



Deutschland als Standort ausländischer Unternehmen

Dissertation von Sandra Harms

Universität Lüneburg

14.10.2005

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	III
Tabellenverzeichnis	IV
1 Einleitung	1
2 Theoretische Grundlagen zur internationalen Standortwahl	3
2.1 Ziele der Internationalisierung und Basisstrategien des internationalen Markteintritts	3
2.2 Ansätze zur Erklärung von Direktinvestitionen als Grundlage internationaler Standortentscheidungen	12
2.2.1 Monopolistische Theorie (Hymer / Kindleberger).....	12
2.2.2 Theorie der Internalisierung (Buckley / Casson)	16
2.2.3 Eklettische Theorie (Dunning)	19
2.3 Die Standortentscheidung als organisationaler Prozess	24
2.3.1 Der unternehmerische Auswahlprozess zur Bestimmung des „optimalen“ Standorts.....	24
2.3.2 Standortbezogenes Informationsmanagement	29
2.3.2.1 Informationsbeschaffung	29
2.3.2.2 Standortbewertungsverfahren.....	36
2.3.3 Akteure der Standortwahl und verhaltenstheoretische Einflussfaktoren.....	38
3 Determinanten der räumlich-geographischen Standortwahl.....	43
3.1 Klassifizierung der Kriterien	43
3.2 Nationale Bestimmungsgründe zur Vorauswahl von Standortsuchräumen.....	51
3.2.1 Politische Rahmenbedingungen	51
3.2.2 Rechtliche Rahmenbedingungen.....	56
3.2.3 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen.....	58
3.2.4 Sozio-kulturelle Rahmenbedingungen.....	62
3.3 Regionale Bestimmungsgründe zur Standortwahl	66
3.3.1 Geographische Lage	66
3.3.2 Absatz- und Beschaffungsmarkt	68
3.3.3 Arbeitsmarkt.....	73
3.3.4 Infrastruktur.....	76
3.3.5 Öffentliche Anreize	80
3.3.6 Weiche Faktoren.....	82

4	Gegenwärtiger Stand der Forschung zur räumlichen Konzentration ausländischer Unternehmen	86
5	Empirische Studie zu den Einflussfaktoren bei der Bildung regionaler Ansiedlungsschwerpunkte ausländischer Unternehmen in Deutschland.....	99
5.1	Räumliche Konzentrationen ausländischer Unternehmen in Deutschland	99
5.1.1	Datenbasis und methodische Vorgehensweise der Selektion	99
5.1.2	Ergebnisse der Auswertung	104
5.2	Methodisches Konzept zur Bestimmung maßgeblicher Einflussfaktoren auf die Standortwahl ausländischer Unternehmen in Deutschland	113
5.3	Aufbau des Indikatorensystems zur Kalibrierung der Schätzungen	118
5.4	Durchführung und Ergebnisse der Regressionsanalyse	128
6	Schlussbetrachtung	154
	Anhang	157
	Quellenverzeichnis	182

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einflussfaktoren für die Vornahme von Direktinvestitionen, gruppiert nach den drei Vorteilsarten der eklektischen Theorie (nach Angaben von Dunning, Übersetzung nach Heiduk)	21
Abbildung 2: Typischer Ablauf eines Auswahlprozesses zur internationalen Standortwahl (eigene Darstellung)	25
Abbildung 3: Quellen der Informationsbeschaffung (eigene Darstellung)	35
Abbildung 4: Akteure der Standortwahl (eigene Darstellung)	40
Abbildung 5: Klassifizierung von nationalen und regionalen Determinanten der räumlich-geographischen Standortwahl (eigene Darstellung)	51
Abbildung 6: Entwicklung des Unternehmensbestands mit ausländischer Kapitalbeteiligung in Deutschland von 1993 bis 2001 (eigene Darstellung)	104
Abbildung 7: Regionale Ansiedlungsschwerpunkte ausländischer Unternehmen in Deutschland (Karte erstellt mit RegioGraph/Kartengrundlage: GfK MACON AG)	107
Abbildung 8: Räumliche Konzentrationsmuster niederländischer Unternehmen in Deutschland (Karte erstellt mit RegioGraph/Kartengrundlage: GfK MACON AG)	108
Abbildung 9: Räumliche Konzentrationsmuster US-amerikanischer Unternehmen in Deutschland (Karte erstellt mit RegioGraph/Kartengrundlage: GfK MACON AG)	109
Abbildung 10: Räumliche Konzentrationsmuster Schweizer Unternehmen in Deutschland (Karte erstellt mit RegioGraph/Kartengrundlage: GfK MACON AG)	110
Abbildung 11: Räumliche Konzentrationsmuster französischer Unternehmen in Deutschland (Karte erstellt mit RegioGraph/Kartengrundlage: GfK MACON AG)	111
Abbildung 12: Räumliche Konzentrationsmuster britischer Unternehmen in Deutschland (Karte erstellt mit RegioGraph/Kartengrundlage: GfK MACON AG)	112
Abbildung 13: Aufbau des Indikatorensystems zur Untersuchung maßgeblicher Einflussfaktoren auf die Standortwahl ausländischer Unternehmen in Deutschland	119

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Einfluss von Vorteilsarten auf die Form der Auslandsmarktbearbeitung (nach Angaben von Dunning).....	22
Tabelle 2:	Methoden der Informationsbeschaffung bei der internationalen Standortwahl mit wesentlichen Vor- und Nachteilen (eigene Darstellung).....	31
Tabelle 3:	Internationale Standortfaktoren nach Volkholz	47
Tabelle 4:	Internationale Standortfaktoren nach Wellems	48
Tabelle 5:	Internationale Standortfaktoren nach UNCTAD (eigene Darstellung).....	50
Tabelle 6:	Studien der ersten Forschungsphase subnationaler Standortmuster (1/2)	89
Tabelle 7:	Studien der ersten Forschungsphase subnationaler Standortmuster (2/2)	90
Tabelle 8:	Übersicht grundlegender Forschungsergebnisse über die Determinanten räumlicher Konzentrationsmuster ausländischer Unternehmen	91
Tabelle 9:	Studien der zweiten Forschungsphase subnationaler Standortmuster (1/2)	97
Tabelle 10:	Studien der zweiten Forschungsphase subnationaler Standortmuster (2/2)	98
Tabelle 11:	Voraussetzungen für die Meldepflicht von inländischen Unternehmen über das Vermögen Gebietsfremder im Wirtschaftsgebiet.....	100
Tabelle 12:	Abhängige Variablen der empirischen Schätzung	117
Tabelle 13:	Einzelindikatoren zur Kalibrierung der geographischen Lage.....	120
Tabelle 14:	Einzelindikatoren zur Kalibrierung des Absatz- und Beschaffungsmarktes	122
Tabelle 15:	Einzelindikatoren zur Kalibrierung des Arbeitsmarktes.....	124
Tabelle 16:	Einzelindikatoren zur Kalibrierung der Infrastruktur.....	125
Tabelle 17:	Einzelindikator zur Kalibrierung der öffentlichen Anreize	126
Tabelle 18:	Einzelindikatoren zur Kalibrierung der weichen Faktoren.....	127
Tabelle 19:	Berücksichtigte Variablen im Modell 1 (Datensatz 1)	132

Tabelle 20:	Berücksichtigte Variablen im Modell 2 (Datensatz 1)	133
Tabelle 21:	Berücksichtigte Variablen im Modell 3 (Datensatz 1)	133
Tabelle 22:	Regressionsergebnisse für ausländische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 1, Hürden-Zählmodell).....	136
Tabelle 23:	Überblick über Regressionsergebnisse (Datenbasis: Datensatz 1, Hürden-Zählmodell).....	141
Tabelle 24:	Überblick über Regressionsergebnisse (Datenbasis: Datensatz 1, Tobit-Modell).....	143
Tabelle 25:	Korrelation zwischen ungewichteten und gewichteten Daten	144
Tabelle 26:	Berücksichtigte Variablen im Modell 1 (Datensatz 2)	146
Tabelle 27:	Berücksichtigte Variablen im Modell 2 (Datensatz 2)	146
Tabelle 28:	Berücksichtigte Variablen im Modell 3 (Datensatz 2)	147
Tabelle 29:	Berücksichtigte Variablen im Modell 4 (Datensatz 2)	147
Tabelle 30:	Regressionsergebnisse für ausländische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 2, Hürden-Zählmodell).....	149
Tabelle 31:	Überblick über Regressionsergebnisse (Datenbasis: Datensatz 2, Hürden-Zählmodell).....	150
Tabelle 32:	Überblick über Regressionsergebnisse (Datenbasis: Datensatz 2, Tobit-Modell).....	153
Tabelle 33:	Regressionsergebnisse für niederländische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 1, Hürden-Zählmodell).....	160
Tabelle 34:	Regressionsergebnisse für US-amerikanische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 1, Hürden-Zählmodell).....	161
Tabelle 35:	Regressionsergebnisse für französische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 1, Hürden-Zählmodell).....	162
Tabelle 36:	Regressionsergebnisse für schweizer Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 1, Hürden-Zählmodell).....	163
Tabelle 37:	Regressionsergebnisse für britische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 1, Hürden-Zählmodell).....	164
Tabelle 38:	Regressionsergebnisse für ausländische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 1, Tobit-Modell).....	165
Tabelle 39:	Regressionsergebnisse für niederländische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 1, Tobit-Modell).....	166

Tabelle 40:	Regressionsergebnisse für US-amerikanische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 1, Tobit-Modell).....	167
Tabelle 41:	Regressionsergebnisse für französische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 1, Tobit-Modell).....	168
Tabelle 42:	Regressionsergebnisse für schweizer Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 1, Tobit-Modell).....	169
Tabelle 43:	Regressionsergebnisse für britische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 1, Tobit-Modell).....	170
Tabelle 44:	Regressionsergebnisse für niederländische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 2, Hürden-Zähldatenmodell).....	171
Tabelle 45:	Regressionsergebnisse für US-amerikanische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 2, Hürden-Zähldatenmodell).....	172
Tabelle 46:	Regressionsergebnisse für französische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 2, Hürden-Zähldatenmodell).....	173
Tabelle 47:	Regressionsergebnisse für schweizer Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 2, Hürden-Zähldatenmodell).....	174
Tabelle 48:	Regressionsergebnisse für britische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 2, Hürden-Zähldatenmodell).....	175
Tabelle 49:	Regressionsergebnisse für ausländische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 2, Tobit-Modell).....	176
Tabelle 50:	Regressionsergebnisse für niederländische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 2, Tobit-Modell).....	177
Tabelle 51:	Regressionsergebnisse für US-amerikanische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 2, Tobit-Modell).....	178
Tabelle 52:	Regressionsergebnisse für französische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 2, Tobit-Modell).....	179
Tabelle 53:	Regressionsergebnisse für schweizer Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 2, Tobit-Modell).....	180
Tabelle 54:	Regressionsergebnisse für britische Firmengründungen (Datenbasis: Datensatz 2, Tobit-Modell).....	181

1 Einleitung

Die Globalisierung der Wirtschaft hat die Welt verändert. Der weitgehend freie Fluss von Waren, Kapital und Informationen erhöht die Mobilität von Unternehmen und setzt Produktions- und Handelsstandorte im internationalen Standortwettbewerb einem wachsenden Konkurrenzdruck aus.

Die Entscheidung eines Unternehmens, sich an einem ausländischen Standort niederzulassen, führt in der Regel zu langfristigen Investitionen und wird vom jeweils herrschenden wirtschaftspolitischen Umfeld beeinflusst. Sie prägt die ökonomische Entwicklung von Standorten auf internationaler, nationaler und regionaler Ebene, denn zwischen den Standorten kann es sowohl „Globalisierungsgewinner“ als auch „-verlierer“ geben. Die Bundesrepublik Deutschland konkurriert in dieser Hinsicht mit ausländischen Standorten im Werben um international mobile Unternehmen, wobei die öffentliche Verwaltung direkt oder indirekt einen Einfluss auf Standortbedingungen und somit auch auf unternehmerische Standortentscheidungsprozesse ausüben kann.

Ziel dieser Arbeit ist es, Ansiedlungsentscheidungen ausländischer Firmen zu erklären und die räumlich-geographische Verteilung ausländischer Unternehmen in Deutschland zu analysieren.

Zur Erklärung ausländischer Unternehmensansiedlungen sollen zunächst theoretische Grundlagen zur internationalen Standortwahl erörtert werden. Die thematische Einführung soll zeigen aus welchen Überlegungen heraus Unternehmen nach einer Aufnahme von Geschäftstätigkeiten im Ausland streben und welche Strategien ihnen grundsätzlich für einen internationalen Markteintritt zur Verfügung stehen.

Da internationalen Standortentscheidungen immer auch Entscheidungen über Direktinvestitionen zugrunde liegen, sollen im Anschluss Ansätze zur Erklärung von Direktinvestitionen dargestellt werden. Grundsätzlich existiert eine Vielzahl von Erklärungsansätzen, die sich entweder auf länder- oder auf firmenspezifischer Ebene mit der Frage beschäftigen, warum Unternehmen Direktinvestitionen

vornehmen. Das Interesse dieser Arbeit gilt den wichtigsten firmenspezifischen Theorien der Direktinvestition, die sich dem Investitionsverhalten des einzelnen Unternehmens und der jeweiligen Auslandsmarktsituation widmen, denn die Entscheidung zur Vornahme einer Direktinvestition wird letztlich auf Unternehmensebene getroffen.

Einen weiteren Beitrag zur Erklärung ausländischer Firmenansiedlungen soll eine Darstellung der hohen Anforderungen leisten, welche der komplexe Prozess der Standortwahl an die Informationsbeschaffung und –verarbeitung innerhalb eines Unternehmens stellt.

Um zu zeigen welche Bestimmungsfaktoren für die räumlich-geographische Standortwahl von Unternehmen eine Rolle spielen, sollen anschließend die in der Literatur bekannten Standortfaktoren diskutiert werden. Die traditionelle Standorttheorie, welche die Determinanten der intranationalen Standortwahl erklärt, wird dabei um Aspekte internationaler Standortentscheidungen ergänzt.

Zur Analyse räumlich-geographischer Ansiedlungsschwerpunkte ausländischer Unternehmen in Deutschland soll es zunächst einen Überblick über den gegenwärtigen Stand der Forschung zur Erklärung subnationaler ausländischer Unternehmenscluster geben. Die Forschungsergebnisse der Studien lassen Rückschlüsse auf die Wirkung einzelner Standortfaktoren zu und decken somit auf, welche Variablen räumliche Konzentrationen ausländischer Unternehmen determinieren.

Im Anschluss daran sollen im Rahmen einer eigenen empirischen Studie Einflussfaktoren bei der Bildung regionaler Ansiedlungsschwerpunkte ausländischer Unternehmen in Deutschland untersucht werden. Auf Basis von Direktinvestitionsbestandsmeldungen der Deutschen Bundesbank wird die räumlich-geographische Verteilung ausländischer Firmen in Deutschland ermittelt. Darauf aufbauend soll die Wirkung regionaler Standortfaktoren auf die Ansiedlung ausländischer Unternehmen unter Anwendung von geeigneten Regressionsmodellen analysiert werden.

2 Theoretische Grundlagen zur internationalen Standortwahl

2.1 Ziele der Internationalisierung und Basisstrategien des internationalen Markteintritts

Der Begriff der Internationalisierung wird in der wissenschaftlichen Literatur nicht einheitlich verwendet. Einigkeit besteht jedoch darin, dass unter der Internationalisierung eines Unternehmens dessen wirtschaftliche Betätigung über die Staatsgrenzen seines Heimatlandes hinaus verstanden wird.¹ Als Heimatland wird dabei im Allgemeinen das Land bezeichnet, in dem das Unternehmen seinen Ursprung oder sein Hauptquartier hat.

Unternehmen tätigen grenzüberschreitende Aktivitäten nicht zum Selbstzweck, sondern sie verfolgen damit bestimmte Ziele.² Ziele sind definiert als „...Zustände, die aufgrund von unternehmerischen Maßnahmen in der Zukunft erreicht werden sollen“³. Dem unternehmerischen Handeln liegt dabei nicht nur ein einziges Ziel, sondern ein Bündel von mehreren Zielen zugrunde, welches das Zielsystem des Unternehmens bildet.

Die Zielsysteme international tätiger Firmen unterscheiden sich nicht wesentlich von denen rein national agierender Unternehmen. Ausgelöst wird die Internationalisierung häufig allein durch die Tatsache, dass Unternehmen ihre Ziele in der bisherigen Umwelt nicht mehr verwirklichen können. Eine geographische Streuung von Unternehmensaktivitäten kann dabei zur Zielerreichung des Unternehmens beitragen - sie muss es aber nicht zwangsläufig. Unternehmen müssen sich deshalb in regelmäßigen Abständen die Frage stellen, ob bereits bestehende Internationalisierungsprozesse verstärkt oder neue begründet

¹ Diese Definition umfasst zunächst alle Formen der Internationalisierung. Nach Auffassung einiger Autoren kann von Internationalisierung im vollen Wortsinn jedoch nur dann gesprochen werden, wenn sich ein Unternehmen mit Investitionen zur Leistungserstellung im Auslandsmarkt integriert.

vgl. hierzu Müller (1996), S. 4-6; Pausenberger (1994 a), S. 11; Pausenberger (1994 b), S. 51 und Schulte-Mattler (1988), S. 22

² vgl. Zelgert (1993), S. 121

³ Belew (2000), S. 37

werden sollen. Zu berücksichtigen ist in diesem Zusammenhang auch, dass sich Unternehmensziele im Zeitablauf ändern können.⁴

Die in der Literatur genannten Unternehmensziele können in drei Zielgruppen kategorisiert werden: Gewinn, Wachstum und Sicherheit.

Das Ziel der Gewinnmaximierung nimmt in Wirtschaftsunternehmen eine bedeutende Rolle ein und wird in der Literatur als langfristiges Hauptziel angesehen, da der Gewinn langfristig den Bestand des Unternehmens sichert und die Realisierung von Unternehmenswachstum erst möglich macht. Die dominante Rolle des monetären Ziels ist insbesondere auch durch die hohe Anzahl von Kapitalunternehmen geprägt, bei denen Kapitaleigentum und Unternehmensleitung auf unterschiedliche Personenkreise verteilt sind.⁵ Gewinnrückgänge und vor allem Verluste führen zu keiner oder einer nur branchenunterdurchschnittlichen Dividendenausschüttung – die Situation wird vom Markt und von den Anteilseignern als tendenziell bestandsgefährdend wahrgenommen und die der Unternehmensleitung zugehörigen Mitarbeiter werden schnell als ungeeignet für die ihnen zugeordneten Positionen und Aufgaben angesehen. Sie laufen folglich leichter in Gefahr, ihren Arbeitsplatz und damit ihre Existenzgrundlage zu verlieren und messen dem Gewinnziel des Unternehmens eine dementsprechend hohe Relevanz bei.

Das Wachstumsziel von Unternehmen bezieht sich in erster Linie auf Markterweiterung, Gewinn und Rentabilität.⁶ Ein offensives Wachstumsstreben auf Auslandsmärkten wird insbesondere dann ins Kalkül einbezogen, wenn Unternehmen wegen der weltweit zunehmenden Internationalisierung der Märkte und der damit verbundenen Verschärfung des Wettbewerbs verstärkt auf die Steigerung des bisherigen Absatzes und die Gewinnung neuer Märkte angewiesen sind.

⁴ vgl. Schmid (2002), S. 4 + S. 24; Zinser (1994), S. 137 und Heinen (1982), S. 48

⁵ vgl. Belew (2000), S. 41

⁶ vgl. Bauerschmitz (1996), S. 33 und Pott (1983), S. 23

Ein Gewinnzuwachs kann im Unternehmen über eine steigende Rentabilität oder durch eine Umsatzausweitung erzielt werden. Letzteres kann in Grenzen sogar eine sinkende Umsatzrentabilität überkompensieren. Das Gewinnwachstum ist demnach eng an ein entsprechendes Umsatzwachstum gebunden. Durch Internationalisierung ist es dem Unternehmen möglich, sein Wachstumsziel auf unterschiedliche Weise zu verfolgen.⁷ So kann es durch die Ausnutzung komparativer Faktorkostenvorteile im Ausland beispielsweise einen Rentabilitätszuwachs erzielen und durch die Initiierung von Auslandsaktivitäten gegebenenfalls zusätzlichen Absatz verzeichnen.

Dauerhafte Gewinn- und Wachstumsziele können aber nur dann erreicht werden, wenn der langfristige Bestand des Unternehmens gesichert ist. Sicherheitsorientierte Ziele der Unternehmen entstehen durch den heimischen Marktkampf mit Wettbewerbern, der zu sinkenden Marktanteilen führen kann und als Ausgleich einen Eintritt in neue Auslandsmärkte erfordert. Darüber hinaus unterliegen Unternehmen, die ausschließlich auf dem Heimatmarkt tätig sind und ein eingeschränktes Produktprogramm anbieten, dem Risiko konjunktureller oder saisonaler Schwankungen. Diese können einen erheblichen Einfluss auf den Unternehmenserfolg ausüben. Durch die räumliche Diversifikation im Rahmen der Internationalisierung kann ein Unternehmen das Geschäftsrisiko senken und möglicherweise einen gleichmäßigeren Gewinnstrom erreichen, da sich Absatz- und Beschaffungsmärkte international oft unterschiedlich entwickeln und Variabilitäten länderübergreifend ausgeglichen werden.⁸

Dennoch ist eine grenzüberschreitende Geschäftstätigkeit stets mit Risiken verbunden, die nicht nur aus unternehmensinternen Faktoren resultieren. Weitaus stärker als in einem rein nationalen Umfeld sind Unternehmen zahlreichen Umweltbedingungen ausgesetzt, die nur teilweise vorhersehbar sind und von den Unternehmen beeinflusst werden können. Die Unternehmen müssen jedoch in den von ihnen selbst und der Umwelt gesetzten Grenzen handeln. Die Möglichkeit der

⁷ vgl. Belew (2000), S. 40 f. und Heinen (1982), S. 156

⁸ vgl. Müller (1996), S. 16 und Pott (1983), S. 16

Zielerreichung hängt für die Unternehmen somit neben den firmeninternen Rahmenbedingungen auch von den exogenen Umweltgegebenheiten ab.

Im Allgemeinen unterscheidet die Literatur zur Auslandsmarktbearbeitung zwischen den drei Basisstrategien Export, Lizenzvergabe und Direktinvestition.⁹

Die Exportstrategie ist die älteste und traditionellste Markteintrittsstrategie überhaupt. Waren und Dienstleistungen werden im Heimatland produziert und in das Ausland ausgeführt. Das Unternehmen kann sich dabei inländischer Absatzmittler bedienen, welche die mit dem Auslandsgeschäft verbundenen Kosten und Risiken tragen. Dieser „indirekte Export“ weist formal betrachtet keinen Unterschied zum Inlandsgeschäft auf. Alternativ kann das Unternehmen in Eigenregie direkt mit ausländischen Endverbrauchern oder Händlern in Kontakt treten und alle Kosten und Risiken selbst tragen („direkter Export“).¹⁰

Für einige Unternehmen ist der Export eine reine Nebenaktivität, die aus Anfragen von Absatzmittlern oder ausländischen Kunden entstanden ist und keiner weiteren systematischen Steuerung unterworfen ist. Diese Einstellung ist heute jedoch eher die Ausnahme.¹¹ Durch weltweit steigende Kosten für Forschung und Entwicklung werden Unternehmen geradezu dazu gezwungen, ihre Produkte länderübergreifend zu vermarkten, um mit einem möglichst hohen Absatzvolumen über Fixkostendegression und Erfahrungskurveneffekte ihre Stückkosten senken zu können. Eine zeitversetzte Produkteinführung im Ausland führt in der Regel zu einer Verlängerung des Produktlebenszyklus. Die daraus resultierenden Erlössteigerungen machen Innovationen und den Einsatz moderner Technologien oft überhaupt erst lohnenswert. Für eine systematische Einbeziehung des Exports spricht auch, dass der Erfolg auf Auslandsmärkten als Image-Gewinn im lokalen Markt genutzt werden kann.¹²

⁹ vgl. Pausenberger (1994 a), S. 26-27

¹⁰ vgl. Schmid (1996), S. 13 und Glaum (1996), S. 22

¹¹ vgl. Sell (1998), S. 51

¹² vgl. Pausenberger (1994 a), S. 3

Exportaktivitäten sind allerdings auch Grenzen gesetzt. Nicht transportable und transportkosten- bzw. transportzeitempfindliche Güter schließen den Export als Markteintrittsstrategie gegebenenfalls ex ante aus. In diesen Fällen muss das Unternehmen entweder auf das Potential des Auslandsmarktes verzichten oder sich für eine alternativ umsetzbare Markteintrittsstrategie entscheiden. Auch tarifäre und nicht-tarifäre Handelshemmnisse können grenzüberschreitende Transaktionen verhindern, einschränken oder mit zusätzlichen Kosten belasten. Die Exportaktivitäten sind darüber hinaus in hohem Maße von Wechselkursschwankungen abhängig und die räumliche Distanz zwischen dem heimischen und dem Exportmarkt erschwert die Identifikation von Nachfragepräferenzen und eine entsprechende Produktpassung.¹³

Die Lizenzvergabe als internationale Markteintrittsstrategie umfasst vertragliche Abkommen, die einen Lizenznehmer gegen Zahlung einer Gebühr zur Verwertung von Vermögenswerten wie Patenten, Marken, Urheberrechten oder Know-How berechtigen.¹⁴ Die mit der Marktbearbeitung verbundenen Risiken und Kosten sind dabei durch den Lizenznehmer zu tragen. Lizenzabkommen bieten Unternehmen die Möglichkeit der Auslandsmarkterschließung, wenn ein Export unmöglich oder nur unter erschwerten Bedingungen durchgeführt werden kann und die Vornahme einer Auslandsinvestition nicht zur Disposition steht. Investitionen in Forschung und Entwicklung können somit bei geringem Investitions- und Marktrisiko und bei Vorliegen eigener Kapazitätsengpässe ausgenutzt werden. Aus dem Lizenzvertrag fließen zudem sofortige Erträge an das Unternehmen zurück.

Nachteilig ist jedoch, dass die Entscheidung des Unternehmens zugunsten der Lizenzvergabe gleichzeitig den Verzicht auf eigene Renditemaximierung bedingt¹⁵: Das Unternehmen begibt sich in die Gefahr einen zukünftigen Wettbewerber aufzubauen, der im Rahmen des Lizenzabkommens die Gewinnmarge weitestgehend selbst abschöpft. Gleichzeitig fallen hohe Transaktionskosten für Vertragsabschluss, -überwachung und -anpassung an, die

¹³ vgl. Pausenberger (1994 a), S. 4 f. und Heinen (1982), S. 84

¹⁴ vgl. Belew (2000), S. 178; Schmid (1996), S. 13 und Glaum (1996), S. 23

¹⁵ vgl. Belew (2000), S. 179-180; Klodt (1996), S. 9 und Pausenberger (1994 a), S. 7

aus dem unvollkommenen Markt für immaterielle Vermögenswerte resultieren und die Vergabe von Lizenzen letztlich schwerpunktmäßig nur für eine konzerninterne Verwertung attraktiv machen.

Die nachhaltigste Internationalisierungsstrategie ist die Auslandsmarktbearbeitung unter Vornahme von Direktinvestitionen. Unter diesen Begriff fallen Kapitalanlagen im Ausland, die in der Absicht vorgenommen werden, einen erheblichen Einfluss auf die Geschäftstätigkeit des Investitionsobjektes auszuüben. Ab welchem Beteiligungsanteil dem investierenden Unternehmen eine Einflussnahme ermöglicht wird, ist theoretisch schwer zu bestimmen. Denkbar sind Minder- und Mehrheitsbeteiligungen sowie die Bildung von Joint Ventures oder rechtlich selbständiger Tochterunternehmen. Im Vordergrund steht hierbei der unternehmerische Gestaltungswille. Investitionen, die nach reinen Renditeüberlegungen getroffen werden (Portfolioinvestitionen), sind dementsprechend von den Direktinvestitionen abzugrenzen, da mit ihnen keine unmittelbare Einflussnahme oder Kontrolle auf die Geschäftspolitik im Auslandsmarkt verbunden ist.¹⁶

Direktinvestitionen sind dauerhafter Art und führen neben dem Kapitaltransfer oft auch zu einem Transfer von Technologie und Know-How. Sie können horizontal (auf gleicher Produktionsstufe), vertikal (über vorangehende oder nachfolgende Produktionsstufen) oder diagonal (zwischen verschiedenen, voneinander unabhängigen Produktionsstufen) vorgenommen werden¹⁷.

Für die Vornahme von Direktinvestitionen sind aus Sicht des investierenden Unternehmens unterschiedliche Motive bestimmend. Da in der Regel jedoch nicht ein einziges Motiv allein, sondern ein Bündel von Motiven zu einer Direktinvestition führt¹⁸, können diese zu den vier folgenden Kategorien zusammengefasst werden:

¹⁶ vgl. Dawar (1999), S. 18-19; Jost (1999), S. 130; Sell (1998), S. 21; Zinser (1994), S. 137; Schulte-Mattler (1988), S. 1-2; Braun (1988), S. 7 und Jahrreiß (1984), S. 25-26

¹⁷ vgl. Huege (1999), S. 20 und Schulte-Mattler (1988), S. 10

¹⁸ vgl. Bauerschmitz (1996), S. 35 und Zelgert (1993), S. 121

- **Markt- und absatzorientierte Motive** beziehen sich auf die Erschließung oder Sicherung von Auslandsmärkten und haben dementsprechend offensiven oder defensiven Charakter. Sie erwachsen aus dem Wachstums- und Sicherheitsziel des Unternehmens und sind für eine Auslandsinvestition oftmals von dominanter Bedeutung.¹⁹
- **Beschaffungsorientierte Motive** zielen in erster Linie auf eine kostengünstige Sicherstellung der Rohstoffversorgung ab, um Engpässe in der Produktionsgüterversorgung zu vermeiden. Dieser Sicherungsgedanke findet beispielsweise Ausdruck in der Kapitalbeteiligung bei ausländischen Einkaufsstellen oder Organisationen zur Rohstoffförderung.²⁰ Auch die Verlagerung von Produktionsstufen in die Nähe von Rohstoffvorkommen dient der Ressourcenabsicherung, da dieser Schritt von vielen Ländern als Grundvoraussetzung für den Rohstoffexport verlangt wird.
- **Kosten- und ertragsorientierte Motive** umfassen die Ausnutzung von Investitionserleichterungen und komparativen Faktorkostenvorteilen. Investitionsanreize allein sind dabei eher als nebensächliches Motiv für Auslandsinvestitionen zu bewerten, aber die Wahrnehmung relativer Lohnkostenunterschiede kann insbesondere in arbeitsintensiven Branchen zu deutlich niedrigeren Kosten führen. Im Vergleich zu den anderen zwei Motivgruppen sind kosten- und ertragsorientierte Motive jedoch von untergeordneter Bedeutung.²¹ Ein Grund hierfür liegt in der Tatsache, dass im Ausland über den Lohnkostenvorteil hinaus ein mit dem Heimatland identischer Produktivitätsgrad vorliegen muss. Anderenfalls werden die niedrigen Arbeitskosten durch eine niedrigere Arbeitsproduktivität kompensiert.²² Direktinvestitionen aus Kosten- und Ertragsmotiven

¹⁹ vgl. Heinrich (2002), S. 250; Jaeger (2001), S. 23; Goette (1994), S. 85; Beyfuß (1992), S. 33 und Knödgen (1982), S. 133

²⁰ vgl. Belew (2000), S. 42 f.; Jahrreiß (1984), S. 34 und Heinen (1982), S. 86

²¹ vgl. Heinrich (2002), S. 250; Wellems (1992), S. 104; Jahrreiß (1984), S. 126 und Heinen (1982), S. 94

²² vgl. Balderjahn (1999), S. 23

machen deshalb nur dann Sinn, wenn Vorteile in der Gesamtproduktivität erzielt werden können.

- Zu den **umweltpolitischen Motiven** zählen beispielsweise restriktive und kostspielige Umweltauflagen in den Heimatländern der Unternehmen, die insbesondere in „umweltintensiven“ Branchen (wie zum Beispiel Chemie, Pharmazeutik, Papier, Mineralöl und Stahl) dazu führen, dass Direktinvestitionen in Ländern mit weniger strengen Umweltschutzauflagen vorgenommen werden. Im Vergleich zu den anderen Motivgruppen ist das Bestreben zur Umgehung von Auflagen allerdings von untergeordneter Bedeutung.²³

Im Vergleich zum Export haben Direktinvestitionen den Vorteil, dass Handelsbarrieren umgangen und relative Faktorkostenunterschiede genutzt werden können. Die Leistungserstellung vor Ort erlaubt so genannte „Fühlungsvorteile“: Kundenpräferenzen werden leichter wahrgenommen und führen zu einer schnelleren Produktpassung. Durch den Wegfall von auftretenden Zusatzkosten (z.B. für Transport, Zölle und Exportmarketing) können teilweise Kostenersparnisse realisiert werden. Verglichen mit der Alternative der Lizenzvergabe gewährt die Vornahme von Direktinvestitionen in erster Linie eine Einhaltung von Qualitätsstandards und die unternehmensinterne Renditeabschöpfung.²⁴

Direktinvestitionen eröffnen den Unternehmen jedoch nicht nur großartige Chancen, sondern sind auch mit großen Risiken verbunden. Zum einen erfordern sie im Vergleich zum Export und zur Lizenzvergabe einen relativ hohen Einsatz von Kapital- und Managementleistungen. Da Direktinvestitionen dauerhafter Natur sind, unterliegen sie einer langen Amortisationsdauer, die zudem einem politischen Risiko durch mögliche Eingriffe der ausländischen Regierung ausgesetzt ist. Durch die Errichtung dezentraler Produktionsstätten muss das Unternehmen auf Kostenvorteile durch die Realisierung von Größeneffekten

²³ vgl. Belew (2000), S. 43 ff.; Bauerschmitz (1996), S. 35 und Knödgen (1982), S. 134

²⁴ vgl. Belew (2000), S. 188 und Pausenberger (1994 a), S. 8 ff.

verzichten und wird mit einem erhöhten Informations- und Koordinationsaufwand mit der Muttergesellschaft konfrontiert.²⁵

In der amtlichen Statistik wird die Internationalisierung von Unternehmen in erster Linie an Direktinvestitionen gemessen. Die United Nations Conference on Trade and Development geht bei ihren globalen Betrachtungen im World Investment Report 2002 von folgenden Schätzungen aus:²⁶

- Weltweit existieren ca. 65.000 internationale Unternehmen mit mehr als 850.000 ausländischen Beteiligungen und Tochterunternehmen.
- Internationale Unternehmen investierten im Jahr 2001 ca. 621 Mrd. Dollar.
- Die ausländischen Tochtergesellschaften erzielten im gleichen Jahr einen Umsatz von ca. 18.517 Mrd. Dollar. Dies ist ein bedeutendes Umsatzvolumen, zumal sich der Gesamtumsatz aller Exporte weltweit auf „nur“ 7.430 Mrd. Dollar beläuft.

Der Weg zur Internationalisierung ist jedoch vielfältiger²⁷: Zur Erschließung des Auslandsmarktes bieten sich den Unternehmen neben den drei Basisstrategien Export, Lizenzvergabe und Direktinvestition noch weitere Internationalisierungsformen an. So kann ein Unternehmen beispielsweise im Rahmen der Vertragsfertigung einzelne oder mehrere Produktionsstufen an ausländische Hersteller auslagern, um Faktorkostenvorteile auszunutzen und gleichzeitig Vermarktung und Vertrieb der Produkte unter eigener Verantwortung weiterzuführen. Die Bildung so genannter strategischer Allianzen fördert hingegen die grenzüberschreitende Zusammenarbeit von zwei oder mehr Partnerunternehmen in genau abgegrenzten Bereichen. Eine grundsätzlich „ideale“ Internationalisierungsstrategie existiert dabei nicht: Die konkrete Ausgestaltung ist nicht nur branchenbezogen, sondern variiert auch zwischen den einzelnen

²⁵ vgl. Belew (2000), S. 188 und Pausenberger (1994 a), S. 10 + S. 28

²⁶ vgl. United Nations Conference on Trade and Development (2002), S. 3 f.

²⁷ vgl. Theurl (1999), S. 29

Unternehmen und muss deshalb unter Abwägung der individuellen Unternehmensziele, -ressourcen und -fähigkeiten getroffen werden.²⁸

2.2 Ansätze zur Erklärung von Direktinvestitionen als Grundlage internationaler Standortentscheidungen

2.2.1 Monopolistische Theorie (Hymer / Kindleberger)

Die Theorie des monopolistischen Vorteils, im Jahr 1960 von Hymer entwickelt und später insbesondere von ihm und seinem akademischen Lehrer Kindleberger fortgeführt, bildet von ihrem Entstehungszeitpunkt her gesehen den ältesten Erklärungsansatz für Direktinvestitionen auf firmenspezifischer Ebene.²⁹

Ausgangslage der Theorie ist die Annahme, dass Unternehmen beim Eintritt in fremde Auslandsmärkte den einheimischen Firmen gegenüber prinzipiell in dreierlei Hinsicht benachteiligt sind: Erstens müssen ausländische Unternehmen (speziell in der Anfangsphase) höhere Kosten für die Informationsbeschaffung veranschlagen, da sie nicht gleichermaßen mit den rechtlichen, politischen, kulturellen und vor allem wirtschaftlichen Gegebenheiten des Investitionslandes vertraut sind.³⁰ Zweitens werden ausländische Unternehmen in der Phase des Markteintritts mit zusätzlichen Koordinations- und Kommunikationskosten belastet, die aus der großen räumlichen Distanz zwischen Muttergesellschaft und Auslandsengagement, dem geringen Bekanntheitsgrad der Produkte und der geringen Anzahl von bestehenden Geschäftskontakten im Auslandsmarkt erwachsen. Drittens sind ausländische Unternehmen der Gefahr der Diskriminierung ausgesetzt. Gezielte Diskriminierungsmöglichkeiten von staatlicher Seite erstrecken sich u.a. auf direkte Verbote, Einschränkungen der Geschäftsaktivität und Enteignungen. Darüber hinaus können das ausländische Unternehmen aber auch Vorurteile von Seiten der Lieferanten, Arbeitskräfte und

²⁸ vgl. Schmid (2002), S. 24 f.

²⁹ vgl. Dawar (1999), S. 52; Ehrenfeld (1985), S. 25; Heinen (1982), S. 119

³⁰ vgl. Thomsen (2003), S. 5; Schulte-Mattler (1988), S. 10; Hymer (1976), S. 14 und Hymer (1968), S. 17

Konsumenten im Auslandsmarkt belasten (z.B. Kampagnen zum Kauf einheimischer Produkte, wie „Buy american“).³¹

Die im Vergleich zu einheimischen Unternehmen skizzierten Nachteile stellen Markteintrittsbarrieren dar³², die dazu führen, dass ausländische Unternehmen ihren Markteintritt nur mit höheren Kosten und einem höheren Risiko realisieren können. Hymer's Überlegungen zufolge müssen ausländische Investoren deshalb über unternehmensspezifische Wettbewerbsvorteile verfügen, welche ihre Nachteile bzw. die Vorteile der einheimischen Unternehmen ausgleichen oder überkompensieren können. Nach Auffassung von Hymer können firmenspezifische Wettbewerbsvorteile vielfältiger Art sein: „There are as many kinds of advantages as there are functions in making and selling a product.“³³ Entscheidend ist dabei, dass der Wettbewerbsvorteil monopolistischer Art und damit an das entsprechende Unternehmen gebunden ist. Er hat somit den Charakter von Markteintrittsschranken, da die aus dem Wettbewerbsvorteil entstehenden Gewinnchancen nicht von den im Investitionszielland heimischen Unternehmen genutzt werden können.³⁴

Monopolistische Wettbewerbsvorteile haben ihren Ursprung in der Unvollkommenheit der Märkte, die es den Unternehmen erst ermöglichen einen Vorteil zu nutzen und zu bewahren. Kindleberger differenziert zwischen vier Bereichen, die zu firmenspezifischen Wettbewerbsvorteilen führen können:³⁵

1. **Unvollkommene Gütermärkte**, z.B. aufgrund von Produktdifferenzierung oder speziellen Marketingfähigkeiten. F&E-Anstrengungen oder Marketingmaßnahmen führen zu inhomogenen Gütern, wobei Markennamen, Unternehmensimage und Produktdesign von besonderer Bedeutung sind. Kunden können und wollen sich in der Realität keinen

³¹ vgl. Braun (1988), S. 51 und Hymer (1976), S. 14 f.

³² vgl. Heiduk (1999), S. 36

³³ vgl. Hymer (1976), S. 21

³⁴ vgl. Stehn (1989), S. 4; Krist (1987), S. 55; Jahrreiß (1984), S. 190; Tesch (1980), S. 268 und Kindleberger (1969), S. 12 f.

³⁵ vgl. Heiduk (1999), S. 37; Braun (1988), S. 69 und Kindleberger (1969), S. 13 f.

vollständigen Marktüberblick verschaffen, sondern gehen bestimmten Produktpräferenzen nach.

2. **Unvollkommene Faktormärkte**, z.B. aufgrund von geschütztem technischem Know-how, besonderen Kapitalbeschaffungsmöglichkeiten oder Managementfähigkeiten. In diesen Bereichen führen superiore Kenntnisse entweder zu absoluten Kostenvorteilen oder zu zusätzlichen Erträgen, denn sie erlauben bei gegebenen Inputpreisen eine billigere und/oder bessere Produktherstellung bzw. ein verändertes Produktdesign, für welches der Käufer einen höheren Preis zu zahlen bereit ist.³⁶
3. **Realisierung von Größenvorteilen**, z.B. durch Fixkostendegression im Rahmen der Massenproduktion oder durch kostengünstigere Finanzierungsmöglichkeiten.
4. **Staatliche Interventionen**, z.B. Handelshemmnisse in Form von Zöllen, Steuern, Zinssätzen und Wechselkurseingriffen, die zum Schutz einheimischer Unternehmen errichtet werden.

Notwendige Voraussetzung für die Erschließung fremder Auslandsmärkte mittels Direktinvestitionen sind firmenspezifische Wettbewerbsvorteile, doch die Vorteilhaftigkeit dieser Internationalisierungsform im Vergleich zu den alternativen Strategien Export und Lizenzvergabe kann nicht allein mit dem Vorliegen von Wettbewerbsvorteilen begründet werden: „Firms are by no means equal in their ability to operate in an industry. Certain firms have considerable advantages in particular activities. The possession of these advantages may cause them to have extensive international operations of one kind or another.“³⁷

Die Nutzung unternehmensspezifischer Vorteile im Rahmen von Direktinvestitionen ist der monopolistischen Theorie zufolge im Vergleich zum Export dann vorteilhaft, wenn durch die Internationalisierungsform „Direktinvestition“ geringere Kosten entstehen. Als Bestimmungsfaktoren des

³⁶ vgl. Steiger (1999), S. 58 f. und Ehrenfeld (1985), S. 31 f.

³⁷ vgl. Hymer (1976), S. 21

Kostenvergleichs werden u.a. die realen Produktionskosten im In- und Ausland, der Wechselkurs, staatliche Handelshemmnisse und Transportkosten zugrunde gelegt.³⁸ Die Vorteilhaftigkeit von Direktinvestitionen gegenüber der Lizenzvergabe wird auf Grundlage von allgemeinen Marktunvollkommenheiten erklärt³⁹: Viele unternehmensspezifische Vorteile sind nicht patent- oder lizenzfähig (z.B. Management-, Organisations- oder Marketing Know-how), haben aber prinzipiell den Charakter eines öffentlichen Gutes, bei dessen Nutzung kein Ausschlussprinzip gilt. Durch die Vergabe einer Lizenz begibt sich ein Unternehmen somit in Gefahr, einen potentiellen Konkurrenten zu fördern. Darüber hinaus ist es nicht immer möglich, einen personengebundenen Know-how Vorteil isoliert zu transferieren.

Die monopolistische Theorie beschränkt sich im Wesentlichen auf die Aussage, dass ein Unternehmen über firmenspezifische Wettbewerbsvorteile verfügen muss, um bei einem Eintritt in ausländische Märkte erfolgreich zu sein. Bei der Entscheidung zwischen den alternativen Markteintrittsstrategien wird die Vorteilhaftigkeit einer Direktinvestition gegenüber dem Export oder der Lizenzvergabe jedoch nur unzufriedenstellend auf das Vorliegen unvollkommener Marktstrukturen zurückgeführt. Beschaffungsorientierte Direktinvestitionen, die auf die Versorgung mit Rohstoffen und Vorprodukten abzielen, können durch die Theorie des monopolistischen Vorteils ebenso wenig begründet werden wie das langfristige Bestehen von Direktinvestitionen bzw. Folge- oder Desinvestitionen. Die monopolistische Theorie liefert somit einen wertvollen Beitrag zur Erklärung von Direktinvestitionen, muss aber in mehrfacher Hinsicht ergänzt werden. Nichtsdestotrotz gehen insbesondere Hymers Ausführungen zum Teil über die Theorie des monopolistischen Vorteils hinaus und waren somit wegweisend für spätere Erklärungsansätze.⁴⁰

³⁸ vgl. Dawar (1999), S. 53 und Braun (1988), S. 73 f.

³⁹ vgl. Krist (1987), S. 58 f.

⁴⁰ vgl. Dawar (1999), S. 55; Heiduk (1999), S. 36; Braun (1988), S. 81; Krist (1987), S. 53 und Heinen (1982), S. 121f.

2.2.2 Theorie der Internalisierung (Buckley / Casson)

Als Begründer der Internalisierungstheorie werden im Allgemeinen Buckley und Casson angesehen. Die Theorie der Internalisierung baut inhaltlich auf der monopolistischen Theorie auf und versucht, das Zustandekommen von Direktinvestitionen durch Anwendung der so genannten Transaktionskostenökonomie zu erklären.⁴¹

Grundlage der Theorie bildet die Annahme, dass der vertragliche Austausch von Produkten und Leistungen alternativ über den externen Markt oder über das Unternehmen selbst organisiert werden kann. Ein Güteraustausch ist jedoch in der Regel mit Kosten, den so genannten Transaktionskosten, verbunden. So fallen für Markttransaktionen beispielsweise Informationskosten für die Suche nach einem geeigneten Vertragspartner an, während bei unternehmensinternen Leistungsbeziehungen u.a. Koordinations-, Kommunikations- und Kontrollkosten zu berücksichtigen sind.⁴²

Die Theorie der Internalisierung postuliert, dass Unternehmen kostenintensive und ineffiziente Transaktionen vermeiden. Eine intra-unternehmerische Leistungsverwertung von intermediären Gütern kann dabei unter Umständen niedrigere Transaktionskosten verursachen als ein marktlicher Transfer.

Nach Buckley und Casson ist der Austausch intermediärer Güter auf externen Märkten ineffizient und führt somit zwangsläufig zu hohen Transaktionskosten. Zu den intermediären Gütern zählen sie alle Zwischenprodukte, die nicht für den Endverbraucher bestimmt sind. Dazu gehören z.B. Rohstoffe, Know-how, Erfahrung und Managementfähigkeiten⁴³.

Der Internalisierungstheorie zufolge sind Direktinvestitionen demnach Ausdruck einer effizienten Nutzung von intermediären Gütern im Ausland. Sofern also

⁴¹ vgl. Krist (1987), S. 102 f. und Casson (1981), S. 16 f.

⁴² vgl. Buckley (2002), S. 36; Heiduk (1999), S. 40; Jahrreiß (1984), S. 227 und Buckley (1983), S. 42 f.

⁴³ vgl. Buckley (2002), S. 40 und Braun (1988), S. 167 f.

Rohstoffe und/oder unternehmerisches Wissen kostengünstiger unter zentraler Führung und Kontrolle innerhalb des Unternehmens genutzt werden können als auf externen Märkten, bietet sich dem Unternehmen ein Anreiz zur Internalisierung der internationalen Märkte durch die Vornahme von Direktinvestitionen.⁴⁴

Auf horizontaler Ebene werden Direktinvestitionen mit einem Marktversagen beim grenzüberschreitenden Transfer von immateriellen Gütern begründet. Dieses ist bei der Verwertung von Know-how und Informationen auf dem externen Markt auf vier Gründe zurückzuführen:

1. Es entstehen **hohe Transferkosten** durch Unterschiede in Sprache, Kultur oder technologischem Entwicklungsstand. Häufig sind immaterielle Güter nicht-kodifizierbar und personengebunden – so können beispielsweise Erfahrungs- und Managementwissen oft nur durch persönlichen Kontakt übertragen werden.⁴⁵
2. Es fallen außerdem **hohe Kosten für die Vertragsverhandlung und –durchsetzung** an, insbesondere bei bilateralen Monopolen und Oligopolen, bei denen aufgrund der Marktmacht mit lang andauernden Verhandlungen zu rechnen ist⁴⁶. Darüber hinaus besteht bei fehlenden rechtlichen Schutzmaßnahmen die Gefahr opportunistischen Verhaltens des Transaktionspartners.
3. Die **asymmetrische Informationsverteilung** über das Wesen und den Wert von Know-how und Informationen lässt keine effiziente Preisbildung zu. Immaterielle Güter haben den Charakter öffentlicher Güter, für deren Nutzung das Nicht-Ausschlussprinzip gilt⁴⁷: Sie sind beliebig oft teilbar, ohne dass sie verbraucht werden oder an Nutzungswert verlieren. Gibt das verkaufende Unternehmen dem potentiellen Käufer sein Wissen preis, kann

⁴⁴ vgl. Piscitello (2003), S. 7 und Dawar (1999), S. 79

⁴⁵ vgl. Buckley (2002), S. 44; Heiduk (1999), S. 42 f. und Stehn (1989), S. 8

⁴⁶ vgl. Braun (1988), S. 204 f.

⁴⁷ vgl. Krist (1987), S. 104 und Jahrreiß (1984), S. 269

dieser die Informationen ohne Gegenleistung nutzen und ist nicht bereit, den vollen Wert der Information zu bezahlen. Ohne Offenlegung des Wissens kann der potentielle Käufer den Wert der Informationen aber wiederum nicht richtig einschätzen.⁴⁸ Dieses Informationsparadoxon kann zwar teilweise über Eigentumsrechte beseitigt werden, jedoch sind nicht alle immateriellen Güter kodifizierbar.

4. Marktliche Transaktionen beinhalten die **Gefahr der vertragswidrigen Nutzung**, die sich beispielsweise in der unberechtigten Weitergabe des Wissens niederschlägt und aufgrund von unzureichenden und international voneinander abweichenden Regelungen des Patentschutzes nicht geahndet werden kann. Das verkaufende Unternehmen verliert somit sein Know-how-Monopol. Darüber hinaus besteht die Gefahr, dass vertraglich vereinbarte Qualitätsstandards nicht eingehalten werden.⁴⁹

Auch Direktinvestitionen auf vertikaler Ebene werden in der Internalisierungstheorie mit der Ineffizienz externer Märkte begründet: Sie werden dann getätigt, wenn bei dem Austausch von materiellen Zwischenprodukten (z.B. Rohstoffen und Vorprodukten) auf dem externen Markt höhere Kosten verursacht werden als mit einer intra-unternehmerischen Transaktion.⁵⁰ Hohe Markttransaktionskosten können beispielsweise durch den Koordinations- und Informationsaufwand zwischen aufeinander folgenden Produktionsstufen oder durch die Notwendigkeit umfassender Qualitätskontrollen entstehen. Darüber hinaus findet bei vertikalen Marktbeziehungen auch der Sicherheitsaspekt Berücksichtigung: Preis- und Versorgungsunsicherheiten kommen als zusätzliche Internalisierungsanreize zum Tragen, wenn bei der Ausgestaltung von Vertragsbeziehungen das Ausfallrisiko des Marktpartners oder die Gefahr opportunistischer Ausbeutung besteht⁵¹.

⁴⁸ vgl. Buckley (2002), S. 38; Steiger (1999), S. 61; Schulte-Mattler (1988), S. 23 und Jahrreiß (1984), S. 230

⁴⁹ vgl. Dawar (1999), S. 79 und Heiduk (1999), S. 43

⁵⁰ vgl. Heiduk (1999), S. 41f. und Casson (1981), S. 19

⁵¹ vgl. Schulte-Mattler (1988), S. 24 und Jahrreiß (1984), S. 228 f.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass Buckley und Casson das Zustandekommen von Direktinvestitionen mit transaktionskosten-ökonomischen Argumenten erklären, wobei die Internalisierung intermediärer Güter aus Unternehmenssicht vorteilhaft ist, „...until the cost of further internalisation outweighs the benefits.“⁵² Die Internalisierungstheorie leistet damit einen unverzichtbaren Beitrag zur Erklärung von Direktinvestitionen. Die Frage, warum grenzüberschreitende Unternehmensaktivitäten in unterschiedlichen Ländern vorgenommen werden, kann sie jedoch nicht beantworten.

2.2.3 Eklektische Theorie (Dunning)

Die sogenannte eklektische Theorie wurde 1977 von Dunning veröffentlicht und führt Erklärungsansätze der monopolistischen Theorie und der Theorie der Internalisierung mit den Gedanken der klassischen Außenhandelstheorie zusammen. Der integrative Ansatz wird auch heute noch als „State of the Art“ angesehen und beantwortet die Fragen nach dem Warum, Wie und Wo der Internationalisierung von Unternehmen.⁵³

Die Kernthese der eklektischen Theorie besagt, dass Direktinvestitionen eine Funktion von bestimmten Vorteilen sind, die sich in drei Kategorien zusammenfassen lassen (siehe ausführlicher in Abbildung 1):

1. Das direktinvestierende Unternehmen muss über firmenspezifische Wettbewerbsvorteile gegenüber einheimischen Firmen verfügen. Diese „**ownership advantages**“ bestehen im Wesentlichen in dem Besitz von Eigentumsrechten oder sonstigen immateriellen Gütern und stimmen weitgehend mit der Definition aus der Theorie des monopolistischen Vorteils überein.⁵⁴

⁵² vgl. Buckley (1983), S. 42

⁵³ vgl. Steiger (1999), S. 61 und Bauerschmitz (1996), S. 37

⁵⁴ vgl. Belew (2000), S. 189 f. und Stehn (1989), S. 5

2. Die unternehmensinterne Verwertung von Wettbewerbsvorteilen muss durch die Umgehung oder Vermeidung von Marktunvollkommenheiten beim internationalen Handel von intermediären Gütern Internalisierungsvorteile gegenüber der Vermarktung in Form von Lizenzen, Kooperationsabkommen oder ähnlichem bieten. Die „**internalization advantages**“ basieren dabei im Wesentlichen auf den Erklärungsansätzen von Buckley und Casson.⁵⁵

3. Der ausländische Markt muss gegenüber dem Heimatmarkt Standortvorteile aufweisen. Als „**localization advantages**“ sind neben den Standortfaktoren der klassischen Außenhandelstheorie wie der relativen Faktorausstattung und den Faktorkosten am Auslandsstandort beispielsweise auch wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen, die Marktattraktivität, tarifäre und nicht-tarifäre Handelshemmnisse sowie kulturelle Differenzen zu berücksichtigen.⁵⁶

⁵⁵ vgl. Krist (1987), S. 111

⁵⁶ vgl. Heiduk (1999), S. 48 und Jahrreiß (1984), S. 269 f.

A. Eigentumsvorteile eines Unternehmens einer bestimmten Nationalität (oder seiner Tochtergesellschaften) gegenüber Unternehmen einer anderen Nationalität

- Vorteile aufgrund von Eigentumsrechten, immateriellen Gütern und/oder an weiteren Ressourcen der Firma („asset advantages“). Dazu zählen z.B.: Produktinnovationen, Produktionsmanagement, Organisations- und Marketingsysteme, Innovationsfähigkeit, Arbeitsorganisation, nicht-kodifizierbares Know-how (z.B. Erfahrungswissen der Mitarbeiter) sowie die Fähigkeit zur Reduzierung der Kosten von intra- und/oder inter-Firmentransaktionen.
- Vorteile einer einheitlichen Steuerung bzw. Organisation von „asset advantages“ unter Nutzung von komplementären Assets („transactional advantages“). Dazu zählen:
 - Vorteile, die zusätzliche Betriebsstätten eines bestehenden Unternehmens gegenüber neuen Firmen besitzen, sowie Vorteile, die aus der Größe, der Produktdiversifikation und Lernkurveneffekten der Unternehmen resultieren (z.B. Größen- und Spezialisierungseffekte). Dies sind z.B.: Exklusiver oder bevorzugter Zugang zu Inputs (z.B. zu Finanzkapital oder Informationen), günstigere Konditionen für Inputs (vor allem über die Muttergesellschaft), Nutzung kooperativer inter-Firmen-Beziehungen über die Muttergesellschaft, exklusiver oder bevorzugter Zugang zu Absatzmärkten, Synergieeffekte zwischen den Tochtergesellschaften (nicht nur in der Produktion, sondern auch in Beschaffung, Marketing, Finanzierung).
 - Vorteile, die aus der Multinationalität an sich entstehen. Dies sind z.B.: Erhöhte operationelle Flexibilität durch Möglichkeiten zur Produktionsverlagerung und Global Sourcing, bevorzugter Zugang zu und/oder bessere Kenntnisse über internationale Märkte, Nutzung von Arbitragemöglichkeiten aufgrund geographischer Unterschiede in Faktorausstattung, staatlichen Eingriffen sowie Märkten, Möglichkeit zur Risikodiversifikation oder –reduktion (z.B. in verschiedenen Währungsräumen und/oder politischen und kulturellen Szenarios), Balance zwischen internationaler Integration der Unternehmensprozesse und Anpassung an länderspezifische Ressourcen und Konsumentennachfrage.

B. Internalisierungsvorteile bzw. –anreize, insbesondere zur Umgehung oder Vermeidung von Marktunvollkommenheiten

Dazu zählen z.B.: Vermeidung von Such- und Verhandlungskosten, Vermeidung von Moral Hazard und adverser Selektion, Schutz der Reputation, Vermeidung der Kosten von Vertragsverletzungen und daraus folgender Prozesse, Möglichkeit der unternehmensinternen Preisdiskriminierung, Sicherung der Vorteile interdependenter Aktivitäten, Kompensation fehlender Zukunftsmärkte, Vermeidung oder Ausnutzen staatlicher Eingriffe (Quoten, Zölle, Preiskontrollen, Steuerunterschiede usw.), Schutz der Qualität von Zwischen- und Endprodukten, Kontrolle des Angebots und der Angebotsbedingungen von Inputs, Kontrolle von Verkaufsstellen (einschließlich derjenigen, die auch von Konkurrenten benutzt werden), Möglichkeit zum Einsatz von Praktiken wie Überkreuz-Subventionierung, Wucherpreisen, Transferpreissetzung als wettbewerbliche (oder wettbewerbsfeindliche) Strategien.

C. Standort spezifische Variablen, die entweder das Heimat- oder das Gastland bevorzugen

Dazu zählen z.B.: Räumliche Verteilung von natürlichen und künstlichen Ressourcen; Preise, Qualität und Produktivität von Inputs (z.B. Arbeit, Energie, Materialien, Komponenten, Halbfertigerzeugnisse), internationale Transport- und Kommunikationskosten, Investitionsanreize und –hemmnisse (einschließlich Durchführungsbestimmungen usw.), künstliche Barrieren des Güter- und Dienstleistungshandels, gesellschaftliche Bedingungen und Infrastrukturangebot (z.B. rechtlich oder im Bildungs-, Handels-, Transport- und Kommunikationsbereich), ideologische, sprachliche, kulturelle und politische Differenzen zwischen den Ländern, unterschiedliche Geschäftusancen, institutionelles System.

Abbildung 1: Einflussfaktoren für die Vornahme von Direktinvestitionen, gruppiert nach den drei Vorteilsarten der eklektischen Theorie (nach Angaben von Dunning, Übersetzung nach Heiduk)

Die eklektische Theorie (zur Abkürzung von ownership, localization und internalization advantages auch OLI-Ansatz genannt) liefert jedoch nicht nur eine Begründung für die Vornahme von Direktinvestitionen. Im Vergleich zu anderen

theoretischen Erklärungsansätzen werden die Bedingungen für die Auslandsmarktbearbeitung durch Direktinvestitionen aus einer Gegenüberstellung alternativer Internationalisierungsstrategien abgeleitet und erstrecken sich somit auch auf den Export und die Lizenzvergabe.⁵⁷

Die Kombination der Vorteilsarten bestimmt dabei die geeignete Form der Auslandsmarktbearbeitung (siehe auch Tabelle 1): Firmenspezifische Vorteile werden in der eklektischen Theorie als notwendige Voraussetzung für alle drei Internationalisierungsstrategien angesehen. Besteht ein Anreiz dazu den firmenspezifischen Vorteil zu internalisieren und weist das Heimatland gegenüber dem Ausland Standortvorteile auf, so wird das Unternehmen die Leistungserstellung im Heimatland vornehmen und den Auslandsmarkt mit Exporten bedienen. Kann ein Unternehmen jedoch durch eine unternehmensinterne Verwertung des firmenspezifischen Vorteils keinen weiteren Vorteil erlangen, so wird es die Lizenzvergabe als geeignete Strategie der Auslandsmarktbearbeitung verfolgen und seinen monopolistischen Wettbewerbsvorteil über den externen Markt veräußern. Eine Direktinvestition stellt schließlich nur dann die geeignete Internationalisierungsstrategie dar, wenn alle drei Vorteilsarten (firmenspezifische Vorteile, Internalisierungs- und Standortvorteile des Auslands) erfüllt sind.⁵⁸

Form der Auslandsmarktbearbeitung	Vorteilsarten		
	Unternehmensspezifische Wettbewerbsvorteile	Internalisierungs-vorteile	Standortvorteile des Gastlandes
Lizenzvergabe	vorhanden	nicht vorhanden	nicht vorhanden
Export	vorhanden	vorhanden	nicht vorhanden
DI	vorhanden	vorhanden	vorhanden

Tabelle 1: Einfluss von Vorteilsarten auf die Form der Auslandsmarktbearbeitung (nach Angaben von Dunning)

Der eklektischen Theorie gelingt es, die einzelnen an unterschiedlichen Stellen erarbeiteten Einflussfaktoren für die Vornahme von Direktinvestitionen zu einem

⁵⁷ vgl. Stehn (1989), S. 10 f. und Schulte-Mattler (1988), S. 44 f.

⁵⁸ vgl. Dawar (1999), S. 81-83 und Braun (1988), S. 324 f.

systematischen Schema zusammenzufassen. Der Ansatz von Dunning liefert somit eine sehr weit gehende, anschauliche und vor allem übersichtliche Erklärung für die Vornahme von Direktinvestitionen, die trotz einiger Kritikpunkte weitgehend akzeptiert wird. Als Determinantenkatalog ist der eklektische Ansatz kaum angreifbar. Kritisiert wird allerdings, dass die kataloghafte Aufzählung potentieller Bestimmungsfaktoren keine eindeutigen Aussagen darüber erlaubt, welche Wirkungen durch unterschiedliche Konstellationen der Einflussfaktoren hervorgerufen werden. Auch Elemente des unternehmerischen Entscheidungsprozesses bleiben unberücksichtigt.⁵⁹

Letztlich ist zu bemängeln, dass es sich bei der eklektischen Theorie – wie auch bei der monopolistischen Theorie und der Internalisierungstheorie, auf denen sie inhaltlich aufbaut – um eine statische Gleichgewichtsbetrachtung handelt. Ein Unternehmen bezieht sich in seiner Entscheidung über die Vornahme einer Direktinvestition an einem bestimmten Standort auf die zum jeweiligen Zeitpunkt vorliegende Kombination von firmenspezifischen Wettbewerbsvorteilen, Internalisierungsvorteilen und Standortvorteilen. Dunning berücksichtigt zwar, dass sich diese Determinanten im Zeitablauf ändern können, erfasst damit aber nur die Reaktion auf exogene Datenänderungen im Rahmen einer komparativ-statischen Analyse. Die grundsätzlich unrealistische Vorstellung der statischen Betrachtungsweise, dass „...automatenähnlich funktionierende Unternehmungen mit einem exogen gegebenen Informationsstand (...) die sich bietenden Investitionsmöglichkeiten sofort wahrnehmen“⁶⁰, bleibt folglich bestehen. Der eklektische Ansatz kann somit das erstmalige Investitionsverhalten eines Unternehmens auf Auslandsmärkten erklären, doch seine Aussagekraft über Veränderungen bestehender Auslandsengagements ist unter Berücksichtigung des Prozesses, der zu dem Gleichgewichtszustand führt, begrenzt.⁶¹

⁵⁹ vgl. Dawar (1999), S. 85; Bauerschmitz (1996), S. 38 und Krist (1987), S. 114

⁶⁰ vgl. Braun (1988), S. 339

⁶¹ vgl. Heiduk (1999), S. 50; Dawar (1999), S. 85 und Braun (1988), S. 339

2.3 Die Standortentscheidung als organisationaler Prozess

2.3.1 Der unternehmerische Auswahlprozess zur Bestimmung des „optimalen“ Standorts

Die Bestimmung eines neuen Standorts ist aus Unternehmenssicht eine konstitutive Entscheidung und von großer Bedeutung für den Erfolg der Auslandstätigkeit. Für die Ausweitung von Unternehmensaktivitäten auf ausländische Märkte spielt der Auswahlprozess zur Standortbestimmung somit eine zentrale Rolle. Das Unternehmen sieht sich dabei einer außerordentlich komplexen Aufgabe gegenübergestellt, denn theoretisch kommen rund 180 Länder der Erde als Zielland der geplanten Direktinvestition in Frage. Der unternehmerische Auswahlprozess zielt deshalb darauf ab, die Anzahl der potentiellen Standorte iterativ zu reduzieren, da ein genauer Vergleich aller Standortalternativen aus Zeit- und Kostengründen ausgeschlossen ist.⁶²

Stattdessen findet in der Praxis ein mehrstufiges Verfahren Anwendung⁶³, bei dem zunächst eine Vorauswahl potentieller Zielländer bzw. -regionen für die Direktinvestition getroffen wird. Im zweiten Schritt werden im Rahmen einer Makroanalyse die Anzahl der in Frage kommenden Zielländer aus der Vorauswahl weiter eingeschränkt, um dann in einem dritten Schritt den am besten geeigneten regionalen Standort innerhalb eines Länderstandorts zu bestimmen (Mikroanalyse).

Ländervorauswahl, Makro- und Mikroanalyse unterscheiden sich dabei im Wesentlichen durch die in der jeweiligen Phase angewandten Selektionskriterien sowie durch die Art der Informationsbeschaffung und –verarbeitung (vgl. hierzu Kapitel 2.3.2).⁶⁴

⁶² vgl. Herbertz (2002), S. 97; Pott (1983), S. 49 und Brede (1971), S. 29

⁶³ vgl. Andersen (2002), S. 348 f.; Balderjahn (1999), S. 25 f.; Grabow (1995), S. 135 f.; Goette (1994), S. 259; Pausenberger (1994 b), S. 55; Kaiser (1979), S. 35

⁶⁴ vgl. Goette (1994), S. 296

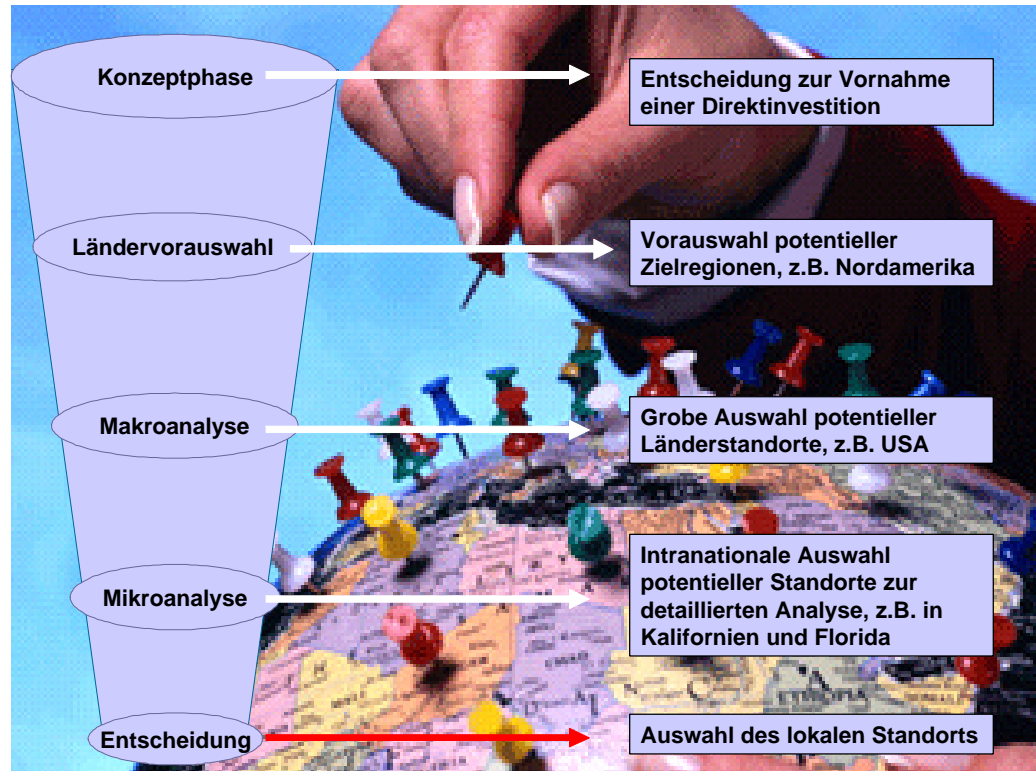


Abbildung 2: Typischer Ablauf eines Auswahlprozesses zur internationalen Standortwahl (eigene Darstellung)

Der Ländervorauswahl ist in der Regel eine Konzeptphase vorgeschaltet, in der sich ein Unternehmen bereits für die Vornahme einer Direktinvestition entschließt. Obwohl davon ausgegangen werden kann, dass Unternehmen nach den gleichen Oberzielen Gewinn, Wachstum und Sicherheit streben, differieren sie doch hinsichtlich ihrer Unterziele, die sich unter anderem in den Investitionsmotiven und der räumlichen Aufteilung der Geschäftsaktivitäten niederschlagen. Die Vorauswahl von Ländern erfolgt deshalb in erster Linie durch das der Direktinvestition zugrunde liegende Motiv⁶⁵ und wird anhand von relativ oberflächlichen Analysen durchgeführt. Mit restriktiven K.O. Kriterien wird geprüft, welche Länderregionen die standortlichen Mindestanforderungen des Unternehmens erfüllen können⁶⁶. Zu berücksichtigen ist dabei, dass unter Umständen innerhalb einer geographischen Region (z.B. in Asien) eine erhebliche Heterogenität zwischen den Ländern vorzufinden ist.

⁶⁵ vgl. Zinser (1994), S. 142 und Dülfer (1992), S. 477

Im Falle von beschaffungs- und kostenorientierten Internationalisierungsmotiven wird die Bestimmung von diesen „Standortsuchräumen“ in der Regel einen erheblich geringeren Umfang aufweisen als bei einem absatzorientierten Motiv. Will ein Unternehmen beispielsweise eine beschaffungsorientierte Direktinvestition tätigen, fallen alle Länder aus dem Suchraster heraus, in denen die benötigten Rohstoffe nicht verfügbar sind. In bestimmten Fällen ist die Standortwahl des Unternehmens sogar derart eingeschränkt, dass der Entscheidungsprozess auf die Frage reduziert werden muss, ob eine Direktinvestition in einem bestimmten Länderstandort getätigt werden soll oder nicht (Go bzw. No Go–Entscheidung).⁶⁷ Eine solch extreme Einschränkung kann sich beispielsweise nachfragebedingt ergeben, wenn der Großkunde eines Zulieferunternehmens die räumliche Nähe zur eigenen Produktion im Ausland fordert und anderenfalls mit der Kündigung des Lieferantenvertrags droht.

In der Makroanalyse verschafft sich das investierende Unternehmen einen Gesamteindruck von den zur Auswahl stehenden Ländern und Regionen und führt eine grobe Selektion der Länder durch, die bei der Mikroanalyse in die engere Standortwahl kommen sollen.⁶⁸ Goette geht davon aus, dass im Rahmen der Makroanalyse fünf bis zehn Länder selektiert werden⁶⁹. In der Realität werden sich jedoch situativ Abweichungen nach oben oder unten ergeben. Die Anzahl der dabei zu untersuchenden Auswahlkriterien lässt sich nicht allgemein festlegen, doch in der Regel werden in dieser Phase nur wenige Kriterien herangezogen, die einen Rückschluss auf die Länder- bzw. Marktattraktivität erlauben. Darunter ist die Gesamtheit aller Faktoren zu verstehen, „...die es für ein Unternehmen als lohnend erscheinen lassen, einen ausländischen Markt zu erschließen.“⁷⁰ Besondere Berücksichtigung finden in der Makroanalyse die kritischen Erfolgsfaktoren der Leistungserstellung am möglichen Länderstandort⁷¹: Bei

⁶⁶ vgl. Herbertz (2002), S. 97 und Wellems (1992), S. 97

⁶⁷ vgl. Ehrenfeld (1985), S. 61; Pott (1983), S. 6 + S. 49 und Volkholz (1977), S. 105

⁶⁸ vgl. Bauerschmitz (1996), S. 43

⁶⁹ vgl. Goette (1994), S. 264

⁷⁰ Belew (2000), S. 53

⁷¹ vgl. Pausenberger (1994 b), S. 56 und Dülfer (1992), S. 478

einem marktstrategischen Investitionsmotiv werden somit in erster Linie wachstumszielorientierte Gesichtspunkte wie zum Beispiel das Absatzpotential untersucht, während bei kostenorientierten Motiven der Schwerpunkt auf eine Analyse des möglichen Einsparungspotentials gelegt wird.

Die Mikroanalyse stellt die Detailauswahl im Standortauswahlprozess dar und resultiert in der Entscheidung der Unternehmensleitung, wo genau die Direktinvestition vorgenommen werden soll. In dieser Phase werden manchmal nur ein bis drei Länder genauer untersucht, wobei die konkreten Eigenschaften der Einzelstandorte im Vordergrund der vergleichenden Betrachtung stehen - die Grenzen der Länder- und Regionalauswahl sind in der Makroanalyse fließend. Die Entscheidung für eine Ansiedlung wird letzten Endes für denjenigen lokalen Standort fallen, der den unternehmerischen Ansprüchen am ehesten gerecht wird⁷². Festzuhalten ist, dass die Anzahl der Selektionsstufen im unternehmerischen Auswahlprozess zur Bestimmung des „optimalen“ Standorts nicht normativ festgelegt werden kann. So ist in der Praxis in vielen Fällen keine eindeutige Trennung von Ländervorauswahl und Makroanalyse erkennbar oder die Mikroanalyse wird noch um eine zusätzliche Selektionsstufe zur Feinplanung ergänzt. Eine sinnvolle Unterteilung ergibt sich letztlich situativ.⁷³

Durch die langfristigen Implikationen ist die Standortwahl aus Unternehmenssicht mit Optimierungsproblemen behaftet. Eine bereits umgesetzte Standortentscheidung ist von quasi irreversiblen Charakter, denn sie kann in der Regel nur unter hohen Kosten (so genannten „sunk costs“) verändert bzw. rückgängig gemacht werden: Grund und Boden, installierte Betriebsanlagen, eingearbeitete Arbeitskräfte sowie mühsam aufgebaute lokale Geschäftsbeziehungen sind praktisch immobil. Der „optimale“ Standort wird deshalb mit einem langen Planungshorizont ausgewählt und ergibt sich aus der größtmöglichen Übereinstimmung zwischen den gegebenen Bedingungen des

⁷² vgl. Dülfer (1992), S. 29 f. + S. 93 und Jahrreiß (1984), S. 144

⁷³ vgl. Goette (1994), S. 256, S. 278 + S. 298

Standorts mit dem unternehmerischen Anforderungsprofil.⁷⁴ Standortbedingungen und Standortanforderungen verändern sich jedoch im Zeitablauf: Sie sind nicht statisch, sondern vielmehr das Ergebnis eines historischen, wirtschaftlichen, technischen und gesellschaftlichen Prozesses. Zusammenfassend kann also festgehalten werden, dass die Wahl von neuen Standorten vor dem Hintergrund unvollständiger Information getroffen wird und stets mit Unsicherheiten über zukünftige Entwicklungen behaftet ist. Jede Standortentscheidung nimmt somit einen zeitlich begrenzten Stellenwert ein.⁷⁵

Der Begriff des „optimalen“ Standorts ist deshalb aufgrund der Unsicherheit und der großen Anzahl von Standortalternativen zu relativieren, denn den Unternehmen ist es kaum möglich Optimierungskalküle anzuwenden: „There are no perfect locations. More precisely, it is impossible to determine the optimum locations because of lack of data, techniques which become too complex when burdened with many variables, and because of uncertainty, uncertainty about the future, and uncertainty about the actions of competitors, suppliers and customers.“⁷⁶

Die Unternehmen nutzen stattdessen vereinfachte Näherungsverfahren, die es ihnen ermöglichen die Komplexität des Entscheidungsprozesses zu reduzieren. Die heuristische Vorgehensweise zielt darauf ab mit einem vertretbaren Aufwand eine zufrieden stellende Lösung zu finden. Zu den Heuristiken im Rahmen der Standortentscheidung gehören beispielsweise das stufenweise Vorgehen im Standortentscheidungsprozess, die Konzentration auf besonders wichtige Standortfaktoren und ein unternehmerisches Mindestanforderungsprofil.⁷⁷

- In dem Auswahlprozess wird die Komplexität des Standortproblems zum einen dadurch verringert, dass die Standortentscheidung auf verschiedene

⁷⁴ vgl. Razik (2002), S. 57; Maier (2001), S. 25; Steiger (1999), S. 91; Pausenberger (1994 b), S. 55 und Tesch (1980), S. 352 ff.

⁷⁵ vgl. Schnurrenberger (2000), S. 23; Gehrung (1996), S. 12; Wellems (1992), S. 94; Tesch (1980), S. 467 und Brede (1971), S. 32

⁷⁶ Laulajainen (1995), S. 15

⁷⁷ vgl. Maier (2001), S. 29; Schnurrenberger (2000), S. 96 und Goette (1994), S. 289

Stufen aufgeteilt und iterativ auf jeder Stufe eine abgeschlossene Standortentscheidung getroffen wird, obwohl die Entscheidungen in der Realität miteinander verbunden sind.

- Zum anderen birgt die Beschränkung auf eine geringe Anzahl von als besonders wichtig erachteten Auswahlkriterien in der Makroanalyse die Gefahr, dass attraktive und vorteilhafte Standorte unberücksichtigt bleiben, weil sie von vornherein von einer detaillierten Beurteilung in der Mikroanalyse ausgeschlossen werden.
- Die Wechselwirkungen zwischen den Standortbedingungen untereinander sind aufgrund der Vielzahl der zu berücksichtigenden Faktoren komplex – als weiteres heuristisches Verfahren zur vereinfachten Verarbeitung der zahlreichen Informationen gilt deshalb im Standortentscheidungsprozess die Formulierung standortlicher Mindestbedingungen („Muss-Kriterien“), die ein potentieller Standort aus Unternehmenssicht erfüllen muss.

2.3.2 Standortbezogenes Informationsmanagement

2.3.2.1 Informationsbeschaffung

Die Beurteilung potentieller Standorte setzt eine möglichst umfassende Informationsgrundlage voraus. Je umfangreicher und aussagekräftiger die der Standortentscheidung zugrunde liegenden Informationen sind, desto genauere Prognosen können über die zukünftige Entwicklung eines Standortes gemacht werden und desto geringer ist das wahrgenommene Risiko der Standortwahl.

Innerhalb des Auswahlprozesses hat die Informationsbeschaffung den größten Einfluss auf die Standortentscheidung des Unternehmens.⁷⁸ Ziel des standortbezogenen Informationsmanagements ist es deshalb, die erforderlichen Informationen für eine vergleichende Bewertung der potentiellen Standorte

⁷⁸ vgl. Steiger (1999), S. 93

bereitzustellen. Zur Informationsbeschaffung stehen den Unternehmen dabei die Methoden der Primär- und Sekundärforschung zur Verfügung.

Zur Primärforschung gehört die gezielte Erhebung, Aufbereitung und Auswertung von neuem Datenmaterial für einen bestimmten Untersuchungszweck. Das Informationsbedürfnis des Unternehmens wird mit originären Daten gestillt, die im Rahmen des Standortentscheidungsprozesses durch eine Befragung oder eine Beobachtung gewonnen werden. In der Sekundärforschung werden Daten beschafft, zusammengestellt und ausgewertet, die zu einem früheren Zeitpunkt bereits für andere Untersuchungszwecke erhoben wurden.⁷⁹

Im Auswahlprozess zur Standortbestimmung folgt die Informationsbeschaffung in der Regel einem zweistufigen Ansatz: So wird zur Ländervorauswahl und Makroanalyse fast ausschließlich auf sekundärstatistisches Material (z.B. gesamtwirtschaftliche Daten) zurückgegriffen und dieses erst später in der Mikroanalyse mittels Primärforschung ergänzt. Ein völliger Verzicht auf Primärforschung im Standortentscheidungsprozess ist unwahrscheinlich, da es sich bei der Standortwahl um eine mit hohem Kapitalaufwand verbundene und langfristig wirksame Investitionsentscheidung handelt, für die aus Sicht der Unternehmen eine individuelle Entscheidungsgrundlage unerlässlich ist. So sind in den Auswahlphasen beispielsweise Vor-Ort Besichtigungen denkbar, die zum Einen dazu dienen, bei einer hohen kulturellen Distanz zum Heimatland des Investors eine gewisse Voreingenommenheit abzubauen und zum Anderen die konkreten Eigenschaften des lokalen Standortes (z.B. Grundstücksbeschaffenheit oder Infrastruktur) zu beurteilen.⁸⁰

Die Vorteile der zweistufigen Vorgehensweise liegen auf der Hand: Mit Hilfe der Sekundärforschung kann eine redundante Erhebung von Daten vermieden werden, d.h. Informationen liegen vergleichsweise schnell und kostengünstig vor. Auf Grundlage der vorliegenden sekundärstatistischen Daten wird dann erst entschieden, ob eine weitere zeit- und kostenaufwendige Erhebung spezifischer

⁷⁹ vgl. Stahr (1992), S. 392 ff.

⁸⁰ vgl. Herbertz (2002), S. 102 + S. 104 f. und Pott (1983), S. 114 f.

Informationen sinnvoll ist. Daten aus der Sekundärforschung dienen darüber hinaus dem Aufbau von Grundkenntnissen über den potentiellen Auslandsstandort und machen eine detaillierte Analyse im Rahmen der Primärforschung überhaupt erst möglich.⁸¹

Methoden der Informationsbeschaffung	Vorteile	Nachteile
Primärforschung	Erhebung spezifischer Daten zu einem bestimmten Untersuchungszweck ist möglich	Zeit- und kostenintensiv; Grundkenntnisse über den Standort sind erforderlich
Sekundärforschung	Zeit- und kostengünstig; Erhebung redundanter Daten wird vermieden	Unternehmensspezifische Aspekte bleiben unberücksichtigt; ggf. mangelnde Aktualität / Vergleichbarkeit

Tabelle 2: Methoden der Informationsbeschaffung bei der internationalen Standortwahl mit wesentlichen Vor- und Nachteilen (eigene Darstellung)

Um eine aussagekräftige Datenbasis im Standortbestimmungsprozess zu gewährleisten, müssen sekundärstatistische Informationen folgenden Anforderungen gerecht werden:⁸²

- **Verfügbarkeit:** Die für die Standortentscheidung erforderlichen Informationen müssen verfügbar und für das Unternehmen zugänglich sein. Dies ist insbesondere in vielen Entwicklungsländern nicht gegeben – die Beschaffung von Informationen gestaltet sich dort wesentlich schwieriger als in wirtschaftlich entwickelten Industrieländern.⁸³ Grundsätzlich kann von der Annahme ausgegangen werden, dass das wirtschaftliche und politische Informationssystem umso besser ausgeprägt ist, je weiter ein Staat verwaltungstechnisch entwickelt ist. In demokratisch regierten Staaten ist der Informationszugang in der Regel problemlos möglich, wohingegen er in autokratisch regierten Staaten oft nicht oder nur eingeschränkt gewährt wird. Tendenziell aber wird der Zugang zu makro- und mikroökonomischen

⁸¹ vgl. Stahr (1992), S. 397 f.

⁸² vgl. Goette (1994), S. 274 - 278

⁸³ vgl. Pausenberger (1994 b), S. 56 f.

Daten mit der Zeit durch den Einsatz neuer Informationstechnologien erheblich erleichtert und ist zu wesentlich niedrigeren Kosten möglich⁸⁴.

- **Zuverlässigkeit:** Die im Standortentscheidungsprozess verwendeten Daten müssen zutreffend und genau sein.⁸⁵ Politisch motivierte Manipulationen mit dem Ziel ausländische Investoren durch Beschönigung der Standortbedingungen anzuziehen oder sprachbedingte Übersetzungsfehler führen zu einer fehlerhaften Einschätzung der Standortvor- und -nachteile. Eine Verfälschung oder Zensur von Daten findet insbesondere in autokratisch geführten Staaten statt bzw. in Ländern, in denen ausländische Investitionen aus wirtschafts- und entwicklungspolitischen Gründen eine große Bedeutung haben.
- **Vergleichbarkeit:** Informationen, die im internationalen Umfeld beschafft werden, müssen für die vergleichende Betrachtung von Standorten auch vergleichbar gemacht werden. Statistischen Erhebungen liegen jedoch oft unterschiedliche Kriterien oder Maßstäbe zugrunde, die eine Normierung der Datensätze erschweren oder unmöglich machen. Wenn beispielsweise für einige Länder keine branchenspezifischen Informationen erhältlich sind, muss das Unternehmen alternativ auf gesamtwirtschaftliche Daten zurückgreifen. Ein Vergleich von Standorten, der zu einem Teil auf branchenspezifischen Daten und zu einem anderen Teil auf volkswirtschaftlichen Daten basiert, ist damit jedoch in seiner Aussagekraft beschränkt.
- **Aktualität:** Im Auswahlprozess der Standortentscheidung prognostiziert das Unternehmen zukünftige Entwicklungen auf Basis von vergangenheitsbezogenen Daten.⁸⁶ Bei der Standortwahl handelt es sich jedoch um eine langfristig wirksame Entscheidung, die (sowohl im positiven als auch im negativen Sinn) einen erheblichen Einfluss auf die

⁸⁴ vgl. Jaeger (2001), S. 21

⁸⁵ vgl. Balderjahn (1999), S. 42 f.

⁸⁶ vgl. Pott (1983), S. 112

Erreichung der Unternehmensziele ausübt. Sie wird vor dem Hintergrund unvollständiger Information und mit großer Unsicherheit getroffen. Umso wichtiger ist somit die Aktualität der zugrunde liegenden Daten, da zukunftsgerichtete Schätzungen mit veralteten Informationen noch schwieriger sind und ungenauer ausfallen.

Grundsätzlich kann jedoch davon ausgegangen werden, dass bei der Informationsbeschaffung teilweise nach Opportunitäts Gesichtspunkten vorgegangen wird – die Anforderungen an die Verfügbarkeit, Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Aktualität der Datenbasis sinken, wenn keine anderen qualitativ hochwertigeren Informationen zugänglich sind.⁸⁷

Für die Beschaffung von Informationen im Standortauswahlprozess stehen den investierenden Unternehmen sowohl unternehmensinterne als auch unternehmensexterne Quellen im In- und Ausland zur Verfügung.

Innerhalb des Unternehmens können Informationen durch hausinterne Gespräche und Dokumentationen gesammelt werden. Dazu gehören zum Beispiel eigene Statistiken und Kundenkarteien, aber auch Informationen der Auslandsabteilung, die Reise- und Marktberichte von Auslandsniederlassungen und Unternehmensvertretern sowie Korrespondenz mit Zwischenhändlern.⁸⁸ In bereits international tätigen Unternehmen verfügen Manager im Allgemeinen auch über Standort-Vorkenntnisse bestimmter Länder und Regionen, die sie zu Beginn des Standortbestimmungsprozesses nutzen können⁸⁹.

Die Nutzung unternehmensinterner Quellen ist mit dem Vorteil verbunden, dass Informationen relativ schnell, kostengünstig und ohne große organisatorische Schwierigkeiten beschafft werden können. Problematisch ist lediglich die Tatsache, dass innerhalb des Unternehmens den informationsbeschaffenden Stellen oft nicht bekannt ist, welche Daten intern verfügbar sind und umgekehrt

⁸⁷ vgl. Balderjahn (1999), S. 47

⁸⁸ vgl. Stahr (1992), S. 394 und Pott (1983), S. 116 f.

⁸⁹ vgl. Steiger (1999), S. 93

auch die Stellen, die Informationen bereitstellen können, nicht wissen, wer diese intern benötigt.⁹⁰

Realistischerweise ist anzunehmen, dass das Informationsbedürfnis der Unternehmen im Rahmen der internationalen Standortwahl nicht vollständig über interne Quellen abgedeckt werden kann, sondern darüber hinaus eine fundierte Ergänzung um spezielle Länder-, Branchen- und Standortdaten erfordert, die nur externe Quellen liefern können.

Als unternehmensexterne Informationsquellen stehen private Stellen und (halb-)staatliche, öffentliche oder gemeinnützige Stellen zur Verfügung: Zu den privaten Stellen gehören zum einen das bestehende Kommunikationsnetzwerk mit Geschäftspartnern sowie persönliche Kontakte zu potentiellen Kunden, die mit den jeweiligen Landesspezifika gut vertraut sind. Auch über diese Kanäle sind Informationen relativ schnell, unkompliziert und kostengünstig zu beschaffen. Die Informationen aus dem persönlichen Netzwerk basieren oft auf den eigenen Erfahrungen oder Einschätzungen der Befragten an bestimmten Standorten. Dies betrifft insbesondere Informationen, die weder in Statistiken noch in Länderberichten zu finden sind, z.B. über den Umgang mit örtlichen Behörden oder über Geschäftsgepflogenheiten im Investitionszielland. Sie werden aus Unternehmenssicht oft als besonders unvoreingenommen, vertrauenswürdig und zuverlässig eingeschätzt.⁹¹

Als weitere private Informationsquellen kommen beispielsweise Banken, Messen, Consulting-Büros, Marktforschungsinstitute und Werbeagenturen in Frage, wobei diese entweder im Heimatland des Unternehmens oder direkt in den potentiellen Investitionszielländern kontaktiert werden. Zu den wesentlichen (halb-)staatlichen, öffentlichen oder gemeinnützigen Stellen, die als externe Informationskanäle genutzt werden können, werden im allgemeinen Ministerien, Behörden und Botschaften, statistische Ämter, Handelskammern, Wirtschaftsverbände und Ländervereinigungen sowie multinationale Organisationen im In- und Ausland

⁹⁰ vgl. Herbertz (2002), S. 106 f.

⁹¹ vgl. Steiger (1999), S. 94 und Wellems (1992), S. 99 f.

gezählt.⁹² In der Regel können diese auch auf entsprechende fachbezogene Publikationen verweisen und offerieren interessierten Unternehmen die Nutzung ihrer Datenbanken. In zunehmendem Maße stehen aktuelle Informationen auch online im Internet zur Verfügung – zu berücksichtigen ist dabei allerdings, dass insbesondere standortbezogene Informationen zu den spezialisierten Informationsarten gehören, die nicht unmittelbar verbreitet werden. Elektronisch verfügbare Daten haben generell den großen Vorteil, dass sie mit geringem Zeitaufwand nach unterschiedlichen Kriterien aufbereitet werden können und die Informationsaufbereitung somit wesentlich vereinfachen.⁹³

(Halb-)staatliche, öffentliche und gemeinnützige Stellen sind interessierten Unternehmen vielfach bei der Entwicklung unternehmensspezifischer Szenarien für einzelne Standorte behilflich – als Informationsquellen werden sie aus Unternehmenssicht jedoch auch als interessengeleitet und voreingenommen eingeschätzt.

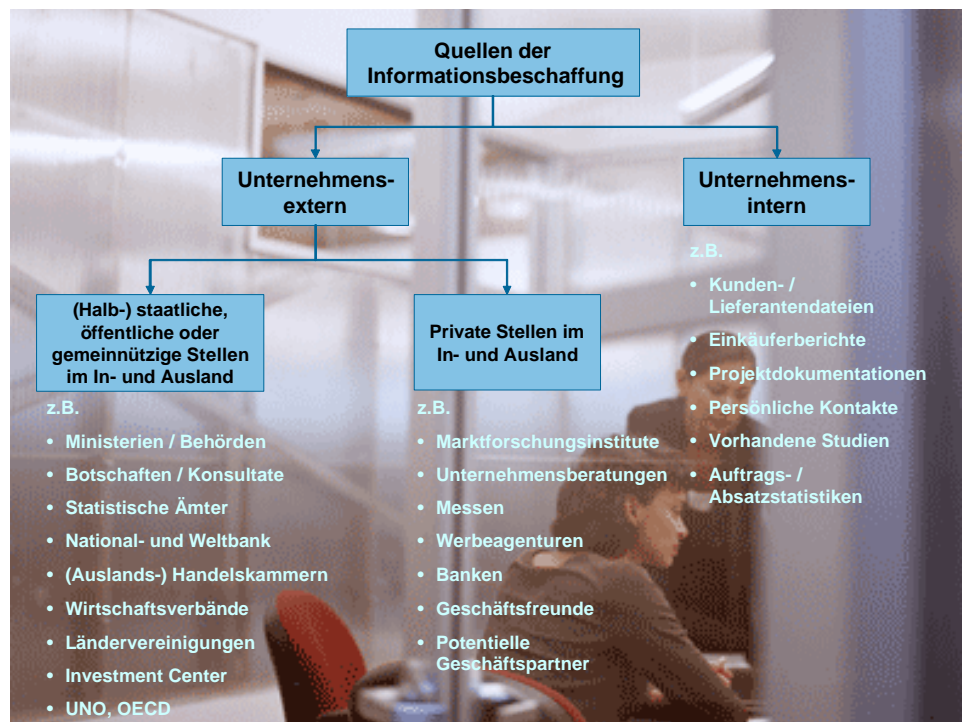


Abbildung 3: Quellen der Informationsbeschaffung (eigene Darstellung)

⁹² vgl. Pausenberger (1994 b), S. 56 f.; Stahr (1992), S. 394 und Pott (1983), S. 116 f.

⁹³ vgl. Jaeger (2001), S. 20 f.; Steiger (1999), S. 93 und Goette (1994), S. 283 f.

Neben der Auswertung von unternehmensintern verfügbaren Informationen sollten Unternehmen nach Möglichkeit zunächst auf externe Informationsquellen im Inland zugreifen, da gewünschte Informationen dann meist in der Heimatsprache vorliegen. Die Informationsbeschaffung bei ausländischen Stellen ist in der Regel mit einem größeren Aufwand verbunden, da die Informationen in die Heimatsprache übersetzt werden müssen. Ein Zugriff auf ausländische Informationsquellen bietet sich deshalb für Unternehmen erst an, wenn ein tiefgehender Informationsbedarf vorhanden ist, der durch inländische Informationskanäle nicht gedeckt werden kann.⁹⁴

2.3.2.2 Standortbewertungsverfahren

Generell kommt eine Vielzahl verschiedener Standortbewertungsverfahren zur Anwendung in Frage, mit denen Unternehmen die Chancen und Risiken verschiedener potentieller Standorte im Rahmen des Auswahlprozesses bewerten und gegeneinander abwägen können. Die drei wichtigsten Verfahren werden im Folgenden kurz inhaltlich erläutert. In der Praxis basiert die Standortwahl aufgrund der Komplexität des Entscheidungsproblems, wie auch schon in Kapitel 2.3.1 dargelegt, in erster Linie auf heuristischen Verfahren, die sowohl quantitative als auch qualitative Selektionskriterien berücksichtigen können.

Zu den weit verbreiteten und einfachen Verfahren zur Auswahl von Länderstandorten gehört dabei das so genannte Checklistenverfahren. Bei dieser Vorgehensweise wird ein Standortfaktoren-Katalog zusammengestellt und mit einem „Anforderungsprofil“ (d.h. mit bestimmten Mindestanforderungen) versehen. Da es aus Zeit- und Kostengründen nicht möglich ist, alle relevanten Auswahlkriterien in die Betrachtung einzubeziehen, ist der Standortfaktoren-Katalog auf die wichtigsten Schlüsselkriterien beschränkt. Alle Länder, die die Mindestanforderungen nicht erfüllen können, werden als ungeeignete Standorte aus dem Suchraster eliminiert und von dem weiteren Auswahlprozess ausgeschlossen. In den nächsten Schritten kann sich das Unternehmen dadurch auf

⁹⁴ vgl. Herberitz (2002), S. 109

eine überschaubare Anzahl relevanter Ländermärkte beschränken und somit seinen zeitlichen und finanziellen Aufwand zur Informationsbeschaffung und –aufbereitung reduzieren. Das Checklistenverfahren ist nur begrenzt aussagekräftig und wird in der Regel nur zur ersten Annäherung an eine Standortauswahl genutzt. Die Gewichtung einzelner Faktoren, welche Rückschlüsse auf deren Bedeutung im Betriebsprozess zulässt, fehlt.⁹⁵

Den Scoring-Modellen liegt der Gedanke zugrunde, dass nicht alle Schlüsselkriterien eines Standortfaktoren-Katalogs von gleicher Bedeutung für die Beurteilung von Länderstandorten sind. Ziel dieser Verfahren ist es, für jede Standortalternative einen bestimmten Länderwert zu berechnen, mit Hilfe dessen die Länder in eine Rangordnung gebracht werden können⁹⁶. Die einzelnen Faktoren werden deshalb gewichtet und bewertet. Die Länderbewertung ergibt sich aus der Summe der gewichteten Beurteilungswerte. Ergebnisse von Länderanalysen, die in regelmäßigen Abständen von Expertengruppen internationaler Institutionen, Banken und Handelskammern durchgeführt werden (z.B. der BERI-Index für politische und wirtschaftliche Länderrisiken und der Institutional Investor-Index für die Kreditwürdigkeit von Ländern), bedienen sich fast immer der Scoring-Modelle.⁹⁷

Problematisch ist, dass die Ergebnisse beider Standortbewertungsverfahren eine Genauigkeit suggerieren, die in der Realität nicht zutrifft. Diese Kritik bezieht sich insbesondere auf die entscheidungsrelevanten Auswahlkriterien, die zum einen in begrenzter Anzahl und zum anderen ohne Berücksichtigung von Interdependenzen zwischen einander nach subjektiven Überlegungen ausgewählt werden. Auch die Gewichtung und die Bewertung nicht quantifizierbarer Kriterien folgen subjektiven Einflüssen.⁹⁸

⁹⁵ vgl. Grabow (1995), S. 137 und Goette (1994), S. 290 f.

⁹⁶ vgl. Zinser (1994), S. 144

⁹⁷ vgl. Belew (2000), S. 116

⁹⁸ vgl. Schnurrenberger (2000), S. 22 und Grabow (1995), S. 138

Bei der so genannten Clusteranalyse wird ein Gruppenbildungsverfahren für die Klassifizierung von Ländermärkten genutzt. Ziel dieses Verfahrens ist es, anhand spezieller Bewertungsmerkmale in sich homogene Ländergruppen zu bilden, die sich wiederum stark von anderen Ländergruppen unterscheiden.⁹⁹ Die Standortbestimmung erfolgt in einem iterativen Auswahlprozess innerhalb einer Ländergruppe.

In der Phase der Feinauswahl werden die oben genannten Standortbewertungsverfahren in der Regel um klassische Investitionsrechenverfahren ergänzt.¹⁰⁰ Der ausschließliche Einsatz dieser Verfahren zur Standortbewertung scheidet jedoch aus praktischen Erwägungen aus, da sie lediglich quantifizierbare Kriterien erfassen können und nicht in der Lage sind qualitative Faktoren zu berücksichtigen.

2.3.3 Akteure der Standortwahl und verhaltenstheoretische Einflussfaktoren

Die große Komplexität des Standortbestimmungsprozesses deutet bereits darauf hin, dass an einer Standortentscheidung mehrere Personen beteiligt sind. Als Akteure der Standortwahl sind all jene Personengruppen bzw. Institutionen zu verstehen, die einen direkten oder indirekten Einfluss auf die Standortwahl ausüben.

Die Akteure der Standortwahl können nach zwei Herkunftsgruppen (unternehmensintern / -extern) unterschieden werden. Den unternehmensinternen Akteuren kommt im Prozess der Entscheidungsfindung die größte Bedeutung zu. Hierzu gehören Projektteams, funktionale Abteilungen, organisatorische Einheiten und einzelne Persönlichkeiten. Zu den unternehmensexternen Akteuren werden in der Regel Standortanbieter und Unternehmensberater gezählt.¹⁰¹

⁹⁹ vgl. Belew (2000), S. 133 f.

¹⁰⁰ vgl. Pausenberger (1994 b), S. 56

¹⁰¹ vgl. Schnurrenberger (2000), S. 144 f.

Die Entscheidungsvorbereitung in Form von Informationsbeschaffung, -selektion und -verarbeitung erfolgt in der Regel durch Projektteams, die cross-funktional aus Vertretern wichtiger Abteilungen zusammengesetzt werden. Projektteams werden zeitweilig und befristet gebildet, entscheidend ist bei der Zusammensetzung allein die fachliche Kompetenz der Mitglieder und nicht deren Hierarchiestellung. Ziel ist es durch Projektteams die Berücksichtigung abteilungsübergreifender Standortanforderungen sicherzustellen.¹⁰² Funktionale Abteilungen (z.B. Recht, Vertrieb, Marketing) treten bei fachspezifischen Fragestellungen fallweise als eigenständige Akteure auf, tendenziell nimmt der Einfluss einzelner Abteilungen auf die Standortwahl zugunsten einer gesamtunternehmerischen Betrachtung jedoch ab. Ähnlich verhält es sich mit den operativen Einheiten wie z.B. Geschäftsfeld- oder Regionalmanagement: Diese werden ebenfalls nur projektbezogen in strategischen Planungsfragen und Entscheidungsphasen involviert, da sie in der Regel später für die operative Umsetzung verantwortlich sind.¹⁰³

Einen großen Einfluss auf den Standortentscheidungsprozess haben meist einzelne Persönlichkeiten in hohen hierarchischen Positionen. Einerseits sind diese oft als Entscheidungsträger am gesamten Auswahlprozess beteiligt, denn die endgültige Standortentscheidung wird in der Regel durch die oberste Führungsebene des Unternehmens getroffen. Andererseits können einzelne Persönlichkeiten als Promotoren oder Opponenten auch dann wirken, wenn sie offiziell keine konkreten Aufgaben wahrnehmen, da „...die i. d. R. hierarchisch untergeordneten Projektmitarbeiter den explizit oder implizit zum Ausdruck gebrachten Präferenzen hochrangiger Manager starke Aufmerksamkeit schenken.“¹⁰⁴

Externe Akteure der Standortwahl sind in erster Linie Standortanbieter und Unternehmensberater. Standortanbieter sind beispielsweise Wirtschaftsförderungsgesellschaften, Mandatsträger und die öffentliche Verwaltung auf verschiedenen territorialen Ebenen. Sie stehen untereinander im

¹⁰² vgl. Goette (1994), S. 318

¹⁰³ vgl. Balderjahn (1999), S. 38 f. + S. 42 und Pausenberger (1994 b), S. 57 f.

¹⁰⁴ Balderjahn (1999), S. 40

Wettbewerb und versuchen deshalb Einfluss auf unternehmerische Entscheidungen zugunsten des eigenen Regulierungsraums auszuüben¹⁰⁵. Dies kann im Sinne des Standortmarketings direkt über Interaktionsprozesse mit standortsuchenden Unternehmen erfolgen oder indirekt durch die Ausgestaltung standortrelevanter Elemente (z.B. über die Qualität von Verwaltungsleistungen und Wirtschaftsförderung). Unternehmensberater werden während des Standortauswahlprozesses oft zur Lösung spezifischer Teilprobleme herangezogen. Sie halten zwar vielfach eine rein unterstützende Funktion inne, nichtsdestotrotz kann ihnen aufgrund des ihnen zugestandenen Entscheidungsspielraums und des Umfangs bzw. der Relevanz ihrer Aufgaben ein Einfluss auf die Standortwahl zugesprochen werden.¹⁰⁶



Abbildung 4: Akteure der Standortwahl (eigene Darstellung)

¹⁰⁵ vgl. Theurl (1999), S. 34 f.

¹⁰⁶ vgl. Herbertz (2002), S. 59; Schnurrenberger (2000), S. 145 und Balderjahn (1999), S. 41

Die klassische Investitionstheorie unterstellt Unternehmen ein rational gesteuertes Entscheidungsverhalten: Sie geht von der Annahme aus, dass Unternehmen bei einheitlicher Zielsetzung und vollkommener Information von mehreren möglichen Investitionsobjekten dasjenige mit der höchsten Rendite wählen.¹⁰⁷

Aufgrund von personenbezogenen Einflussfaktoren verläuft der Standortentscheidungsprozess innerhalb eines Unternehmens in der Realität jedoch nur beschränkt nach rationalen Gesichtspunkten. Dem verhaltenstheoretischen Ansatz von Aharoni zufolge kann es durch die vielen unterschiedlichen Interessengruppen, die auf die Entscheidungsfindung einwirken, gar nicht zur Bildung eines einheitlichen unternehmerischen Zielsystems kommen, da die beteiligten Akteure ihre eigenen Nutzensvorstellungen und Zielsetzungen verfolgen.¹⁰⁸

Ähnlich dem Unternehmen selbst streben Mitarbeiter nach Wachstum und Sicherheit. In materieller Hinsicht finden sich diese Individualziele in dem Bestreben der Mitarbeiter wieder, ihren Verbleib innerhalb der Unternehmensorganisation und ihr Lohn- bzw. Gehaltsniveau zu sichern oder zu verbessern. Häufig haben aber auch immaterielle Ziele der Mitarbeiter einen großen Einfluss auf den Standortentscheidungsprozess. So versuchen viele Mitarbeiter durch ihre Partizipation am unternehmerischen Entscheidungsprozess Anerkennung zu gewinnen, einen Machtzuwachs durch die geographische Ausweitung ihres Einflussgebietes zu erreichen oder sich selbst durch die Übernahme von mehr Verantwortung oder die Möglichkeit eines Auslandsaufenthalts zu verwirklichen.¹⁰⁹ In vielen Fällen werden Mitarbeiter, die am Standortauswahlprozess beteiligt sind, später zum Aufbau der ausländischen Niederlassung entsandt. Dementsprechend muss davon ausgegangen werden, dass im Auswahlprozess auch persönliche Präferenzen für einen Standort

¹⁰⁷ vgl. Heiduk (1999), S. 51

¹⁰⁸ vgl. Dawar (1999), S. 55 f.

¹⁰⁹ vgl. Müller (1996), S. 15 und Pott (1983), S. 10 f.

(beispielsweise hinsichtlich der Lebensbedingungen für Familienangehörige oder der Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung) Berücksichtigung finden.¹¹⁰

Weitere verhaltenstheoretische Einflussfaktoren, die zu eingeschränkt rationalen Entscheidungen führen, entspringen den begrenzten Kapazitäten zur Informationsverarbeitung: Der Umfang der Informationsgewinnung und –aufbereitung hängt von den verfügbaren personellen und finanziellen Ressourcen des Unternehmens ab¹¹¹, doch selbst bei einem hohen Mitteleinsatz können nicht alle Standortalternativen analysiert und die Entwicklung zukünftiger Ereignisse gar nicht oder nur unter großer Unsicherheit eingeschätzt werden.

Die Informationsverarbeitung ist deshalb subjektiv geprägt. Vielfach wird der unternehmerische Standortsuchraum von vornherein eingeschränkt.¹¹² Weder die Informationsbeschaffung noch Standortbewertungen können nach objektiven Gesichtspunkten durchgeführt werden – die am Auswahlprozess involvierten Personen legen subjektive Werteordnungen zugrunde. Auch eine mangelnde oder selektive Weitergabe von Informationen aufgrund eines eigenen Entscheidungswillens ist denkbar. In einigen Fällen haben Auswahlverfahren sogar nur noch Alibicharakter und dienen dazu, im Vorfeld getroffene Entscheidungen durch ein Kontrollgremium autorisieren zu lassen, wobei die Bewertungsmethode auf das gewünschte Ergebnis angepasst wird.¹¹³

Des Weiteren ist zu vermuten, dass die Art und Qualität der Beziehungen zwischen den Akteuren des Entscheidungsprozesses (in Form von Machtbeziehungen, Sympathien und Antipathien) sowie die Art der Ergebnispräsentation vor den Entscheidungsträgern verhaltenstheoretische Einflussfaktoren für die Standortentscheidung sind.¹¹⁴ Häufig fühlen sich unternehmensinterne Akteure (entgegen dem im Zeitverlauf erworbenen besseren Wissen) auch dann den bisher verfolgten Zielen und Plänen gegenüber

¹¹⁰ vgl. Steiger (1999), S. 88; Balderjahn (1999), S. 39 und Brede (1971), S. 42

¹¹¹ vgl. Maier (2001), S. 30

¹¹² vgl. Balderjahn (1999), S. 29 f. und Gehrung (1996), S. 15

¹¹³ vgl. Herbertz (2002), S. 101; Gehrung (1996), S. 12 und Goette (1994), S. 288 f.

verpflichtet, wenn sie sich persönlich für ein Vorhaben engagiert haben: Anstatt die bisherige Vorgehensweise zu verfolgen ziehen sie es vor „...Durchhaltevermögen zu beweisen und aufkommende Schwierigkeiten zu beseitigen (..), um keinen Gesichts-, Zeit-, oder finanziellen Verlust in Kauf nehmen zu müssen sowie um weder sich selbst noch Mitarbeitern oder Freunden Versagen eingestehen zu müssen.“¹¹⁵ Bei den auf einen Standortentscheidungsprozess einwirkenden Akteuren kann also keineswegs auf einen „homo oeconomicus“ geschlossen werden.

Zusammenfassend kann also festgestellt werden, dass es aufgrund von verhaltenstheoretischen Einflussfaktoren nur zu eingeschränkt rationalen Standortentscheidungen kommt und der Auswahlprozess in erheblichem Maße durch die subjektive Sichtweisen der involvierten Akteure beeinflusst wird.

3 Determinanten der räumlich-geographischen Standortwahl

3.1 Klassifizierung der Kriterien

Als Determinanten der räumlich-geographischen Standortwahl sind alle Variablen anzusehen, welche die Standortwahl und somit die Standortorientierung von Unternehmen beeinflussen. Sie werden im Allgemeinen als Standortfaktoren bezeichnet und umfassen alle Standorteigenschaften, welche unternehmensseitig bei der Entscheidungsfindung über eine Auslandsinvestition berücksichtigt werden.¹¹⁶

Die Bedeutung einzelner Standortfaktoren für ein Unternehmen ist in erster Linie von der Art des Produktes sowie der Art der eingesetzten Technologie abhängig, da diese wiederum die wesentlichen Anforderungen an die Produktionsfaktoren bestimmen. Die für die Standortwahl relevanten Faktoren müssen zum einen

¹¹⁴ vgl. Jahrreiß (1984), S. 255

¹¹⁵ Pott (1983), S. 55

¹¹⁶ vgl. Steiger (1999), S. 84 und Wellems (1992), S. 40

kosten- oder erlöswirksam sein, wobei sich dies auch in nicht-monetären Kosten wie z.B. Zeitaufwand, Unannehmlichkeiten oder Beeinträchtigungen in der Innovationsfähigkeit des Unternehmens niederschlagen kann. Zum anderen wird aus Unternehmenssicht die Bedeutung von Standortfaktoren durch ihre räumliche Verfügbarkeit, ihre Qualität und ihren Preis determiniert.¹¹⁷

Die Standorttheorie hat einen Katalog von standortbestimmenden Faktoren herausgearbeitet. In erster Linie handelt es sich dabei um betriebswirtschaftlich orientierte Erklärungsansätze, die sich auf eine Analyse derjenigen Faktoren konzentrieren, welche die Standortwahl innerhalb eines Landes bestimmen. Die Standorttheorie ist demnach traditionell national orientiert – eine einheitliche internationale Standorttheorie existiert bislang nicht.¹¹⁸

Für die Erklärung von Standortentscheidungen im internationalen Rahmen bedarf die herkömmliche Standorttheorie jedoch einer Ergänzung, denn die intra- und internationale Standortwahl unterscheiden sich in vierfacher Hinsicht:¹¹⁹

1. Grundsätzlich ist die Anzahl der potentiell zur Investition in Frage kommenden Standorte im internationalen Rahmen erheblich größer als bei einer rein nationalen Betrachtung.
2. Es kann davon ausgegangen werden, dass Standortfaktoren bei einer internationalen Standortentscheidung in Abhängigkeit von den zugrunde liegenden Investitionsmotiven anders gewichtet werden als bei einer nationalen Standortwahl.¹²⁰
3. Bei Standortentscheidungen auf internationaler Ebene erhöht sich die Anzahl der relevanten Standortfaktoren um zusätzliche länderspezifische Determinanten. Diese können bei einer nationalen Standortwahl als

¹¹⁷ vgl. Maier (2001), S. 22 + S. 39 f.

¹¹⁸ vgl. Herbertz (2002), S. 49; Nicholas (2001), S. 129; Goette (1994), S. 67; Braun (1988), S. 283 und Tesch (1980), S. 347

¹¹⁹ vgl. Bauerschmitz (1996), S. 39 f.

¹²⁰ vgl. Heiduk (1999), S. 32 und Dülfer (1992), S. 477 f.

entscheidungsirrelevant vernachlässigt werden, denn sie gelten innerhalb der nationalen Landesgrenzen an allen Standorten gleichermaßen. Da sie sich jedoch von Land zu Land unterscheiden, müssen sie im internationalen Rahmen gleichwohl betrachtet werden.¹²¹

4. Eine internationale Standortwahl ist das Ergebnis eines mehrstufigen Auswahlprozesses. So werden im Auswahlprozess zur Standortbestimmung zunächst Ländergruppen und -regionen und dann einzelne Länder auf ihre Standorteignung hin geprüft. Die alleinige Anwendung betriebswirtschaftlicher Kriterien eignet sich für die ersten Selektionsschritte der Ländervorauswahl und Makroanalyse nicht. Erst bei der intranationalen Bestimmung von geeigneten Standorten kann sinnvoll auf die traditionelle Standorttheorie zurückgegriffen werden.

In der Literatur findet sich eine Vielzahl von Ansätzen, in denen die wichtigsten Determinanten der räumlich-geographischen Standortwahl systematisch aufgelistet werden. In der Regel werden einzelne Standortfaktoren dabei in übergeordneten Standortfaktorengruppen zusammengefasst. „Der Versuch, einen für alle Fälle gültigen Katalog zu erstellen, ist von vornherein zum Scheitern verurteilt.“¹²² Die Kategorisierung kann auf unterschiedliche Weise erfolgen, denn aufgrund der vielfältigen Interdependenzen können einzelne Standortfaktoren oft nicht scharf voneinander abgegrenzt werden. Eine alternative Zurechnung einzelner Faktoren zu mehreren übergeordneten Standortfaktorengruppen ist möglich, da sich inhaltliche Überschneidungen nicht immer ausschließen lassen.¹²³ Darüber hinaus werden in den Publikationen oft Fallbeispiele behandelt, die sich schwerpunktmäßig einer Betrachtung bestimmter Regionen oder Unternehmensgruppen widmen und sich somit von vornherein auf einzelne Standortfaktoren konzentrieren.

¹²¹ vgl. Herberitz (2002), S. 92; Wellems (1992), S. 82 und Tesch (1980), S. 368

¹²² Bauerschmitz (1996), S. 47

¹²³ vgl. Dawar (1999), S. 241; Wellems (1992), S. 75; Ehrenfeld (1985), S. 56 und Pott (1983), S. 59

Die folgenden Standortfaktorenkataloge stellen beispielhaft dar, wie einzelne Bestimmungsgründe der internationalen Standortwahl zusammengefasst und gruppiert werden können. Volkholz erfasst alle Standortfaktoren, die er im Rahmen einer internationalen Standortwahl für grundsätzlich bedeutsam hält, in fünf Standortfaktorgruppen, wobei die Reihenfolge der Faktorgruppen aus seiner Sicht auch deren relative Bedeutung widerspiegelt (siehe Tabelle 3).¹²⁴

Tesch fasst die Bestimmungsfaktoren der internationalen Standortwahl nach ihren Auswirkungen auf Aktivitäten des Unternehmens insgesamt, auf die Verfügbarkeit und Kosten der Produktionsfaktoren oder auf den Absatz zusammen. Die Kategorisierung in die drei Faktorgruppen kann sowohl für Direktinvestitionen als auch für den internationalen Handel Anwendung finden.¹²⁵ Der Standortfaktorenkatalog von Tesch ist der umfassendste Erklärungsansatz einer internationalen Standorttheorie. Es handelt sich um eine ganzheitliche Betrachtung mit dem Anspruch, alle Determinanten der internationalen Wettbewerbsfähigkeit zu berücksichtigen. Da dieser Ansatz somit über die Erklärung von Standortentscheidungen unter Vornahme von Direktinvestitionen hinausgeht, wird der Standortfaktorenkatalog an dieser Stelle nicht weiter spezifiziert. Im Anhang 1 wird die vollständige Aufstellung wiedergegeben.

¹²⁴ vgl. Volkholz (1977), S. 106 ff.

¹²⁵ vgl. Tesch (1980), S. 364 ff.

- 1) Investitionsklima
 - Bestimmungen zum Fremdeigentum (Begrenzung des ausländischen Kapitalanteils auf eine Minderheit, oder Ausschluss fremden Kapitals in bestimmten Industriezweigen)
 - Diskriminierung und Überwachung ausländischer Firmen (öffentliche Beschaffungspolitik, Steuersystem, Importlizenzen u.a.)
 - Freiheit des Devisenverkehrs (Genehmigungsverfahren für Warenimporte, Kapital- und Gewinntransfers)
 - Währungsstabilität (Abwertungen und Aufwertungen, Kursentwicklung)
 - Relative Inflationsrate
 - Politische Stabilität
 - Ordnungspolitik (Möglichkeit der Verstaatlichung, Arten der Mitbestimmung)
 - Tarifpolitik und Streikrisiko
 - Entwicklung des lokalen Kapitalmarktes
 - Bereitschaft zur Errichtung von Zollmauern gegenüber ausländischer Einfuhr für eine neu zu errichtende Produktion
 - Regionale Förderungsmaßnahmen
 - Umweltschutzaufgaben
- 2) Absatzmarkt
 - Gegenwärtiger und zukünftiger Bedarf
 - Aktivität der in- und ausländischen Konkurrenz
 - Markteigenheiten (Klima, Kultur, Entwicklungsgrad, Akzeptanz ausländischer Produkte)
 - Marketingsysteme (Rolle der verschiedenen Handelsfunktionen, Werbemedien, Absatzformen)
 - Industrielle Umwelt (Reifegrad des Produkts, Stadium im Produktzyklus, Produktfinanzierung, Qualitätsniveau)
 - Rechtliche Eingrenzung (Technische Normen, Sicherheitsvorschriften, Patente, Steuerpräferenzen, Abzahlungsvorschriften)
- 3) Arbeitsmarkt
 - Verfügbarkeit von Arbeitskräften
 - Qualifikation der Arbeitskräfte
 - Lohnniveau und soziale Lasten
 - Arbeitsmoral und Einsatzfreudigkeit der Arbeitskräfte
 - Bedingungen für die Beschäftigung ausländischer Arbeitskräfte, insbesondere von ausländischem Management und Experten
- 4) Beschaffungsmarkt
 - Verfügbarkeit der benötigten Rohstoffe und Vorprodukte
 - Verfügbarkeit von Energie
 - Lokales Preisniveau im Vergleich zu Weltmarktpreisen
 - Importmöglichkeiten nicht vorhandener Materialien
 - Transporteinrichtungen und -kosten
 - Nachrichten- und Verkehrsbedingungen
- 5) Wirtschaftlichkeit
 - Economies of scale (Wirtschaftliche Größenordnung der Produktion)
 - Zollbarrieren bei alternativen ausländischen Standorten
 - Transportkosten für alternative Standorte
 - Alternative Faktorkosten (Lohnniveau und Rohstoffkosten)
 - Fördermaßnahmen
 -

Tabelle 3: Internationale Standortfaktoren nach Volkholz

Raumdifferenzierende Determinanten	Standortfaktoren als	
	Unternehmensanspruch	Standorteigenschaft
Lage-Distanz-Faktoren	räumliche Nähe, zentrale Lage, Erreichbarkeit, ökonomische Nähe	topographische & geographische Lage, technischer Stand & Ausbau der Verkehrsinfrastruktur, Transportkosten
Agglomerationsfaktoren	externe Kostenvorteile: - localization economies - urbanization economies einzelbetrieblich wirksame Kostennachteile gesamtgesellschaftliche Nachteile (social costs)	gemeinsamer Absatzmarkt, gemeinsame Zulieferer, Arbeitskräftepotential räumliche Nähe und Konzentration von: - Kaufpotential & Nachfrage - Arbeitskräften - Zulieferern - externen Dienstleistern - Informationen - öffentl. Institutionen - Forschungseinrichtungen hohe Kosten für Betriebsflächen, Dienstleistungen, Infrastruktur hohe Belastung natürlicher Ressourcen (Wasser, Luft, Boden)
Ausstattung mit Produktions- & Infrastrukturressourcen	Potential & Kosten von Rohstoffen, Betriebsmitteln, Kapital, Infrastrukturleistungen & Information	Vorhandensein & Wirkungsgrad der Ressourcen, Konkurrenz um Ressourcen, staatlicher Einfluß auf Angebot & Preis
politisch-administrative Faktoren	unternehmerfreundliche Gesetzgebung, Behörden & Politiker	politische Stabilität, langfristig positive Investitionsbedingungen
nicht-ökonomisch motivierte Wertschätzung („weiche“ Faktoren)	Attraktivität der natur- & kulturräumlichen Gegebenheiten, Freizeitwert, Wohnattraktivität, positives Image	natur- & kulturräumliche Ausstattung, Tradition, Mode, Trends, Freizeit-Infrastruktur, Wohnverhältnisse & -kosten

Tabelle 4: Internationale Standortfaktoren nach Welles

Wellems nimmt ebenfalls eine Unterteilung der Standortfaktoren in fünf „raumdifferenzierende Determinanten“ vor, wobei angenommen wird, dass der Standortfaktor „Boden“ aus dem Zusammenwirken der übrigen Faktoren resultiert und aufgrund dieser Sonderstellung in der zusammenfassenden Darstellung vernachlässigt werden kann.¹²⁶ Darüber hinaus unterscheidet Wellems bei den Standortfaktoren zwischen Unternehmensanspruch und Standorteigenschaft, weil die Vorteilhaftigkeit des Standortes für ein Unternehmen erst durch die größtmögliche Übereinstimmung von Anforderungen und tatsächlichen Merkmalen zustande kommt (siehe Tabelle 4).

Eine Aufstellung der United Nations differenziert die Bestimmungsgründe der räumlich-geographischen Standortwahl lediglich nach den folgenden drei Faktorgruppen „Policy framework for Foreign Direct Investment“, „Business facilitation“ und „Economic determinants“. Letztere Kategorie setzt sich dabei wiederum aus drei Faktoruntergruppen zusammen, die sich an den der Direktinvestition zugrunde liegenden Motiven orientieren (siehe Tabelle 5).¹²⁷

¹²⁶ vgl. Wellems (1992), S. 73 f.

¹²⁷ vgl. United Nations Conference on Trade and Development (2002), S. 24

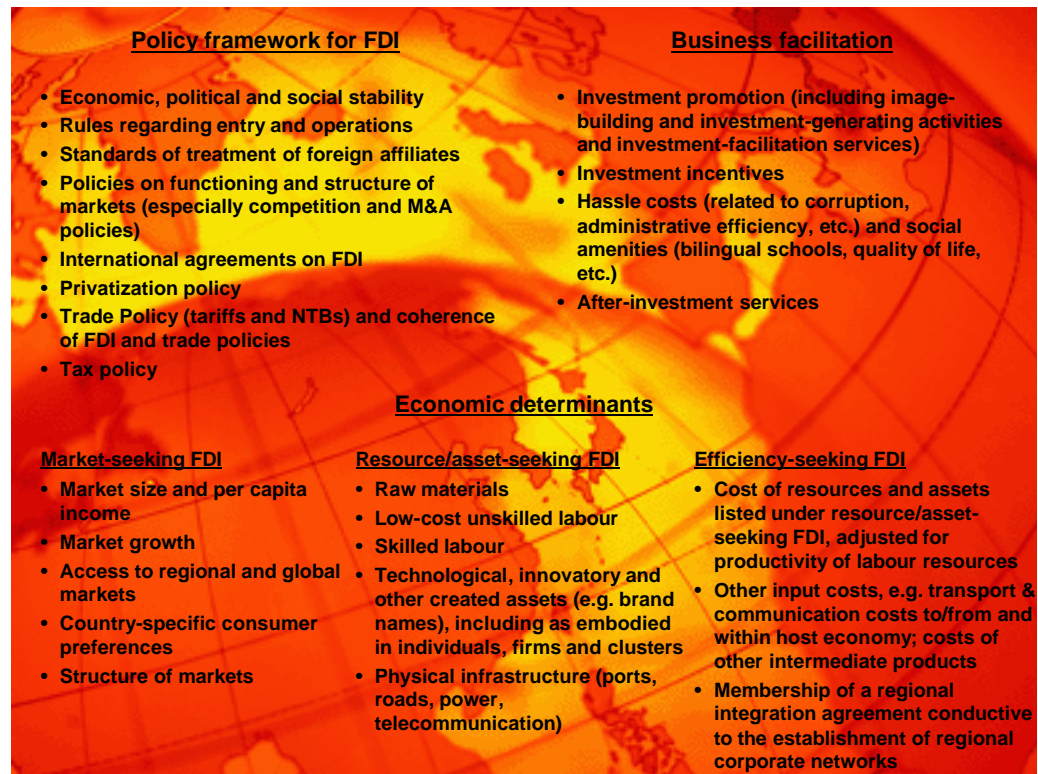


Tabelle 5: Internationale Standortfaktoren nach UNCTAD (eigene Darstellung)

Die in dieser Arbeit verwendete Kategorisierung von Faktoren in nationale und regionale Bestimmungsgründe der Standortwahl lehnt sich an die mehrstufige Vorgehensweise im Standortentscheidungsprozess an. Unter der Annahme, dass die Beurteilung von Regionen bzw. Länderstandorten in den Phasen der Vorauswahl und Makroanalyse auf Basis national wirksamer Determinanten erfolgt, werden diese zu vier Standortfaktorengruppen zusammengefasst. Hierbei handelt es sich um länderspezifische Standortfaktoren, die innerhalb eines Staatsgebiets in der Regel gleich sind, auf internationaler Ebene aber differenzieren. Sie sind als wichtige Kriterien für Unternehmen, die Standortentscheidungen im globalen Rahmen treffen, anzusehen¹²⁸. Zur Beurteilung von Regionalstandorten in der Makroanalyse wird die traditionelle Standorttheorie genutzt – die regional wirksamen Standortfaktoren werden in dieser Arbeit nach sechs Standortfaktorgruppen unterschieden (siehe Abbildung 5 unten).

¹²⁸ vgl. Maier (2001), S. 23 und Wellem's (1992), S. 82

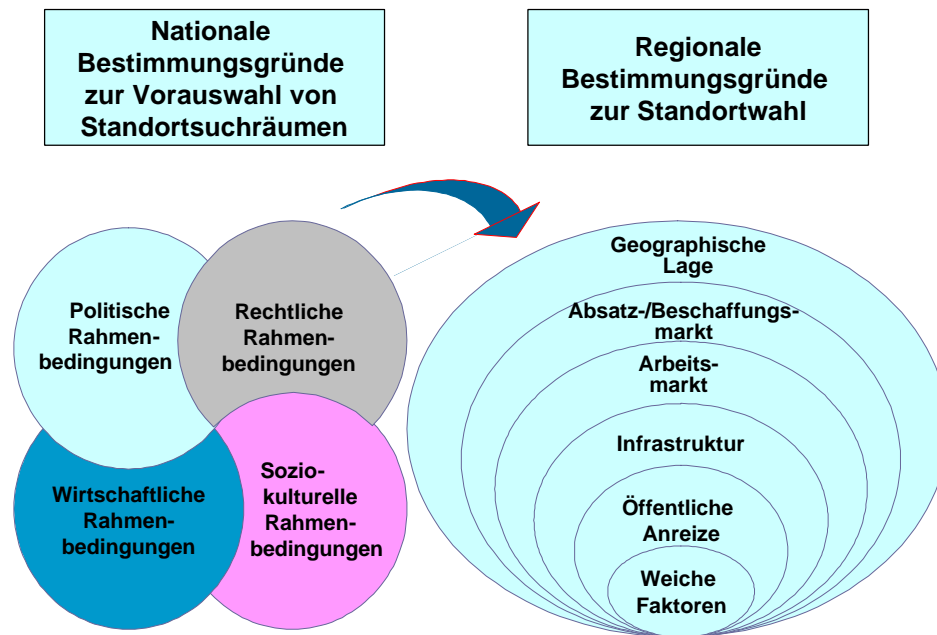


Abbildung 5: Klassifizierung von nationalen und regionalen Determinanten der räumlich-geographischen Standortwahl (eigene Darstellung)

3.2 Nationale Bestimmungsgründe zur Vorauswahl von Standortsuchräumen

3.2.1 Politische Rahmenbedingungen

Die Gruppe der politischen Rahmenbedingungen gehört zu den grundlegenden Entscheidungsdeterminanten in den ersten Auswahlphasen des Standortbestimmungsprozesses.

Wirtschaftliche Aktivitäten im Ausland sind zu einem hohen Maße abhängig von der Haltung und Politik der Staaten gegenüber ausländischen Investoren. Für die investierenden Unternehmen ist dabei nicht die Zielsetzung der staatlichen Politik an sich entscheidend, sondern vielmehr der direkte Einfluss der politischen

Maßnahmen auf die unternehmerischen Aktivitäten sowie deren kosten- und erlösseitigen Auswirkungen.¹²⁹

Politische Rahmenbedingungen, die bei Standortentscheidungsprozessen Berücksichtigung finden, schlagen sich in erster Linie in der politischen Stabilität des betrachteten Landes und in den politischen Länderrisiken nieder. Die politische Stabilität ist von Bedeutung, da sie die Unsicherheit des Unternehmens im Hinblick auf mögliche zukünftige Veränderungen reduziert. Als politische Länderrisiken werden im Allgemeinen all jene Risiken bezeichnet, die aufgrund von politischen Weisungen mit einer unmittelbaren Verlustgefahr im Zusammenhang stehen. Sie bestimmen die Handlungs- und Gestaltungsfreiheit der Unternehmen und können den wirtschaftlichen Erfolg bzw. den Bestand der Investition nachhaltig beeinflussen¹³⁰. Wengleich politische Risiken bei der Vornahme von Direktinvestitionen in den industrialisierten Staaten heutzutage weitgehend vernachlässigt werden können, sind diese als Bestimmungsgrund der Standortwahl in Entwicklungsländern von hoher Bedeutung.¹³¹ Politische Länderrisiken sind in der Regel schwer quantifizierbar und werden über Indikatoren erfasst. Im Allgemeinen lassen sie sich nach Transfer-, Enteignungs-, Dispositions- und Sicherheitsrisiken unterscheiden.

Das Transferrisiko bezeichnet die Gefahr der teilweisen oder vollständigen Beschränkung des Im- oder Exports von Produkten oder Kapital.¹³² Durch die Errichtung von Handelshemmnissen können Regierungen den freien Austausch von Produkten oder Kapital verhindern, einschränken oder verteuern. Die so genannten protektionistischen Maßnahmen zielen darauf ab, die Wettbewerbsfähigkeit einheimischer Unternehmen künstlich zu erhöhen. Handelsbarrieren können tarifärer und nicht-tarifärer Art sein. Tarifäre Maßnahmen beziehen sich auf Zollbarrieren, die kostenerhöhend wirksam sind,

¹²⁹ vgl. Tesch (1980), S. 376 f.

¹³⁰ vgl. Pausenberger (1994 a), S. 10

¹³¹ vgl. Dawar (1999), S. 242; Goette (1994), S. 227 f. und Jahrreiß (1984), S. 138

¹³² vgl. Goette (1994), S. 206; Engelhard (1992), S. 370; Pott (1983), S. 76 f. und Tesch (1980), S. 458

wohingegen nicht-tarifäre Maßnahmen alle administrativen und bürokratischen Handelsschranken umfassen.¹³³

Das Enteignungsrisiko bezieht sich auf die Gefahr der Expropriation, d.h. auf den Entzug von Vermögen oder vermögensähnlichen Rechten durch den Staat. Anhand der Zielgruppe grenzt Belew drei verschiedene Formen der Enteignung voneinander ab.¹³⁴

1. **Sozialisierungsmaßnahmen** liegt oft der politische Wille zugrunde, die Kontrolle über bestimmte Branchen (wie zum Beispiel über die Wasser- und Stromversorgung) in öffentlicher Hand zu halten. Die Überführung von Privatkapital in Staatseigentum erfolgt dabei unabhängig von der Nationalität des Investors, die Verstaatlichungen werden gleichermaßen bei in- und ausländischen Unternehmen vorgenommen.¹³⁵
2. **Nationalisierungsmaßnahmen** hingegen richten sich nur gegen ausländisch geführte Unternehmen. Die Expropriationen können einzelne Projekte (z.B. Suezkanal im Jahre 1956), bestimmte Branchen oder Wirtschaftssektoren (z.B. Erdölgesellschaften in arabischen Staaten seit 1973) oder Auslandskapital an sich betreffen.
3. Staatliche **Konfiszierungen** finden in der Regel nur nach Revolutionen oder schweren politischen Konflikten statt (z.B. Kuba 1960 bzw. Verhältnis Iran-USA seit 1979). Sie werden gezielt bei Unternehmen aus feindlichen Staaten vorgenommen, um die betreffenden Länder direkt zu schädigen.

Enteignungen können mit oder ohne Kompensationszahlungen vonstatten gehen. Sozialisierungs- und Nationalisierungsmaßnahmen sind, wenn es die staatliche Haushaltslage zulässt, meist mit einer wertadäquaten (zumindest aber einer partiellen) finanziellen Entschädigung verbunden. Bei Konfiszierungen können

¹³³ vgl. Goette (1994), S. 219; Jahrreiß (1984), S. 138 und Tesch (1980), S. 416

¹³⁴ vgl. Belew (2000), S. 85 ff.

¹³⁵ vgl. Pott (1983), S. 90

Unternehmen allerdings nicht mit Entschädigungen rechnen, da die Maßnahme auf eine direkte Schädigung abzielt. In diesen Fällen muss der Schaden deshalb von den Firmen selbst getragen werden.¹³⁶

Unter dem Begriff Dispositionsrisiko sind alle politisch motivierten Eingriffe zu verstehen, die Unternehmen durch administrative Vorgaben in ihren Geschäftsaktivitäten einschränken. Dies äußert sich beispielsweise in staatlichen „Local contents“ Vorpflichtungen, die Unternehmen dazu zwingen, zu einem bestimmten Anteil heimisch produzierte Vorprodukte oder Rohstoffe in einem Endprodukt zu verwenden oder zu einem bestimmten Anteil des Gesamtpersonals einheimische Führungs-, Fach- und Arbeitskräfte einzustellen. Auch Vorgaben zur Beteiligung Einheimischer am Eigenkapital des Unternehmens oder zur Einschränkung der Niederlassungsfreiheit ausländischer Firmen sind denkbar.¹³⁷

Sicherheitsrisiken beinhalten alle Gefahren, die mit der Bedrohung und gewaltsamen Schädigung von Vermögenswerten und Mitarbeitern in Zusammenhang stehen. Die Zerstörung, Beschädigung oder Vernichtung von Unternehmenswerten kann dabei eine Folge von gezielten Anschlägen, politischem Terror, Revolutionen und kriegerischen Auseinandersetzungen sein. Gesundheit, Freiheit und Leben von Mitarbeitern sowie deren Angehörigen sind insbesondere dann einem Sicherheitsrisiko ausgesetzt, wenn die Mitarbeiter Schlüsselpositionen im Unternehmen einnehmen und deshalb als Repräsentanten unmittelbar mit den sie beschäftigenden Unternehmen identifiziert werden. Persönliche Sicherheitsrisiken umfassen beispielsweise Ausreiseverbote, Verletzung, Verfolgung, Entführung und Ermordung.¹³⁸

Das Bestehen politischer Risiken in potentiellen Investitionszielländern stellt für ein standortsuchendes Unternehmen eine negative Standortbedingung dar und kann dazu führen, dass ein anderer Länderstandort vorgezogen wird.¹³⁹ Zu

¹³⁶ vgl. Belew (2000), S. 86 und Engelhard (1992), S. 370

¹³⁷ vgl. Belew (2000), S. 92; Goette (1994), S. 221 und Pott (1983), S. 83

¹³⁸ vgl. Belew (2000), S. 98 f. und Engelhard (1992), S. 371

¹³⁹ vgl. Pausenberger (1994 b), S. 59; Jahrreiß (1984), S. 136; Tesch (1980), S. 456 und Volkholz (1977), S. 107

berücksichtigen ist allerdings, dass das Ausmaß politischer Gefährdung von Direktinvestitionen unter anderem von der Branchenzugehörigkeit des investierenden Unternehmens abhängt. So sind Direktinvestitionen im Bereich der Rüstung und Infrastruktur aufgrund ihrer politischen Bedeutung wesentlich gefährdeter als in politisch unbedeutenden Dienstleistungsbranchen. Darüber hinaus haben Unternehmen in beschränktem Maße die Möglichkeit, das Risiko staatlicher Eingriffe beispielsweise durch einen Joint Venture mit einheimischen Partnerunternehmen zu reduzieren, da sie sich schneller im Wirtschaftsgeschehen integrieren und politisch motivierte Widerstände geringer ausfallen¹⁴⁰.

Anzunehmen ist auch, dass die Wahrscheinlichkeit staatlicher Eingriffe mit zunehmender Akzeptanz ausländischer Unternehmen sinkt: „The host government will not pursue such strategies if it values the gains from preserving a good reputation with foreign business highly enough. But if it discounts such gains heavily, or deems them small, it could.“¹⁴¹

Insgesamt gesehen kann festgestellt werden, dass politische Rahmenbedingungen in die Standorterwägungen direktinvestierender Unternehmen Eingang finden, wenngleich Länderrisiken bei bestimmten Investitionsvorhaben von vornherein als gegeben betrachtet werden müssen. Dies gilt insbesondere für beschaffungsorientierte Direktinvestitionen mit dem Ziel der Rohstoffsicherung, denn vielfach können Rohstoffe nur aus politisch instabilen Ländern bezogen werden. „In vielen Fällen korreliert (..) ein zunehmender Grad an politischer Instabilität in einem Land positiv mit erhöhten Rendite-Chancen am dortigen Standort, d.h. eine größere Risikobereitschaft des Unternehmens wird mit höheren Gewinnerwartungen belohnt.“¹⁴²

¹⁴⁰ vgl. Goette (1994), S. 221 und Jahrreiß (1984), S. 139

¹⁴¹ Heffernan (1990), S. 191 f.

¹⁴² Goette (1994), S. 230

3.2.2 Rechtliche Rahmenbedingungen

Rechtliche Rahmenbedingungen sind länderspezifische Bestimmungsgründe der Standortwahl, da die Verfassung und Gesetzgebung eines Landes für das gesamte Staatsgebiet gelten und sich von denen anderer Nationalstaaten unterscheiden. Rechtliche Rahmenbedingungen werden somit überhaupt erst durch die Nationalstaatlichkeit geschaffen: Die Einheitlichkeit des Rechtsgebietes ist daher ein konstitutives Merkmal des Nationalstaates.¹⁴³

Rechtliche Länderrisiken erwachsen oft daraus, dass es ausländischen Unternehmen an ausreichenden Kenntnissen über das Rechtssystem des Investitionsziellandes mangelt, da die Rechtsordnung beispielsweise nicht in allen Ländern in schriftlicher Form niedergelegt ist oder weil unterschiedliche Terminologien abweichende Interpretationen von Gesetzestexten ermöglichen.¹⁴⁴ Ein weiteres rechtliches Länderrisiko liegt bei rasch aufeinander folgenden Gesetzesänderungen in der entstehenden Rechtsunsicherheit, da Unternehmen in dem Fall nicht auf die dauerhafte Verlässlichkeit bestehender Rechtsgrundlagen vertrauen können¹⁴⁵.

Für die unternehmerische Standortentscheidung sind rechtliche Rahmenbedingungen dann bedeutsam, wenn sie sich direkt auf die Geschäftstätigkeit des Unternehmens auswirken. Dies betrifft im Wesentlichen folgende Bereiche:¹⁴⁶

- Die **Wirtschaftsordnung**, die als allgemeine Grundlage der wirtschaftlichen Betätigung gilt und die den Freiheitsgrad der Unternehmen in ihren Entscheidungen und Aktivitäten begrenzt.
- Das **Wettbewerbsrecht**, das durch Verbote, Beschränkungen und Meldepflichten die Konkurrenz auf den Märkten regelt.

¹⁴³ vgl. Tesch (1980), S. 376

¹⁴⁴ vgl. Belew (2000), S. 104 und Stucken (1997), S. 1

¹⁴⁵ vgl. Dawar (1999), S. 242; Vieweg (1997), S. 21 und Pott (1983), S. 83 f.

¹⁴⁶ vgl. Tesch (1980), S. 378 und Pott (1983), S. 83

- Das **Unternehmens- und Gesellschaftsrecht**, welches bestimmte Anforderungen an die Gründung, die Organisation und die Rechnungslegung der Unternehmen festlegt.
- Das **Privat- und Prozessrecht**, das den allgemeinen Geschäftsverkehr regelt und die Durchsetzung von Ansprüchen und Forderungen sicherstellt.
- Das **Wirtschaftsstrafrecht**, mit dem Gesetzesverstöße geahndet und sanktioniert werden.

Darüber hinaus sind arbeits- und sozialrechtliche Regelungen zu beachten, die zu erheblichen Einschränkungen der unternehmerischen Handlungsfreiheit führen können. Gesetzlich manifestierte Arbeitnehmerschutzgedanken kommen insbesondere in Bestimmungen zum Kündigungsschutz, in den Regelungen zur Arbeits- und Urlaubszeit und im Tarifrecht zum Tragen. Tarifliche Regelungen von Arbeitszeiten sind jedoch beispielsweise für Industriebetriebe mit hohen Amortisationslasten für Maschinen und Produktionsanlagen bedeutsam, da sich diese „...unmittelbar auf die Länge der Maschinenlaufzeiten auswirken [und somit] von besonderem Einfluss auf die betriebliche Produktivität, den Grad der Ausnutzung des Kapitalstocks und die Höhe der Arbeits- und Kapitalkosten [sind].“¹⁴⁷

Des Weiteren sind Unternehmen häufig gesetzlich dazu verpflichtet, Maßnahmen der sozialen Sicherung mit zu finanzieren. Die hierfür zugrunde liegenden Gesetze wirken somit als Kostenfaktor (z.B. für Arbeitslosen-, Renten- und Krankenversicherung) und müssen in entsprechender Weise im Standortauswahlprozess Berücksichtigung finden. Betriebsverfassungs- und Mitbestimmungsrechte haben neben monetären Auswirkungen (z.B. durch die Finanzierung von Weiterbildungen, Arbeitsmaterialien, Sitzungen u.ä. sowie durch eine vollständige oder partielle Freistellung von Mitarbeitern) durchaus auch direkten Einfluss auf Entscheidungsprozesse im Unternehmen.

¹⁴⁷ Bauerschmitz (1996), S. 143 f.

Die Umweltschutzgesetzgebung ist als Standortfaktor bislang eher vernachlässigt worden, denn Umweltschutzaufgaben als Bestimmungsfaktor von Standortentscheidungen im internationalen Rahmen sind generell nur branchenbezogen und fallweise wirksam. Es ist jedoch anzunehmen, dass das Niveau regulativer Vorschriften in diesem Bereich die Standortwahl bei umweltpolitisch orientierten Direktinvestitionen maßgeblich beeinflusst, da die Unternehmen darauf abzielen die im Heimatland des Investors geltenden Umweltschutzbestimmungen zu umgehen. Vor allem in den umweltbelastenden Grundstoff- und Produktionsgüterindustrien werden Standorte in Länder mit weniger restriktiven Umweltschutzvorschriften verlagert.¹⁴⁸

Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass ein erheblicher Einfluss von rechtlichen Rahmenbedingungen auf den Standortbestimmungsprozess ausgehen kann. Festzuhalten bleibt jedoch, dass die Quantifizierung dieser Faktoren generell mit großen Problemen behaftet ist und deshalb häufig auf Indikatoren zurückgegriffen werden muss.

3.2.3 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, unter denen möglicherweise eine Direktinvestition vorgenommen wird, stellen eine entscheidende Standortfaktorengruppe für unternehmerische Auslandsaktivitäten dar. Sie werden durch die Politik und die Gesetzgebung eines Landes geschaffen und haben einen wesentlichen Einfluss auf den Erfolg der Geschäftstätigkeit. Als internationale Standortfaktoren sind in diesem Zusammenhang die gesamtwirtschaftliche Lage des potentiellen Länderstandorts insgesamt, das Absatzpotential, die Steuerbelastung sowie das Währungsrisiko zu nennen.

Die gesamtwirtschaftliche Lage eines Landes wird im Allgemeinen anhand von volkswirtschaftlichen Kennzahlen beurteilt. Obwohl diese Daten aufgrund ihres geringen Branchenbezugs nicht immer als K.O. Kriterien im Standortentscheidungsprozess angewendet werden, liefern sie doch erste

¹⁴⁸ vgl. Pohl (1997), S. 8 und Goette (1994), S. 216

Anhaltspunkte dafür, ob ein Land als potentieller Unternehmensstandort geeignet ist oder nicht.¹⁴⁹ So gelten beispielsweise sowohl das Bruttosozialprodukt (BSP) als auch das Bruttoinlandsprodukt (BIP) als Indikatoren der wirtschaftlichen Entwicklung und Kaufkraft eines Landes, da sie den Wert aller produzierten Güter und Dienstleistungen erfassen. Ihre Wachstumsraten spiegeln einen Aspekt des Nachfrageverhaltens und der möglichen Marktdynamik wider. Die Pro-Kopf-Werte von BSP und BIP sind Indikatoren für die volkswirtschaftliche Wohlfahrt bzw. für den Wohlstand der Bevölkerung. Die Inflationsrate hingegen drückt die Kaufkraftminderung, also den Wertverfall eines Landes, aus. Die Geldmenge steigt schneller als der Wert der entsprechenden Güterleistungen – es kommt zu einer überproportionalen Abwertung der Währung. Die Inflation betrifft somit in erster Linie nominelle Posten. Anzunehmen ist, dass eine hohe Inflationsrate allein kein hinreichender Grund ist, um potentiell in Frage kommende Länder von vornherein als Standorte zu verwerfen. Reale Werte behalten ihren Tauschwert gegenüber anderen Produkten, d.h. die Substanz des Unternehmens bleibt erhalten, wenn liquide Mittel möglichst schnell in Sachwerte transformiert werden. Dennoch stellt die Inflationsrate oft ein Hindernis für Auslandsinvestitionen dar, da sie die unternehmerische Planung auf lang- und mittelfristige Sicht erschwert. Darüber hinaus geht sie oft mit einer staatlichen Kredit-, Devisen- und Preiskontrolle einher.¹⁵⁰

Grundsätzlich gilt, dass volkswirtschaftliche Strukturdaten allein keine konkreten Rückschlüsse auf das Potential und die Eignung eines Landes als Unternehmensstandort erlauben. Insbesondere hinsichtlich des länderspezifischen Absatzpotentials müssen branchen- oder produktspezifische Zusatzinformationen hinzugezogen werden.

Bei markt- und absatzorientierten Direktinvestitionen sind die Absatzchancen von Produkten und Dienstleistungen von zentraler Bedeutung. Diese werden im Wesentlichen von dem zu erwartenden Absatzvolumen und dem zu erzielenden

¹⁴⁹ vgl. Goette (1994), S. 180 f. + S. 262

¹⁵⁰ vgl. Pott (1983), S. 76 und Tesch (1980), S. 400 ff.

Absatzertrag bestimmt.¹⁵¹ Das länderspezifische Absatzpotential lässt sich somit anhand der oben genannten volkswirtschaftlichen Daten, ergänzt um demographische Größen (z.B. Bevölkerungsgröße), bestimmen. Es ist jedoch auch in hohem Maße abhängig von den Lebens-, Kauf- und Konsumgewohnheiten der Zielgruppen und von der Verteilung des Volkseinkommens auf die unterschiedlichen Gesellschaftsschichten¹⁵². Länderspezifische Markt- und Absatzrisiken können nach lokalen, temporalen, qualitativen und quantitativen Gesichtspunkten unterschieden werden: Sie beinhalten die Gefahr, einen falschen Absatzmarkt zu wählen, einen ungünstigen Absatzzeitpunkt zu bestimmen, wegen eines schlecht angepassten Sortiments bzw. mangelhafter Qualität Kunden zu verlieren oder Kunden wegen fehlender Lieferbereitschaft in die Hände der Konkurrenz zu treiben¹⁵³.

Die Steuerbelastung eines Unternehmens ist bei Standortentscheidungen im internationalen Rahmen als weiterer variabler Entscheidungsparameter anzusehen, der einen wichtigen Beitrag zu den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen leistet. Steuerliche Überlegungen haben Einfluss auf die Liquidität und Rentabilität eines Unternehmens und stehen somit in direkter Beziehung zur unternehmerischen Wettbewerbsfähigkeit. Bei einer vergleichenden Betrachtung potentieller Investitionszielländer nach steuerlichen Gesichtspunkten sind drei Aspekte zu untersuchen:¹⁵⁴ Hierbei handelt es sich um die Substanzsteuer- und die Ertragssteuerbelastung sowie um die Steuerbemessungsgrundlage. Die mit einer Direktinvestition verbundene Steuerbelastung unterliegt innerhalb der gesetzlichen Grenzen verschiedenen Gestaltungsmöglichkeiten durch den Investor, beispielsweise bei der Wahl der Rechtsform oder bei der Ausgestaltung von Geschäftsbeziehungen. Vor allem die Möglichkeiten zur Verringerung der Steuerbemessungsgrundlage können zu einem erheblichen Unterschied zwischen der gesetzlich-formalen und der effektiv wirksamen Steuerbelastung führen. In diesem Zusammenhang stehen den Unternehmen beispielsweise verschiedene

¹⁵¹ vgl. Goette (1994), S. 178 f.

¹⁵² vgl. Pott (1983), S. 68

¹⁵³ vgl. Belew (2000), S. 101

¹⁵⁴ vgl. Goette (1994), S. 210 ff.

Alternativen durch Abschreibungs-, Bewertungs-, Verlustausgleichs- und Rückstellungsregelungen offen. Auch Freibeträge, Sonderregelungen, Steuervergünstigungen und schließlich unterschiedliche Gewinnbegriffe führen zu länderspezifisch differenzierten Steuerbemessungsgrundlagen.¹⁵⁵

Des Weiteren ist bei der Analyse der Steuerbelastung einer Direktinvestition die Interaktion der Steuersysteme im Herkunfts- und Zielland zu berücksichtigen¹⁵⁶. Wesentlich für die steuerliche Belastung von ausländischen Unternehmenseinheiten ist das Bestehen oder Nichtbestehen von so genannten Doppelbesteuerungsabkommen. Diese verhindern, dass derselbe Tatbestand einer doppelten Besteuerung im Heimat- und Investitionszielland des Unternehmens unterliegt. Doppelbesteuerungsabkommen sind zwischenstaatliche Abkommen, die mittels Ratifizierung zu nationalem Recht werden. Die zweiseitigen Regelungen regeln, welchem Staat Steuererträge zufließen sollen. Dabei kann entweder das Wohnsitz- oder das Ursprungs- bzw. Quellenprinzip Anwendung finden: Beim Wohnsitzprinzip leistet der Staat Steuerverzicht, in dem das Mutterunternehmen seiner wirtschaftlichen Betätigung nachgeht, während beim Ursprungsprinzip der Staat, aus dem die Einkünfte stammen, bei der Steuererhebung zurücksteht. Sofern keine Doppelbesteuerungsabkommen bestehen, können durch unilaterale Maßnahmen Doppelbesteuerungen vermindert oder vermieden werden. Denkbar sind Steuerfreistellungen, -anrechnungen, -pauschalierungen und Steuerabzüge.¹⁵⁷

Unter dem Begriff des Währungsrisikos werden alle Gefahren subsumiert, die einem Unternehmen aus Wechselkursschwankungen zwischen Auslands- und Heimatwährung erwachsen und von denen eine Gefährdung für das investierte Kapital und die erwarteten Gewinne im Verlauf der Direktinvestition ausgeht. Grundsätzlich werden Vermögensgegenstände ausländischer Niederlassungen in der Währung des Gastlandes erfasst, doch aus Sicht des investierenden Unternehmens drückt sich ihr Wert in der Heimatwährung aus. Eine Aufwertung der Heimatwährung gegenüber der Währung des Gastlandes hat dementsprechend

¹⁵⁵ vgl. Fuest (1999), S. 8; Köddermann (1996), S. 10 f. und Tesch (1980), S. 389 f.

¹⁵⁶ vgl. Jahrreiß (1984), S. 127

¹⁵⁷ vgl. Fuest (1999), S. 26 f.; Goette (1994), S. 215 und Tesch (1980), S. 388 + S. 391 f.

zur Folge, dass der Wert der ausländischen Vermögensgegenstände sinkt. Im umgekehrten Fall, bei einer Abwertung der Heimatwährung, führen Wechselkursänderungen zu einer Wertsteigerung im Auslandsengagement. Es kann zwischen drei Arten von Währungsrisiken differenziert werden:¹⁵⁸

- Das **Währungstranslationsrisiko** besteht in der Verlustgefahr bei der Bilanzierung ausländischer Einheiten im konsolidierten Jahresabschluss des Mutterunternehmens. Aufgrund von Wechselkursschwankungen ist es möglich, dass bei einem unveränderten absoluten Gewinn und einer unveränderten Rentabilität der Auslandseinheit der Gewinn der Muttergesellschaft und Kapitaleigner (in der Heimatwährung gemessen) vermindert wird.
- Das **Währungstransaktionsrisiko** betrifft die Gefahr eines Verlustes durch Wechselkursschwankungen bei Geldbeständen, Forderungen, Verbindlichkeiten und schwebenden Geschäften.
- **Zahlungsunfähigkeitsrisiken** führen zu einer partiellen oder vollständigen Beschränkung des Gewinntransfers oder der Kapitalrückführung. Sie resultieren aus der Devisenknappheit eines Gastlandes, welches seinen finanziellen Verpflichtungen gegenüber dem Ausland nicht mehr nachkommen kann.

Im Vergleich zu anderen Standortfaktoren sind Wechselkursrisiken von eher untergeordneter Bedeutung. „Dies trifft jedoch nur zu, solange sich die Wechselkursverhältnisse innerhalb bestimmter Schwankungsbreiten bewegen.“¹⁵⁹

3.2.4 Sozio-kulturelle Rahmenbedingungen

Unter dem Begriff der sozio-kulturellen Rahmenbedingungen werden alle Standortfaktoren verstanden, die einen Einfluss auf die Gesellschaftsstruktur eines

¹⁵⁸ vgl. Belew (2000), S. 66 f.; Engelhardt (1992), S. 369 f.; Pott (1983), S. 76 f. und Tesch (1980), S. 405 ff.

¹⁵⁹ Goette (1994), S. 209