



LAUDER  
BUSINESS SCHOOL

# Internationalisierungspfade von Unternehmen

Christian Reiner  
Lauder Business School

26.Geographentagung des Instituts für Österreichkunde  
gemeinsam mit der Österr. Geographischen Gesellschaft  
Bildungs- und Veranstaltungszentrum Schloss Weinberg  
(Kefermarkt, OÖ), 11.-13.10.2018

# Übersicht

- Fallbeispiele
- Stilisierte Fakten (SF)
- Betriebswirtschaftliche Entscheidungslogik
- Volkswirtschaftliche Effekte
  - Wohlfahrtsökonomische Effekte
  - Politökonomische Aspekte
- Fazit
- Literatur

# Fallbeispiele

## **EX: Weleda AG, CH**

- Schweizer Unternehmen, 1921 gegründet, 2400 Mitarbeiter
- Geriet ua durch missglückten Markteintritt in den USA vor 10 Jahren in die Krise
- Neuer Versuch in USA mit anderer Strategie
- Ausgewählte Exportmärkte: China, Brasilien, Argentinien, Chile

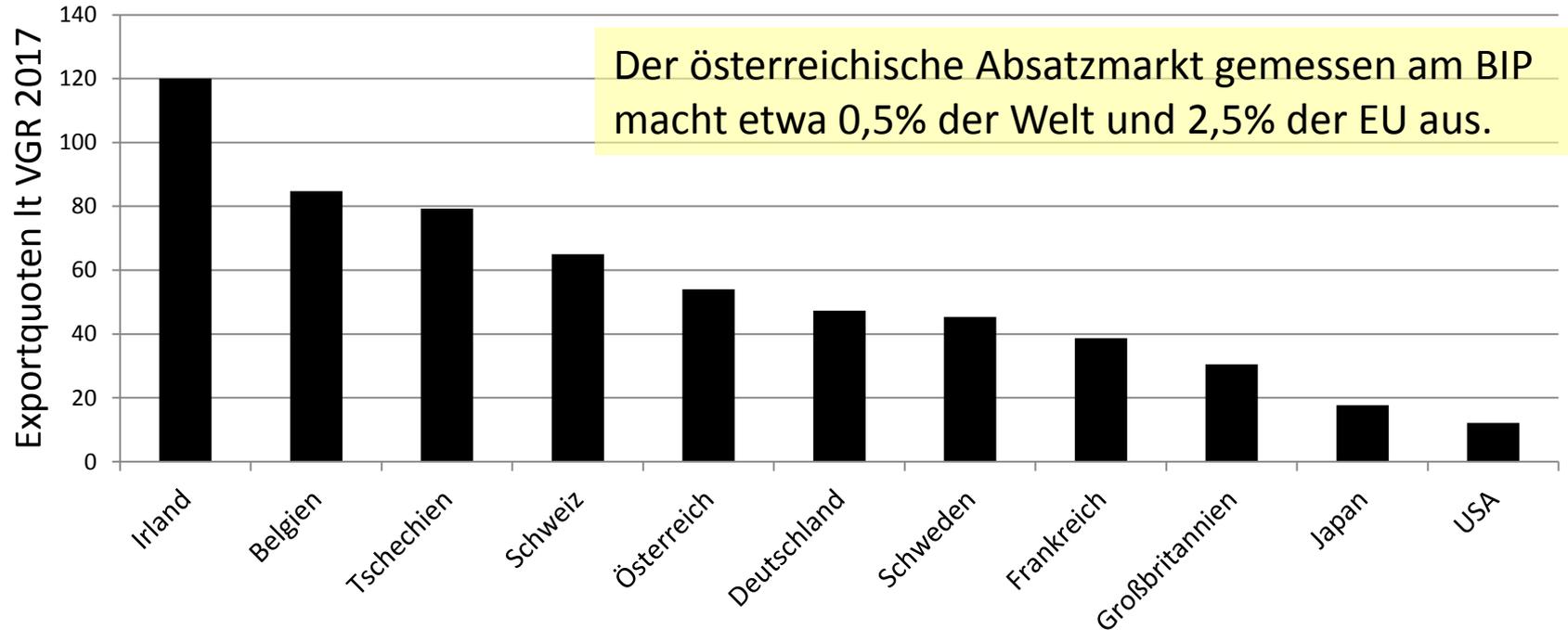
## **DI: Nissanfabrik, UK**

- Investition 80er Jahre zum Export nach Europa
- 8000 Arbeiter, 2 Autos pro Minute, 55% exportiert in EU
- 5 Millionen Teile werden pro Tag gebraucht, davon 85% aus EU importiert
- Just-in-time: Materiallager reicht für einen halben Tag
- Brexit gefährdet Standort

# **STILISIERTE FAKTEN DER INTERNATIONALISIERUNG**

# SF1: Kleine Märkte fördern

## Internationalisierung von Unternehmen



# SF 2: Industrieunternehmen dominieren Außenhandel (AT 2012)



# **SF 3: Nur ein geringer Anteil der Unternehmen exportiert (AT 2015)**

- 2015 waren 620.471 Unternehmen aktiv (AZ)
- Von diesen waren 42.053 im Export (ca. 6,7%) und 159.521 im Import (25%) tätig.
- Mehr als 90% der Unternehmen sind nicht internationalisiert!

# SF 4: Hohe Exportkonzentration (AT 2015)

Beschäftigungs- größenklasse	Anzahl Unternehmen	Rel. Anteil Unternehmen	Exportwert in Euro (Mrd)	Relativer Anteil Exportwert
0 bis 9	28.337	67	20,8	16
10 bis 49	9.837	23	11,9	9
50 bis 249	2.943	7	29,5	23
250 und mehr	936	2	66,6	52
<b>Insgesamt</b>	<b>42.053</b>	<b>100</b>	<b>128,7</b>	<b>100</b>

- ❑ 2% der Exporteure exportieren 52% der Gesamtexporte
- ❑ 9% der Exporteure exportieren 75% der Gesamtexporte
- ❑ 0,15% der Unternehmen exportieren 52% der Gesamtexporte
- ❑ 0,6% der Unternehmen exportieren 75% der Gesamtexporte

# SF 5: Topexporteure exportieren viele Produkte nach vielen Destinationen

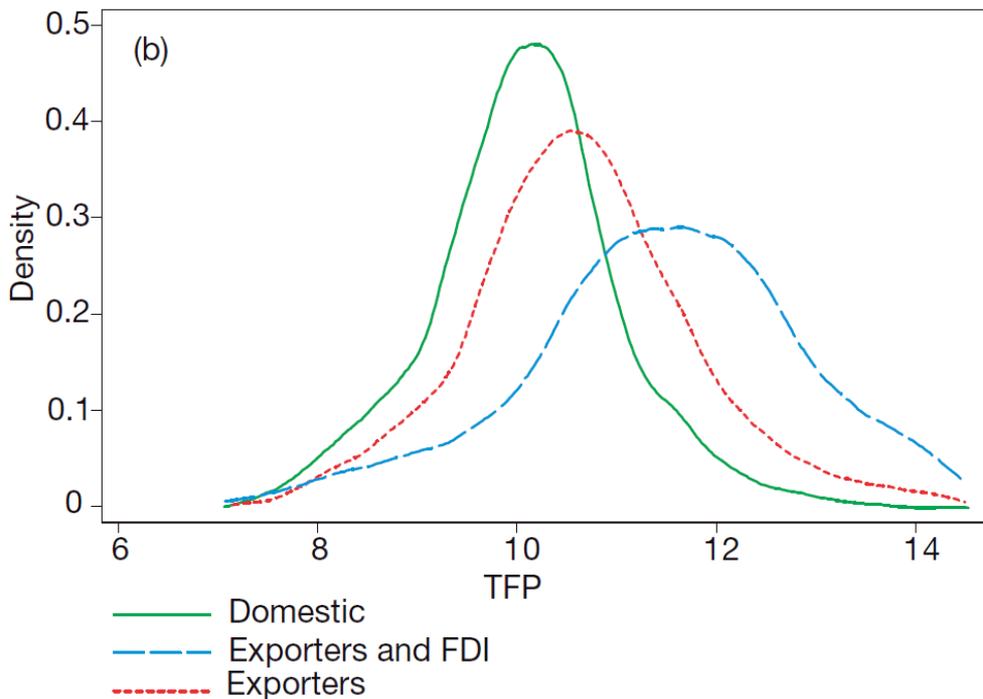
Share of Exporters  
(total # exporters: 99259)

# of products	# of countries			Total
	1	5	10+	
1	29.61	0.36	0.22	34.98
5	0.76	0.45	0.62	4.73
10+	0.95	0.89	<b>10.72</b>	18.57
<b>Total</b>	42.59	4.12	15.54	100

Share of Exports  
(total exports: 314.3 € bn)

# of products	# of countries			Total
	1	5	10+	
1	0.70	0.08	0.38	1.86
5	0.30	0.08	1.06	1.97
10+	0.28	0.45	<b>76.3</b>	81.36
<b>Total</b>	2.85	1.55	85.44	100

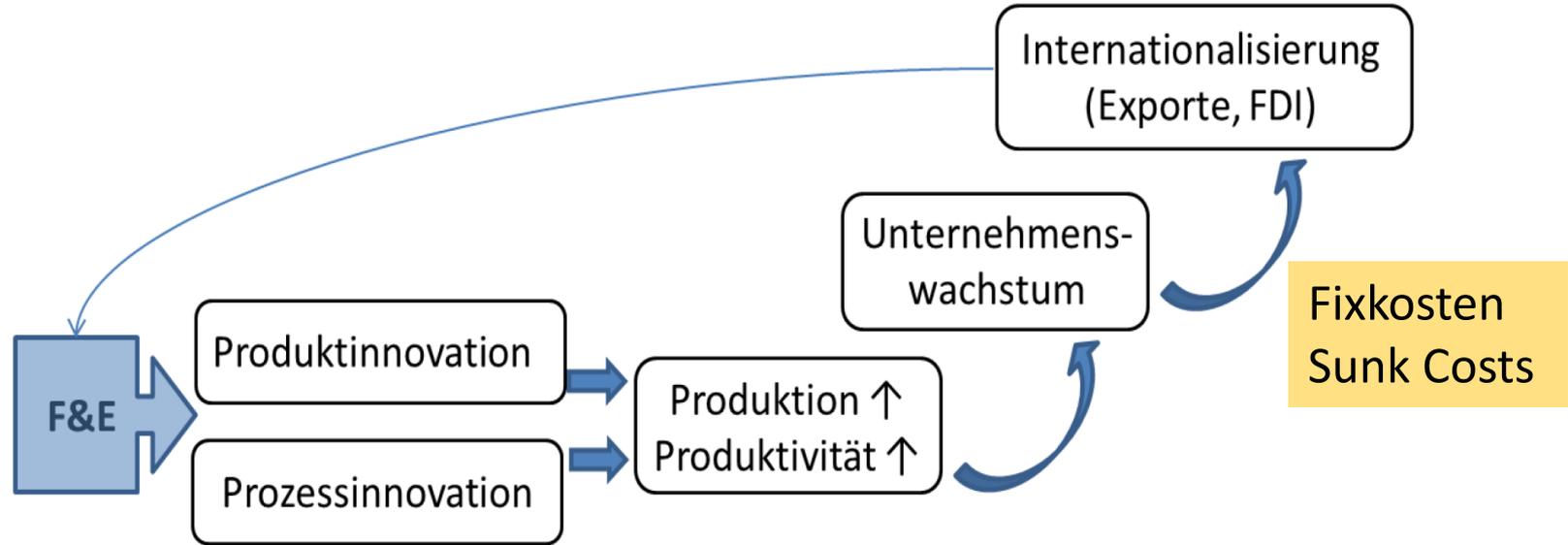
# SF6: Internationalisierte Firmen weisen überlegene Performance auf



## EX- und DI-Prämium

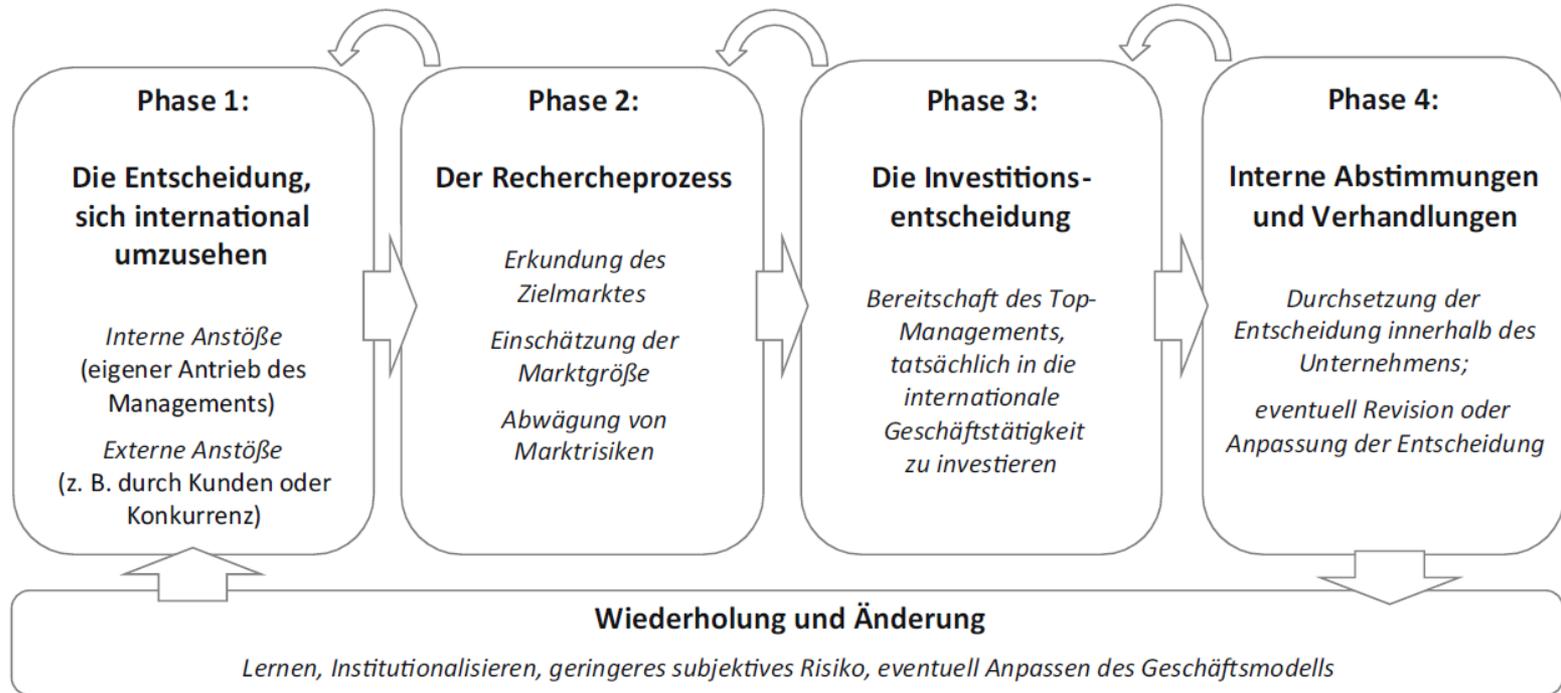
		<i>Beschäftigung</i>	<i>Wert-schöpfung</i>	<i>Löhne</i>	<i>Kapital-intensität</i>
<b>EX</b>	<i>DE</i>	2,99	-	1,02	-
	<i>FR</i>	2,24	2,68	1,09	1,49
	<i>BE</i>	9,16	14,80	1,26	1,04
<b>DI</b>	<i>DE</i>	13,19	-	-	-
	<i>FR</i>	18,45	22,68	1,13	1,52
	<i>BE</i>	16,45	24,65	1,53	1,03

# Selektion vs learning-by-exporting



# **BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE ENTSCHEIDUNGSLOGIK**

# Die Internationalisierungsentscheidung

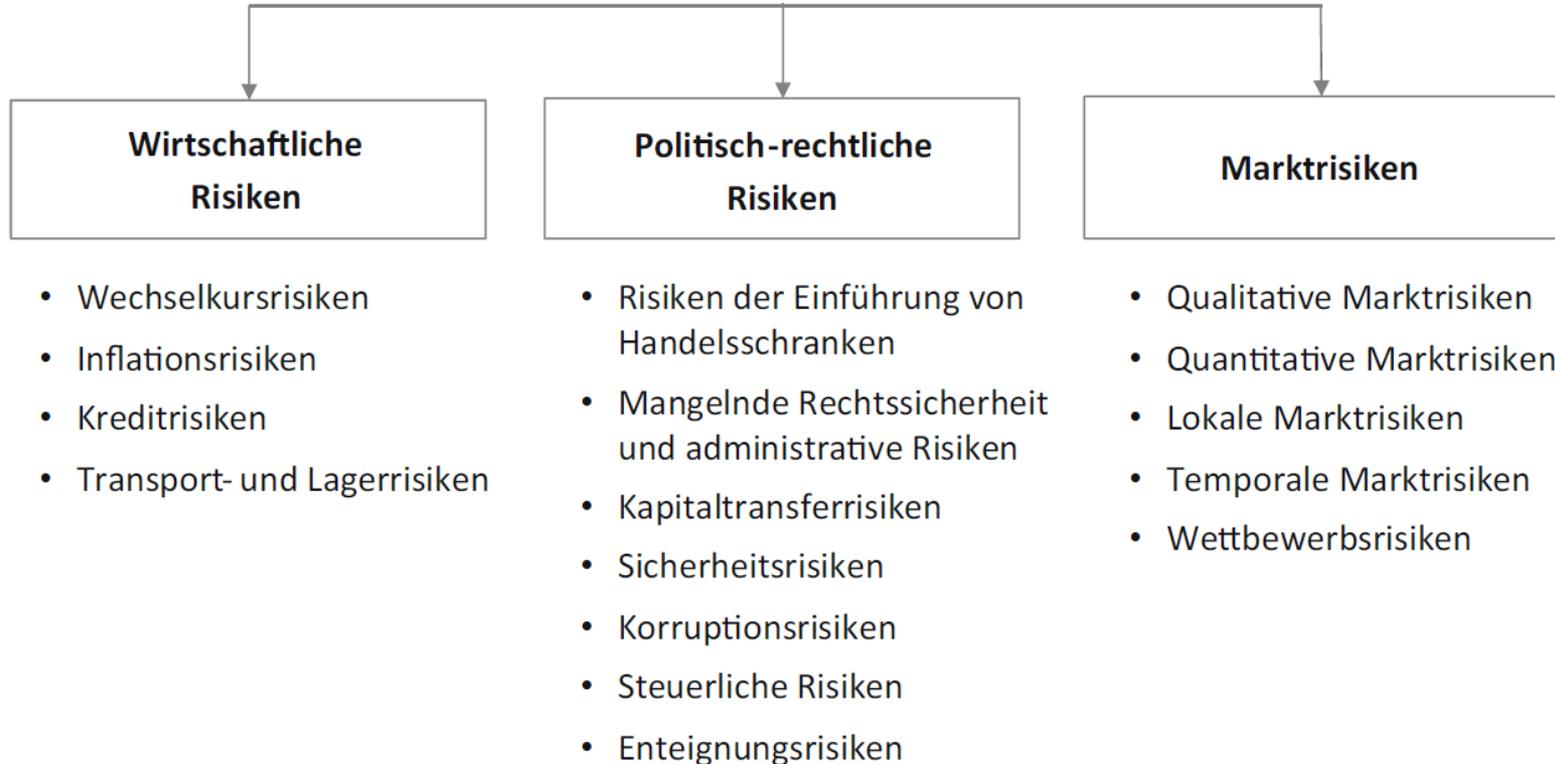


# Exportmotive

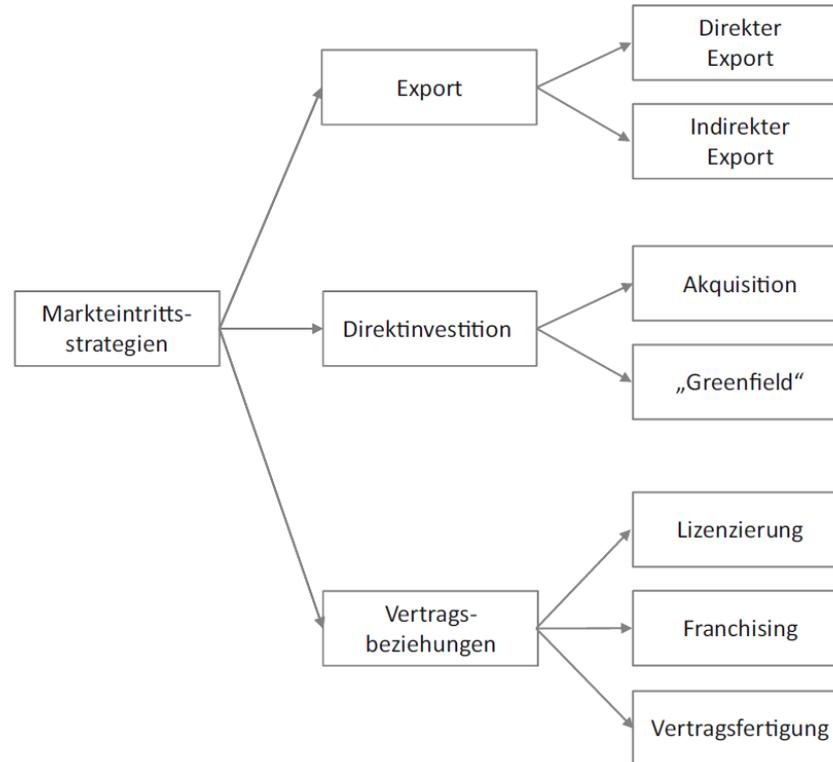
Nr.	Motiv	Einfluss <sup>a</sup>
1	Interesse des Managements	3,74
2	Kleiner Heimmarkt	3,56
3	Kundenanfragen aus dem Ausland	3,02
4	Freie Produktionskapazitäten	2,90
5	Möglichkeit zur Gewinnsteigerung	2,78
6	Folgen eines nationalen Kunden ins Ausland	2,65
7	Einzigartige Produkte	2,61
8	Der Konkurrenz ins Ausland folgen	2,21
9	Anforderungen eines Partners	1,82
10	Technische Vorteile	1,67
11	Erzielen von Größenvorteilen	1,56
12	Unterstützung eines regionalen Verbandes oder einer ähnlichen Einrichtung	1,53
13	Kooperation mit Konkurrenten oder Geschäftskollegen	1,52
14	Kooperation mit Lieferanten	1,33
15	Nähe zu Kunden oder/und Häfen	1,31
16	Steuerliche Gründe	1,03

Antworten auf einer Skala von 0=kein Einfluss bis 5=sehr starker Einfluss, n=178 finnische Klein und Mittelbetriebe

# Risiken der Internationalisierung



# Markteintrittsstrategien – Formen der Internationalisierung



# Das OLI-Schema von DUNNING

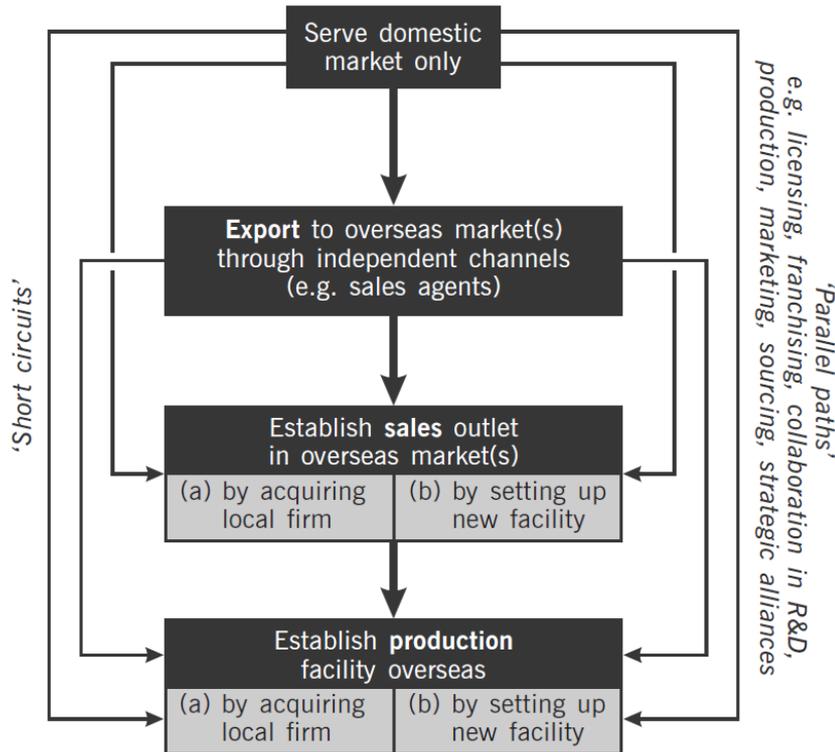
Auslandsaktivität	Unternehmensspezifische Wettbewerbsvorteile	Internalisierungsvorteile	Standortspezifische Vorteile
Direktinvestition	Ja	Ja	Ja
Exporte	Ja	Ja	Nein
Lizenzvergabe	Ja	Nein	Nein

# Horizontale vs vertikale DI

Einflussfaktoren	Horizontale Direktinvestition	Vertikale Direktinvestition
Marktgröße	Groß	Unklar
Entwicklungsstand	Ähnlich	Unterschiedlich
Relative Faktorausstattung	Ähnlich	Unterschiedlich
Relative Faktorkosten	Unklar	Unterschiedlich
Handelsbarrieren	Hoch	Gering
Geografische Distanz	Hoch	Gering

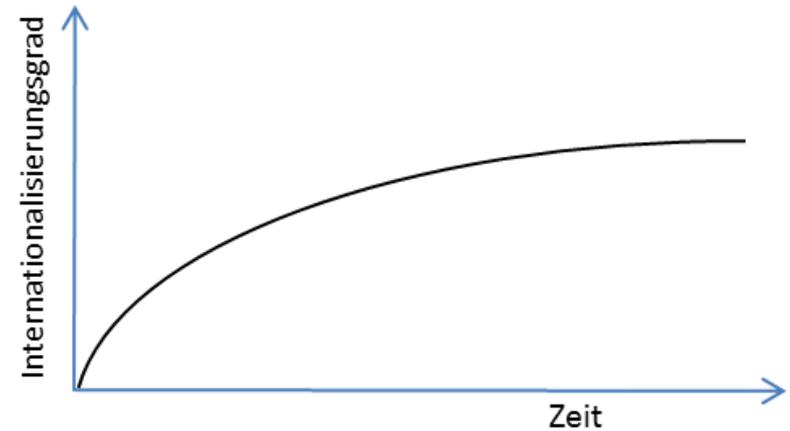
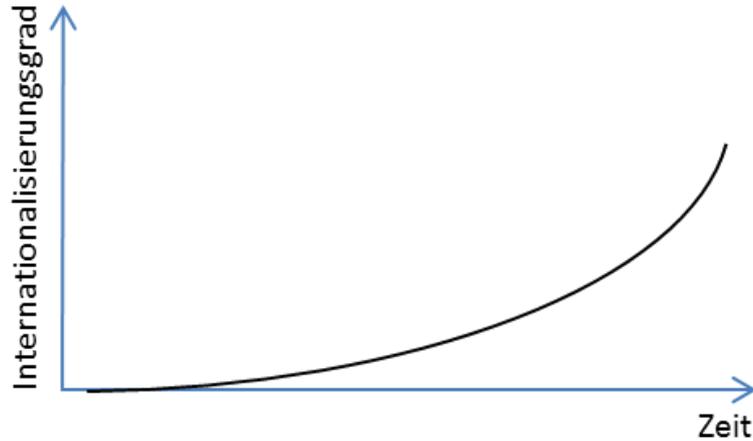
# Funktionale und geographische Internationalisierungspfade

*The conventional path*



- **Räumliche Expansion** folgt idR dem **Prinzip der Risikominimierung**
- Vom Nahen zum Fernen:
  1. Regionalisierung
  2. Nationalisierung
  3. Regionaler Handelsblock
  4. Globalisierung

# Traditionelles MNU vs born global



# **VOLKSWIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE**

# Gains from trade

- 1) Spezialisierungsgewinne
- 2) Vielfaltsgewinne und Skalengewinne
- 3) Reallokationsgewinne und Innovationsgewinne

# Politische Ökonomie

- Exporte und FDI fördern Lohnungleichheit: Innerhalb von internationalisierten Unternehmen gewinnen hochqualifizierte Arbeiter und Manager relativ zu niedrigqualifizierten Arbeitern bzw Arbeitern mit verlagerbaren Aufgaben
- MNU zahlen höhere Löhne für gleiche Qualifikationen; dieser Aufschlag ist für höhere Qualifikationen höher
- MNU weichen Ländern mit hoher Verhandlungsmacht von Arbeitern durch Outsourcing aus

# Fazit

- Internationalisierte Unternehmen sind eine Minderheit mit überlegener Performance
- Ein ganz kleiner Anteil der Unternehmen ist für den Großteil der Exporte verantwortlich
- Beste Exportförderung ist Produktivitätsförderung von Unternehmen
- Internationalisierung bringt dynamische Effizienzgewinne steigert aber die Ungleichheit

# LITERATUR

# Verwendete Literatur

- Bernard, A. (2007): Firms in international trade. In: Journal of Economic Perspectives, 21, 105-130.
- Carluccio, J. und Bas, M. (2015): The impact of worker bargaining power on the organization of global firms. In: Journal of International Economics, 162-181.
- Clement, R. und Peren, F. (2017): Peren-Clement-Index. Bewertung von Direktinvestitionen durch eine simultane Erfassung von Makroebene und Unternehmensebene. Wiesbaden.
- Dicken, P. (2011): Global shift. 6. Aufl. Thousand Oaks.
- Feldges, D. (2018): Die Traditionsfirma Welde bricht nach Amerika und Asien auf. In: NZZ, 4.9.2018 [<https://www.nzz.ch/wirtschaft/die-traditionsfirma-weleda-bricht-nach-amerika-und-asien-auf-ld.1417006>].
- Gazaniol, A. und Laffineurm C. (2015): Does foreign direct investment affect domestic real wages? An investigation using French micro-data. FIW Working Paper, Nr. 155.
- Keuschnigg, C. et al. (2017): Innovationsland Österreich. F&E, Unternehmensentwicklung und Standortattraktivität. Studie im Auftrag des RFTE [[h\[https://www.rat-fte.at/tl\\_files/uploads/Studien/170606\\_InnovationslandOesterreich.pdf\]](https://www.rat-fte.at/tl_files/uploads/Studien/170606_InnovationslandOesterreich.pdf)].
- Klein, M. et al. (2013): Exporting, skills and wage inequality. In: Labour Economics, 25, 76-85.
- Kronberger, R. (2013): Let's go international. AWS Aktuelle Unterlagen. Wien.
- Mandl, I. et al. (2012): Born global: The potential of job creation in new international businesses, Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- Mayer, T. et al. (2018): The happy few: The internationalisation of European firms. In: Intereconomics, May/June, 135-148.
- Melitz, M. und Trebler, D. (2012): Gains from trade when firms matter. In: Journal of Economic Perspectives, 26, 91-118.
- Lang, F. (2015): Außenhandel nach Unternehmensmerkmalen. In: Statistische Nachrichten, 2, 154-170.
- The Guardian (2018): Will Nissan stay once Britain leaves? [<https://www.theguardian.com/news/2018/oct/04/will-nissan-stay-once-britain-leaves-sunderland-brexit-business-dilemma>].
- Sternad, D. et al. (Hrsg.) (2013): Grundlagen Export und Internationalisierung. Wiesbaden.

# Ausgewählte Arbeiten zum Thema Internationalisierung von C. Reiner

- KEUSCHNIGG, C., ECKER, B., REINER, C., SARDADVAR, S. (2017): Innovationsland Österreich. F&E, Unternehmensentwicklung und Standortattraktivität. Studie im Auftrag des Rats für Forschung und Technologieentwicklung.
- MIESS, M., RAZA, W., REINER, C., SCHMELZER, S., TRÖSTER, B. (2016): Auswirkungen von TTIP auf die österreichische Landwirtschaft und Nahrungsmittelproduktion. Beschäftigungs- und Struktureffekte. Langfassung
- REINER, C.; SCHIBANY, A.; SELLNER, R. (2014): Vom unternehmerischen Produktivitätswachstum zur internationalen Wettbewerbsfähigkeit. In: GNAN, E.; KRONBERGER, R. (Hrsg.): Schwerpunkt Außenwirtschaft. Internationale Wettbewerbsfähigkeit Österreichs. Wien, 275-298.
- Institut für Höhere Studien und Österreichische Kontrollbank (2014): Wieviel Potenzial steckt in den BRICS? FIW Research Report Nr 1.
- SCHIBANY, A., BERGER, M., GASSLER, H., REINER, C. (2013): Frontrunner-Unternehmen in Österreich Strategien und Herausforderungen auf dem Weg zum Innovation Leader. Research Report Series 156/2013. Joanneum Research.
- KEUSCHNIGG, C., REINER, C., SCHIBANY, A. (2013): Wachstum durch Bildung, Innovation und Strukturwandel. In: Wirtschaftspolitische Blätter, 3, 423-445.
- REINER, C. (2012): Play it again, Sam. Die Renaissance der Industriepolitik in der Großen Rezession. In: Wirtschaft und Gesellschaft, 1/2012, 15-56
- FISCHER, K., REINER, C. (2012): Globale Produktionsnetzwerke: Analysen zur Geographie der Wertschöpfung. In: Z. Zeitschrift Marxistische Erneuerung, 1/2012, 27-44.
- FISCHER, K.; REINER, C., STARITZ, C. (2010) (Hrsg.): Globale Güterketten. Weltweite Arbeitsteilung und ungleiche Entwicklung (=Historische Sozialkunde und Internationale Entwicklung, Bd. 29), Wien: Promedia.
- REINER, C. (2008): Nokia, Novartis & Co: Die Rolle von Standortpolitik und Arbeit im Standortwettbewerb. In: WISO 4/2008, S.141-172.