeichnet worden (Harveston et al., 2002).

3.4. Netzwerkansatz

3.4.1. Einführung

Ein neuerer Ansatz zur Erklärung der Internationalisierung stellt der Netzwerkansatz dar (Ghoshal, Bartlett, 1990; Johanson, Mattson, 1993)

Danach ist ein Unternehmen in ein vielfältiges Beziehungsgeflecht, bestehend aus Kunden, Zulieferern, Wettbewerbern, etc. eingebunden (Coviello, McAuley, 1999). Über dieses Netzwerk hat das Unternehmen die Möglichkeit, auf externe Ressourcen zuzugreifen. Die Größe dieses Spielraums hängt allerdings von der Netzwerkposition des Unternehmens ab. Unternehmen können ihre Netzwerkposition verbessern, indem sie in ihre geschäftlichen und sozialen Beziehungen investieren. Diese Investitionen sind sehr zeit- und kapitalaufwendig, weswegen die etablierten Netzwerkbeziehungen als eine einzigartige immaterielle Ressource interpretiert werden können (Meyer et al., 2000).

3.4.2. Internationalisierung aus der Netzwerkperspektive

Aus der Netzwerkperspektive bedeutet Internationalisierung, daß ein Unternehmen versucht, eine Position in einem ausländischen Netzwerk aufzubauen und weiterzuentwickeln. Zu diesem Zweck nimmt das Unternehmen Investitionen in die Netzwerkbeziehungen vor. Von besonderer Bedeutung für die Erfolgswirkung der Internationalisierung ist die Ausgangsposition des Unternehmens, da diese als zentrale Ressource den Internationalisierungsprozeß beeinflussen kann. Insbesondere durch den Ausbau der persönlichen emotionalen und geschäftlichen Beziehungen des

Unternehmers zu anderen Führungspersonen dürfte sich die Netzwerkposition des Unternehmens verbessern lassen. Daraus resultiert ein größerer Spielraum für den Zugriff auf externe Ressourcen. Diese könnten wiederum zu neuen Wettbewerbsvorteilen führen, die das Unternehmen international ausbeuten würde.

3.4.3. Kritische Würdigung

Der Netzwerkansatz scheint besonders gut die Internationalisierung von KMU erklären zu können.

Daneben zeichnet er sich dadurch aus, daß er die beiden Ansätze mit der weitesten Verbreitung in der Literatur, die eklektische Theorie und das Uppsala-Modell, zu integrieren versucht. Einerseits betont er, daß der Aufbau von Netzwerkbeziehungen langfristigen, inkrementellen Charakter habe. Daneben integriert er auch das Konzept der monopolistischen Vorteile, die nicht unbedingt vor Beginn der Internationalisierung vorhanden sein müssen, sondern auch erst im Verlauf der Internationalisierung durch den Zugriff auf externe Ressourcen generiert werden können (Coviello, McAuley, 1999).

4. Zusammenfassung der Ergebnisse

In der folgenden Abbildung 1 sollen die Aussagen der verschiedenen theoretischen Ansätze zum Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg im Überblick dargestellt werden:

| | Begründung für DI | Erfolgswirkung der DI | Hypothesen |
|---|--|---|--|
| Portfoliotheorie der DI, Rugman, (1976) | DI dienen dem Zweck der Diversifikation des Privatvermögens der Gesellschafter | Durch die unvollständige Korrelation von Güter- und Faktormärkten läßt sich das Risiko vermindern | Internationale KMU sind bei gleichem Risiko erfolgreicher, bzw. bei gegebenen Erfolg risikoärmer als nationale KMU |
| Eklettische Theorie, Dunning, (1988a, 1988b) | DI dienen der Ausnutzung monopolistischer Vorteile mit dem Ziel der Gewinnmaximierung | Durch Kapitalisierung der monopolistischen Vorteile wird der Gewinn der internationalen Unternehmen maximiert | Internationale KMU sind erfolgreicher als nationale KMU |
| Ressourcenbasierter Ansatz, Barney, (1991) | Internationale Ausbeutung eines nachhaltigen, auf einzigartigen Ressourcen beruhenden, Wettbewerbsvorteils; Erlangung komplementärer Ressourcen zum Aufbau eines neuen Wettbewerbsvorteils | Durch die internationale Ausbeutung eines bereits bestehenden Wettbewerbsvorteils lassen sich zusätzliche Renditen erzielen, der Gewinn des Unternehmens wird maximiert | Internationale KMU sind im Vergleich zu nationalen KMU erfolgreicher |
| Behaviourale Theorie, Aharoni, (1966) | Ergebnis eines langwierigen, inkrementellen Entscheidungsprozesses mit einer Vielzahl von Beteiligten mit heterogenen Interessen | Durch die Vielzahl an Beteiligten mit eigenen Interessen und den langwierigen, mit Zufallsentscheidungen behafteten Prozeß läßt sich bzgl. des Erfolgs ein suboptimales Ergebnis erwarten | Es kann keine genaue Hypothese über die Erfolgswirkung der Internationalisierung abgegeben werden |
| Principal-Agent-Theorie Fama, (1980); Jensen, Meckling, (1976) | DI spiegeln das Streben der Manager nach Macht, Prestige und Anerkennung wider | DI vermindern den Erfolg des Unternehmens, da die Renditeforderungen der Principale nur als nachrangige Nebenbedingung Eingang in das Kalkül der Manager finden | Internationale KMU, bei denen Eigentum- und Verfügungsgewalt auseinanderfallen, sind weniger erfolgreich als ihre nationalen Pendanten |
| Uppsala-Modell, Johanson, Vahlne, (1977, 1990) | DI sind das Ergebnis eines inkrementellen, graduellen Prozesses, der sich über eine zunehmende Verbundenheit mit dem Auslandsmarkt auszeichnet | Aufgrund der Verhaltensannahmen Risikoaversion und Gewinnmaximierung dürfte der Internationalisierungsprozeß langfristig zu Erfolg führen | Internationale KMU sind im Vergleich zu nationalen KMU erfolgreicher |
| Netzwerkansatz, Ghoshal, Bartlett, (1990); Johanson, Mattson, (1993) | Erlangung von Ressourcen, die in Verbindung mit vorhandenen Ressourcen zu neuen Wettbewerbsvorteilen führen können; Internationale Verwertung von Wettbewerbsvorteilen | DI dürften generell zum Unternehmenserfolg beitragen, die genaue Wirkung kann aber nicht bestimmt werden | Es kann keine genaue Hypothese über die Erfolgswirkung der Internationalisierung abgegeben werden |

Abbildung 1 Internationalisierungstheorien im Überblick

Quelle: In Anlehnung an Glaum, (1996)

Teil D: Metaanalyse

1. Theorie der Metaanalyse

1.1. Einführung

1.1.1. Begriffsklärung

Schon in der Mitte des letzten Jahrhunderts begannen Wissenschaftler, die Untersuchungsergebnisse vorliegender Studien durch Bildung von Durchschnittswerten zu kumulieren (Glass et al., 1981; Hunter et al., 1982).

Allerdings wurde erst von Glass in den 70er Jahren der Begriff der Metaanalyse zur Kennzeichnung derartiger Verfahren eingeführt. Meta bedeutet griechisch über und verweist somit auf eine Analyse über Analysen. Glass verwendete den Begriff, um seine Methode von Sekundäranalysen abzugrenzen. Während Sekundäranalysen Originalstichproben erneut analysieren, greifen Metaanalysen nur auf die Ergebnisse bereits erstellter empirischer Studien zu, die sie quantitativ kumulieren und einer statistischen Analyse unterziehen (Glass, 2000). Sie bedürfen somit nicht des Zugriffs auf Originaldaten (Hunter et al., 1982).

So soll im folgenden von einer Metaanalyse gesprochen werden, wenn mit Hilfe deskriptiver statistischer Methoden die Untersuchungsergebnisse mehrerer Studien zu einem bestimmten Thema quantitativ aggregiert und anschließend analysiert werden (Bortz, Döring, 2002).

Die Metaanalyse ist insbesondere von Forschern aus den Bereichen der Psychologie und Medizin häufig eingesetzt und weiterentwickelt worden (Glass et al., 1981). Dagegen hat sie im Bereich der Betriebswirtschaftslehre bis auf wenige Ausnahmen (Löffler, 1995; Mauerer, 1995; Schuele, 1992) bisher keine Verbreitung gefunden.

1.1.2. Ziele der Metaanalyse

Die Zahl der Veröffentlichungen in einigen Forschungsgebieten ist in den letzten Jahren dramatisch angestiegen. Vor diesem Hintergrund scheint es oft unmöglich, in einem fest umrissenen Gebiet einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung zu gewinnen.

Diesem Mißstand können Metaanalysen abhelfen, indem sie bereits vorliegende Untersuchungsergebnisse verschiedener Studien zu einem inhaltlich homogenen Thema zusammenfassen. Diese breite empirische Fundierung der Metaanalyse ermöglicht einerseits eine Verallgemeinerung bestehender Aussagen (Eden, 2002; Glass et al., 1981; Hall et al., 1994), andererseits lassen sich u.U. neue Erkenntnisse gewinnen (Chow, 1987; Hall et al., 1994). Indem die Metaanalyse die Ergebnisse inhaltlich homogener Studien statistisch zusammenfaßt, kann sie Forschungslücken aufdecken, die anderen Wissenschaftlern als Anhaltspunkt für weitere zielgerichtete Forschungsbemühungen dienen können (Hall et al., 1994).

Aufgrund der statistischen Fundierung der Metaanalyse ist es möglich, durch die Schätzung einer mittleren Effektgröße eine Aussage über einen theoretisch formulierten Zusammenhang (bspw. den Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg) zu treffen (Bortz, Döring, 2002).

1.1.3. Überblick über metaanalytische Verfahren

Laut Glass et al. (1981) ist die Metaanalyse eher als Perspektive, also nicht als Technik zu verstehen. Demnach kann es nicht die Metaanalyse an sich geben, sondern vielmehr eine Vielzahl verschiedener methodischer Verfahren, die alle die Resultate empirischer Studien mit statistischen Verfahren aggregieren. Die unterschiedlichen statistischen Methoden, die in Metaanalysen zur Verwendung kommen, können in deskriptive und interferenzstatistische Verfahren unterteilt werden (Fricke, Treinies, 1985; Hall et al., 1994; Hedges, Olkin, 1992).

Den deskriptiven Verfahren ist gemein, daß sie auf Basis der Ergebnisse empirischer Studien die Größe des Effekts in der Population abschätzen wollen. Zu diesem Zweck berechnen sie mittlere Effektgrößen (Glass et al., 1981; Hedges, Olkin, 1992; Hunter, Schmidt, 1990; Hunter et al., 1982). Deskriptive Studienergebnisse werden zumeist in Form von Korrelationskoeffizienten oder d-Maßen publiziert (Schwenk, Shrader, 1993). Während Korrelationskoeffizienten als Maß für die Stärke eines linearen Zusammenhangs interpretiert werden können, bezieht sich das Effekt-Maß d dagegen auf Gruppenunterschiede (Hunter, Schmidt, 1990; Hunter et al., 1982).

Dagegen stellen interferenzstatistische Verfahren auf die Signifikanzniveaus der einzelnen Studien ab. Dabei wird versucht, aus den einzelnen Irrtumswahrscheinlichkeiten der Studien ein einziges Signifikanzniveau zu

generieren. Dieses Vorgehen dient dem Zweck, Aussagen über die statistische Absicherung des Gesamteffekts treffen zu können (Hall et al., 1994).

Im folgenden soll sich die Darstellung auf deskriptive Verfahren der Metaanalyse konzentrieren. Die zeitlichen Restriktionen im Rahmen einer Diplomarbeit zwingen dazu, die folgenden Ausführungen auf die Kumulation von Korrelationskoeffizienten zu beschränken, die in betriebswirtschaftlich orientierten Studien breite Verwendung gefunden haben.

Zu metaanalytischen Untersuchungen auf der Basis von d-Maßen bzw. der Umrechnung von d-Maßen in Korrelationskoeffizienten sei auf die einschlägige Literatur verwiesen (Fricke, Treinies, 1985; Hunter, Schmidt, 1990; Hunter et al., 1982).

1.2. Prozeß der Metaanalyse

1.2.1. Definition der Forschungsfrage

Jede wissenschaftliche Arbeit muß mit einer klaren Definition des Forschungsgegenstands beginnen. Das Problemfeld sollte zielgerichtet und möglichst umfassend umrissen werden, allerdings sollte in diesem Frühstadium auf eine zu detaillierte Konzeption verzichtet werden.

Die Formulierung der Forschungsfrage muß berücksichtigen, wie die theoretisch postulierten Variablen empirisch operationalisiert werden können. Durch diesen Schritt wird nämlich schon eine Vorauswahl über die einzubeziehenden Studien (Hall et al., 1994), die Kodierung und Analyse der Daten getroffen. Eine exakt formulierte Forschungsfrage beinhaltet neben der Spezifikation der einzubeziehenden Literatur auch eine grobe Eingrenzung der zu untersuchenden unabhängigen und abhängigen Variablen (Lipsey, Wilson, 2001).

1.2.2. Selektion der Datenbasis

1.2.2.1. Festlegung der Effekt-Größe

Die quantitativen Untersuchungsergebnisse einzelner Studien können in sehr unterschiedlicher Form ausgewiesen werden. Für eine quantitative Kumulation der Daten, den Kern einer metaanalytischen Untersuchung, ist allerdings die Vergleichbarkeit der verschiedenen Größen unabdingbar. Deswegen muß ein Wissenschaftler die einzubeziehenden Studien bzw. deren Ergebnisse analysieren

und sicherstellen, daß sie in eine einzige Effekt-Größe überführt werden können (Lipsey, Wilson, 2001).

Die in der Literatur am häufigsten verwendeten quantitativen Effekt-Maße stellen Gruppenunterschiede, gemessen über d , und Maße über den Zusammenhang zwischen zwei Größen, repräsentiert über die Korrelation r zwischen zwei Variablen, dar.

Man muß sich nun auf ein Effekt-Maß festlegen, daß bestmöglich dem Forschungsgegenstand der Arbeit gerecht wird. Alle relevanten Untersuchungsergebnisse müssen nachfolgend in das gewählte Effekt-Maß überführt werden, damit sie einer quantitativen Kumulation zugeführt werden können.

Die folgenden Ausführungen werden sich auf die Verwendung von Korrelationskoeffizienten als bevorzugtes Effekt-Maß konzentrieren (vgl. 1.1.3.)

1.2.2.2. Aufstellung von Ausschlußkriterien

Nachdem man das Thema spezifiziert und eine Effekt-Größe festgelegt hat, die die Untersuchungsergebnisse bestmöglich widerspiegelt, gilt es im folgenden, die Studien zu identifizieren, die metaanalytisch untersucht werden sollen.

Dazu werden inhaltliche und methodologische Kriterien aufgestellt, die die Studien erfüllen müssen, um in die Metaanalyse aufgenommen zu werden. Diese Ausschlußkriterien können nur aus der konkreten Forschungsfrage abgeleitet werden, nach Lipsey und Wilson (2001) lassen sich aber trotzdem sieben generelle Kategorien unterscheiden:

Die erste Kategorie bezeichnen sie als Unterscheidungsmerkmale (distinguishing features). Diese Kriterien können direkt aus der Forschungsfrage abgeleitet werden. Bei der Verwendung von Korrelationen müßten demnach die korrelierten Größen spezifiziert und exakt operationalisiert werden. Nur Studien, die diesem Begriffsverständnis folgen, dürfen in die Metaanalyse einbezogen werden. Wenn eine Metaanalyse bspw. den Zusammenhang zwischen Unternehmensgröße und –erfolg untersucht, müssen die Einschlußkriterien konkretisieren, was unter Größe bzw. Erfolg verstanden wird, bzw. wie diese Variablen operationalisiert werden sollen.

Die zweite Kriteriengruppe stellt auf Merkmale ab, die die den Studienergebnissen zugrunde liegenden Stichproben notwendigerweise erfüllen müssen (research

respondents). Die obige Fragestellung zwischen Größe und Erfolg könnte bspw. nur für die deutsche Automobilbranche untersucht werden. Empirische Studien würden ausgesondert, wenn ihre Stichproben nicht aus Unternehmen der deutschen Automobilindustrie bestehen würden.

Die dritte Kategorie widmet sich den Schlüsselvariablen (key variables). Die Aufstellung dieser Kriterien ist analog zur ersten Gruppe vorzunehmen. Eine Metaanalyse würde nur empirische Studien in die Betrachtung einschließen, wenn Definition und Operationalisierung der Variablen deckungsgleich mit den eigenen Vorstellungen sind.

Die vierte Gruppe stellt auf die Forschungsmethode (research methods) ab. Hier beziehen sich die Kriterien auf das verwendete Forschungsdesign und die methodischen Eigenschaften der Studie, die zur Aufnahme, respektive Ablehnung der Studie führen. Auch die Frage nach der Präsentation der Ergebnisse, die schon im vorherigen Abschnitt diskutiert wurde, ist diesem Punkt zuzuordnen.

Der fünfte Bereich, von Lipsey und Wilson (2001) als cultural and linguistic range bezeichnet, beinhaltet Kriterien, die eine kulturelle und sprachliche Eingrenzung der Studien ermöglichen.

Die sechste Gruppe grenzt den Kreis der Studien über die Festlegung des Betrachtungszeitraums (time frame) ein. Ein Forschungsthema kann einen spezifischen Bezug zu einem speziellen Zeitraum aufweisen, weswegen die eingeschlossenen Studien dieser Tatsache Rechnung tragen sollten. So verweisen Lipsey und Wilson (2001) auf den besonderen Zusammenhang zwischen Einstellungsforschung und der sexuellen Revolution in den 60er Jahren, der eine zeitliche Begrenzung der einzubeziehenden Studien rechtfertigt

Die letzte Klasse stellt Kriterien bereit, die die Art der Publikation (publication type) als Abgrenzungsmerkmal verwenden. Empirische Studien können in Zeitschriften, Lehrbüchern oder in Form von Dissertationen, unveröffentlichten Artikeln und Konferenzmanuskripten erscheinen.

Abschließend sei noch einmal darauf hingewiesen, daß diese Klassifikation keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt und nicht zwangsläufig zur Einteilung der Kriterien verwendet werden muß. Die Aufstellung von Ausschlußkriterien muß

immer in Abhängigkeit des Themas erfolgen. Wenn Ausschlußkriterien allerdings verwendet werden, so ist deren Auswahl stets zu begründen (Lipsey, Wilson, 2001).

1.2.2.3. Studiensuche

Die Suche nach relevanten Studien wird im Rahmen einer Metaanalyse in einem ersten Schritt sehr global durchgeführt (Fricke, Treinies, 1985). Dazu werden alle empirischen Studien ermittelt, die mit dem Forschungsthema in Verbindung gebracht werden können. In einem zweiten Schritt werden die Arbeiten dann einer Bewertung unterzogen, indem sie mit den aufgestellten Ausschlußkriterien abgeglichen werden. Diese Studienevaluation soll Gegenstand des folgenden Unterabschnitts 1.2.2.4. sein. Für die globale Sammlung potentieller Studien steht eine Vielzahl an Quellen zur Verfügung. Im einzelnen können Übersichtsartikel, Lehrbücher, computergestützte Datenbanken, einschlägige Journale, Inhaltverzeichnisse relevanter Studien, Programme relevanter Konferenzen und der Gedankenaustausch mit Experten auf dem Forschungsgebiet zur Identifikation potentieller Studien herangezogen werden (Lipsey, Wilson, 2001).

Zu Beginn der Studiensuche bietet es sich an, Übersichtsartikel oder Standardlehrbücher zu sichten, um einen Überblick über das Forschungsgebiet zu erhalten. Neben diesen Quellen sind Datenbanken heranzuziehen, die über die Verwendung von Schlüsselwörtern gezielt nach relevanten Studien durchsucht werden können (Gillham, 2000). Für betriebswirtschaftliche Fragestellungen eignen sich insbesondere die Datenbanken ABI/Inform global abstracts, EconLit, Business Source Elite und WiSo I und II (Mauerer, 1995).

Kristallisiert sich im Verlauf der Datenbankrecherche eine Häufung relevanter Untersuchungen in einigen wenigen Zeitschriften heraus, müssen diese einer gesonderten Untersuchung unterzogen werden.

In einem nächsten Schritt wären die Literaturverzeichnisse der bereits aufgefundenen Studien auf weitere empirische Arbeiten hin zu untersuchen. Weitere Arbeiten können u.U. dadurch gefunden werden, daß die Programme einschlägiger Konferenzen, die in Zusammenhang mit dem Thema stehen, gesichtet werden.

Besonders bei einem sehr neuen Forschungsthema, über das nur wenige Publikationen vorliegen, bietet sich der Austausch mit anderen Wissenschaftlern an (Bortz, Döring, 2002). Darüber hinaus kann der Kontakt zu anderen Forschern dazu

genutzt werden, die Vollständigkeit der eigenen Studienliste kritisch überprüfen zu lassen.

Zur Vereinfachung der Katalogisierung der erhobenen Studien bietet sich die Verwendung von computergestützten Datenbankprogrammen an (Lipsey, Wilson, 2001).

1.2.2.4. Studienevaluation

Die Studienevaluation verfolgt das Ziel, die Eignung der erhobenen Arbeiten für das konkrete Forschungsvorhaben zu bewerten. Zu diesem Zweck werden alle empirischen Studien auf ihre Fähigkeit hin untersucht, ob sie die aufgestellten Ausschlußkriterien erfüllen. Werden die Arbeiten den methodischen und inhaltlichen Anforderungen nicht gerecht, werden sie ausgesondert. Auf diese Weise engt sich der Studienkreis auf die Arbeiten ein, die letztlich die Datenbasis der metaanalytischen Untersuchung darstellen (Lipsey, Wilson, 2001).

1.2.3. Datenkodierung

In der Phase der Datenkodierung werden die Untersuchungsergebnisse der Primärstudien kodiert, um sie einer statistischen Integration zugänglich zu machen. Daneben werden auch charakteristische Studienmerkmale einer Kodierung unterzogen, wobei eine Einteilung in methodologische und inhaltliche Eigenschaften erfolgen kann (Glass et al., 1981).

Generell sollten alle Studieninformationen kodiert werden, die einen Bezug zu der Forschungsfrage aufweisen, bzw. Eigenschaften, denen ein potentiell moderierender Einfluß auf die Ergebnisse zugeschrieben werden könnte. Die Studien können dann gemäß der potentiellen Moderatoren gruppiert und einer separaten Metaanalyse zugeführt werden (Fricke, Treinies, 1985; Hunter, Schmidt, 1990; Hunter et al., 1982). Auch Glass et al. (1981) sieht die Zielsetzung der Kodierung darin, Studieneigenschaften mit den Studienergebnissen in Beziehung zu setzen.

Die Untersuchungsergebnisse werden in Abhängigkeit der verwendeten Effektgröße kodiert. Daneben werden noch alle weiteren für statistische Berechnungen notwendigen quantitativen Daten extrahiert, insbesondere Standardabweichungen, Kovarianzen, t- oder F-Werte, publizierte Signifikanzniveaus (Lipsey, Wilson, 2001).

Die inhaltlichen Eigenschaften der Studien, die kodiert werden, hängen in hohem Maße von der Fragestellung der Metaanalyse ab. Es gilt, alle Studieneigenschaften zu kodieren, die einen Einfluß auf die Ergebnisse haben könnten. Im Kern ist es notwendig, die verwendeten abhängigen und unabhängigen Variablen einer genauen Operationalisierung zu unterziehen. Insbesondere gilt es, die verschiedenen empirischen Operationalisierungen der Variablen zu klassifizieren.

Die methodologischen Studienmerkmale, die beschrieben werden, sind eher genereller Natur und dadurch auf alle metaanalytischen Untersuchungen übertragbar (Glass et al., 1981). Hierunter fallen Autoren, Publikationsjahr, Publikationsform, Untersuchungstyp, Auswahlverfahren, Größe und Merkmale der Stichprobe, etc.

Beispielhaft soll auf ein Kodierungsschema von Löffler (1994) verwiesen werden, das den Besonderheiten betriebswirtschaftlicher Fragestellungen besser gerecht werden dürfte als andere Schemata, die in der Literatur verwendet werden (Glass et al., 1981).

1.2.4. Datenkumulation und -analyse

1.2.4.1. Vorbemerkung

Im folgenden sollen zur Kumulation der Daten die von Hunter et al. (1982) bzw. Hunter und Schmidt (1990) vorgeschlagenen Prozeduren verwendet werden. Zur Vereinfachung der Darstellung wird angenommen, alle Untersuchungsergebnisse der Primärstudien lägen in der Form von Korrelationskoeffizienten vor.

Die Methode von Hunter und Schmidt verfolgt das Ziel, den wahren Zusammenhang zwischen zwei Variablen in der Grundgesamtheit zu schätzen. Im einfachsten Fall, unter der Annahme perfekter Studien, könnte diese Beziehung durch einen Durchschnittswert aus den einzelnen Korrelationen approximiert werden. Die individuellen Korrelationskoeffizienten stellen aber keine perfekten Größen dar, sondern sind durch eine Vielzahl potentieller Imperfektionen verzerrt. In Abhängigkeit der vorliegenden Studieninformationen können allerdings einige dieser Artefakte auf der Ebene einer Metaanalyse eliminiert werden. Hunter et al. (1982) schlagen explizit Formeln zur Korrektur des Stichprobenfehlers (sampling error), des Meßfehlers (error of measurement) und des Fehlers, resultierend aus Unterschieden im Variablenbereich (range restriction) vor. Die Korrektur dieser potentiellen

Fehlerursachen in den Ergebnissen ermöglicht eine wesentlich präzisere Schätzung des wahren Zusammenhangs in der Population.

Verbleibt nach der Korrektur dieser künstlichen Artefakte noch eine relativ hohe Streuung in den Ergebnissen, kann dies als Indikator für die Heterogenität der Untersuchungsergebnisse, ausgelöst durch die Existenz einer oder mehrerer Moderatorvariablen, gedeutet werden. Die Studienergebnisse sollten dann anhand dieser Größe in Untergruppen eingeteilt und einer gesonderten Metaanalyse unterzogen werden.

Nachdem im nächsten Abschnitt die Aggregation der deskriptiven Statistik erläutert werden soll, werden im Unterabschnitt 1.2.4.3. statistische Verfahren zur Stichprobenfehlerkorrektur vorgestellt. In dem darauf folgenden Unterabschnitt 1.2.4.4. wird die Perspektive um eine weitere Quelle potentieller Varianz, den Meßfehler, erweitert.

1.2.4.2. Aggregation der deskriptiven Statistik

Die beste Schätzung für den unbekanntem Populationskorrelationskoeffizienten ρ stellt ein mit den Stichprobenumfängen gewichtetes arithmetische Mittel aus den Korrelationskoeffizienten der einzelnen Studien dar (Fricke Treinies, 1985; Hunter et al., 1982):

$$\bar{r} = \frac{\sum [N_i r_i]}{\sum N_i}$$

mit r_i Korrelation in Studie i

N_i Stichprobenumfang in Studie i.

Analog ergibt sich die mit den Stichproben gewichtete Varianz der beobachteten Korrelationen als:

$$s_r^2 = \frac{\sum [N_i (r_i - \bar{r})^2]}{\sum N_i}$$

Die Verwendung eines gewichteten arithmetischen Mittels gibt einer größeren Stichprobe mehr Gewicht als einem kleinerem Pendant. Nach Hunter et al. (1982) generiert die Verwendung gewichteter Korrelationen genauere Schätzungen von Populationskorrelationskoeffizienten. Die Verwendung der Fisher-Z-Transformation

lehnen die Autoren aufgrund einer positiven Verzerrung der Ergebnisse ab (Hunter et al., 1982).

1.2.4.3. Korrektur des Stichprobenfehlers

Der Stichprobenfehler stellt auf der Ebene einer einzelnen Studie ein zufälliges Ereignis dar. Auf der Ebene einer Metaanalyse kann er allerdings mit Hilfe spezifischer Formeln geschätzt und nachfolgend eliminiert werden (Hunter, Schmidt, 1990; Hunter et al., 1982).

Bei der Kalkulation mittlerer Korrelationen fällt der Stichprobenfehler kaum ins Gewicht. Der Stichprobenfehler entspricht in einer durchschnittlichen Korrelation nämlich dem Durchschnitt aller individuellen Stichprobenfehler in den Korrelationen. Das führt zu der Feststellung, daß der Stichprobenfehler in einer durchschnittlichen Korrelation mit zunehmendem Gesamtstichprobenumfang abnimmt. Würde man eine Korrelation mit einer unendlich großen Stichprobe berechnen, würde kein Stichprobenfehler existent sein (Hunter, Schmidt, 1990; Hunter et al., 1982).

Anders als die mittlere Korrelation ist deren Varianz vom Stichprobenfehler allerdings stark beeinflusst. Dies läßt sich damit erklären, daß durch die Quadrierung der Abweichungen zwischen individueller Korrelation und Mittelwert $(x_i - \bar{x})^2$ das Vorzeichen eliminiert wird. Das führt dazu, daß der Stichprobenfehler die Varianz der beobachteten Korrelationen im Vergleich zu der Varianz der Populationskorrelationen systematisch erhöht (Hunter et al, 1982).

Die beobachtete Varianz der Korrelationen setzt sich also aus zwei Komponenten zusammen: Der Varianz der Populationskorrelationen (falls existent) und der Varianz, resultierend aus dem Stichprobenfehler, der sog. Stichprobenfehlervarianz (Hunter, Schmidt, 1990; Hunter et al., 1982).

Die gesuchte Varianz zwischen den Populationskorrelationen kann also nur durch eine Korrektur von s_r^2 um die Varianz des Stichprobenfehlers generiert werden.

Dazu muß auf Formeln der klassischen Testtheorie zurückgegriffen werden:

$$r_i = \rho_i + e_i$$

mit r_i Korrelation in Studie i

ρ_i Populationskorrelation in Studie i

e_i Fehlervariable in Studie i

Der Erwartungswert der Fehlervariablen in Studie i ist null, also

$$E(e_i) = 0$$

Die Varianz des Stichprobenfehlers ergibt sich dagegen in Abhängigkeit von dem Populationskorrelationskoeffizienten ρ_i und dem Stichprobenumfang N_i :

$$\sigma_{e_i}^2 = \frac{(1 - \rho_i^2)^2}{N_i - 1}$$

Basierend auf der Annahme, daß der Stichprobenfehler e_i unabhängig von den Populationskorrelationskoeffizienten ist, läßt sich formulieren, daß sich die Varianz zwischen den beobachteten Korrelationen aus der Summe der Varianzen der Populationskorrelationskoeffizienten und der Fehlervariablen ergibt:

$$\sigma_r^2 = \sigma_\rho^2 + \sigma_e^2$$

Wie schon oben beschrieben führt der Einfluß des Stichprobenfehlers zu einer systematischen Überschätzung der Varianz zwischen den Populationskorrelationen. Im Extremfall kann die Varianz zwischen den Untersuchungsergebnissen allein auf den Einfluß des Stichprobenfehlers zurückgeführt werden (Hunter et al., 1982).

Es gilt nun, die Varianz des Stichprobenfehlers über alle Untersuchungen zu berechnen, um dann durch einfache Subtraktion die Varianz der Populationskorrelationen zu erhalten. Basierend auf der individuellen Varianz des Stichprobenfehlers einer einzelnen Studie ergibt sich die Varianz des Stichprobenfehlers über alle Studien als ein gewichteter Durchschnitt der Fehlervarianzen in den einzelnen Studien, also:

$$\sigma_e^2 = Ave\sigma_{e_i}^2 = \frac{\sum [N_i \sigma_{e_i}^2]}{\sum N_i} = \frac{\sum \left[N_i \left[\frac{(1 - \rho_i^2)^2}{N_i - 1} \right] \right]}{\sum N_i}$$

Der Bruch $\frac{N_i}{N_i - 1}$ geht mit steigendem N gegen 1. Neben dieser Vereinfachung

führen Hunter et al. (1982) die Näherung ein, daß das durchschnittliche (ρ^2) durch ein (durchschnittliches ρ)² approximiert werden kann. Das führt zu der Formel:

$$\sigma_e^2 = \frac{(1 - \bar{\rho}^2)^2}{T} K$$

für $N \rightarrow \infty$

mit K Anzahl der Studien

T Umfang der Gesamtstichprobe $\sum N_i$

Die Varianz der Populationskorrelationen läßt sich nun auf Basis der hergeleiteten Formeln schätzen:

$$est\sigma_{\rho}^2 = \sigma_r^2 - \sigma_e^2 = \sigma_r^2 - \frac{(1-r^2)^2 K}{T}$$

1.2.4.4. Korrektur des Meßfehlers

Nachdem im vorherigen Abschnitt Methoden zur Korrektur des Stichprobenfehlers dargestellt worden sind, sollen im folgenden Formeln zur Korrektur des Meßfehlers vorgestellt werden.

Der Meßfehler resultiert aus der Tatsache, daß Variablen in der Wissenschaft nie perfekt gemessen werden. Vielmehr weisen die Messungen der Variablen Fehler auf, die sich in einer systematischen Verminderung der Korrelation zwischen den Größen niederschlagen. Deswegen verwenden Hunter, Schmidt und Jackson (1982) eine sog. Minderungskorrektur (correction for attenuation) zur Korrektur der individuellen Korrelationen, die nachfolgend hergeleitet werden soll. Ausgangspunkt der Korrekturen stellen folgende Formeln dar:

$$x = T + E_1$$

mit T Wahrer Wert der unabhängigen Variablen bei perfekter Messung

E₁ Meßfehler in der unabhängigen Variablen

und

$$y = U + E_2$$

mit U Wahrer Wert der abhängigen Variablen bei perfekter Messung

E₂ Meßfehler in der abhängigen Variablen

Die Reliabilitäten für die Variablen x und y lauten:

$$r_{xx} = \rho_{xT}^2$$

$$r_{yy} = \rho_{yU}^2$$

Die Reliabilität einer Variablen mißt den Anteil der beobachteten Varianz, die auf den wahren Wert zurückzuführen ist und kann somit als Meßgenauigkeit interpretiert

werden. Eine Reliabilität von 0,8 gibt an, daß 80% der Varianz auf den wahren Wert, dagegen 20% auf den Meßfehler zurückzuführen ist (Hunter et al., 1982).

Der in einer Metaanalyse gewünschte Wert ist der Populationskorrelationskoeffizient zwischen perfekt gemessenen Variablen, ρ_{TU} . Dagegen läßt sich bisher nur r_{xy} , der Korrelationskoeffizient zwischen den stichprobenbasierten Untersuchungsergebnissen ermitteln.

Die systematische Verminderung, die durch den Meßfehler erfolgt, kann durch folgende Operationen sichtbar gemacht werden:

$$\begin{aligned}\rho_{xy} &= \rho_{xT} \rho_{TU} \rho_{Uy} = \rho_{xT} \rho_{yU} \rho_{TU} \\ \rho_{xy} &= \sqrt{r_{xx}} \sqrt{r_{yy}} \rho_{TU}\end{aligned}$$

Daraus ergibt sich durch Umformung der wahre Populationskorrelationskoeffizient als:

$$\rho_{TU} = \frac{\rho_{xy}}{\sqrt{r_{xx}} \sqrt{r_{yy}}}$$

Auf der Ebene einzelner Korrelationen in den Studien ergibt sich die Formel

$$r_c = \frac{r_{xy}}{\sqrt{r_{xx}} \sqrt{r_{yy}}}$$

Die Korrelationskoeffizienten der einzelnen Studien sollten gemäß obiger Formel korrigiert werden. Danach kann ein mittlerer korrigierter Korrelationskoeffizient \bar{r}_c über alle Studien berechnet werden, der eine gute Schätzung für den mittleren Wert des wahren Populationskorrelationskoeffizienten darstellt.

Allerdings führt die Korrektur um den Meßfehler zu einer Erhöhung des Stichprobenfehlers, dem durch Verwendung eines Korrekturfaktors bei der Berechnung der Stichprobenfehlervarianz Rechnung getragen werden muß.

Die Varianz des Stichprobenfehlers einer korrigierten Korrelation errechnet sich wie folgt:

$$\sigma_{e_c}^2 = \alpha^2 * \sigma_e^2 = \alpha^2 \frac{(1 - \rho^2)^2}{N - 1}$$

mit
$$\alpha^2 = \frac{1}{r_{xx} r_{yy}}$$

Die gesamte Stichprobenfehlervarianz über die korrigierten Korrelationen hinweg ergibt sich damit als:

$$\sigma_{e_c}^2 = \frac{\sum \alpha_i^2 N_i \sigma_{e_i}^2}{T} = \frac{\sum \alpha_i^2 N_i (1 - \rho_i^2)^2}{T N_i - 1}$$

mit
$$\alpha_i^2 = \frac{1}{r_{xx_i} r_{yy_i}}$$

Weichen die individuellen Korrekturfaktoren α_i nur geringfügig von ihrem Mittelwert α ab, schlagen Hunter et al. (1982) folgende Approximation für die gesamte Stichprobenfehlervarianz über die Korrelationen vor:

$$\sigma_{e_c}^2 = \alpha^2 \frac{K(1 - \bar{r}^2)^2}{T}$$

mit
$$\begin{array}{ll} K & \text{Anzahl der Studien} \\ T & \text{Umfang der Gesamtstichprobe} \end{array}$$

Damit ergibt sich die Varianz der wahren Populationskorrelationen aus der folgenden Differenz:

$$\sigma_{\rho_{TU}}^2 = \sigma_{r_c}^2 - \sigma_{e_c}^2$$

Bisher ist von dem Fall ausgegangen worden, daß Informationen über die Reliabilitäten der Variablen individuell für jede Studie vorliegen. Dieser Fall ist allerdings eher idealtypischer Natur. Vielmehr liegen häufig nur vereinzelt Angaben über die Reliabilitäten der Variablen vor. Aus diesen Informationen kann allerdings eine Verteilung der Reliabilitäten approximiert werden (Hunter et al., 1982).

Zuerst berechnet man den mittleren Stichprobenkorrelationskoeffizienten und korrigiert die Varianz der beobachteten Korrelationen um den Varianzanteil, verursacht durch den Stichprobenfehler (vgl. 1.2.4.3.).

$$\begin{array}{l} \bar{\rho}_{xy} = \bar{r}_{xy} \\ \sigma_{\rho_{xy}}^2 = \sigma_{r_{xy}}^2 - \sigma_e^2 \end{array}$$

Nun gilt es, über die Verteilungsinformationen der Reliabilitäten von den Größen $\bar{\rho}_{xy}$ und $\sigma_{\rho_{xy}}^2$ zu den gewünschten Größen $\bar{\rho}_{TU}$ und $\sigma_{\rho_{TU}}^2$ zu gelangen.

Dazu werden verschiedene Annahmen (Hunter et al., 1982) getroffen, mit denen man zu folgender Formel kommt:

$$\rho_{xy} = ab\rho_{TU}$$

mit

$$a = \sqrt{r_{xx}}$$

$$b = \sqrt{r_{yy}}$$

Durch die Annahme der Unabhängigkeit von ρ , a und b läßt sich schreiben:

$$\overline{\rho_{xy}} = \overline{ab\rho_{TU}}$$

und damit

$$\overline{\rho_{TU}} = \frac{\overline{\rho_{xy}}}{\overline{ab}}$$

Die durchschnittliche Populationskorrelation zwischen den wahren Werten läßt sich also approximieren, indem die mittlere Korrelation zwischen den beobachteten unkorrigierten Korrelationen durch Verwendung der mittleren Reliabilitäten für x und y korrigiert wird.

Die Varianz zwischen den wahren Populationskorrelationen ergibt sich nach Hunter et al. (1982) aus der Formel:

$$\sigma_{\rho_{xy}}^2 = \overline{a^2} \overline{b^2} \sigma_{\rho_{TU}}^2 + \overline{\rho_{TU}^2} \overline{a^2} \sigma_b^2 + \overline{\rho_{TU}^2} \overline{b^2} \sigma_a^2$$

Durch Umformung gelangt man zu der Formel zur Berechnung der Varianz zwischen den wahren Populationskorrelationskoeffizienten:

$$\sigma_{\rho_{TU}}^2 = \frac{\sigma_{\rho_{xy}}^2 - \overline{\rho_{TU}^2} (\overline{a^2} \sigma_b^2 + \overline{b^2} \sigma_a^2)}{\overline{a^2} \overline{b^2}}$$

1.2.4.5. Andere potentielle Fehlerquellen

Neben den oben dargestellten Fehlerquellen, dem Stichproben- und Meßfehler, kann eine weitere Ursache künstlicher Varianz auf Unterschiede im Variablenbereich (range restriction) zurückgeführt werden (Fricke, Treinies, 1985; Hunter, Schmidt, 1990; Hunter et al., 1982).

In den meisten Studien werden allerdings nicht die notwendigen Informationen bereitgestellt, um die Unterschiede im Variablenbereich zu korrigieren. Deswegen berücksichtigen die in der Management-Literatur aufgefundenen Metaanalysen zumeist entweder nur den Stichprobenfehler oder den Stichproben- und Meßfehler (Cohen, 1993; Damanpour, 1991; McEvoy, Cascio, 1987; Scott, Taylor, 1985;

Schwenk, Shrader, 1993; Wagner III, Gooding, 1987), weswegen eine theoretische Einführung in die Metaanalyse im Rahmen einer Diplomarbeit auf die Darstellung von Stichproben- und Meßfehlerkorrekturen beschränkt werden soll. Zudem stellen Hunter et al. (1982) fest, daß der Stichproben- und Meßfehler die mit Abstand größten Quellen künstlicher Varianz in den Untersuchungsergebnissen darstellen.

1.2.4.6. Suche nach Moderatorvariablen

Moderatoren stellen Größen dar, die den Untersuchungszusammenhang potentiell beeinflussen und damit eine Streuung in den beobachteten Ergebnissen verursachen können. Um festzustellen, ob eine Suche nach Moderatoren gerechtfertigt erscheint, sind in der Literatur verschiedene Tests auf Homogenität bzw. Heterogenität vorgeschlagen worden.

Eine Möglichkeit, die Untersuchungsergebnisse auf die Anwesenheit von Moderatoren zu testen, stellen sog. Glaubwürdigkeitsintervalle (credibility intervals) dar. Diese Intervalle werden um den geschätzten, um künstliche Fehler korrigierten, Populationskorrelationskoeffizienten unter Verwendung der korrigierten residualen Standardabweichung errichtet. Sind diese Intervalle sehr breit oder umfassen sie den Wert null, so ist es wahrscheinlich, daß der interessierende Zusammenhang von Moderatoren beeinflußt wird. Im umgekehrten Fall ist dies ein Hinweis darauf, daß die geschätzte mittlere Korrelation aus einer homogenen Population entstammt (Whitener, 1990). Kowlofsky und Sagie (1993) stellen die Regel auf, daß bei einem Glaubwürdigkeitsintervall mit einer Breite $> 0,10$ von der Anwesenheit von Moderatoren auszugehen ist.

In der Literatur ist es häufig zu Verwechslungen zwischen Glaubwürdigkeitsintervallen und Konfidenzintervallen (confidence intervals) gekommen (Whitener, 1990). Konfidenzintervalle unterscheiden sich von Glaubwürdigkeitsintervallen dadurch, daß sie Aussagen über die Genauigkeit der geschätzten mittleren Korrelation treffen. Sie werden um den unkorrigierten gewichteten mittleren Korrelationskoeffizienten mit Hilfe des Standardfehlers (σ_e) errichtet. In Abhängigkeit davon, ob ein Modell homogener oder heterogener Effekte vorliegt, leiten Schmidt et al. (1988) zwei verschiedene Formeln zur Berechnung des Standardfehlers ab.

Glaubwürdigkeitsintervall und Konfidenzintervall stehen somit nicht in Widerspruch zueinander, sondern ergänzen sich bei der Durchführung einer Metaanalyse. So sollte zuerst die Homogenität bzw. Heterogenität der Studienergebnisse mit Hilfe von Glaubwürdigkeitsintervallen getestet werden. Anschließend können, in Abhängigkeit der durch die Glaubwürdigkeitsintervalle generierten Ergebnisse, Konfidenzintervalle für das Gesamt-Sample und die Untergruppen errichtet werden, die Rückschlüsse auf die Genauigkeit des gewichteten mittleren Korrelationskoeffizienten zulassen (Whitener, 1990).

Eine weitere Möglichkeit zur Überprüfung, ob die Variation zwischen den Untersuchungsergebnissen größer ist, als durch die Stichprobenfehlervarianz erklärbar, stellt der von Hunter et al. vorgeschlagene χ^2 -Test mit K-1 Freiheitsgraden dar:

$$\chi^2_{K-1} = \frac{T}{(1-r^2)^2} s_r^2$$

Dieser Test wird von Hunter und Schmidt (1990) auch für korrigierte Größen abgeleitet. Die zugrunde liegende Nullhypothese geht von der Homogenität der Populationskorrelationskoeffizienten aus, also $H_0: \rho_i = \rho$, für alle i . Wird die Nullhypothese aufgrund des Tests verworfen, ist dies ein starker Indikator für eine durch die Anwesenheit von Moderatoren ausgelöste Variation in den Populationswerten. Die Beibehaltung der Nullhypothese dagegen spricht für ein Modell homogener Effekte. Hunter et al. (1982) weisen darauf hin, daß aufgrund der Stärke des Test nicht nur dessen Ergebnis, sondern auch die absolute Höhe der residualen Varianz, bzw. Standardabweichung in Betracht gezogen werden sollte.

Ein weiteres Verfahren mit eher heuristischem Charakter stellt die sog. 75%-Regel dar (Hunter, Schmidt, 1990; Hunter et al, 1982; Schmidt et al., 1988). Demnach ist von Homogenität der Ergebnisse auszugehen, wenn 75% oder mehr der Varianz durch künstliche Fehler erklärt werden können. Die Autoren argumentieren, es sei sehr wahrscheinlich, daß die verbleibenden 25% nicht substantieller Natur sind, sondern durch andere unkorrigierte künstliche Fehler verursacht sind.

Im Fall der Homogenität der Ergebnisse ist eine Moderatoranalyse nicht angebracht, weil die beobachtete Varianz ganz oder zumindest in großen Teilen auf den Einfluß von Artefakten zurückzuführen ist.

Führen die Testergebnisse andernfalls dazu, Heterogenität der Ergebnisse anzunehmen, muß das Gesamt-Sample anhand vormals theoretisch abgeleiteter Moderatoren unterteilt werden. Diese Untergruppen werden dann einer gesonderten metaanalytischen Untersuchung unterzogen.

Nach Hunter et al. (1982) gibt es zwei Indikatoren, anhand derer eine Variable als moderierende Größe erkannt werden kann: Einerseits werden sich die errechneten mittleren Effekte in den Untergruppen unterscheiden, andererseits sollte eine niedrigere residuale Standardabweichung bzw. Varianz als in dem Gesamt-Sample ausgewiesen werden.

1.2.5. Interpretation und Präsentation der Ergebnisse

Eine Interpretation der Ergebnisse macht in einer theoretischen Darstellung einer Metaanalyse wenig Sinn, weswegen sich die folgenden Ausführungen auf die Präsentation der Ergebnisse konzentrieren werden. Für die Darstellung einer Ergebnisinterpretation sei an die Arbeit von Fricke und Treinies (1985) verwiesen.

Die Autoren stellen fest, daß Art und Umfang der präsentierten Ergebnisse immer von dem verwendeten metaanalytischen Verfahren und den Richtlinien des Herausgebers der Zeitschrift, in der die Arbeit publiziert wird, abhängen. Unabhängig davon stellen sie aber eine Liste von Informationen auf, die zwangsläufig zum Verständnis und zur potentiellen Replikation der Metaanalyse notwendig sind. Demnach ist es unabdingbar, Informationen zur Vorgehensweise bei der Literaturrecherche und der Aufstellung von Selektionskriterien anzugeben. Daneben muß die gewählte Integrationsmethode angeführt werden. Aus den unterschiedlichen Verfahren lassen sich dann die zu den Berechnungen notwendigen Eingabedaten ableiten. Bei der Verwendung von Verfahren nach Hunter et al. (1982) sollten der gesamte Stichprobenumfang, der mittlere Korrelationskoeffizient, die dazugehörige Varianz, die Stichprobenfehlervarianz, die daraus resultierende residuale Varianz, Angaben zum Homogenitätstest, Konfidenzintervalle und der Anteil der Varianz, der sich durch den Stichprobenfehler erklären läßt, publiziert werden. Diese Daten sind für die Gesamtheit der Studien und für die zur Überprüfung von Moderatoren gebildeten Untergruppen zu veröffentlichen.

1.3. Kritische Würdigung

Die Metaanalyse ist seit den ersten bahnbrechenden Arbeiten von Glass in den 70er Jahren immer wieder einer tiefgreifenden und massiven Kritik ausgesetzt gewesen (Glass, 2000). Im Rahmen dieser Arbeit soll allerdings nur auf einige der am häufigsten erwähnten Kritikpunkte eingegangen werden:

Immer wieder ist der Metaanalyse von Kritikern vorgeworfen worden, sie vergleiche „Äpfel mit Birnen“. Danach sind die einbezogenen Studien zu unterschiedlich, als daß man sie in eine metaanalytische Untersuchung integrieren könne. Glass et al. (1981) begegnen diesem Vorwurf, indem sie feststellen, daß bei der Integration sehr ähnlicher Studien bis auf den Stichprobenfehler identische Ergebnisse zu erwarten seien. Theoretische Fortschritte, bzw. die Absicherung existierender Theorien lassen sich demnach nur durch die Kumulation und Analyse verschiedener Studien erzielen. Bortz und Döring (2002) stellen fest, daß eine Heterogenität in der Operationalisierung der unabhängigen Variablen als potentieller Moderator bei der Bildung von Untergruppen berücksichtigt werden kann. Dagegen sollte die abhängige Variable Ausfluß eines inhaltlichen Konstrukts und damit hoch korreliert sein.

Der zweite häufig geäußerte Kritikpunkt stellt darauf ab, daß methodisch gute und schlechte Studien mit dem gleichen Gewicht in eine Metaanalyse eingehen. Dieses Argument wird damit begründet, daß mit abnehmender Validität der Studien die Größe des mittleren Effekts zunimmt. Daneben ist beobachtet worden, daß bei gleicher Effektgröße methodisch schlechte Studien eine höhere Heterogenität in der Schätzung des Populationskoeffizienten aufweisen (Fricke, Treinies, 1985).

Dieser Kritik kann entgegnet werden, daß sich auch die Qualität einer Studie als potentieller Moderator zur Erklärung der Heterogenität verwenden läßt. Fricke und Treinies (1985) verweisen auf eine Studie von White (1982), dem es gelang, durch Berücksichtigung von Merkmalen mit Einfluß auf die Studienqualität, 75% der Varianz der Korrelationskoeffizienten zu erklären.

Der dritte Vorwurf wartet mit dem Argument auf, daß die publizierte Literatur, die Eingang in die Metaanalyse findet, nicht den gegenwärtigen Forschungsstand darstellt. Diese Darstellung wird mit Untersuchungen untermauert, die feststellen, daß in 95% aller Studien, die einen Signifikanztest enthalten, Ergebnisse

veröffentlichten werden, die mind. auf einem 5%-Signifikanzniveau liegen. Andere Studien haben allerdings genau das Gegenteil festgestellt. Auch das Argument, publizierte Studien würden größere Effekte als nicht-veröffentlichte Arbeiten ausweisen, läßt sich bei der Sichtung der Literatur nicht aufrechterhalten (Fricke, Treinies, 1985).

Das vierte Argument, das der Metaanalyse vorgehalten wird, behauptet, abhängige Untersuchungsergebnisse würden wie unabhängige Resultate behandelt. Auch dieses Argument läßt sich so nicht halten. Abhängige Untersuchungsergebnisse werden nämlich nicht separat kumuliert, sondern durch Bildung eines arithmetischen Mittels aggregiert und dann, unter Zugrundelegung des einfachen Stichprobenumfangs weiterverarbeitet (Bortz, Döring, 2002; Hunter et al., 1982).

2. Eine Metaanalyse zur Beziehung zwischen Internationalisierung und Erfolg bei KMU

2.1. Forschungsfrage

Seit dem Beginn der 70er Jahre ist der Zusammenhang zwischen Internationalisierung und dem daraus resultierenden Unternehmenserfolg Gegenstand intensiver Diskussionen gewesen. Zahlreiche Studien versuchten, die Erfolgswirkung der Internationalisierung bei MNU zu analysieren. Die Ergebnisse dieser Analysen führten allerdings zu widersprüchlichen Aussagen: Während zahlreiche Wissenschaftler auf Basis ihrer empirischen Befunde argumentierten, daß höhere Internationalisierungsgrade mit einer Verbesserung des Unternehmenserfolges verbunden seien (Bühner, 1987; Daniels, Bracker, 1989; Delios, Beamish, 1999; Grant, 1987; Grant et al., 1988; Kim et al., 1993; Tallman, Li, 1996), kamen andere Forscher zu der Schlußfolgerung, die Beziehung zwischen Internationalisierung und Unternehmenserfolg könne vielmehr durch eine inverse U-Form beschrieben werden (Geringer et al., 1989; Gomes, Ramaswamy, 1999; Hitt et al., 1997b). Weitere Untersuchungen konnten keinen signifikant-linearen Zusammenhang zwischen den Größen Internationalisierung und Unternehmenserfolg nachweisen (Morck, Yeung, 1991; Sambharya, 1995).

In den 90er Jahren wurden die Forschungsbemühungen zur Erklärung der Erfolgswirkung der Internationalisierung auf die Analyse von KMU ausgedehnt (McDougall, Oviatt, 2000). Auch auf diesem Forschungsgebiet herrscht allerdings aufgrund widersprüchlicher Untersuchungsergebnisse Unklarheit über den wahren Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg (Bloodgood et al., 1996; Lu, Beamish, 2001; McDougall, Oviatt, 1996; Qian, 2002; Reuber, Fisher, 2002; Zahra et al., 2000).

Gerade vor dem Hintergrund dieser konfliktären Untersuchungsergebnisse zu der Beziehung zwischen Internationalisierung und Erfolg mag es ein erfolgversprechender Ansatz sein, die zahlreichen Studien zu diesem Thema einer metaanalytischen Untersuchung zu unterziehen.

Die Zielsetzung der in den folgenden Abschnitten durchgeführten Metaanalyse liegt folglich darin, den „wahren“ Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Unternehmenserfolg bei KMU zu bestimmen.

2.2. Selektion der Datenbasis

2.2.1. Festlegung der Effektgröße

Die Untersuchungsergebnisse empirischer Studien werden zumeist in der Form von Effekt-Größen präsentiert. Die Effekt-Größen, die in der Literatur am häufigsten Verwendung finden, stellen d (Fricke Treinies, 1985; Glass et al., 1981; Hunter, Schmidt, 1990; Hunter et al., 1982) und r (Hunter, Schmidt, 1990; Hunter et al., 1982) dar.

Die nachfolgenden metaanalytischen Berechnungen sollen auf der Basis von Korrelationskoeffizienten durchgeführt werden. Dieses Vorgehen läßt sich damit rechtfertigen, daß die Mehrzahl der vorgefundenen empirischen Studien ihre Ergebnisse in Form von Korrelationskoeffizienten r darstellt. Die zur Berechnung der d -Maße notwendigen Daten über die Performance internationaler Unternehmen im Vergleich zu rein nationalen Unternehmen wurden zumeist nicht bereitgestellt. Deswegen wird im Rahmen dieser Arbeit auf das Zusammenhangsmaß r abgestellt, daß die lineare Beziehung zwischen Internationalisierung und Unternehmenserfolg abbildet.

2.2.2. Ausschlußkriterien

Im folgenden sollen die Kriterien festgelegt werden, die die einzelnen empirischen Untersuchungen erfüllen müssen, um in die Metaanalyse aufgenommen zu werden. Die Nicht-Erfüllung einzelner Eigenschaften führt zwangsläufig zum Ausschluß der Studien.

Das erste Kriterium, das die empirischen Untersuchungen unbedingt erfüllen müssen, leitet sich aus der konkreten Forschungsfrage der vorliegenden Arbeit ab. Die Arbeiten müssen empirisch fundiert sein und zwingend ein Effekt-Maß zur Beschreibung des Zusammenhangs zwischen Internationalisierung und Erfolg ausweisen. Diese Effekt-Größe sollte in Form eines Korrelationskoeffizienten ausgewiesen werden. Die abhängige Variable, der Unternehmenserfolg, muß objektiv über markt- und/oder bilanzbasierte Gewinnindikatoren (vgl. 3.4.1./3.4.2.) operationalisiert werden. Darüber hinaus muß sich in dem gewählten Erfolgsindikator der gesamte Unternehmenserfolg widerspiegeln. Dadurch werden bspw. Studien aus der Betrachtung ausgeschlossen, die nur die Wirkung unterschiedlicher Exportmaßnahmen auf den Exporterfolg eines Unternehmens untersuchen (Beamish et al., 1999). Nach Bortz/Döring (2002) kann man auf eine konkrete Operationalisierung der unabhängigen Variable verzichten. Liegen sehr heterogene Operationalisierungen vor, lassen sich diese als Moderatoren zur Bildung in sich homogener Untergruppen verwenden (Bortz, Döring, 2002).

Die zweite Kriteriengruppe stellt auf Merkmale ab, die die Stichproben, die den Untersuchungen zugrunde liegen, zwangsläufig erfüllen müssen. Das Ziel dieser Metaanalyse liegt darin, den wahren Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg bei KMU zu identifizieren. Deswegen werden in einem ersten Schritt Unternehmen unterschiedlicher Größe in die Betrachtung einbezogen. In einem zweiten Schritt kann dann der Einfluß der Unternehmensgröße durch die Bildung von Untergruppen unterschiedlicher Größe extrahiert werden.

Die nächsten Kriterien beziehen sich auf methodische Eigenschaften der zu integrierenden Primäranalysen. Neben einem adäquaten Effekt-Maß (siehe oben) müssen die einzelnen Untersuchungen zwingend Angaben zur Größe der Stichprobe machen, die der Arbeit zugrunde liegt. Der Stichprobenumfang ist unabdingbar zur

Durchführung der statistischen Untersuchungen, insbesondere zur Berechnung der gewichteten mittleren Korrelation und der dazugehörigen Varianz.

Aufgrund der zeitlichen Begrenzung der vorliegenden Arbeit soll der Betrachtungszeitraum auf die Jahre 1988 – 2003 eingegrenzt werden. Demnach finden nur Arbeiten Verwendung, die in dem Zeitraum von 1988 - 2003 veröffentlicht worden sind.

Analog zu obiger Begründung soll sich die Studiensuche nur auf eine begrenzte Zahl an Publikationen konzentrieren. Die damit einhergehende Einschränkung der Repräsentativität der Ergebnisse muß im Rahmen einer Diplomarbeit in Kauf genommen werden. Andererseits stellt die Konzentration auf methodisch „gute“ Zeitschriften eine Art der Qualitätssicherung für eine Metaanalyse dar (Fricke, Treinies, 1985). So werden im folgenden nur empirische Untersuchungen zur Verwendung kommen, die in den Zeitschriften **Academy of Management Journal**, **Entrepreneurship Theory & Practice**, **Journal of Business Venturing**, **Journal of International Business Studies**, **Journal of Small Business Management**, **Small Business Economics** und **Strategic Management Journal** veröffentlicht worden sind.

2.2.3. Studiensuche und Studienevaluation

Die Suche nach relevanten Studien wurde aufgrund zeitlicher Restriktionen der vorliegenden Arbeit beschränkt (siehe oben). Initiiert wurde die Literaturrecherche durch eine datenbankgestützte Suche, mit der das Ziel verfolgt wurde, sämtliche Arbeiten aufzufinden, deren Titel einen Bezug zu dem interessierenden Forschungsthema aufweisen. Die Nachforschungen konzentrierten sich insbesondere auf die Business Source Elite-Datenbank, da diese Datenbank alle Zeitschriften beinhaltet, die im Rahmen dieser einführenden Arbeit als relevant erachtet worden sind (vgl. 2.2.2.).

Die interessierenden Untersuchungen müssen sich allerdings nicht ausschließlich mit dem Thema Internationalisierung und Unternehmenserfolg beschäftigen, für metaanalytische Zwecke ist es hinreichend, wenn im Rahmen einer Arbeit ein Produkt-Moment-Korrelationskoeffizient zum Zusammenhang zwischen einer Internationalisierungs- und einer Erfolgsvariablen veröffentlicht wird (Dalton et al., 1998). Um diesem Umstand Rechnung zu tragen, wurden daher die

Inhaltsverzeichnisse aller Zeitschriften über den interessierenden Zeitraum hinweg nach potentiell relevanten Studien durchsucht. In einem zweiten Schritt wurden diese Analysen dann auf das Vorhandensein eines passenden Korrelationskoeffizienten gesichtet.

Durch den Abgleich der Eigenschaften der Studien mit den im vorigen Abschnitt aufgestellten Kriterien konnten dann die letztlich relevanten Studien identifiziert werden, die im folgenden einer metaanalytischen Untersuchung unterzogen werden sollen. Sie können der Abbildung 2 entnommen werden:

| | | | |
|------------------------------|------|-------------------------|------|
| Bloodgood, Sapienza, Almeida | 1996 | Mitchell, Shaver, Yeung | 1992 |
| Bühner | 1987 | Nayyar | 1993 |
| Delios, Beamish | 1999 | Qian | 2002 |
| Geringer, Beamish, daCosta | 1989 | Reuber, Fischer | 2002 |
| Geringer, Tallman, Olsen | 2000 | Sanders, Carpenter | 1998 |
| Gomes, Ramaswamy | 1999 | Tallman, Li | 1996 |
| Grant, Jammine, Thomas | 1988 | Wan, Hoskisson | 2003 |
| Hitt, Hoskisson, Kim | 1997 | Zahra, Garvis | 2000 |
| Lu, Beamish | 2001 | Zahra, Ireland, Hitt | 2000 |
| McDougall, Oviatt | 1996 | | |

Abbildung 2 Datenbasis der Metaanalyse

Quelle: Eigene Angaben

Dagegen mußten einige Studien ausgeschlossen werden: So beinhalteten bspw. die Arbeiten von Collins (1990), Kim et al. (1993) und Kotabe et al. (2002) keine Angaben zu Korrelationskoeffizienten, während die Arbeit von Daniels und Bracker (1989) generell Angaben über Zahlenmaterial vermissen ließ. Darüber hinaus fand die Arbeit von Grant (1987) keine Verwendung, weil sie die gleiche Stichprobe wie Grant et al. (1988) verwendet, was zu einem Verstoß gegen das Gebot der Unabhängigkeit der Stichproben in metaanalytischen Untersuchungen geführt hätte. Die Studie von Pan et al. (1999) untersucht die Internationalisierungsaktivitäten ausländischer Unternehmen auf dem chinesischen Markt. Alle anderen Untersuchungen verwenden Stichproben, die in Abhängigkeit des Herkunftslandes, der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Aktienindex oder einer bestimmten Branche gezogen worden sind. Aufgrund der Heterogenität der Untersuchung von Pan et al. (1999) soll diese aus den nachfolgenden metaanalytischen Analysen ausgeschlossen werden.

2.3. Datenkodierung

Wie schon oben dargestellt, dient die Kodierung im Rahmen einer Metaanalyse dazu, die Eigenschaften der einzelnen Studien mit den Untersuchungsergebnissen in Verbindung zu setzen. Im folgenden sollen drei inhaltliche Moderatoren eingeführt werden, denen ein Einfluß auf den Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg zugeschrieben werden könnte.

Zuerst sollen die Studien anhand der Größe der in ihnen untersuchten Unternehmen eingeteilt werden. Eine Untergruppe untersucht KMU, die analog zu der oben gewählten Definition als Unternehmen mit weniger als 500 Mitarbeitern beschrieben werden. Eine andere Untergruppe beinhaltet die MNU, die als Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern charakterisiert werden sollen. Einige Studien geben nicht explizit Daten zu der Größe der von ihnen untersuchten Unternehmen an. Allerdings werden die Stichproben aus den S&P 500 bzw. den Fortune 500 gebildet oder konzentrieren sich generell auf die größten Unternehmen eines Landes. Diesen Unternehmen dürften aufgrund ihrer Indexzugehörigkeit Größenmerkmale zueigen sein, die eine Einteilung in die Gruppe der MNU rechtfertigen.

Als zweite potentiell moderierende Größe soll das Herkunftsland bzw. -region der Unternehmen mit internationalen Aktivitäten untersucht werden. Zu diesem Zweck werden drei Untergruppen aus japanischen, europäischen und nordamerikanischen Unternehmen gebildet.

Eine weitere Ursache potentieller Varianz in den Ergebnissen könnte das Alter der Unternehmen darstellen. Zu diesem Zweck wird das Gesamt-Sample anhand des Alters in zwei Gruppen eingeteilt. Jüngere Unternehmen sollen im Durchschnitt durch ein Alter < 11 Jahre, ältere Unternehmen durch ein durchschnittliches Alter > 11 Jahre charakterisiert werden. Einige Studien stellen keine Daten über das Alter bereit. Diese Studien konzentrieren ihre Forschungsbemühungen aber explizit auf MNU oder ziehen ihre Stichprobe aus den S&P 500 oder den Fortune 500. Aufgrund dieser Charakteristika dürfte es als gerechtfertigt erscheinen, diese Untersuchungen der Gruppe der Unternehmen mit einem Durchschnittsalter > 11 Jahre zuzuordnen.

2.4. Datenkumulation und –analyse

2.4.1. Aggregation der deskriptiven Statistik

In einem ersten Schritt gilt es, die deskriptiven statistischen Größen zu ermitteln. Dazu wird die gewichtete mittlere Korrelation über alle 21 Studien hinweg berechnet. Werden innerhalb einer Studie mehrere Korrelationen zu dem Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg angegeben, so wird ein einfaches arithmetisches Mittel aus diesen Größen errechnet, daß mit dem einfachen Stichprobenumfang gewichtet und weiterberechnet wird (Bortz, Döring, 2002). Die Studien von Reuber und Fischer (2002) und Wan und Hoskisson (2003) beruhen jeweils auf zwei unabhängigen Stichproben und gehen deswegen mit jeweils zwei Korrelationen in die Berechnungen ein.

Der Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg zeigt sich über alle $K = 21$ Studien mit einem Gesamtstichprobenumfang von $N = 4182$ in einer gewichteten mittleren Korrelation von $\bar{r} = 0,1045$. Die ungewichtete mittlere Korrelation beträgt $\bar{r} = 0,1490$. Die beste Schätzung für den interessierenden Populationskorrelationskoeffizienten lautet also vorläufig $\rho = \bar{r} = 0,1045$. Die Varianz in den beobachteten Korrelationen kann mit $\sigma_r^2 = 0,0117$ unter Verwendung der gewichteten mittleren Korrelation ermittelt werden. Die Höhe der Varianz in den Ergebnissen deutet auf ein Modell heterogener Effekte hin. Um diesbezüglich allerdings zu genaueren Aussagen zu kommen, muß die Varianz im nächsten Schritt um den Einfluß des Stichprobenfehlers korrigiert werden.

Abbildung 3 Ergebnisse der Metaanalyse zum Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg bei KMU

2.4.2. Korrektur des Stichprobenfehlers

Während der Stichprobenfehler keinen Einfluß auf die gewichtete mittlere Korrelation hat, führt sein Einfluß auf die Varianz zu einer systematischen Erhöhung der Streuung in den Untersuchungsergebnissen. Um fundierte Aussagen darüber zu treffen, ob es sich bei dem Untersuchungsgegenstand um ein Modell homogener oder heterogener Effekte handelt, muß die Varianz um den Anteil, der auf den Stichprobenfehler zurückzuführen ist, korrigiert werden (Hunter, Schmidt, 1990; Hunter et al., 1982).

Unter Verwendung der unter 1.2.4.3 angegebenen Formeln nach Hunter et al. (1982) erhält man für die Stichprobenfehlervarianz einen Wert von $\sigma_e^2 = 0,0049$. Durch Subtraktion dieses Werts von der Varianz der beobachteten Korrelationen erhält man die residuale Varianz, die nach Elimination des Stichprobenfehlers noch in den Ergebnissen verbleibt. Diese beläuft sich auf $\sigma_\rho^2 = 0,0068$.

Diese Größe stellt vorerst die beste Schätzung für die Varianz in der Population dar. Allerdings plädieren Hunter und Schmidt (1990) erst dann für eine Suche nach potentiellen Moderatoren, wenn die Untersuchungsergebnisse von möglichst vielen Quellen künstlicher Varianz bereinigt sind. Deswegen sollen die Ergebnisse im nächsten Abschnitt um die Verzerrung, die aus dem Meßfehler resultiert, korrigiert werden. Korrektur des Meßfehlers

Der Meßfehler resultiert aus der Tatsache, daß es in der Wissenschaft keine vollkommen genauen Messungen gibt, sondern jede Messung mit einem Fehler behaftet ist (Hunter, Schmidt, 1990). Einerseits führt dieser Meßfehler zu einer systematischen Verminderung der interessierenden Korrelation, andererseits beeinflusst er den Stichprobenfehler, weswegen dieser mit Hilfe einer modifizierten Formel ermittelt werden muß.

Die in dieser Studie interessierenden Variablen, Internationalisierung und Erfolg, stellen objektive Größen dar, bei denen von einer konservativen Reliabilität (Meßgenauigkeit) von $r_{xx} = r_{yy} = 0,80$ ausgegangen werden soll. Diese Vorgehensweise ist in der Vergangenheit in verschiedenen metaanalytischen Untersuchungen verfolgt worden (Dalton et al. 1998; 1999; 2003; Hunter, Schmidt, 1990).

Wird auf Basis der mit dem Verminderungsfaktor $\frac{1}{\sqrt{0,8} * \sqrt{0,8}}$ berichtigten Korrelationen die korrigierte gewichtete mittlere Korrelation über alle Studien berechnet, führt dies zu einem Wert von $\bar{r}_c = 0,1306$. Die Korrektur um den Meßfehler zeigt sich also in einem Anstieg von $\bar{r} = 0,1045$ auf $\bar{r}_c = 0,1306$. Gleichzeitig führt die Verwendung der Verminderungskorrektur zu einem Anstieg der Stichprobenfehlervarianz von $\sigma_e^2 = 0,0049$ auf $\sigma_{e_c}^2 = 0,0077$. Die beste Schätzung für den „wahren“ Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg stellt nun die um den Einfluß des Stichprobenfehlers und des Meßfehlers korrigierte gewichtete mittlere Korrelation $\bar{r}_c = 0,1306$ dar. Nachfolgend gilt es zu klären, ob die residuale Varianz in den Untersuchungsergebnissen Anlaß gibt, eine Suche nach potentiellen Moderatoren zu initiieren.

2.4.4. Suche nach Moderatorvariablen

Nachdem zwei Quellen künstlicher Verzerrung in den Untersuchungsergebnissen eliminiert worden sind, ist im folgenden zu untersuchen, ob der Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg von potentiellen Moderatoren beeinflusst ist. Anders gesagt geht es um die Feststellung, ob ein Modell homogener oder heterogener Effekte vorliegt (Fricke, Treinies, 1985).

Dazu sollen im folgenden zwei Testverfahren verwendet werden, die unter 1.2.4.6. schon vorgestellt worden sind.

Das erste Testverfahren zur Feststellung der Homogenität bzw. Heterogenität der Untersuchungsergebnisse stellt der χ^2 - Test nach Hunter und Schmidt (1990) dar. Dabei ist zu beachten, daß der obige Test auf unkorrigierten Größen basiert. Im folgenden kommt der Test allerdings auf Basis korrigierter Größen zum Einsatz,

weswegen er zu der Form $\chi_{K-1}^2 = \frac{K\sigma_r^2}{\sigma_e^2}$ zu modifizieren ist.

Daneben wird auf die eher heuristische 75%- Regel nach Hunter und Schmidt (1990) zurückgegriffen.. Die Autoren formulieren die Faustregel, daß von Homogenität der Ergebnisse auszugehen ist, wenn 75% oder mehr der beobachteten Varianz durch den Stichprobenfehler erklärt werden können.

Stellt man auf Basis obiger Verfahren Homogenität der Ergebnisse fest, erübrigt sich eine Moderatoranalyse, weil ein Großteil der Streuung, bzw. im Extremfall die gesamte Streuung, in den Untersuchungsergebnissen auf Artefakte zurückgeführt werden kann. In diesem Fall wird ein Konfidenzintervall um die gewichtete mittlere Korrelation unter Verwendung der Standardabweichung des Stichprobenfehlers aufgestellt. Die Berechnung der Standardabweichung für den homogenen Fall folgt den Formeln von Whitener (1990) bzw. Schmidt et al. (1988).

Zeigen die Ergebnisse der Testverfahren im Gegensatz dazu Heterogenität der Untersuchungsergebnisse an, muß eine Moderatoranalyse initiiert werden. Dazu wird das Gesamt-Sample anhand vormals theoretisch oder methodisch abgeleiteter Variablen in Untergruppen eingeteilt und separat einer metaanalytischen Untersuchung unterzogen. Nach Hunter et al. (1982) gibt es zwei Indikatoren, anhand derer eine Variable als Moderator identifiziert werden kann: 1. müssen sich die Werte der korrigierten gewichteten mittleren Korrelationen in den Untergruppen unterscheiden und 2. muß sich die residuale Varianz in den Untergruppen im Vergleich zur residualen Varianz im Gesamt-Sample vermindern.

Die Ergebnisse der Untergruppen müssen dann daraufhin untersucht werden, ob die verbleibende Streuung in den Ergebnissen einen Anhaltspunkt für die Existenz weiterer Moderatoren gibt. In Abhängigkeit der Ergebnisse der Homogenitätstests ist es dann möglich, Konfidenzintervalle zur Bestimmung der Genauigkeit des mittleren Effekts errichten.

Nachdem das Gesamt-Sample um den Einfluß des Stichproben- und Meßfehlers korrigiert worden ist, erhält man als mittlere Korrelation einen Wert von $r_c = 0,1306$, die residuale Varianz beträgt nunmehr $\sigma_{pc} = 0,0106$.

Das Ergebnis des von Hunter und Schmidt (1990) vorgeschlagenen Homogenitätstests auf Basis der korrigierten Werte erreicht Signifikanz mit $p < 0,05$ ($\chi^2_{21-1} = 52,5008$) und stellt einen Hinweis auf ein Modell heterogener Effekte dar. Diese Aussagen werden dadurch untermauert, daß der Stichprobenfehler nur einen Anteil von 41,90% an der beobachteten Varianz erklärt und damit klar hinter der 75%-Regel von Hunter und Schmidt (1990) zurückbleibt.

Auf der Basis der Ergebnisse dieser Testverfahren erscheint es gerechtfertigt, eine Suche nach potentiellen Moderatoren zu initiieren, die den Zusammenhang zwischen

Internationalisierung und Erfolg beeinflussen könnten. Das 95%-Konfidenzintervall (0,0582;0,1509) umschließt nicht den Wert null und kann als Indikator dafür verstanden werden, daß der generelle Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg positiv und signifikant verschieden von dem Wert null ist.

Nachfolgend soll nun in einem ersten Schritt der Einfluß der Unternehmensgröße auf den Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg untersucht werden. In diese Analyse gehen nur $K = 19$ Studien ein, weil einige Untersuchungen eine gemischte Stichprobe, bestehend aus kleinen und großen Unternehmen verwenden (Bloodgood et al., 1996; Mitchell et al., 1992) und damit nicht eindeutig einer Untergruppe zugeordnet werden können.

Die Untergruppe der KMU weist eine korrigierte gewichtete mittlere Korrelation von $r_c = 0,2440$ aus, während der Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg bei MNU mit einer Korrelation von $r_c = 0,1083$ beschrieben werden kann. Damit ist die erste Bedingung für einen Moderator, nämlich unterschiedliche Korrelationen in den gebildeten Untergruppen, erfüllt. Allerdings verfehlt die Gruppe der KMU mit einer korrigierten residualen Varianz von $\sigma_{\rho_c}^2 = 0,0398$ die zweite notwendige Bedingung, nämlich eine Reduktion der residualen Varianz im Vergleich zu dem Gesamt-Sample ($\sigma_{\rho_c}^2 = 0,0106$) deutlich.

Die nächste Größe, der ein Einfluß auf den Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg zugeschrieben werden könnte, stellt das Herkunftsland der untersuchten Unternehmen dar. Aufgrund der Tatsache, daß die Stichprobe der Arbeit von Geringer et al. (1989) aus europäischen und amerikanischen Unternehmen besteht, muß diese Studie aus der folgenden Untersuchung ausgeschlossen werden. Die Arbeit von Mitchell et al. (1992) untersucht Unternehmen, die auf dem amerikanischen Markt für Diagnostikgeräte tätig sind. Auch diese Studie wird in der nachfolgenden Moderatoranalyse nicht verwendet werden. Damit reduziert sich die Anzahl der Studien für diese Analyse auf $K = 19$.

Die mittlere Korrelation für japanische Unternehmen beträgt $r_c = 0,0173$, für europäische Unternehmen $r_c = 0,1073$ und für nordamerikanische Unternehmen $r_c = 0,2047$. Die residuale Varianz sinkt in allen Gruppen im Vergleich zum Gesamt-Sample ($\sigma_{\rho_c} = 0,0106$) ab. In der Gruppe japanischer Unternehmen läßt sich die

beobachtete Varianz in den Ergebnissen sogar gänzlich auf den Stichprobenfehler zurückführen ($\sigma_{\rho_c} = -0,0030$). Konsistent dazu ist der Wert des χ^2 - Test mit $p < 0,05$ nicht signifikant. Dagegen signalisiert das Konfidenzintervall $(-0,0620; 0,0896)$ für japanische Unternehmen auf Basis des Stichprobenfehlers im homogenen Fall (Schmidt et al., 1988), daß der Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg für japanische Unternehmen nicht signifikant von dem Wert null verschieden ist.

Der Test auf Homogenität für europäische Unternehmen deutet auf die Anwesenheit mind. eines weiteren Moderators hin. So wird der χ^2 - Test für $p < 0,05$ signifikant ($\chi^2_{4-1} = 8,2859$), zudem kann der Stichprobenfehler nur einen Anteil von 48,28% an der beobachteten Streuung in den Ergebnissen erklären. Das auf Basis des Stichprobenfehlers im heterogenen Fall ermittelte Konfidenzintervall $(0,0000; 0,1717)$ zeigt, daß der Zusammenhang nicht signifikant von dem Wert null verschieden ist.

Auch die Ergebnisse der Tests für amerikanische Unternehmen deuten auf Heterogenität der Untersuchungsergebnisse. Einerseits ist der χ^2 - Test für $p < 0,05$ signifikant ($\chi^2_{12-1} = 23,9841$), andererseits weist der Stichprobenfehler nur einen prozentualen Erklärungsgehalt von 50,03% der beobachteten Varianz auf. Allerdings kann man auf Basis der Werte eines Konfidenzintervalls für den heterogenen Fall $(0,1042; 0,2234)$ davon ausgehen, daß der Zusammenhang von Internationalisierung und Erfolg für amerikanische Unternehmen positiv und signifikant verschieden von dem Wert null ist.

Der letzte inhaltliche Modertor, der untersucht werden soll, ist das Alter der betrachteten Unternehmen. Die Arbeit von Lu und Beamish (2001) beruht auf einer Stichprobe aus japanischen börsennotierten SME und konnte aufgrund dieser Eigenschaften und fehlender Angaben zum Alter nicht zugeordnet werden.

Die Gruppe der Unternehmen mit einem Durchschnittsalter < 11 Jahre weist eine Korrelation von $r_c = 0,3440$ aus. Dem steht ein Zusammenhangsmaß von $r_c = 0,1131$ bei Unternehmen mit einem Durchschnittsalter > 11 Jahre gegenüber. In der Gruppe jüngerer Unternehmen verbleibt eine residuale Varianz von $\sigma_{\rho_c}^2 = 0,0061$, bei den älteren Unternehmen $\sigma_{\rho_c}^2 = 0,0045$. Damit zeigt sich in beiden Untergruppen eine

Verminderung der residualen Varianz im Vergleich zum Gesamt-Sample ($\sigma_{\rho_c}^2 = 0,0106$). Das Ergebnis des Homogenitätstest ($\chi_{5-1}^2 = 7,1066$ mit $p < 0,05$) wird nicht signifikant und deutete auf ein Modell homogener Effekte für jüngere Unternehmen hin. Dagegen erklärt der Stichprobenfehler nur einen Anteil von 70,36% der beobachteten Varianz. Da die 75%-Regel allerdings auf einem heuristischen, erfahrungsbasierten Wert basiert, soll trotz dieser konfliktären Ergebnisse der Testverfahren von Homogenität in der Gruppe jüngerer Unternehmen ausgegangen werden. Das für diesen Fall ermittelte Konfidenzintervall (0,1906:0,3598) läßt darauf schließen, daß der Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg für jüngere Unternehmen positiv und signifikant verschieden von dem Wert null ist.

Im Fall der älteren Unternehmen deuten das signifikante Ergebnis des χ^2 - Tests ($\chi_{15-1}^2 = 25,3265$) und der Anteil der beobachteten Varianz, der auf den Stichprobenfehler zurückgeführt werden kann (59,23%) darauf hin, daß ein Modell heterogener Effekte vorliegt. Das dementsprechend auf der Basis des Stichprobenfehlers im heterogenen Fall aufgestellte Konfidenzintervall (0,0481:0,1329) führt zu der Schlußfolgerung, daß auch bei älteren Unternehmen die Korrelation zwischen Internationalisierung und Erfolg positiv und ungleich null ist.

2.5. Präsentation und Diskussion der Ergebnisse

Der generelle Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg läßt sich mit einem $r_c = 0,1306$ beschreiben. Der Zusammenhang ist nur schwach bis mittelmäßig stark (Wagner, Gooding, 1987), allerdings führt das Konfidenzintervall zu der Schlußfolgerung, daß dieser Zusammenhang positiv und signifikant verschieden von dem Wert null ist. Demnach schlägt sich generell eine Erhöhung des Internationalisierungsgrades in einer Verbesserung der Unternehmensperformance nieder. Diese Schlußfolgerung ist konsistent zu den Ergebnissen einer Vielzahl von Primärstudien, die in der Mehrzahl einen positiven Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg feststellen (vgl. 2.1.). Diese positive Beziehung ist u.a. durch Absatzsteigerungen, Skaleneffekte, Möglichkeiten der Risikoreduktion, die internationale Ausbeutung monopolistischer Vorteile und den Zugriff auf komplementäre Ressourcen erklärt worden (Kebschull, 1989). Allerdings kann in Anbetracht der residualen Varianz daran gezweifelt werden, daß r_c den Schätzer

einer einzigen Population darstellt. Vielmehr ist davon auszugehen, daß die gewichtete korrigierte mittlere Korrelation ein Schätzer mehrerer Populationen ist, weswegen es gerechtfertigt erscheint, eine Suche nach potentiellen Moderatoren zu initiieren.

Dazu wurden drei inhaltlich abgeleitete Moderatoren eingeführt. Zwei der drei Variablen, Herkunftsland bzw. -region und Unternehmensalter, erfüllen die Kriterien eines Moderators nach Hunter et al. (1982).

Dagegen kann die Größe der betrachteten Unternehmen nicht als Moderator interpretiert werden, was sich daran zeigt, daß in der Untergruppe der KMU die residuale Varianz im Vergleich zum Gesamt-Sample ansteigt. Diese Aussage ist allerdings mit einer gewissen Vorsicht zu interpretieren, da diese Untergruppenanalyse nur auf $K = 6$ Studien mit einem $N = 664$ basiert.

Die Ergebnisse der Analyse der Studien in Abhängigkeit des Herkunftslandes bestätigen diese Variable als Moderator. Allerdings umfaßt das Konfidenzintervall im Fall japanischer Unternehmen den Wert null, was als ein Indikator dafür aufgefaßt werden muß, daß der Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg nicht signifikant von dem Wert null verschieden ist. Diese Schlußfolgerung läßt sich auch für europäische Unternehmen ziehen, wobei hier der mittlere Effekt nur sehr knapp Signifikanz verfehlt. Eingeschränkt wird die Aussagekraft dieser Ergebnisse von der Tatsache, daß die Untergruppenanalysen im Fall japanischer Unternehmen auf $K = 3$ Studien mit einem $N = 671$ und im Fall europäischer Unternehmen auf $K = 4$ Studien mit $N = 1066$ basieren. Der Zusammenhang für nordamerikanische Unternehmen $r_c = 0,2047$ ist positiv und signifikant von dem Wert null verschieden. Für amerikanische Unternehmen läßt sich also formulieren, daß eine zunehmende geographische Expansion zu einem höheren Unternehmenserfolg führt.

Dieses Resultat mag vor dem Hintergrund der Größe des amerikanischen Binnenmarktes erstaunlich klingen. Danach hätte die Internationalisierung europäischer Unternehmen aufgrund der wesentlich kleineren Binnenmärkte größeren Erfolg als bei amerikanischen Unternehmen nach sich ziehen müssen. Die Ergebnisse werden aber vor dem Hintergrund der Arbeit von Hofstede (1980) plausibel:

Kulturen lassen sich nach Hofstede anhand von vier Dimensionen gruppieren, wobei er Ungleichheit (power distance), eine Neigung zur Unsicherheitsvermeidung (uncertainty avoidance), die Beziehung zwischen Gruppe und Individuum (individualism) und die Geschlechtertrennung zwischen Mann und Frau (masculinity) unterscheidet. Vor dem Hintergrund der vorliegenden Arbeit erscheint insbesondere die Kategorie Neigung zur Unsicherheitsvermeidung (uncertainty avoidance) einen Erklärungsbeitrag zu leisten. Danach verfügen die Amerikaner im Vergleich zu Europäern und Japanern über die geringste Neigung, Unsicherheit zu vermeiden. Dies zeigt sich bspw. in einer progressiveren Wahrnehmung der Chancen und Risiken, die sich aus der Internationalisierung ergeben (Hofstede, 2001). Darüber hinaus lehnen Kulturen mit einer geringen Neigung zur Unsicherheitsvermeidung die Formulierung von generellen Regeln und Richtlinien ab (Barkema, Vermeulen, 1997).

Jede Form der internationalen Unternehmenstätigkeit ist allerdings gerade mit einer Zunahme an Unsicherheit und Komplexität, ausgelöst durch eine grundlegend veränderte generelle Umwelt bzw. Aufgabenumwelt, verbunden. Deswegen ist die Bereitschaft, risikoreiche Projekte mit unsicherem Ausgang einzugehen, essentiell, um die Chancen aus der internationalen Unternehmenstätigkeit wertschaffend für das eigene Unternehmen zu nutzen. Darüber hinaus führt ein geringerer Drang, Regeln und Richtlinien zur Bewältigung einer steigenden Volatilität, aufzustellen, zu einer höheren Flexibilität auf dem Auslandsmarkt. Eine höhere Flexibilität erscheint damit als eine notwendige Voraussetzung zur Bewältigung der gestiegenen Flexibilität (Buckley, Casson, 1998).

So könnte eine geringere Neigung zur Unsicherheitsvermeidung, in Verbindung mit der stark individualistisch ausgeprägten amerikanischen Kultur in einem höheren Chance-Risiko-Profil resultieren, daß einen Erklärungsansatz für die überlegene Performance amerikanischer Unternehmen bieten könnte.

Die zweite Variable, die nach den Kriterien von Hunter et al. (1982) einem Moderator darstellt, ist das Alter der untersuchten Unternehmen. Die mittlere Korrelation beider Gruppen ist positiv und signifikant verschieden von dem Wert null, allerdings ist die Stärke des Zusammenhangs in der Gruppe der jüngeren

Unternehmen ($r_c = 0,3440$) deutlich größer als in der der älteren Unternehmen ($r_c = 0,1131$).

Eine grundlegende Erklärung für die überlegene Performance könnte in der Bevorzugung jüngerer Unternehmen bei der Verwendung relativer Erfolgsmaße liegen. So stellt bspw. eine absolute Erhöhung des Gewinns um \$5 Mio. von \$10 auf \$15 Mio. bei einem jungen Unternehmen eine relative Veränderung von +50% dar. Die gleiche absolute Erhöhung bei einem älteren Unternehmen mit einem absoluten Umsatz von \$100 Mio. entspricht aber nur einer Veränderung von +5%. Die Verwendung relativer Performance-Maße führt also bei einer absolut identischen Veränderung des Gewinns zu einer Bevorzugung jüngerer Unternehmens (Weinzimmer et al, 1998).

Eine weitere Ursache könnte in der größeren Flexibilität und Innovativität jüngerer Unternehmen liegen. So stellten Autio, Sapienza und Almeida in ihrer Arbeit von 2000 fest, daß das Alter zum Zeitpunkt der Internationalisierung von 57 eigentümergeführten Unternehmen aus der finnischen Elektronik-Branche einen maßgeblichen Einfluß auf das Unternehmenswachstum hatte. Ältere Unternehmen, die zu einem späteren Zeitpunkt internationalisieren, sind aufgrund ihrer gewachsenen Strukturen auf dem Heimatmarkt oftmals starr. Sie müssen aus einer nationalen Orientierung heraus eine internationale Perspektive entwickeln, internationale Kontakte knüpfen und eine größere organisatorische Trägheit überwinden. Jüngere Unternehmen sehen sich aufgrund des früheren Internationalisierungszeitpunkts mit geringeren Barrieren konfrontiert. Aufgrund dieser Tatsache formulieren die Autoren die Hypothese über die Existenz eines sog. „learning advantage of newness“. Danach verfügen Unternehmen, die zu einem sehr frühen Zeitpunkt internationalisieren, über geringere, etablierte organisatorische Routinen, die die Lernfähigkeit potentiell beeinträchtigen könnten. Die Argumentation von Autio et al. (2000) könnte eine schlüssige Erklärung für die überlegene Performance jüngerer Unternehmen darstellen.

2.6. Limitationen

Für die vorliegende Arbeit gelten einige Begrenzungen, die im folgenden dargestellt werden sollen:

Bezüglich der Generalisierbarkeit der Ergebnisse ist einschränkend anzumerken, daß sich die Literaturrecherche auf den Zeitraum der letzten 16 Jahre beschränkt hat. Neben dieser zeitlichen Restriktion konzentrierte sich die Studiensuche auf eine relativ kleine Anzahl von Zeitschriften (vgl. 2.2.2.), wobei unpublizierte Artikel, Working Papers, Konferenzmanuskripte und Artikel anderer Zeitschriften unberücksichtigt blieben.

Die Kodierung der Daten bzgl. Größe und Alter war aufgrund fehlender Informationen mit einigen Problemen behaftet, die durch das Aufstellen von Annahmen überbrückt werden mußten. Weiterhin war es aufgrund mangelnder Daten nicht möglich, die Studien in Abhängigkeit der verwendeten Performance-Maße zu kodieren. Eine Unterscheidung in bilanz- und kapitalmarktorientierte Erfolgsgrößen hätte nach Meinung des Autors interessante Erkenntnisse liefern können. Darüber hinaus mußte auch auf eine Kodierung der Studien in Abhängigkeit der Branchenzugehörigkeit, wobei eine Unterteilung in High-Tech- und Low-Tech-Branchen erfolgt wäre, verzichtet werden, da die Studien nicht die notwendigen Daten bereithielten. Ferner ließen es die Operationalisierungen der Variablen Internationalisierung nicht zu, eine Einteilung in Abhängigkeit der verschiedenen Internationalisierungsformen (Teil B: 2.3.) vorzunehmen.

Bei der Interpretation der Ergebnisse europäischer und japanischer Unternehmen ist darauf zu achten, daß beide Untergruppen nur auf einer sehr kleinen Zahl von Studien beruhen. Aus diesem Grund sollten die nicht-signifikanten Ergebnisse mit Vorsicht interpretiert werden.

Teil E: Schlußbetrachtung

Die Zielsetzung der vorliegenden Arbeit bestand darin, den Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg bei KMU theoretisch darzulegen und einer empirischen Überprüfung zu unterziehen.

Die Anwendung herrschender Internationalisierungstheorien auf das Phänomen der KMU ließ die Schlußfolgerung zu, daß die Beziehung zwischen Internationalisierung und Erfolg positiver Natur sei. So erklärt z.B. die Portfoliotheorie der DI eine positive Beziehung aus der unvollständigen Korrelation der Güter- und Faktormärkte und der daraus resultierenden Möglichkeit, durch geographische Expansion das Privatvermögen der Unternehmer, bzw. Gesellschafter zu diversifizieren. Dagegen erklärt der ressourcenorientierte Ansatz die Internationalisierung mit der Motivation, einen Wettbewerbsvorteil, basierend auf einem einzigartigen Ressourcenbündel, auch international auszubeuten.

Um diese theoretischen Aussagen einer Überprüfung zu unterziehen, wurde eine Metaanalyse zum Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg erstellt. Eingeschlossen wurden Studien unabhängig von der Größe der untersuchten Unternehmen. Die Metaanalyse erlaubt nämlich, potentielle Unterschiede in Abhängigkeit eines Merkmals, wie z.B. der Unternehmensgröße, zu extrahieren.

Die empirischen Befunde lassen die Feststellung zu, daß der Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Erfolg über die Gesamtheit der Studien positiv und signifikant von null verschieden ist. Danach führt eine Zunahme der internationalen Unternehmensaktivitäten grundsätzlich zu einer Verbesserung des Erfolgs.

Werden die Studien anhand einzelner Merkmale, wie Unternehmensgröße, Herkunftsland bzw. -region und Unternehmensalter gruppiert, ergeben sich folgende Ergebnisse:

Die Beziehung zwischen Internationalisierung und Erfolg ist sowohl bei KMU, als auch bei MNU positiv und signifikant, allerdings ist die Höhe des Zusammenhangs für KMU deutlich stärker. Die Internationalisierung zieht also bei KMU größeren Erfolg als bei ihren großen, multinationalen Pendanten nach sich. Dagegen steigt die

residuale Varianz innerhalb der Subgruppe der KMU an. Die Unternehmensgröße ist somit keinen Moderator im Sinne von Hunter et al. (1982) dar.

Bei einer Gruppierung der Studien nach Herkunftsland bzw. -region zeigen sich deutliche Unterschiede: Die Stärke des Zusammenhangs zwischen Internationalisierung und Erfolg ist am deutlichsten bei amerikanischen Unternehmen ausgeprägt, gefolgt von europäischen und japanischen Unternehmen. Allerdings zeigt sich nur im Fall amerikanischer Unternehmen, daß die Internationalisierung zu Erfolg führt. Die nicht-signifikanten Ergebnisse für die europäische und japanische Untergruppe werden allerdings von der geringen Anzahl der Studien, auf denen diese Analysen beruhen, relativiert.

Bei Gruppierung nach Alter läßt sich eine überlegene Performance jüngerer Unternehmen feststellen. Zwar zieht auch die Internationalisierung älterer Unternehmen Erfolg nach sich, allerdings ist die Stärke des Zusammenhangs für jüngere Unternehmen deutlich höher.

Die Ergebnisse in Abhängigkeit des Alter der untersuchten Unternehmen stellen eine Herausforderung für den lerntheoretischen Ansatz dar, der die Internationalisierung als einen langsamen, inkrementellen Prozeß beschreibt. Demnach verfügen junge Unternehmen noch nicht über genügend Erfahrung und damit erforderliches Marktwissen, um erfolgreich zu internationalisieren. Vor dem Hintergrund der vorliegenden Arbeit läßt sich dagegen feststellen, daß auch sehr junge Unternehmen den Unternehmenserfolg durch Maßnahmen der geographischen Expansion verbessern können. Vielmehr können sie sogar erfolgreicher als ihre großen multinationalen Konkurrenten sein, die gemäß des lerntheoretischen Ansatzes über eine größere Erfahrung und damit auch über größeren Erfolgchancen verfügen.

Auf Basis der Ergebnisse der vorliegenden Arbeit lassen sich darüber hinaus einige Ansatzpunkte für zukünftige Forschungsprojekte aufzeigen. Generell sollten die Besonderheiten des Zusammenhangs zwischen Internationalisierung und Erfolg von KMU einer intensiveren empirischen Überprüfung unterzogen werden. Bisher ist die Erfolgswirkung fast ausschließlich für amerikanische Unternehmen beleuchtet worden. Weitergehende Analysen zur Erfolgswirkung internationaler Aktivitäten bei europäischen und japanischen KMU wären somit sinnvolle Forschungsprojekte.

Anhang

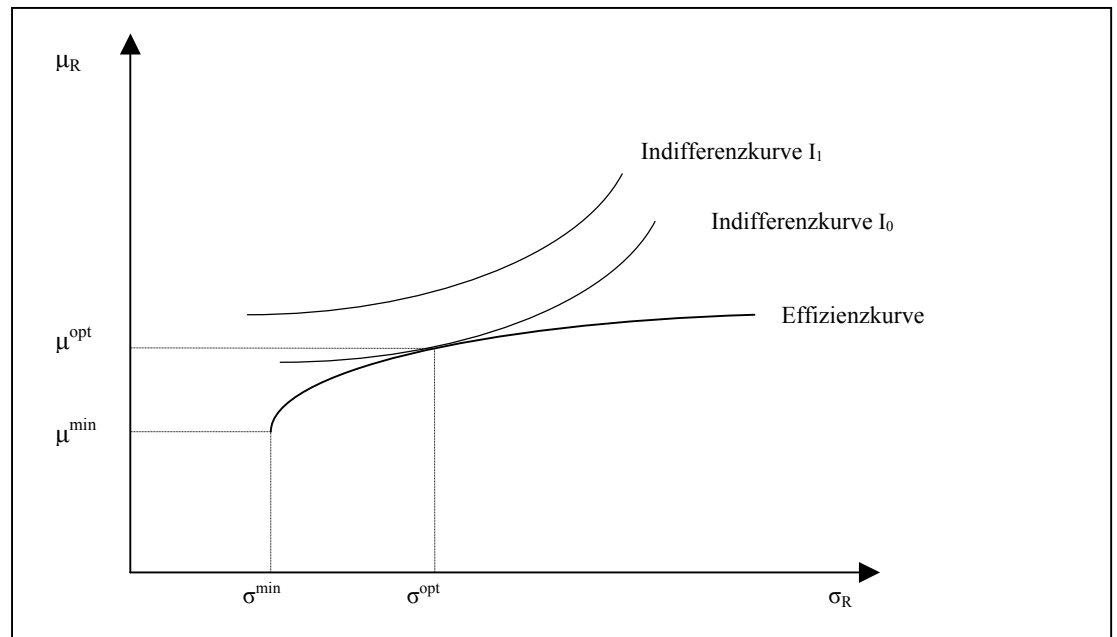


Abbildung 4 Die Effizienzkurve

Quelle: in Anlehnung an Steiner/Bruns (2000)

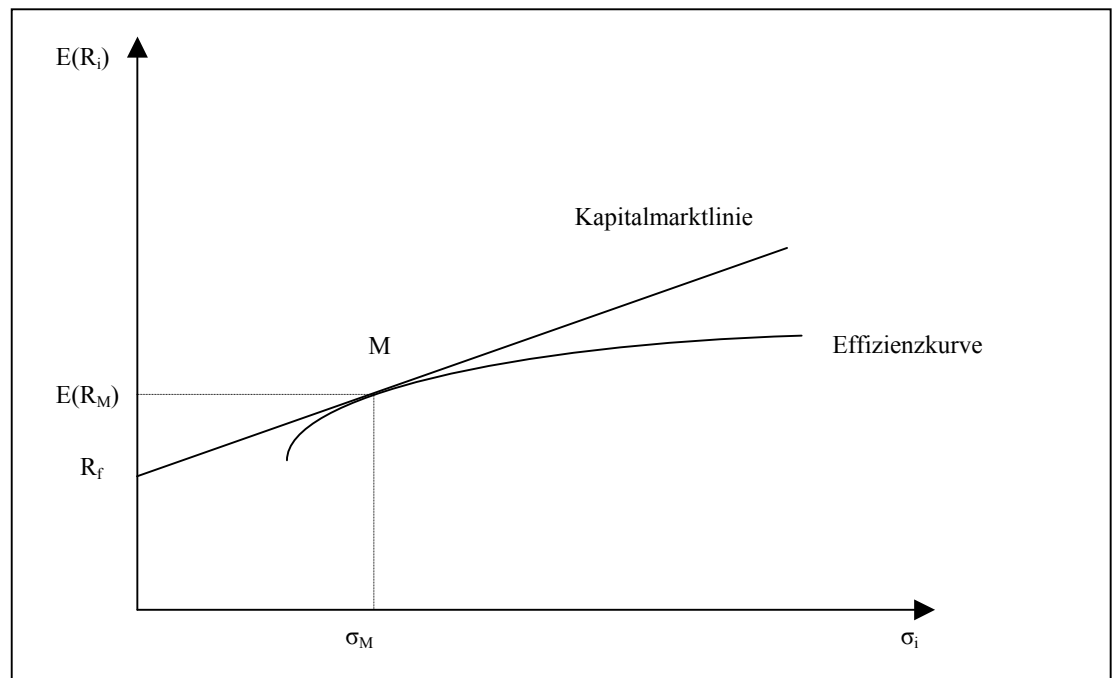


Abbildung 5 Die Kapitalmarktlinie

Quelle: in Anlehnung an Steiner/Bruns (2000)

Literaturverzeichnis

Aharoni, Y. (1966): The foreign investment decision process, Boston 1966.

Almeida, J., Sapienza, H. J., Hay, M. (2001): Growth through internationalization: Patterns among British SMEs, 2001, abgerufen am 22.04.2003 unter <http://www.babson.edu/entrep/fer/XXII/XXIIA/html/xxii-a.htm>.

Annavarjula, M., Beldona, S. (2000): Multinationality – performance relationship: A review and reconceptualisation, in: The International Journal of Organizational Analysis, 8 (1), 2000, S. 48-67.

Autio, E. Sapienza, H. J. (2001): Comparing process and born global perspectives in the international growth of technology-based new firms, 2001, abgerufen am 06.01.2003 unter <http://www.babson.edu/entrep/fer/XXII/XXIIB/html/xxii-b.htm>.

Autio, E., Sapienza, H. J., Almeida, J. G. (2000): The effects of age of entry, knowledge intensity, and imitability of international growth, in: Academy of Management Journal, 43 (5), 2000, S. 909-924.

Barney, J. (1991): Firm resources and sustained competitive advantage, in: Journal of Management, 17 (1), 1991, S. 99-120.

Ball, D. A., McCulloch, W. H. (1999): International business: The challenge of global competition, 7. Auflage, Boston u.a. 1999.

Barkema, H. G., Vermeulen, F. (1997): What differences in the cultural background of partners are detrimental for international joint ventures?, in: Journal of International Business Studies, 27 (4), 1997, S. 845-864.

Beamish, P. W., Karavis, L., Goerzen, A., Lane, C. (1999): The relationship between organizational structure and export performance, in: *Management International Review*, 39 (1), 1999, S. 37-54.

Binder, C. U. (2001): Lizenzierung von Marken, in: *Moderne Markenführung: Grundlagen – innovative Ansätze – praktische Umsetzungen*, Esch, F.-R. (Hrsg.), Wiesbaden 2001, S. 385-411.

Bloodgood, J. M., Sapienza, H. J., Almeida, J. G. (1996): The internationalization of new high-potential US-ventures: Antecedents and outcomes, in: *Entrepreneurship Theory & Practice*, Summer, 1996, S. 61-75.

Bortz, J., Döring, N. (2002): *Forschungsmethoden und Evaluation: Für Human- und Sozialwissenschaftler*, 3. Auflage, Berlin 2002.

Buckley, P. J. (1985): A critical view of theories of the multinational enterprise, in: Buckley, P. J. Casson, M. C. (Hrsg.): *The economic theory of the multinational enterprise*, Hong Kong 1985, S. 1-19.

Buckley, P. J. (1996): The role of management in international theory: A meta-analysis and integration of the literature on international business and international management, in: *Management International Review*, Special Issue, 36 (1), 1996, S. 7-54.

Buckley, P. J., Casson, M. C. (1998): Models of the multinational enterprise, in: *Journal of International Business Studies*, 29 (1), 1998, S. 21-44.

Bühner, R. (1987): Assessing international diversification of west German corporations, in: *Strategic Management Journal*, 8 (1), 1987, S. 25-37.

Casson, M. (1985): Transaction costs and the theory of the multinational enterprise, in: Buckley, P. J., Casson, M. C. (Hrsg.): *The economic theory of the multinational enterprise*, Hong Kong 1985, S. 20-38.

Chow, S. L. (1987): Meta-analysis of pragmatic and theoretical research: A Critique, in: *The Journal of Psychology*, 121 (3), 1987, S. 259-271.

Coenenberg, A. G. (1994): Jahresabschluß und Jahresabschlußanalyse: Betriebswirtschaftliche, handels- und steuerrechtliche Grundlagen, 15. Auflage, Landsberg/Lech 1994.

Cohen, A. (1993): Organizational commitment and turnover: A meta-analysis, in: *Academy of Management Journal*, 36 (5), 1993, S. 1140-1157.

Collins, J. M. (1990): A market performance comparison of U.S. firms active in domestic, developed and developing countries, in: *Journal of International Business Studies*, 2nd quarter, 1990, S. 271-287.

Copeland, T., Koller, M., Murrin, J. (1996): Valuation: Measuring and managing the value of companies, 2. Auflage, New York 1996.

Coviello, N. E., McAuley, A. (1999): Internationalization and the smaller firm: A review of contemporary empirical research, in: *Management International Review*, 39 (3), 1999, S. 223-256.

Cyert, R. D., March, J. G. (1963): A behavioural theory of the firm, Englewood Cliffs, NJ 1963.

Dalton, D. R., Daily, C. M., Certo, S. T., Roengpitya, R. (2003): Meta-analysis of financial performance and equity: Fusion or confusion?, in: *Strategic Management Journal*, 46 (1), 2003, S. 13-26.

Dalton, D. R., Daily, C. M., Ellstrand, A. E., Johnson, J. L. (1998): Meta-analytic reviews of board composition, leadership structure, and financial performance, in: *Strategic Management Journal*, 19 (3), 1998, S. 269-290.

Dalton, D. R., Daily, C. M., Ellstrand, A. E., Johnson (1999): Number of directors and financial performance: A meta-analysis, in: *Academy of Management Journal*, 42 (6), 1999, S. 674-686.

Damanpour, F. (1991): Organizational innovation: A meta-analysis of determinants and moderators, in: *Academy of Management Journal*, 34 (3), 1991, S. 555-590.

Daniels, J. D., Bracker, J. (1989): Profit performance: Do foreign operations make a difference?, in: *Management International Review*, 29 (1), 1989, S. 46-56.

Delios, A., Beamish, P. W. (1999): Geographic scope, product diversification, and the corporate performance of Japanese firms, in: *Strategic Management Journal*, 20 (8), 1999, S. 711-727.

Dunning, J. H. (1988a): The eclectic paradigm of international production: A restatement and some possible extensions, in *Journal of International Business Studies*, 19 (1), 1988, S. 1-32.

Dunning, J. H. (1988b): The theory of international production, in: *The International Trade Journal*, Vol. III, No. 1, Fall, S. 21-66.

Eden, D. (2002): From the editors: Replication, meta-analysis, scientific progress, and AMJ's publication policy, in: *Academy of Management Journal*, 45 (5), 2002, S. 841-846.

Fama, E. F. (1980): Agency problems and the theory of the firm, in: *Journal of Political Economy*, 88 (2), 1980, S. 288-307.

Fricke, R., Treinies, G. (1985): Einführung in die Metaanalyse, 1. Auflage, Bern u.a. 1985.

Gabler-Wirtschafts-Lexikon (2000): Band 3, 15. Auflage, Wiesbaden 2000.

Geringer, J. M., Beamish, P. W., daCosta, R. C. (1989): Diversification strategy and internationalization: Implications for MNE performance, in: Strategic Management Journal, 10 (2), 1989, S. 109-119.

Geringer, J. M., Tallmann, S., Olsen, D. M. (2000): Product and international diversification among Japanese multinational firms, in: Strategic Management Journal, 21 (1), 2000, S. 51-80.

Ghoshal, S., Bartlett, C. (1990): The multinational corporation as an interorganizational network, in: Academy of Management Review, 15 (4), 1990, S. 603-625,

Giamartino, G. A., McDougall, P. A., Bird, B. J. (1993): International entrepreneurship: The state of the field, in: Entrepreneurship Theory & Practice, Fall, 1993, S. 37-42.

Ghoshal, S. (1987): Global strategy: An organizing framework, in: Strategic Management Journal, 8 (5), 1987, S. 425-440.

Gillham, B. (2000): Case study research methods, London, New York 2000.

Glaum, M. (1996): Internationalisierung und Unternehmenserfolg, Wiesbaden 1996.

Glass, G. V. (2000): Meta-analysis at 25, 2000, abgerufen am 05.05.2003 unter: <http://glass.ed.asu.edu/gene/papers/meta25.html>.

Glass, G. V., McGaw, B., Smith, M. L. (1981): Meta-analysis in social research, Beverly Hills, London 1981.

Gomes, L. Ramaswamy, K. (1999): An empirical examination of the form of the relationship between multinationality and performance, in: *Journal of International Business Studies*, 30 (1), 1999, S. 173-188.

Grant, R. M. (1987): Multinationality and performance among British manufacturing companies, in: *Journal of International Business Studies*, 18 (1), 1987, S. 79-89.

Grant, R. M., Jammine, A. P., Thomas, H. (1988): Diversity, diversification, and profitability among British manufacturing companies, 1972-84, in: *Academy of Management Journal*, 31 (4), 1988, S. 771-801.

Günterberg, B., Wolter, H. J. (2002): Unternehmensgrößenstatistik 2001/2001 – Daten und Fakten -, Institut für Mittelstandsforschung, Bonn 2002.

Hahn, D. (1999): Unternehmensziele im Wandel, in: Hahn, D. Taylor, B. (Hrsg.), *Strategische Unternehmensplanung – strategische Unternehmensführung: Stand und Entwicklungstendenzen*, 8. Auflage, Heidelberg 1999, S. 303-323.

Hahn, D., Hintze, M. (1999): Konzepte wertorientierter Unternehmensführung, in: Hahn, D. Taylor, B. (Hrsg.): *Strategische Unternehmensplanung – strategische Unternehmensführung: Stand und Entwicklungstendenzen*, 8. Auflage, Heidelberg 1999, S. 324-353.

Hahn, D., Hungenberg, H. (2001): PuK: Wertorientierte Controllingkonzepte, 6. Auflage, Wiesbaden 2001.

Hall, J. A., Tickle-Degnen, L., Rosenthal, R., Mosteller, F. (1994): Hypotheses and problems in research synthesis, in: Cooper, H., Hedges, L. V. (Hrsg.), *The Handbook of Research Synthesis*, New York 1994.

Harveston, P. D., Kedia, B. L., Davis, P. S., Scotter, J. V. (2002): Synoptic versus incremental internationalization: An examination of born global and gradual globalizing firms, 2002, abgerufen am 27.04.2003 unter <http://www.babson.edu/entrep/fer/Babson2001/XXVIII/XXVIII/XXVIII/xxviii-a.htm>.

Hedges, L. V., Olkin, I. (1992): Statistical methods for meta-analysis, San Diego u.a. 1992.

Hill, C. W. L. (2001): International business: Competing in the global marketplace, 4. Auflage, Boston u.a. 2001.

Hitt, M. A., Hoskisson, R. E., Kim, H. (1997a): International diversification: Effects on innovation and firm performance in product diversified firms, in: Academy of Management Journal, 40 (4), 1997, S. 767-798.

Hofstede, G. (1980): Culture's consequences: International differences in work-related values, Beverly Hills, London, 1980.

Hofstede, G. (2001): Culture's consequences: Comparing values, behaviours, institutions, and organizations across nations, Thousand Oaks u.a. 2001.

Hunter, J. E., Schmidt, F. L. (1990): Methods of meta-analysis: Correcting error and bias in research findings, Newbury Park u.a. 1990.

Hunter, J. E., Schmidt, F. L., Jackson, G. B. (1982): Meta – analysis: Cumulating research findings across studies, Beverly Hills u.a. 1982.

Hymer, S. H. (1976): The international operations of national firms: A study of direct foreign investment, Cambridge u.a. 1976.

Icks, A., Kaufmann, F., Menke, A. (1997): Unternehmen Mittelstand: Chancen im globalen Strukturwandel, 1. Auflage, München 1997.

Jansen, S. A. (2001): Mergers & Acquisitions – Unternehmensakquisitionen und –kooperationen, 4. Auflage, Wiesbaden 2001.

Jensen, M. C., Meckling, W. H. (1976): Theory of the firm: Managerial behaviour, agency costs and ownership structure, in: Journal of Financial Economics, 3, 1976, S. 305-360.

Johanson, J., Mattsson, L.-G. (1993): Internationalization in industrial systems – a network approach, in: The internationalization of the firm: A reader, Buckley, P. J., Ghauri, P. N. (Hrsg), San Diego 1993.

Johanson, J., Vahlne, J. E. (1977): The internationalization process of the firm – a model of knowledge development and increasing foreign market commitments, in: Journal of International Business Studies, 8 (1), 1977, S. 23-32.

Johanson, J., Vahlne, J. E. (1990): The mechanism of internationalization, in: International Marketing Review, 7 (4), 1990, S. 11-24.

Jordan, L. (2001): Mittelstand und Mittelstandspolitik in gesamtwirtschaftlicher Betrachtung: Eine kritische Analyse anhand der Situation in den neuen Bundesländern, Frankfurt am Main 2001.

Keebschull, D. (1989): Internationalisierungsmotive, in: Macharzina, K., Welge, M. K. (Hrsg.): Handwörterbuch Export und internationale Unternehmung, Stuttgart 1989, S. 973-982.

Kim, W. C., Hwang, P., Burgers, W. P. (1993): Multinational's diversification and the risk-return trade-off, in: Strategic Management Journal, 14 (6), 1993, S. 275-286.

Kotabe, M., Srinivasan, S. S., Aulakh, P. S. (2002): Multinationality and firm performance: The moderating role of R&D and marketing capabilities, in: Journal of International Business Studies, 33 (1), 2002, S. 79-97.

Kowlowsky, M., Sagie, A. (1993): On the efficacy of credibility intervals as indicators of moderator effects in meta-analytic research, in: Journal of Organizational Behaviour, 14, 1993, S. 695-699.

Krüger, W. (1994): Organisation der Unternehmung, 3. Auflage, Stuttgart u.a. 1994.

Kumar, B. (1989): Formen der internationalen Unternehmenstätigkeit, in: Macharzina, K., Welge, M. K. (Hrsg.): Handwörterbuch Export und internationale Unternehmung, Stuttgart 1989, S. 914-926.

Kutschker, M., Schmidt, S. (2002): Internationales Management, 2. Auflage, München u.a. 2002.

Lipsey, M. W., Wilson, D. W. (2001): Practical meta-analysis, London, New Dehli 2001.

Löffler, C. (1995): Die Wirkung der strategischen Planung auf den Unternehmenserfolg, Wiesbaden 1995.

Lu, J. W., Beamish, P. W. (2001): The internationalization and performance of SMEs, in: Strategic Management Journal, 22 (6/7), 2001, S. 565-586.

Markowitz, H. M. (1952): Portfolio selection, in: Journal of Finance, 7, S. 77-91.

Mauerer, N. (1995): Die Wirkung absatzpolitischer Instrumente: Metaanalyse empirischer Forschungsarbeiten, Wiesbaden 1995.

McDougall, P. P., Oviatt, B. M. (1996): New venture internationalization, strategic change, and performance: A follow-up study, in: *Journal of Business Venturing*, 11 (1), 1996, S. 23-40.

McDougall, P. P., Oviatt, B. M. (2000): International entrepreneurship: The intersection of two research paths, in: *Academy of Management Journal*, 43 (5), 2000, S. 902-908.

McEvoy, G. M., Cascio, W. F. (1987): Do good or poor performers leave? A meta-analysis of the relationship of performance and turnover, in: *Academy of Management Journal*, 30 (4), 1987, S. 744-762.

Meissner, H. G., Gerber, S. (1980): Die Auslandsinvestition als Entscheidungsproblem, in: *Betriebswirtschaft Forschung und Praxis*, 32 (3), S. 217-228.

Mensch, G. (1999): Grundlagen der Agency-Theorie, in: *Das Wirtschaftsstudium*, 5, 1999, S. 686-688.

Meyer, K., Tind, A., Jacobson, M. K. (2000): National internationalization processes: SME on their way to Eastern Europe, 2000, abgerufen am 28.04.2003 unter <http://papers.ssrn.com/sol3/delivery.cfm/000724353.pdf?abstractid=237156>.

Mitchell, W., Shaver, J. M., Yeung, B. (1992): Getting there in a global industry: Impacts on performance of changing international presence, in: *Strategic Management Journal*, 13 (6), 1992, S. 419-432.

Morck, R., Yeung, B. (1991): Why investors value multinationality, in: *Journal of Business*, 64 (2), 1991, S. 165-187.

Mugler, J. (1995): Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe, 2. Auflage, Wien, New York 1995.

Nayyar, P. R. (1993): Performance effects of information asymmetry and economies of scope in diversified service firms, in: *Academy of Management Journal*, 36 (1), 1993, S. 28-57.

O.V. (2001): Der TMT-Bubble ist geplatzt. Was nun? Eine Analyse aus Sicht des behavioral finance, heruntergeladen am 12.05.2003 unter <http://www.iew.unizh.ch/grp/hens/papers/TMT-Bubble.pdf>

Oviatt, B. M., McDougall, P. P. (1994): Toward a theory of international new ventures, in: *Journal of International Business Studies*, 25 (1), 1994, S. 45-64.

Oviatt, B. M., McDougall, P. P. (1997): Challenges for internationalization process theory: The case of international new ventures, in: *Management International Review*, Special Issue, 1997/2, S. 85-99.

Pan, Y., Li, S., Tse, D. K. (1999): The impact of order and mode of market entry on profitability and market share, in: *Journal of International Business Studies*, 30 (1), 1999, S. 81-104.

Pausenberger, E. (1994): Alternative Internationalisierungsstrategien, in: Pausenberger, E. (Hrsg.): *Internationalisierung von Unternehmungen: Strategien und Probleme ihrer Umsetzung*, Stuttgart 1994, S. 1-30.

Penrose, E. (1959): *The theory of the growth of the firm*, London 1959.

Perlitz, M. (2000): *Internationales Management*, 4. Auflage, Stuttgart 2000.

Pfaff, D., Zweifel, P. (1998): Die Principal-Agent-Theorie – ein fruchtbarer Beitrag der Wirtschaftstheorie zur Praxis, in: *Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, 4, April 1998, S. 184-190.

Pfohl, H. C. (1997): Betriebswirtschaftslehre der Mittel- und Kleinbetriebe: Größenspezifische Probleme und Möglichkeiten ihrer Lösung, 3. Auflage, Berlin 1997.

Picot, A., Reichwald, R., Wigand, R. T. (2001): Die grenzenlose Unternehmung, 4. Auflage, Wiesbaden 2001.

Porter, M. (1985): Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance, New York 1985.

Probst, G. J. B., Rüling, C.-C. (1999): Joint Ventures und Joint Venture-Management, in: Internationale Joint Ventures: Management, Besteuerung, Vertragsgestaltung, Schaumburg, H. (Hrsg.), 1. Auflage, Stuttgart 1999, S.1-35.

Qian, G. (2002): Multinationality, product diversification, and profitability of emerging US-small- and medium-sized firms, in: Journal of Business Venturing, 17 (6), 2002, S. 611-633.

Qian, G., Li, J. (2002): Multinationality, global market diversification and profitability among the largest US firms, in: Journal Business Research, 55, 2002, S. 325-335.

Rappaport, A. (1986): Creating shareholder value, the new standard for business performance, New York u.a. 1986.

Reuber, A. R., Fischer, E. (1997): The influence of the managements team's international experience of the internationalization behaviours of SMEs, in: Journal of International Business Studies, 28 (4), 1997, S. 807-825.

Reuber, A. R., Fischer, E. (2002): Foreign sales and small firm growth: The moderating role of the management team, in: Entrepreneurship Theory & Practice, Fall, 2002, S. 29-45.

Rugman, A. M. (1976): Risk reducing by international diversification, in: Journal of International Business Studies, 7 (2), 1976, S.75-80.

Rugman, A. M., Hodgetts, R. M. (1995): International business: A strategic management approach, New York u.a. 1995.

Rugman, A. M., Lecraw, D. J., Booth, L. D. (1987): International business: Firm and environment, Singapore 1987.

Sadtler, D. (1995): Pitfalls of geographic expansion, in: Long Range Planning, 28 (4), 1995, S. 109-110.

Sambharya, R. B. (1995): The combined effect of international diversification and product diversification strategies on the performance of U.S.-based multinational corporations, 35 (3), 1995, S. 197-218.

Sanders, WM. G., Carpenter, M. A. (1998): Internationalization and firm governance: The roles of CEO compensation, top team composition, and board structure, in: Academy of Management Journal, 41 (2), 1998, S. 158-178.

Schmidt, R. (1989): Internationalisierungsgrad, in: Macharzina, K., Welge, M. K. (Hrsg.): Handwörterbuch Export und internationale Unternehmung, Stuttgart 1989, S. 965-973.

Schmidt, F. L., Hunter, J. E., Raju, N. S. (1988): Validity generalization and situational specificity: A second look at the 75% rule and Fisher's z transformation, in: Journal of Applied Psychology, 73 (4), 1988, S. 665-672.

Schneider, D. (1994): Betriebswirtschaftslehre – Band 2: Rechnungswesen, München, Wien 1994.

Schuele, F. M. (1992): Diversifikation und Unternehmenserfolg: Eine Analyse empirischer Forschungsergebnisse, Wiesbaden 1992.

Schwenk, C. R., Shrader, C. B. (1993): Effects of formal strategic planning on financial performance in small firms: A meta-analysis, in: Entrepreneurship Theory & Practice, Spring 1993, S. 53- 64.

Scott, K. D., Taylor, G. S. (1985): An examination of conflicting findings on the relationship between job satisfaction and absenteeism: A meta-analysis, in: Academy of Management Journal, 28 (3), 1985, S. 599-612.

Staehele, W. H. (1999): Management: Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive, 8. Auflage, München 1999.

Steiner, M., Bruns, C. (2000): Wertpapiermanagement, 7. Auflage, Stuttgart 2000.

Stewart, G. B. (1991): The quest for value: The EVA management guide, New York 1991.

Sullivan, D. (1994): Measuring the degree of internationalization of a firm, in: Journal of International Business Studies, 25 (2), 1994, S. 323-342.

Tallmann, S., Li, J. (1996): Effects of international diversity and product diversity on the performance of multinational firms, in: Academy of Management Journal, 39 (1), 1996, S. 179-196.

Wagner III, J. A., Gooding, R. Z. (1987): Shared influence and organizational behaviour: A meta-analysis of situational variables expected to moderate participation-outcome relationships, in: Academy of Management Journal, 30 (3), 1987, S. 524-541.

Wan, W. P., Hoskisson, R. E. (2003): Home country environments, corporate diversification strategies, and firm performance, in: *Academy of Management Journal*, 46 (1), 2003, S. 27-45.

Weinzimmer, L. G., Nystrom, P. C., Freeman, S. J. (1998): Measuring organizational growth: Issues, consequences and guidelines, in: *Journal of Management*, 24 (2), 1998, S. 235-262.

Westhead, P., Wright, M., Ucbasaran, D. (2001): The internationalization of new and small firms, in: *Journal of Business Venturing*, 16 (4), 2001, S. 333-358.

White, K. R. (1982): The relation between socioeconomic status and academic achievement, in: *Psychological Bulletin*, 91, 1982, S. 461-482.

Whitener, E. M. (1990): Confusion of confidence intervals and credibility intervals in meta-analysis, in: *Journal of Applied Psychology*, 75 (3), 1990, S. 315-321.

Wiedersheim-Paul, F., Olson, H. C., Welch, L. S. (1978): Pre-export activity: The first step in internationalization, in: *Journal of International Business Studies*, 9 (1), 1978, S. 47-58.

Wilkens, M., Scholz, H. (1999a): Systematik grundlegender Performancemaße, in: *Finanz Betrieb*, 9, 1999, S. 250-254.

Wilkens, M., Scholz, H. (1999b): Von der Treynor-Ratio zur Market Risk-Adjusted-Performance, in: *Finanz Betrieb*, 10, 1999, S. 308-315.

Winkelmann, T. (1997): Internationalisierung mittelständischer Zuliefererunternehmen, Wiesbaden 1997.

Zahra, S. A., Garvis, D. M. (2000): International corporate entrepreneurship and firm performance: The moderating effect of international environmental hostility, in: Journal of Business Venturing, 15 (5/6), 2000, S. 469-492.

Zahra, S. A., Ireland, R. D., Hitt, M. A. (2000): International expansion by new venture firms: International diversity, mode of market entry, technological learning and performance, in: Academy of Management Journal, 43 (5), 2000, S. 925-950.

Zahra, S. A., Neubaum, D. O., El-Hagrassey, G. M. (2002): Competitive analysis and new venture performance: Understanding the impact of strategic uncertainty and venture origin, in: Entrepreneurship Theory & Practice, Fall 2002, S. 1-28.

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere, daß ich die beiliegende Diplomarbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt und die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe. Die Arbeit hat in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegen.

Gießen, den 20.Mai.2003

