

Strukturen, Strategien und Integrationsformen transnationaler Konzerne

Von Benedikt Köhler

1. Transnationale Konzerne und Wirtschaftsstrukturen

Noch vor wenigen Jahrzehnten galten transnationale Konzerne als nordamerikanische Ausnahmeerscheinung. Gegenwärtig sprechen jedoch die Zahlen – über 65.000 transnationale Konzerne weltweit mit mehr als 850.000 ausländischen Tochterfirmen und 54 Millionen Angestellten (UNCTAD 2002) – für eine gründliche Überarbeitung dieses Bildes. Nicht nur für Dicken (1986) gelten transnationale Konzerne als maßgebliche Verursacher ökonomischer Schwerpunktverlagerungen oder „global shifts“.

Dieser Beitrag will eine empirische Bestandsaufnahme der transnationalen Wirtschaftsstrukturen gegen Ende des 20. Jahrhunderts liefern. Mit der vorliegenden Analyse struktureller und strategischer Transnationalisierung soll darüber hinaus überprüft werden, welchen Beitrag eine Soziologie transnationaler Konzerne zu Beschreibung und Interpretation dieser Phänomene leisten kann. Im folgenden, zweiten Abschnitt werden die dazu notwendigen Begriffe und Methoden vorgestellt, die dann im dritten Abschnitt auf einer strukturellen und im vierten auf einer strategischen Ebene angewendet werden. Der vierte Abschnitt versucht dann, beide untersuchten Ebenen zu integrieren. Den Anfang sollen nun allerdings einige Vorbemerkungen zum Begriff des „transnationalen Konzerns“ machen.

Was bedeutet „transnational“ in diesem Zusammenhang? Im Anschluss an Scholte (1997) lässt sich der Umgang mit Grenzen im Zeitalter der Globalisierung unterscheiden in gewöhnliche Grenzüberschreitungen („cross-border“), das politische Projekt der Grenzöffnung („open-border“) und schließlich das qualitativ neuartige Unterlaufen von Grenzen („trans-border“). Die letzte Bedeutung ist es, die auch transnationale Wirtschaftsstrukturen kennzeichnet. Im Mittelpunkt steht nicht das Öffnen von Grenzen durch Freihandelsvereinbarungen oder die Tatsache, dass immer mehr Produkte zwischen Nationen gehandelt werden. Vielmehr interessiert hier die Annahme, dass große Konzerne durch neue Informations-, Kommunikations- und Organisationstechniken in der Lage sind, in ihren Produktionsprozessen nationalstaatliche Grenzen zu unterlaufen oder sie gar zu manipulieren. Genau diese Annahme soll auf den folgenden Seiten näher beleuchtet werden und mit quantitativen und qualitativen Daten überprüft werden.

Im Zentrum der neuen transnationalen Wirtschaftsstrukturen stehen transnationale Konzerne. Diese sind Firmengruppen, die durch die räumliche Auf- und Verteilung ihrer Aktivitäten ökonomische, politische oder soziale Unterschiede zwischen Staaten zu ihrem eigenen Vorteil nutzen können. Verbunden mit diesem Begriff lässt sich in den letzten Jahrzehnten ein bezeichnender semantischer Drift beobachten. Beschrieb man in den 1960er und 1970er Jahren mit „internationale Konzerne“ noch Unternehmen als verlängerte Arme einzelner Nationalstaaten, so verweist in den 1980er Jahren die Wendung „multinationale Konzerne“ schon auf ein Netz aus mehreren Staaten. Gegenwärtig hat die Formulierung „transnationale Konzerne“ eine wichtige Position erlangen können und bezeichnet Unternehmen, die unabhängig von staatlichen Grenzziehungen ihre eigene Wirtschaftsgeographie schreiben können.

So versteht der heutige Sprachgebrauch (vgl. von Behr 1996, Bondzi-Simpson 1990, Caves 1996 oder Ietto-Gillies 1992) unter einem transnationalen Konzern ein Unternehmen, das sich in verschiedenen Staaten zugleich wirtschaftlich betätigt. Um die häufig komplexen Organisa-

tionsstrukturen zu beschreiben, wird eine simplifizierende matrilineare Verwandtschaftsterminologie verwendet. An der Spitze des Konzerns steht die Mutterfirma, die mindestens eine ausländische Tochterfirma gegründet oder übernommen hat. „Transnationalität“ lässt sich nach Ietto-Gillies (1992) auf mehrere Weisen definieren, etwa im Bezug auf Geographie, Besitzverhältnisse oder die Herkunft des Managements. Hier soll jedoch der Schwerpunkt auf strukturelle und strategische Kriterien gelegt werden, so dass gilt: Ein Konzern ist dann transnational, wenn er auch auf transnationale Weise verfasst ist, handelt und plant.

2. Die Messung der Transnationalisierung

Nach diesen Vorüberlegungen zu Begriff und Theorie des transnationalen Konzerns soll nun die methodische Herangehensweise an den Gegenstand erläutert werden. Die zentrale Frage lautet hier: Wie lassen sich transnationale Strukturen und Strategien empirisch messen? Und: Lassen sie sich überhaupt messen?

2.1 Struktur und Strategie

Das theoretische Fundament für die Konstruktion und Auswahl geeigneter Indikatoren liefert Giddens Strukturierungstheorie, die Interaktionen zwischen Strukturen und strategischem Handeln sozialer Akteure beschreibt (vgl. Giddens 1986, Neuberger 1995, Ortmann et al. 1990, Ortmann 1994 sowie Ortmann et al. 1997). Als Grundlage sozialer Handlungen beschreibt diese Theorie weniger wie Rational-Choice-Theorien rationale Intentionen und Überlegungen von Akteuren, sondern vielmehr komplexe dauerhafte Verflechtungen sozialer Praktiken. Auf der einen Seite schränken Strukturen das Handeln ein und kanalisieren es – hier erscheinen Regeln in der Bedeutung von Vorschriften, etwa in der Straßenverkehrsordnung –, auf der anderen Seite ermöglichen sie Handeln überhaupt erst – Regeln in der Bedeutung von konstitutiven „Bausätzen“, etwa bei Gesellschaftsspielen. Strukturen existieren jedoch nur in der konkreten Praxis der Akteure und sind damit nach Giddens „virtuell“: erst durch ihr soziales Handeln rufen Akteure die Strukturen überhaupt ins „wirkliche“ Leben und können sie darüber hinaus verändern oder gar zerstören (vgl. zu Strategie und Struktur in der Wirtschaft auch Porter 1999).

Überträgt man dieses Konzept auf das Phänomen transnationalen Konzerns, so lassen sich diese virtuellen dualen Strukturen verstehen als relativ stabile Spielregeln, die ökonomische, soziale und politische Praktiken einschränken, zugleich aber auch Handlungen solcherart erst ermöglichen. Traditionelle ökonomische Theorien des transnationalen Wirtschaftens haben sich in der Regel auf eine –die ökonomische– Dimension konzentriert. Überträgt man jedoch das gesamte Giddensche Schema, so rücken zusätzlich auch Signifikationsstrukturen ins Blickfeld – man denke etwa an die Bedeutung von Deutungsmustern wie „global sourcing“, „globalization“, „world car“ oder „transnationaler Konzern“ für die Strategie(er)findung und Diskurse großer Konzerne. Die politische Bedeutung der Herrschaftsdimension zeigt sich im Kampf um weltweite Marktanteile, der, wie Knickerbocker (1973) erkannt hat, teilweise jenseits aller ökonomischer Rationalität abläuft. Auch in den Kontrollformen der Unternehmen und Tochterfirmen („corporate governance“) lassen sich außerökonomische Einflüsse vermuten. Die legitimatorische Dimension schließlich zeigt sich in der Option transnationaler Konzerne, durch das Vorantreiben von „Globalisierung“ ihre „strategische Legitimationsbilanz“ zu verbessern, vor allem im Blick auf ihre Aktieninhaber – dieses Argument erinnert an neoinstitutionalistische Erklärungen organisationsstruktureller Übereinstimmungen durch mimetische Prozesse von Meyer / Rowan (1977). Daneben spielt diese Dimension aber auch eine Rolle in der politischen Investitionsregulierung sowie den Versuchen, auf transnationaler Ebene verbindliche Verhaltensvereinbarungen, sogenannte „Codes of Conduct“ (vgl. Vernon 1985), für große Konzerne zu etablieren. Inse-

samt ermöglicht das Schema von Giddens, außerökonomische Grundlagen des ökonomischen Handelns stärker in den Vordergrund zu stellen, wie es auch Granovetter (1985) fordert, und mit den beiden Polen Struktur und Handeln eine gangbare Balance zwischen „untersozialisierten“ und „übersozialisierten“ Vorstellungen von Akteuren zu formulieren.

2.2 Indikatoren der Transnationalisierung

Aus den Überlegungen zur Strukturierungstheorie ergeben sich zwei mögliche Ansatzpunkte für die empirische Messung der Transnationalisierung transnationaler Konzerne: Auf der einen Seite die begrenzenden und ermöglichenden Strukturen – im Folgenden *strukturelle Transnationalisierung* genannt – und auf der anderen Seite die global ausgerichteten Handlungspläne, -attributionen und -semantiken der Konzerne – die *strategische Transnationalisierung*.

Um die Strukturen der Transnationalisierung zu erfassen, werden vor allem die regelmäßig erhobenen Kennzahlen aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und dem betrieblichen Berichtswesen verwendet. Ähnliche Kennzahlen verwenden auch Germann et al. (1999) in ihrer Analyse gesamtgesellschaftlicher Globalisierungsprozesse. Die Verwendung volkswirtschaftlicher Kennzahlen hat darüber hinaus den Vorteil einer gewissen Anschaulichkeit – etwa im Fall von Beschäftigungszahlen. Allerdings sind die Zahlen hoch aggregiert, was unter Umständen zugrunde liegende Muster verdecken kann. Auf der anderen Seite lässt sich aber mit Dörrenbächer (2000) argumentieren, dass Einzelindikatoren wiederum stärker gefährdet sind, zufällige Fluktuationen und Messfehler zu sehr zu betonen.

Einschränkend ist jedoch zu bemerken, dass der Erhebung dieser Zahlen in der Regel eine auf den Nationalstaat zugeschnittene Methodologie zugrunde liegt – hier zeigt sich der „Container-Blick“ des methodologischen Nationalismus (Beck 1998; 2000; 2002) –, die mit den Problemen empirisch-begrifflicher „lags“, mangelnder internationaler Vergleichbarkeit und Doppelerhebung zu kämpfen hat. Außerdem sind Konzerne gerade durch die Transnationalisierung der Wirtschaft zunehmend dazu in der Lage, statistische Zahlen zu ihren Gunsten – etwa hinsichtlich unterschiedlicher Steuerlasten oder Zinssätze – zu manipulieren.

Ein wichtiger Ausgangspunkt für die Transnationalisierungsmessung auf internationaler Ebene ist der Transnationalisierungsindex (TNI), den die United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) seit Anfang der 1990er Jahre regelmäßig berechnet. Er errechnet sich als arithmetischer Mittelwert aus dem Anteil der ausländischen an den gesamten Vermögenswerten, der ausländischen an den gesamten Umsätzen und der ausländischen an der gesamten Beschäftigung. Ein TNI von 50% bedeutet demnach, dass durchschnittlich die Hälfte der Aktivwerte, Umsätze und Arbeitskräfte dieser Firma im Ausland liegen.

Diese kombinierte Maßzahl hat den Vorteil, dass sie einfach berechnet und verglichen werden kann. Ihr großer Nachteil ist jedoch, dass dabei Informationen verloren gehen, darunter vor allem Verschiebungen zwischen den einzelnen Dimensionen, wie sie zum Beispiel die Produktzyklustheorie von Vernon (1966) oder auch die Populationsökologie von Hannan / Freeman (1984) erwarten lassen würden (vgl. zu ähnlichen Kritikpunkten Dörrenbächer 2000 sowie Hassel et al. 2003). Eine differenzierte Betrachtung von Transnationalisierungsprozessen ist deshalb nur möglich, wenn die drei Indikatoren jeweils für sich betrachtet werden.

Die hier verwendeten Indikatoren lassen sich in drei Dimensionen unterteilen: „Materielle Transnationalisierung“ beschreibt die Verlagerung von relativ gegenständlichen Organisationsstrukturen in das Ausland, „operationale Transnationalisierung“ die Auslagerung wirtschaftlicher Aktivitäten und „sozialer Transnationalisierung“ schließlich die Verlegung der Beschäftigungsstrukturen in ausländische Tochterfirmen. Damit zielen alle drei Dimensio-

nen darauf ab, „transborder“-Prozesse im Sinne Scholtes (1997) zu erfassen und nicht nur „open-border“ oder „cross-border“-Phänomene.

Diese Untersuchung will jedoch nicht allein die Werte einzelner Konzerne beobachten, sondern richtet den Blick auf ein umfassenderes Untersuchungsobjekt: die 100 größten transnationalen Konzerne der Welt. Dabei ist allerdings zu bedenken, dass sich die Strategien der Konzerne auch gegenseitig ausgleichen und so zu einem „gemäßigten“ Gesamtbild führen können. Allerdings ist zu erwarten, dass die 100 größten Konzerne der Welt aufgrund ihrer herausragenden Stellung in etwa vergleichbare Stadien der Transnationalisierung erreicht haben. Außerdem sollen die Indikatoren auch im Zusammenhang mit Kontextvariablen wie Heimatland, Größe oder Wirtschaftssektor untersucht werden. Daneben sollen auch auf der weltwirtschaftlichen Ebene entsprechende Indikatoren der materiellen, operationalen und sozialen Transnationalisierung analysiert werden.

Als Datenbasis für die Untersuchung der strukturellen Transnationalisierung dient die Liste der 100 größten transnationalen Konzerne der Welt, die regelmäßig in den Weltinvestitionsberichten der UNCTAD veröffentlicht wird. Dieses Sample der „largest transnational corporations“ setzt sich dabei nicht, wie zunächst zu vermuten, aus den „größten transnationalen“ Konzernen der Welt zusammen, sondern eher aus den „transnationalsten großen“ Konzernen.

Die Verwendung dieser Datenbasis ist leider nicht unproblematisch. Schwierigkeiten ergeben sich zum Beispiel aus der jährlich wechselnden Zusammensetzung der Liste sowie die große Zahl fehlender Werte – 1999 fehlen ein Viertel der Angaben der ausländischen Umsätze. Deshalb werden alle Indikatoren in dieser Untersuchung doppelt betrachtet: einmal unter Ausschluss der Fälle mit fehlenden Werten und einmal unter Verwendung der interpolierten Maßzahlen. Trotz dieser Einschränkungen stellt die Liste insgesamt einen brauchbaren Datensatz für die Erforschung von Transnationalisierungsprozessen dar, wenn auch unter der Einschränkung, dass sie als eine Art „Elitesample“ zu interpretieren ist.

Die Bedeutung der analysierten Konzerne zeigt sich schon allein darin, dass ihr Anteil an den ausländischen Aktivwerten aller transnationalen Konzerne weltweit 11% und an Auslandsumsatz und ausländischer Beschäftigung sogar 14% beträgt. Der Anteil der Wertschöpfung dieser Unternehmen am weltweiten Bruttoinlandsprodukt lag 2000 bei 4,3%. Würde man Staaten und Konzerne gleichzeitig in eine auf Wertschöpfung beruhende Rangliste aufnehmen, dann fänden sich unter den 100 größten wirtschaftlichen Einheiten immerhin 29 transnationale Konzerne wieder (UNCTAD 2002). Darüber hinaus ist auch ihre Vorbildfunktion für andere Unternehmen nicht zu unterschätzen (vgl. DiMaggio / Powell 1983).

Eine Datenbasis für die Berechnung der strukturellen Transnationalisierung auf weltwirtschaftlicher Ebene liefern die Ergebnisse der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung. In der Regel erheben nationale statistische Ämter diese Daten und geben sie dann an internationale Organisationen wie OECD, UNCTAD oder der Weltbank weiter, die sie dann standardisieren und zusammenfassen. Es sind also vergleichsweise „traditionelle“ Indikatoren, die hier jedoch aus einem transnationalen Blickwinkel betrachtet werden.

Eine wesentliche Schwierigkeit in der Interpretation dieser Maßzahlen ergibt sich aus der häufig sehr uneinheitlichen Erhebungsweise und den unterschiedlichen Definitionen. So gilt beispielsweise in den meisten Ländern eine ausländische Beteiligung von 10% als ausreichend für die Definition als ausländische Tochterfirma, während bis 1997 in den Vereinigten Königreichen (UK) diese Schwelle bei 20% lag (UNCTAD 2000). Manche Indikatoren werden von einigen statistischen Ämtern gar nicht erhoben, außerdem vollziehen sich Anpassungen an internationale Richtlinien wie zum Beispiel den Zahlungsbilanzleitfaden des Internationalen Währungsfonds (IMF 1993) ungleichmäßig und langsam. Auch territoriale

Veränderungen wirken auf die Ausprägung der Indikatoren. Schließlich ist noch die problematische Tatsache aufzuführen, dass die volkswirtschaftlichen Kennziffern häufig ex post korrigiert werden.

Strategien auf der anderen Seite lassen sich in die drei Dimensionen des Strukturationsmodells von Giddens – Deutungsmuster, Ökonomie / Politik sowie Legitimation – gliedern. Diese Strategieanalyse versucht dabei, die Akteursperspektive ernst zu nehmen, wie zum Beispiel von Shachar / Öberg (1990) gefordert. Die nach Giddens (1986) ständig mitlaufende reflexive Selbstbeobachtung der Akteure ist an die jeweils verfolgten Strategien zurückgekoppelt: Strategien prägen das konkrete Handeln, das wiederum beobachtet und interpretiert eine neue Grundlage für die Strategieformulierung abgibt und darüber hinaus auch auf die Zusammensetzung und Aufteilung struktureller Ressourcen zurückwirkt. Ein große Bedeutung kommt dabei den nicht-intendierten Nebenfolgen zu (vgl. Beck / Holzer / Kieserling 2001), die dabei entstehen und schließlich eine neue Grundlage für Strukturbildung und Strategiefindung bilden können. Diesen Nebenfolgen liegt in vielen Fällen eine Irrationalität oder besser eine emergente Rationalität zugrunde, die sich nicht mehr aus den Einzelrationalitäten der Akteure ableiten lässt.

Hinweise auf soziale Bestandteile von Konzernstrategien – dies lässt sich auf Giddens Dimension der Domination, genauer die Allokation beziehen – liefert auch die Theorie der oligopolistischen Reaktion von Knickerbocker (1973). Hier ist neben Markt- und Ressourcenzugang die Reaktion auf die geographische Expansion der Konkurrenten – und damit die Dimension der Autorität – ein drittes zentrales Motiv für Investitionen im Ausland. Diese Theorie kommt zu dem Ergebnis, dass transnationale Konzerne „follow my leader“-Strategien verfolgen, um mögliche relative Vorteile der Konkurrenten zu verhindern, wobei sie sogar absolute Einbußen in Kauf nehmen. Eine andere Variante ist der sogenannte „exchange of threats“ in dem ein Unternehmen auf ausländische Investitionen im Heimatland mit ebensolchen Investitionen im Heimatland des Konkurrenten reagiert. Das globale Feld, auf dem sich die transnationalen Konzerne bewegen, erscheint als stark strukturiert und kann in Verbindung mit wirtschaftlicher Ungewissheit, Zwängen und normativem Druck – hier zeigt sich die Dimension der Legitimation – eine immer stärkere Durchsetzung von auf Transnationalisierung ausgerichteten Strategien hervorrufen. Neoinstitutionalistische Theorien (vgl. DiMaggio / Powell 1983; Hasse / Krücken 1999; Meyer / Rowan 1977; Walgenbach 1995) lenken zudem den Blick auf Diffusion und Institutionalisierung transnationaler Organisationsformen als weltweit wirksames Deutungsmuster – dies verweist auf die Signifikationsdimension.

Für diese Untersuchung sollen Strategien vor allem aus der Analyse von Geschäftsberichten, also von Außendarstellungen ausgewählter transnationaler Konzerne – darunter Automobilunternehmen wie DaimlerChrysler, General Motors Corporation und Volkswagen AG, Chemiekonzerne wie BASF AG, Ölunternehmen wie Royal Dutch Petroleum Company, Lebensmittelkonzerne wie Nestlé sowie das Logistikunternehmen Deutsche Post AG – gewonnen werden. Diese Vorgehensweise lässt zwar keine handfeste empirische Beweisführung zu erwarten – wie schon erwähnt sind Strategien nicht gleichzusetzen mit den tatsächlichen Handlungen –, vielmehr soll geprüft werden, welche semantischen Motive die wirtschaftliche Transnationalisierung der Konzerne begleiten und inwiefern hier Wahlverwandtschaften oder gar strukturelle Kopplungen zwischen Struktur und Strategie zu beobachten sind.

3. Strukturen

Bevor nun Strukturen und Strategien transnationaler Konzerne näher untersucht werden sollen, richtet sich unser Blick zunächst auf die absoluten Zahlen, um eine erste Orientierung auf dem Feld der transnationalen Wirtschaft zu erhalten: 2000 verdrängte der britische Konzern Vodafone mit Aktivwerten im Umfang von 222 Mrd. US\$ (221 Mrd. im Ausland) den

langjährigen Spitzenreiter General Electrics (USA) mit Aktivwerten von 437 Mrd. US\$ (159 Mrd. im Ausland) vom ersten Platz der Liste. An dritter Stelle folgt ExxonMobil aus den USA mit 149 Mrd. US\$ Aktiva (102 Mrd. im Ausland)¹.

Hier lässt sich eine klare regionale und sektorale Konzentration der 100 größten Konzerne erkennen: 49 von ihnen haben ihren Firmensitz in Ländern der EU – 14 in den UK, 13 in Frankreich und 10 in Deutschland –, 23 in den USA, 16 in Japan und nur 10 in anderen Ländern. Auch die jeweiligen Anteile an ausländischen Aktiva sprechen für eine starke Konzentration in den hochentwickelten Ländern der Triade Europa–USA–Japan: 53% der Aktivwerte lassen sich Konzernen aus der EU zurechnen, 27% Konzernen aus USA und 11% japanischen Unternehmen. Der Anteil der restlichen Länder liegt nur bei 8%. Untersucht man die Aufteilung auf die verschiedenen Geschäftsbereiche, so dominieren Automobilkonzerne mit 15 Einträgen, jeweils 12 Unternehmen sind in der Elektro- und Ölindustrie tätig, 9 im Pharma- und 8 im Lebensmittelsektor.

3.1 Materielle Transnationalisierung

Ermittelt man den Indikator der materiellen Transnationalisierung als Anteil der ausländischen an den gesamten Aktivwerten für jeden der 100 Konzerne und berechnet anschließend den durchschnittlichen Wert, so erhält man eine Maßzahl, die in ihrer zeitlichen Entwicklung auf eine zunehmende Transnationalisierung der Unternehmensstrukturen schließen lässt. Lagen 1990 erst durchschnittlich 45,6% der Aktivwerte im Ausland, so waren es 2000 mit 53,5% schon deutlich über die Hälfte. Auch die Berechnung der interpolierten Werte, bei denen fehlende Zahlen aufgrund der jeweils vorhandenen geschätzt werden, ergibt ein ähnliches Wachstum. So lässt sich im Zeitraum 1990–2000 zunehmende Verlagerung der materiellen Strukturen der Großkonzerne in ihre ausländische Tochterfirmen beobachten und also eine wachsende Transnationalisierung der transnationalen Konzerne. Zudem ist der Abstand zwischen den größten und kleinsten der 100 Konzerne gestiegen, was als Zeichen für eine zunehmende Polarisierung sogar innerhalb dieses Elitesamples gewertet werden kann: Die größten unter den Konzernen scheinen sich demnach schneller zu transnationalisieren als die kleineren.

Auf weltwirtschaftlicher Ebene lässt sich materielle Transnationalisierung vor allem mit den Indikatoren ausländische Direktinvestitionen sowie grenzüberschreitende Firmenübernahmen erforschen. Bei den Direktinvestitionen muss jedoch zwischen zwei Perspektiven unterschieden werden: Während Abflüsse den Umfang von Direktinvestitionen erfassen, die von Unternehmen eines bestimmten Landes ausgehen und in ausländischen Unternehmen angelegt werden, bedeuten Zuflüsse Anlagen ausländischer Konzerne im Inland. Da die Ströme ausländischer Direktinvestitionen von Jahr zu Jahr sehr starken Schwankungen ausgesetzt sind und von einzelnen Übernahmen großer Konzerne stark beeinflusst werden, sollen darüber hinaus vor allem Bestandszahlen betrachtet werden.

Zwischen 1980 und 2001 ist der weltweite Bestand zugeflossener ausländischer Direktinvestitionen von 635 Mrd. auf 6,8 Billionen US\$ gestiegen und hat sich damit mehr als verzehnfacht. Ein Blick auf die regionale Verteilung der Investitionsbestände legt offen, dass nicht alle Gebiete der Welt gleichermaßen an diesem Wachstum beteiligt waren. Zwei Drittel der Bestände waren 2001 in entwickelten Ländern angelegt gegenüber erst 61,3% im Jahr 1980. Die Länder der Europäischen Union (EU) steigerten in dem Zeitraum ihren Anteil von 34,1% auf 38,7%. Besonders stark ist das Wachstum dabei in Belgien, Luxemburg und Deutschland,

1) Wo nicht anders angegeben, basieren die konzernbezogenen Zahlen dieses Abschnittes auf eigenen Berechnungen mit den Datensätzen aus United Nations (1993), UNCTAD (1995), UNCTAD (1996), UNCTAD (1998), UNCTAD (2000), UNCTAD (2001) und UNCTAD (2002). Die globalen Rahmendaten sind ebenfalls UNCTAD (2002) entnommen.

während Frankreich und die UK sogar Einbußen hinnehmen musste. Auch die USA spielen als Gastgeberland für ausländische Investitionen eine immer zunehmend wichtige Rolle – ihr Anteil ist von 13,1% auf 19,3% gestiegen. Obwohl auch Japan an Bedeutung gewinnt, liegt sein Anteil nach wie vor unter einem Prozent. Der Anteil der afrikanischen Länder ist von 5,4% auf 2,3% gesunken und auch Asien hat an Bedeutung verloren – von 25,4% auf 19,4% –, obwohl der Anteil dieser Region nach wie vor hoch ist. Schließlich konnten auch Mittel- und Osteuropa und Lateinamerika ihre Bedeutung als Gastgeberland ausländischer Investitionen festigen. Von dem Wachstum der Zuflüsse ausländischer Direktinvestitionen konnten also vor allem die entwickelten Länder der Triade profitieren, während die Dritte Welt mit Ausnahme der lateinamerikanischen Länder deutliche Einbuße verzeichnen musste.

Berechnet man den Anteil der Investitionsbestände am weltweiten Bruttoinlandsprodukt, so lässt sich zwischen 1980 und 2000 ein deutlicher Anstieg von 6,1% auf 20,0% erkennen. An der Schwelle zum 21. Jahrhundert haben ausländische Tätigkeiten transnationaler Konzerne damit einen Gegenwert von einem Zwanzigstel des Welt-Bruttoinlandsprodukts erreicht. Aber auch der Anteil der Zuflüsse ausländischer Direktinvestitionen an der weltweiten Bruttokapitalbildung ist zwischen 1996 und 2001 von 5,9% auf 22% deutlich gewachsen. Fast ein Viertel der weltweiten Kapitalbildung lässt sich mittlerweile auf Aktivitäten ausländischer Tochterfirmen zurückführen.

Der weltweite Bestand an „abgeflossenen“ ausländischen Direktinvestitionen ist zwischen 1980 und 2001 von 521 Mrd. auf 6,6 Billionen US\$ gestiegen und hat damit mehr als Zwölfwache des Ausgangswertes erreicht. Auch hier ist der Blick auf die regionale Differenzierung aufschlussreich: Der Anteil der EU ist in dem Zeitraum von 41,3% auf 52,5% gestiegen. Ein klares Wachstum kann man vor allem in Belgien, Luxemburg und Frankreich erkennen, während Deutschland, die UK und die Niederlande als Ausgangspunkt ausländischer Investitionen an Bedeutung verloren haben. Starke Einbuße zeichnen sich für die USA ab: Ihr Anteil ist von 45,6% auf 24,8% geschrumpft. Gestiegen ist dagegen der Anteil Japans (von 3,8% auf 4,6%), Lateinamerikas (von 1,7% auf 2,0%), Asiens (von 1,2% auf 9,2%) und der mittel- und osteuropäischen Länder. Gleichzeitig spielt Afrika als Standort transnationaler Konzerne mit einem Anteil von unter einem Prozent keine wichtige Rolle mehr. Hier lässt sich also keine einheitliche Entwicklung in den Triadenländern erkennen: Die meisten Länder der EU und auch Japan konnten ihren Anteil ausbauen, während die USA an Bedeutung verloren haben. Auch in den Entwicklungsländer ist die Entwicklung gespalten: Asien und Lateinamerika, während Afrika auch gemessen mit dieser Maßzahl zunehmend marginalisiert wird.

Auch dieser Indikator ist im Verhältnis zum weltweiten Bruttoinlandsprodukt zwischen 1980 und 2000 von 5,4% auf 19,6% deutlich gewachsen und hat damit ebenfalls einen Anteil von einem Fünftel erreicht. Auch der Anteil der Investitionsabflüsse an der weltweiten Bruttokapitalbildung ist im Zeitraum 1996 bis 2001 von 6,2% auf 20,6% stark gewachsen.

Obwohl also die materielle Transnationalisierung – sowohl bezogen auf die 100 größten transnationalen Konzerne der Welt als auch auf die Weltwirtschaft insgesamt – angestiegen ist und damit unsere These einer zunehmenden „Inneren Globalisierung“ der Wirtschaft stützt, waren an diesem Prozess nicht alle Regionen der Welt gleichermaßen beteiligt. Die Länder der EU konnten sowohl als Empfänger als auch als Ausgangspunkt ausländischer Direktinvestitionen zulegen, die USA dagegen nur als Empfänger. Auch Japan, Lateinamerika und Mittel- und Osteuropa konnten an Bedeutung gewinnen, wenn auch ihr Beitrag insgesamt vergleichsweise gering bleibt. Die asiatischen Länder haben als Ausgangspunkt von Direktinvestitionen zugelegt, scheinen aber zugleich als Gastgeberland an Attraktivität eingebüßt zu haben. Afrika jedoch rückt in Bezug auf beide Indikatoren zunehmend an den Rand der Weltwirtschaft.

3.2 Operationale Transnationalisierung

Berechnet man den Indikator der operationalen Transnationalisierung als Anteil der ausländischen an den gesamten Umsätzen, so lässt sich auch hier ein Wachstum erkennen: Während er 1990 erst bei 56,8% lag, konnte er 2000 einen neuen Höchststand von 59,9% erreichen. Da nur wenige Datensätze unvollständig sind, ergibt die Betrachtung der interpolierten Werte auch hier eine identische Entwicklung. Die operationale Transnationalisierung erreicht von allen drei untersuchten Indikatoren stets die höchsten Werte und scheint sich zudem in Richtung eines Anteils von zwei Dritteln zu bewegen. Inhaltlich lässt sich daraus ableiten, dass die Umsätze transnationaler Konzerne zu einem hohen und steigenden Maß in ihren ausländischen Tochterunternehmen erzielt werden und dass also der Marktzugang immer noch eine wichtige Rolle zu spielen scheint. Gleichzeitig lässt sich auch hier eine Polarisierung unter den 100 größten Konzernen beobachten. Auch hier scheinen die größten Konzerne schneller zuzulegen als die kleineren.

Verlässt man das Sample der 100 größten transnationalen Konzerne und sucht nach ähnlichen Mustern auf globaler Ebene, so lässt sich auch hier ein Bedeutungsgewinn transnationaler Produktionssysteme feststellen, denn die Umsätze ausländischer Tochterfirmen haben sich zwischen 1982 und 2001 von 2,5 Billionen auf 18,5 Billionen US\$ mehr als versiebenfacht.

Vergleicht man diesen Indikator mit einer entsprechenden Maßzahl aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, so ergibt sich, dass die Umsätze aller ausländischen Tochterfirmen sogar die Summe der weltweiten Exporte übersteigen: 1982 machten sie 122% der Exporte aus, 1990 schon 125% und 2001 schließlich 249%. Zu Anfang des 21. Jahrhunderts ist der Umsatz der ausländischen Einheiten der transnationalen Produktionssysteme also mehr als doppelt so hoch wie der weltweite Handel zwischen den Ländern. Dabei ist jedoch zu bedenken, dass auch an den weltweiten Exporten ausländische Tochterfirmen zu einem maßgeblichen Grad beteiligt sind: 1982 gingen 32,2% der weltweiten Exporte von ausländischen Tochterfirmen aus und 2001 schon 35,0%.

Als weiterer Indikator der operationalen Transnationalisierung kann das Produktionsergebnis ausländischer Tochterfirmen verwendet werden. Auch hier lässt sich zwischen 1982 und 2001 ein starkes Wachstum von 0,6 Billionen auf 3,5 Billionen US\$ und damit eine Verfünffachung feststellen. Betrachtet man nicht nur ausländische Tochterfirmen, sondern die gesamten transnationalen Produktionssysteme, dann lag der Umfang mit etwa 8 Billionen US\$ im Jahr 1997 sogar mehr als doppelt so hoch. Setzt man diese Zahlen ins Verhältnis zum weltweiten Bruttoinlandsprodukt, dann zeigt sich auch hier in dem Zeitraum eine Steigerung von 5,5% auf 11,0%. Auch in diesem Fall würden sich noch deutlich höhere Werte ergeben, nähme man auch Mutterfirmen transnationaler Konzerne mit hinein.

Schließlich kann für einige Länder auch der Anteil der Umsätze ausländischer Tochterfirmen an den Gesamtumsätzen des einheimischen Fertigungssektors berechnet werden. Werte um ein Viertel lassen sich in den 1990er Jahren für Deutschland und Österreich feststellen, während die Umsätze in Portugal und Finnland nur zwischen einem Zehntel und einem Fünftel lagen. Sogar unter fünf Prozent lagen die Umsätze ausländischer Tochterfirmen in Japan. Stark gewachsen sind dagegen die Anteile in den USA (von 10,0% 1985 auf 18,0% 1998), Italien (von 17,7% 1985 auf 28,3% 1997), den UK (von 25,8% 1993 auf 34,1% 1997) und den Niederlanden (von 38,6% 1985 auf 46,5% 1994). In Schweden ist allein in dem kurzen Zeitraum 1998–1999 ein Sprung von 28,8% auf 39,5% festzustellen. Am höchsten ist der Anteil jedoch in Irland, wobei auch hier zwischen 1985 und 1998 der Wert von 50,2% auf 74,9% deutlich anstieg. Auch in einigen Entwicklungsländern zeigen sich bemerkenswerte Zuwächse und Anteile, etwa in China, wo ausländische Tochterfirmen 1990 erst 2,3% der Umsätze erzielten, 2000 jedoch schon 31,3%. In Hongkong ist der Anteil im Zeitraum 1985–1997 von 20,1% auf 44,8% gestiegen. Auch in Taiwan ist 1985–1994 ein Wachstum von 12,7% auf 21,5% festzu-

stellen. Deutlich darüber liegt der Anteil noch in Malaysia – hier ist er 1985–1995 von 34,0% auf 50,1% gestiegen – und Singapur – hier ist das Wachstum im selben Zeitraum von 72,4% zu 81,1% zwar gering, der Anteil dafür umso höher. Das Bild, das sich hier zeigt ist also heterogen und die Zahlen beziehen sich auf unterschiedliche Zeitabschnitte, was den Vergleich erschwert. Dennoch lässt sich in vielen Ländern ein starker Bedeutungsgewinn ausländischer Firmen an den gesamten Umsätzen im Fertigungssektor beobachten. In einigen Fällen, zum Beispiel für Irland oder Singapur, lässt sich sogar von einer absoluten ausländischen Dominanz sprechen, da ausländische Firmen hier für den größten Teil der Umsätze verantwortlich sind.

Auch der Anteil der Wertschöpfung ausländischer Tochterfirmen am gesamten Bruttoinlandsprodukt lässt sich als Indikator verwenden. Hier zeigen sich ebenfalls für viele entwickelte Länder in den 1990er Jahren deutliche Zuwächse, wenn die Prozentzahlen auch niedriger liegen als für die Umsätze im Fertigungssektor. Die Anteile lagen in Finnland, Frankreich, den Niederlanden, Portugal, Schweden, den UK und den USA in den 1990er Jahren jeweils in einem Bereich zwischen fünf und zehn Prozent, wobei in den meisten Fällen ein Wachstum zu beobachten ist. Niedriger sind die Anteile dagegen in Japan und Norwegen, wo sie weniger als drei Prozent ausmachen. Im Gegensatz dazu spielen sie in Irland eine wichtige Rolle und sind zwischen 1985 und 1999 von 19,6% auf 40,2% gestiegen. In Malaysia erreicht die Wertschöpfung ausländischer Firmen Mitte der 1990er Jahre immerhin 23,8%, aber auch in den mittel- und osteuropäischen Ländern sind die Anteile 2000 recht hoch – in Tschechien betragen sie 13,7%, in Ungarn sogar 24,2%. Zwar lässt sich hier in keinem Fall eine absolute Dominanz der transnationalen Produktionssysteme erkennen, wenn auch der Abstand zum Beispiel in Irland nicht sehr groß ist.

Insgesamt zeigt sich also in vielen Ländern eine große und zunehmende Bedeutung der Tochterfirmen ausländischer Konzerne, wobei die immer noch vergleichsweise geringen absoluten weltwirtschaftlichen Zahlen in vielen Fällen verdecken, welche Bedeutung die Werte für einzelne Volkswirtschaften besitzen können. Vor allem in kleineren Entwicklungsländern können deshalb die Aktivitäten transnationaler Konzerne eine zentrale Bedeutung für die Volkswirtschaften besitzen. Auch die Entwicklung des Indikators der operationalen Transnationalisierung, der sich in Richtung zwei Drittel bewegt, spricht für die These einer fortschreitenden „Inneren Globalisierung“ der Weltwirtschaft. Zumindest für die größten transnationalen Konzerne der Welt machen im Durchschnitt die ausländischen Umsätze einen größeren Teil aus als die inländischen.

3.3 Soziale Transnationalisierung

Auch der Indikator der sozialen Transnationalisierung, der sich als Anteil der Beschäftigung im Ausland an der gesamten Beschäftigung errechnet, zeigt in dem Zeitraum 1990–2000 ein starkes Wachstum von 50,6% auf 57,3%. Da hier für mehrere Konzerne die Datensätze unvollständig sind, ergibt sich eine Abweichung im letzten Wert: Die interpolierten Werten ergeben nur 55%. Dennoch kann man in beiden Fällen feststellen, dass sich dieser Wert deutlich über 50% stabilisiert hat, was bedeutet, dass in den 100 Großkonzernen im Durchschnitt jeweils über die Hälfte der Beschäftigten im Ausland arbeiten.

Als Indikator für soziale Transnationalisierung auf globaler Ebene kann die Entwicklung und Bedeutung der Beschäftigungszahlen ausländischer Tochterfirmen untersucht werden. Waren 1982 erst 18,0 Mio. Arbeitnehmer in transnationalen Konzernen beschäftigt, so lässt sich bis zum Jahr 2001 eine Steigerung auf 53,6 Mio. und damit fast eine Verdreifachung feststellen. Leider fehlen hier Angaben zu der gesamten Beschäftigung, so dass hier keine Anteile berechnet werden können.

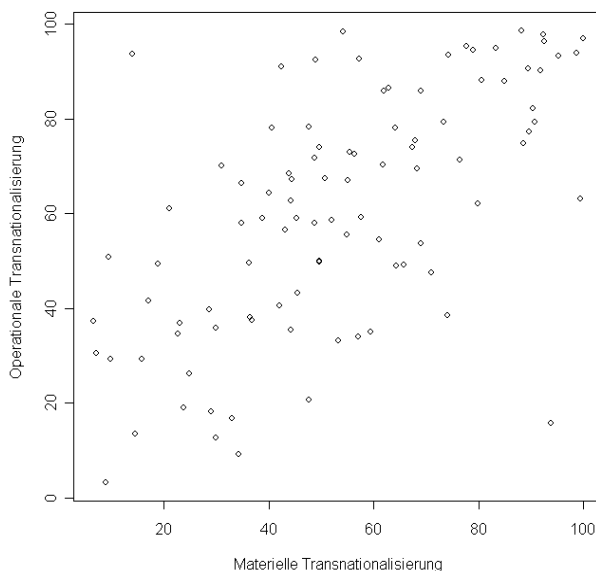
In einigen Fällen lässt sich jedoch auf der Ebene einzelner Länder der Beschäftigungsanteil ausländischer Unternehmen in der industriellen Fertigung nachweisen. Auch diese Zahlen

sprechen für eine große und zumeist wachsende Bedeutung transnationaler Produktionssysteme für den heimischen Arbeitsmarkt. In Deutschland, Italien, den UK und den USA lässt sich in den 1980er und 1990er Jahren ein deutliches Wachstum erkennen, wobei der Anteil zwischen 14% und 18% liegt. Eine noch wichtigere Rolle spielen ausländische Konzerne in Irland, Schweden und Österreich, wo sie in den 1990er Jahren zwischen 28% und zwei Dritteln aller Arbeitskräfte beschäftigen. Anfang der 1990er lag der Anteil in Österreich sogar fast bei 40%. Auch in Malaysia und Sri Lanka arbeiten jeweils über 40% der Beschäftigten in transnationalen Konzernen aus dem Ausland, in Singapur waren es in mehreren Jahren über 60% und Madagaskar erreichte 1998 sogar einen Anteil von 88%. Somit lässt sich auch bezogen auf diesen Indikator in einigen Fällen von einer absoluten Dominanz transnationaler Produktionssysteme auf dem inländischen Arbeitsmarkt sprechen. Aber dies gilt ebenso für die untersuchten 100 Konzerne: In ihnen machen Arbeitnehmer im Ausland einen größeren Anteil aus als im Inland, wobei diese Zahlen für sich noch nichts über die jeweiligen Anteile an der Wertschöpfung oder aber die Verteilung von Qualifikation oder Einkommen aussagen können.

3.4 Zusammenhang der Indikatoren

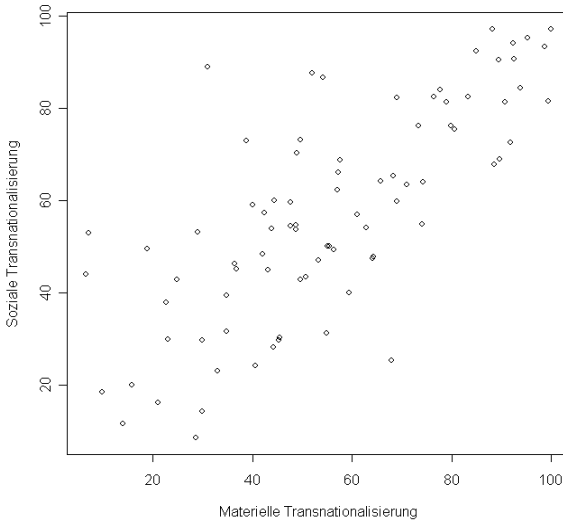
Nach der Darstellung der Ausprägung und Entwicklung der Indikatoren materieller, operativer und sozialer Transnationalisierung, soll in diesem Abschnitt nun auch der Zusammenhang der Maßzahlen analysiert werden. Betrachtet man den Scatterplot für die beiden Variablen der materiellen und der operationalen Transnationalisierung (vgl. Abbildung 1: Materielle und operationale Transnationalisierung, 2000), dann lässt dies auf einen Zusammenhang der beiden Dimensionen schließen, der sich durch die Berechnung des Spearmanschen Rang-Korrelationskoeffizienten von 0,63 bestätigen lässt. Dieser Befund legt nahe, dass ein Zusammenhang besteht zwischen dem Anteil der Vermögenswerte, die ein Konzern im Ausland besitzt und der Zahl im Ausland beschäftigter Arbeitnehmer. Allerdings ergibt der zeitliche Vergleich, dass sich dieser Zusammenhang zwischen 1990 und 2000 abgeschwächt hat. Im Jahr 1990 erreichte das Maß noch einen Betrag von 0,87.

Abbildung 1: Materielle und operationale Transnationalisierung, 2000



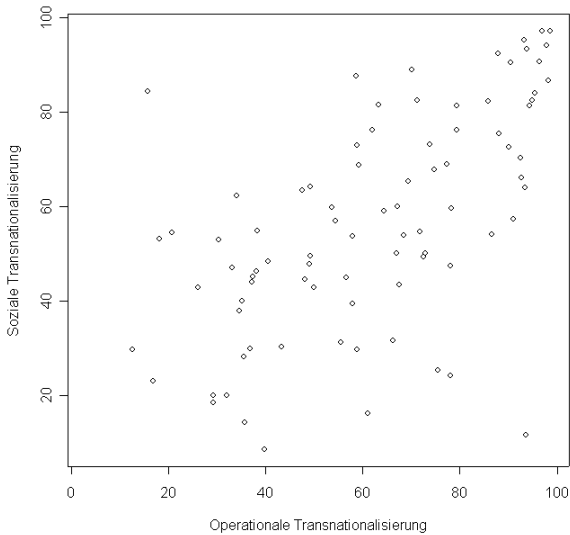
Ein ähnliches Bild ergibt die grafische Darstellung des Zusammenhangs zwischen materieller und sozialer Transnationalisierung (vgl. Abbildung). Auch hier lässt sich ein Zusammenhang zwischen den beiden Variablen vermuten, den auch hier ein Spearmanscher Korrelationskoeffizient von 0,75 bestätigt. Zwar zeigt sich eine etwas stärkere Assoziation, aber im Vergleich mit 0,86 im Jahr 1990 ist auch hier ein Rückgang festzustellen.

Abbildung 2: Materielle und soziale Transnationalisierung, 2000



Am schwächsten ist der Zusammenhang zwischen den Variablen der operationalen und sozialen Transnationalisierung ausgeprägt (vgl. Abbildung): Hier ergibt sich nur eine Korrelation von 0,62, aber auch schon im Jahr 1990 ist dieser Zusammenhang mit 0,73 am geringsten gewesen.

Abbildung 3: Operationale und soziale Transnationalisierung, 2000



2000 besteht also ein deutlicher Zusammenhang zwischen den drei untersuchten Dimensionen der Transnationalisierung, der jedoch im Vergleich zu den Werten von 1990 zurück gegangen ist. Dahinter könnte stecken, dass sich in den 1990er Jahren die Transnationalisierungsstrategien pluralisiert haben, so dass eine starke Verlagerung ins Ausland auf einer Dimension nicht mehr automatisch bedeutet, dass sich auch in den beiden anderen Dimensionen eine ähnliche Entwicklung vollzieht.

Als wichtigste Determinante der Transnationalisierung lässt sich zunächst die Größe des Konzerns vermuten. Dahinter steckt folgende These: Je größer ein transnationaler Konzern, desto mehr Kapazitäten kann er auch für seine ausländischen Aktivitäten mobilisieren. Berechnet man jedoch die Korrelationskoeffizienten für den Zusammenhang der drei Transnationalisierungsindikatoren und drei denkbaren Indikatoren für Größe (Vermögenswerte, Umsatz und Beschäftigung), so zeigt sich durchweg ein negativer Zusammenhang (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Korrelationen zwischen Konzerngröße und Indikatoren der strukturellen Transnationalisierung, 2000

	Spearmanische Rang-Korrelation		
	Ges. Aktiva	Ges. Umsatz	Ges. Beschäftigung
Materielle Transnationalisierung	-0,52	-0,59	-0,20 ^a
Operationale Transnationalisierung	-0,41	-0,47	-0,13 ^a
Soziale Transnationalisierung	-0,49	-0,56	-0,11 ^a
Gesamte Aktivwerte	1,00	0,76	0,50
Gesamter Umsatz	0,76	1,00	0,54
Gesamte Beschäftigung	0,50	0,54	1,00
Ausländische Aktivwerte	0,64	0,38	0,43
Ausländischer Umsatz	0,58	0,79	0,56
Beschäftigte im Ausland	0,26 ^a	0,32	0,89

^a Nicht signifikant zu einem Niveau von 0,05.

Quelle: Eigene Berechnungen mit den Daten aus UNCTAD (2002, S. 89).

Verwendet man den Umfang der Vermögenswerte oder die Umsatzzahlen als Operationalisierung der Konzerngröße, dann zeigen sich signifikante negative Korrelationen mit den drei Indikatoren struktureller Transnationalisierung. Daraus lässt sich ableiten, dass die kleineren Konzerne der Liste der 100 größten transnationalen Konzerne im Durchschnitt höhere Werte in den Transnationalisierungsdimensionen erreichen als die größeren. Jedoch ist dieser Befund, zumindest für den Indikator der Vermögenswerte, mit Vorsicht zu interpretieren. Da die Liste aus Konzernen mit einer großen Summe ausländischer Aktivwerte besteht, variieren vor allem die gesamten Vermögenswerte. Sind aber die gesamten Aktivwerte eines Konzerns besonders hoch, dann ergibt sich daraus oftmals ein niedriger Wert für den Indikator der materiellen Transnationalisierung.

Differenziert man nach Industriesektoren (vgl. Tabelle 2), so lassen sich Industriebereiche erkennen, in denen überdurchschnittlich hohe Werte der Transnationalisierungsindikatoren erreicht werden, wie zum Beispiel die Lebensmittelindustrie mit Werten zwischen 74,1% und 87,1% sowie Industrien mit vergleichsweise niedrigen Werten wie die Automobilindustrie, in der die Werte zwischen 40,1% und 57,5% liegen.

Tabelle 2: Indikatoren der strukturellen Transnationalisierung, nach Industriesektoren, 2000

Industriesektor	Fallzahl	Transnationalisierung		
		Materielle	Operationale	Soziale
Elektronik	13	45,8%	54,7%	54,0%
Automobil	13	42,4%	57,5%	40,5%
Öl	10	44,2%	59,7%	41,0%
Pharma	9	55,7%	67,0%	62,8%
Lebensmittel und Zigaretten	8	76,7%	74,1%	87,1%
Telekommunikation	7	42,9%	47,9%	63,5%

Quelle: Eigene Berechnungen mit den Daten aus UNCTAD (2002, S. 89).

Darüber hinaus zeigen sich auch charakteristische Muster des Verhältnisses zwischen den Dimensionen. So ist in der Elektronikindustrie die Transnationalisierung in der materiellen Dimension sehr viel weniger weit fortgeschritten als die anderen beiden Dimensionen. Die Produktzyklustheorie von Vernon (1966), die versucht, Verlagerungen der Produktionsstätten im Verlauf der Reifung von Produkten theoretisch zu begründen, kann zur Erklärung dieses Sachverhalts beitragen: Während neue Produkte auf dem Heimatmarkt hohe Profite versprechen, versuchen Unternehmen zu einem späteren Zeitpunkt – wenn der Gewinn auf dem inländischen Markt abnimmt –, vorwiegend ausländische Märkte zu erreichen. Zunächst werden die Märkte dabei durch Exporte beliefert; steigt dort aber die Konkurrenz ebenfalls an, bleibt nur noch die kostengünstige Produktion im Ausland als Wettbewerbsvorteil. Die hier beobachtete Konstellation entspricht also der Spätphase des Produktzyklus: Mit einer vergleichsweise geringen Verlagerung der Aktivwerte lassen sich unter hohem Einsatz des Faktors Arbeit im Ausland große Umsätze erzielen. In der Automobil-, Öl- und Pharmaindustrie sticht jeweils der Indikator der operationalen Transnationalisierung hervor: Hier erzielen ausländische Tochterfirmen entweder mit etwas höherem Kapitaleinsatz (Öl- und Automobilindustrie) oder mit höherem Arbeitseinsatz (Pharmaindustrie) in erster Linie hohe Umsätze im Ausland. Ein korrespondierendes strategisches Motiv aus der ökonomischen Theorie ist hier die Suche nach Absatzmärkten im Ausland. Im Lebensmittel- und Telekommunikationssektor ist dagegen der Indikator der sozialen Transnationalisierung am höchsten: Hier werden vor allem arbeitsintensive Produktionsschritte in ausländischen Tochterfirmen vollzogen. Für die meisten Sektoren außer dem Pharmasektor ist zudem im Vergleich mit den Werten für das Jahr 1990 ein deutliches Wachstum festzustellen.

Auch in der Differenzierung nach den Heimatländern der Konzerne lassen sich vergleichbare Muster entdecken (vgl. Tabelle 3). So kann man feststellen, dass transnationale Konzerne aus bestimmten Heimatländern wie zum Beispiel den USA, Japan oder den UK vor allem hohe Werte in der sozialen Dimension der Transnationalisierung erreichen, was auf die Auslagerung vor allem arbeitsintensiver Produktionsschritte ins Ausland schließen lässt. Konzerne aus Deutschland, der Schweiz, den Niederlande und Schweden dagegen zielen vor allem auf ausländische Absatzmärkte – bei ihnen ist die Dimension der operationalen Transnationalisierung am stärksten ausgeprägt.

Tabelle 3: Indikatoren der strukturellen Transnationalisierung, nach Ländern, 2000

Land	Fallzahl	Materielle	Operationale	Soziale
Transnationalisierung				
USA	23	42,5%	41,0%	51,1%
Japan	16	33,6%	39,8%	40,6%
Frankreich	13	61,5%	67,8%	55,6%
UK	11	76,2%	79,6%	81,6%
Deutschland	9	47,5%	60,3%	40,5%
Schweiz	3	78,2%	98,2%	92,6%
Niederlande	3	72,8%	86,7%	82,6%
Schweden	3	65,9%	89,0%	72,1%

Quelle: Eigene Berechnungen mit den Daten aus UNCTAD (2002, S. 89).

Deutliche Unterschiede lassen sich auch in den erreichten Niveaus der Transnationalisierung erkennen. Während die Werte für Japan zwischen 33,6% und 40,6% liegen und für die USA immerhin zwischen 41,0% und 51,1% – beides Länder mit sehr großen inländischen Absatzmärkten – ergeben sich für die Niederlande Zahlen zwischen 72,8% und 86,7% und für die Schweiz sogar zwischen 78,2% und 98,2% – diese beiden Länder haben nur relativ kleine einheimische Absatzmärkte, so dass Konzerne aus diesen Heimatländern verstärkt transnational expandieren, um ihre Gewinne durch Maßstabeffekte steigern zu können. Überdurchschnittlich hoch sind die Werte auch in den UK, was sich durch eine lange Tradition ausländischer Wirtschaftsaktivitäten erklären lässt. Auch hier sind die Werte im Vergleich zu dem Jahr 1990 deutlich angestiegen.

4. Strategien

Nachdem nun Größenordnung und Entwicklung der transnationalen Produktionssysteme dargestellt wurde, richtet sich nun der Blick auf die Strategien der – oder besser: einiger – Konzerne. Einen wichtigen Beitrag lässt sich in der nun folgenden semantischen Strategieanalyse allein deshalb sehen, da sie erlaubt, auch außerökonomische Faktoren aufzuzeigen – auch in Giddens Strukturmodell ist das Ökonomische schließlich nur eine von drei Dimensionen. In einer ersten Analyse der Geschäftsberichte zeigt sich, dass eine Differenzierung der Ziele in Wachstums-, Wettbewerbs- und Effizienzziele die vorliegenden Varianten gut beschreibt.

Als wichtigstes Wachstumsziel findet sich in allen untersuchten Berichten die Bestrebung, den eigenen Unternehmenswert zu steigern. So wird im Geschäftsbericht von DaimlerChrysler (2001, S. 8) „die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes als zentrale Verantwortung gegenüber Ihnen, unseren Aktionären“ beschrieben. Die Royal Dutch Petroleum Company (2001, S. 9) verbindet dieses Ziel mit Wettbewerbszielen und sieht sich verpflichtet, „to deliver strong growth and competitive shareholder returns“.

Neben dem übergeordneten Ziel der Steigerung des Shareholdervalue tauchen zwei weitere Typen von Wachstumsstrategien auf: Zum einen die Forcierung des Wachstums nach innen – durch Neugründungen von Tochterfirmen oder Übernahmen, durch Innovationen oder den Ausbau bestehender Einheiten – sowie nach außen – hierzu zählen sowohl horizontale

Übernahmen von Konkurrenten oder Firmen in anderen Geschäftsfeldern als auch der vertikale Einkauf von Zulieferern oder Abnehmern.

Externen Wachstumsstrategien verschreibt sich zum Beispiel der Konzern Nestlé S.A. (2001, S. 20). Er hat im Jahr 2000 zahlreiche Firmen gekauft, die „either added to the Group's product portfolio or expanded its geographic reach“. Auch die BASF AG (2001, S. 12) und die Deutsche Post AG (2001, S. 4) wollen durch Übernahmen ein weltumfassendes Konzernnetz schaffen. In vielen Fällen werden Wachstumsstrategien damit begründet, dass eine breitere Streuung der Investitionen die mit Marktschwankungen verbundene Unsicherheit reduzieren kann. Demnach spielen nicht einzelne Standortvorteile wie bei Dunning (1988) oder Porter (1999) die zentrale Rolle, sondern der „Standortvorteil“ insgesamt. Daneben sind aber auch Maßstabeffekte bedeutend, da viele Vorteile erst ab einer gewissen Konzerngröße wirksam werden. Ein weiteres Motiv ist die Diversifizierung, also die Etablierung oder Übernahme neuer Unternehmensbereiche. Dieser Sachverhalt tritt besonders deutlich bei den untersuchten Automobilkonzernen in Erscheinung, die allesamt in den letzten Jahren und Jahrzehnten eigene finanzielle Dienstleistungsarten eingerichtet haben.

Anders als das externe Wachstum beruht die Expansion nach innen auf Innovationen der eigenen Forschungs- und Entwicklungsabteilungen. So betont Nestlé S.A. (2001, S. 13), dass „product innovation and renovation ensures that our portfolio of products is continually refreshed“. Durch die Weitergabe von Innovationen innerhalb des Konzerns können auch andere Marken profitieren, so dass sich ein klarer Nexus zwischen Innovations-, Marktführerschafts- und Expansionszielen erkennen lässt. Viele Innovationen beruhen mittlerweile auf der Basistechnologie Internet, zum Beispiel im Fall der General Motors Corporation (2001, S. 16–17) die ihre Internet-Strategie in Südamerika dahingehend ausbaut, dass „customers can shop for, configure, and order a Chevrolet Celta on-line directly from GM. Celta cyberbuyers choose their options, arrange financing, and reserve their car with a credit card or bank transfer. The click of a button triggers a process that coordinates the plant, distribution center and dealer network“. Die elektronische Vernetzung der Kommunikation führt zum einen zu einer weitgehenden Ablösung von Raumstrukturen und ermöglicht damit die Integration geographisch verteilter Einheiten und Abläufe in ein einziges komplexes System – die Volkswagen AG (2001, S. 25) spricht hier von der „Einbindung aller Marken und Regionen weltweit“ –, zum anderen kann der Konzern dadurch jedoch gerade die räumlichen Unterschiede, zum Beispiel in der Kundenorientierung, gewinnbringend einsetzen.

Anders als Wachstumsziele werden Wettbewerbsziele stets in Bezug auf Konkurrenz und Marktlage formuliert und können damit als genuin soziale Ziele betrachtet werden. In den untersuchten Geschäftsberichten haben sich drei unterschiedliche Wettbewerbsziele als besonders wichtig herausgestellt: Die Eröffnung neuer Märkte im Ausland, der Ausbau der eigenen Marktposition sowie schließlich das Streben nach der Marktführerschaft.

Ein Unternehmen besitzt mehrere Möglichkeiten, neue Märkte zu erreichen. In den dynamisch wachsenden Volkswirtschaften Asiens, die zur Jahrtausendwende immer wieder als wichtigstes Zielgebiet genannt werden, sind jedoch aufgrund gesetzlicher Einschränkungen vor allem Jointventures üblich. So versucht die General Motors Corporation (2001, S. 19) durch eine gemeinsame Unternehmung mit der chinesischen Shanghai Automobile Industry Corporation im chinesischen Markt Fuß zu fassen. Das dort herzustellende Modell – von brasilianischen, chinesischen und amerikanischen Forschern entwickelt – gilt durch die Einrichtung des Jointventures als chinesisches Produkt und kann ohne Einschränkungen verkauft werden. Ein weiterer Vorteil von Jointventures ist die Möglichkeit, die Produkte stärker an lokale Begebenheit anzupassen, sie also zu „lokalisieren“.

Neben der Öffnung des Marktzugangs im Ausland ist auch die Schaffung von zusätzlicher Nachfrage ein Ziel der Konzerne. Der Konzern Royal Dutch Petroleum Company (2001, S.

8-9) betont diese Strategie vor allem im Bereich der Gas- und Stromversorgung. Auch die Konzerne Nestlé S.A. (2001, S. 13) und General Motors Corporation (2001, S. 4) wollen durch Innovationen ihre Positionen auf dem Weltmarkt verbessern.

Das Ziel der weltweiten Marktführerschaft ist vor allem für die größten Konzerne relevant. So nennt der Konzern Nestlé S.A. (2001, S. 7) als zentrales Ziel, „that we will be able to build on our position as the world's leading food company“. Auch DaimlerChrysler (2001, S. 3) zielt darauf ab, das Unternehmen „langfristig zum weltweit führenden Automobilhersteller zu machen“ und durch zahlreiche Übernahmen, Beteiligungen und Jointventures, die globale Marktposition weiter auszubauen.

Der immer wieder auftauchende Bezug auf die Symbole „global“ und „Welt“ zeigt nach Trinczek (1999) die große Attraktion der Globalisierungssemantik auch unabhängig von ihrer objektiven Realität. Zumindest die Definition der Situation als „globalisiert“ hat sich demnach durchgesetzt, so dass Trinczek (2002) sogar von einer „Globalisierung ohne Globalisierung“ spricht. Auch Pries (2002) betont die Bedeutung der Metapher „Globalisierung“ und sieht schon die globale Ausbreitung dieser Redewendung als Epochenwandel hin zu einem globalen Symbolsystem.

Das dritte Hauptziel neben dem Wachstum des Konzerns und der Ausweitung regionaler und weltweiter Marktanteile ist die Verbesserung der Effizienz in Abläufen und Ergebnissen des Konzerns. Die Automobilkonzerne DaimlerChrysler (2001, S. 15) und Volkswagen AG (2001, S. 25) haben zum Beispiel ihre Beschaffungsprozesse in zentralen Stellen zusammengefasst, die dann mehrere Marken, Sparten und Regionen beliefern, so dass auf diese Weise Transaktionskosten sinken und die Weltmarktposition ausgebaut werden kann. Eine ähnliche Funktion übernimmt in der chemischen Industrie die Verbundfertigung. Durch das „Betreiben großer vernetzter Strukturen zur Herstellung vielfältiger aufeinander aufbauender Chemikalien“ kann die BASF AG (2001, S. 13) viele Bearbeitungsprozesse vom Rohstoff bis hin zum Endprodukt in den Konzern integrieren, was einen wichtigen Beitrag zum Erreichen der „Kostenführerschaft“ darstellt.

Eine andere Möglichkeit sind lokale Absatzzentren in Nähe der wichtigsten Märkte, in denen der Konzern die Produkte den lokalen Besonderheiten anpassen kann. Die damit verbundene Reorganisierung des Konzerns führt nach Nestlé S.A. (2001, S. 13) zu neuen Funktionen einzelner Betriebsstätten, die entweder für einen nationalen Markt zuständig sind oder aber im engen Verbund global verteilt an der Produktion teilnehmen. Auch der BASF AG (2001, S. 13) dienen einzelne Standorte entweder als regionale Zentren oder Knotenpunkte im globalen Verbund – unter den wichtigsten Standorten sind Werke in Deutschland, Belgien, Spanien, USA sowie bald auch Malaysia und China –, je nachdem, welche Ausrichtung die kostengünstigsten Produktions- und Absatzbedingungen verspricht.

Ebenfalls von großer Bedeutung ist die Entwicklung und Verwendung modularer Bauteile, die in mehreren Produktlinien und Marken zum Einsatz kommen können. DaimlerChrysler betont, dass seine Produktionsstätten „die Module, Komponenten und Aggregate über eine Vielzahl von Produkten hinweg als gleichartige Bausteine verwenden“ (DaimlerChrysler, 2001, S. 6). Darüber hinaus werden auch Verfahren standardisiert, so dass sie unternehmensübergreifend eingesetzt werden können.

Oft rufen Kostenanalysen umfangreiche Restrukturierungsprozesse hervor, die darauf abzielen, Prozesse und Ergebnisse des Konzerns durch neue Organisationsformen zu verbessern. Mögliche Mittel hierzu sind die Schließung von Produktionsstätten, die Konzentration auf das Kerngeschäft oder der Verkauf einer bestimmten Sparte beziehungsweise Marke wie zum Beispiel Oldsmobile im Fall der General Motors Corporation (2001, S. 4).

Transnationale Konzerne verfolgen allerdings, wie auch die Schließung von sechs Chryslerwerken in Europa und Nordamerika bei gleichzeitiger Ausweitung der Tätigkeiten in Asien zeigt (DaimlerChrysler, 2001, S. 19), nur selten einseitige „Exit“-Strategien (vgl. dazu Hirschman 1972), sondern vielmehr eine globale Mischung aus „Exit“ und „Enter“ und damit die Verlagerung jeweils in Richtung der am schnellsten wachsenden Absatz- und Faktormärkte. Die Untersuchung der Ziele transnationaler Konzerne verdeutlicht also, dass zum einen Strategien im engen Zusammenhang miteinander gesehen werden müssen. Zum anderen zeigt sich, dass transnationale Konzerne nahezu alle Ziele für eine weitergehende Transnationalisierung der Konzernstrukturen instrumentalisieren können – zumindest was die verbale Ebene angeht.

So begründen Wachstumsziele die Expansion des Konzerns ins Ausland, da Konzerne dort in der Regel höhere Wachstumsraten erreichen oder aufrechterhalten können. Nur durch die Expansion in alle wichtigen Regionen kann ein Unternehmen darüber hinaus das Ziel der Marktführerschaft erreichen. Auch Effizienzziele lassen sich mit einer verstärkten Transnationalisierung verknüpfen, da Unternehmen zum einen Standort- und Kostenvorteile im Ausland nutzen können („Arbitrage“) und zum anderen die neuen Technologien eine stärkere Verteilung der Wertkette bei einer gleichzeitig immer tieferen Integration erlauben.

Auch Strukturen, die nach den Ergebnissen des vorausgehenden Kapitels zu einem hohen und zunehmenden Maß transnationalisiert sind, und Strategien, die zur Nutzung und Ausweitung der Transnationalisierung (ver-)führen, lassen sich in einem engen Zusammenhang sehen. So erzwingt die Transnationalisierung einer Industriesparte – vielleicht mit Trinczek (2002) sogar schon die Definition einer Sparte als „globalisiert“ – die Verfolgung von Transnationalisierungsstrategien, da Unternehmen nur so Weltmarktposition, Wachstumsorientierung und Effizienz aufrechterhalten können. Gleichzeitig kommt es dadurch jedoch zu einer verstärkten Verlagerung der Konzernstrukturen ins Ausland, wodurch das Feld insgesamt stärker transnationalisiert wird und also wiederum auf Transnationalisierung zielende Strategien fördert.

5. Integration transnationaler Konzerne

Dieses abschließende Kapitel versucht in der Beschreibung der unterschiedlichen Integrationsstufen transnationaler Konzerne eine Möglichkeit darzustellen, die strukturelle und strategische Ebene transnationaler Wirtschaftsstrukturen historisch in Beziehung zu setzen.

Der nun folgenden Untersuchung der verschiedenen Integrationsstufen transnationaler Produktionssysteme liegt im wesentlichen das Produktzyklusmodell zugrunde, das die zeitliche Entwicklung und Reifung der Produkte beschreibt. Mit Dunning (1993), United Nations (1993) und Pries (1999) lässt sich eine idealtypische Abfolge von Organisationsmustern konstruieren, die eine zunehmende geographische Verteilung bei einer gleichzeitig steigenden Integration der Unternehmenseinheiten verbindet.

Auf die Sättigung der einheimischen Märkte und dadurch sinkende Profite können Unternehmen zum einen dadurch reagieren, dass sie sich weiter horizontal differenzieren und eine größere Produktvielfalt anbieten, zum anderen aber auch durch die Ausdehnung auf ausländische Märkte. Der eklektische Ansatz von Dunning (1988; 1993) unterscheidet drei Arten von Vorteilen transnationaler Konzerne: Besitzvorteile wie zum Beispiel Innovationen, materielle und finanzielle Ressourcen oder überlegene Finanzierungsmöglichkeiten, Standortvorteile wie etwa Rohstoffe, niedrige Transportkosten oder regionale Infrastrukturen und schließlich Internalisierungsvorteile wie zum Beispiel Stabilisierung der Nachfrage, Kostensenkung, Diversifizierung oder Angebotskontrolle. Ob Unternehmen die im Heimatland produzierten Güter in das neue Absatzland einführen oder aber die Waren vor Ort herstellen und vermarkten, hängt demnach davon ab, welcher Art die Wettbewerbsvorteile des Konzerns, politische Regelungen und die Standortvorteile des Ziellandes sind. Internalisierungstheorien in der Art von Buckley und Casson (1994) oder Vernon (1985) betonen darüber hinaus, dass

die Internalisierung von ökonomischen Transaktionen gegenüber der Abwicklung über den Markt Ungewissheiten reduziert und gleichzeitig Kosten einspart. Darüber hinaus wollen transnationale Konzerne ihre Innovationen nicht an ihre Konkurrenten verlieren und behalten sie deshalb möglichst lange in ihrem „Hoheitsbereich“.

Internationalisierungsstrategien beginnen in der Regel mit der Gründung oder Übernahme einer ausländischen Tochterfirma. Die Tochter ist in diesem „stand-alone“- (United Nations 1993) oder „distributionsorientierten“ (Pries 1999) Arrangement vor allem durch Besitzverhältnisse an den Mutterkonzern gebunden, während wenig Austausch zwischen den Einheiten herrscht und der Informationsfluss hierarchisch in Richtung des Mutterkonzerns verläuft. Die ausländische Tochter ist eine verkleinerte Ausgabe der Mutterfirma, die den gesamten Wertschöpfungsprozess im Zielland koordiniert. Eine andere Internationalisierungsstrategie beinhaltet nach Dunning (1993) das Beliefern eigener oder kooperierender Absatzunternehmen im Zielland mit fertigen Produkten. Der Vorteil einer Kooperation mit einheimischen Vertriebsunternehmen ist, dass der Konzern nur ein geringes Wissen über die lokalen Besonderheiten und Marktstrukturen benötigt und einheimische Firmen Vermarktung und Absatz übernehmen. Diese Strategie können Unternehmen auch als „Türöffner“ verwenden, um gerade diese Informationen nach und nach zu erhalten, ohne das Risiko eines vollständigen Markteintritts und damit steigender Exit-Kosten (Hirschman 1972) einzugehen. Dieser Integrationsstufe entsprechen steigende Werte in den drei Dimensionen der materiellen, operationalen und sozialen Transnationalisierung.

In der Phase der einfachen Integration ist die Arbeitsteilung zwischen Konzern und ausländischer Tochterfirma weiter fortgeschritten. Ausländische Firmen übernehmen nun einzelne Funktionen und Arbeitsschritte der Wertschöpfungskette. Auf diese Weise entsteht ein transnationales Produktionssystem, das Güter über mehrere Länder oder sogar Regionen hinweg verteilt produziert. Nach Pries (1999) befand sich Volkswagen in den 1970er und 1980er Jahren in dieser „produktionsorientierten“ Phase. Dahinter steckt häufig das Motiv der Nutzung spezifischer Vorteile im Ausland, seien sie qualifikatorischer, finanzieller oder infrastruktureller Art. Die Konzernzentrale kontrolliert durch Kapitalbeteiligung oder „Subcontracting“ ihre Produktionstätigkeiten im Ausland. Ausländische Produktionsschritte ersetzen in einigen Fällen die Einfuhr der im Heimatland produzierten Waren und geben damit den Weg in Richtung einer tieferen Integration frei. Anders als ausländische Satelliten der Internationalisierungsphase sind einfach integrierte ausländische Tochterfirmen eng in die Abläufe und Kontrollstrukturen des Konzerns eingebunden und besitzen geringere Freiheitsgrade in der Organisation von Einkauf, Produktion und Absatz. Häufig geht die einfache Integration daher einher mit einer Standardisierung der Vorprodukte („Module“). Diese Integrationsphase findet man in der Regel bei im Lebenszyklus fortgeschrittenen Produkten, die vor allem Maßstabgewinne versprechen. Für die starke Einbindung in die Wertschöpfungskette ist darüber hinaus eine bidirektionale Kommunikation notwendig. Im Falle ausländischer Handelsniederlassungen ist vor allem mit einem Anstieg der operationalen Transnationalität zu rechnen, während sich die Auslagerung arbeitsintensiver Produktionsschritte vor allem in einem Anstieg der sozialen Transnationalisierung widerspiegelt.

Fortschritte in den Informations- und Kommunikationstechnologien und sinkende Transportkosten ermöglichen schließlich manchen Konzernen den Übergang zu komplexen Integrationsformen, also die Verteilung ihrer Produktionsprozesse auf eine Vielzahl räumlich entfernter Standorte bei einer gleichzeitigen festen Integration der einzelnen Funktionen in den Gesamtablauf. Anders als in der einfachen Integration übernehmen nun einzelne Tochterfirmen Aufgaben für den gesamten Konzern, etwa in Form einer zentralisierten Einkaufsstelle. Dadurch, dass nun nahezu jeder Abschnitt der Wertschöpfungskette – von Forschung und Entwicklung, Einkauf und Produktion über Buchhaltung und Finanzen hin zu Planung und Recht – ausgliederbar ist und durch modulare Fertigungsmethoden dieselben Kompo-

nenten in mehreren Firmen verwendet werden können, entstehen umfangreiche Informations- und Ressourcenströme zwischen den verschiedenen Einheiten des Konzerns. In einigen Fällen werden sogar regionale, funktionsbezogene oder produktlinienbezogene Firmenzentralen gegründet, die in ihren Zuständigkeitsbereichen selbständige Entscheidungen treffen. Nach Pries (1999) verwandeln sich regionale Unternehmen nun in „full sortiment“-Produzenten für alle wichtigen Märkte der Welt. Für Volkswagen lässt sich dieser Schritt in den 1990er Jahren beobachten. Die komplexe Integrationsphase zeigt sich vor allem in einem Anstieg der materiellen Transnationalisierung, während die anderen beiden Indikatoren teilweise sogar wieder zurückgehen können.

Dunning (1993) unterteilt diese Phase in zwei Abschnitte. Zunächst bringt die Vertiefung und Ausdehnung des Produktionsnetzes eine Auslagerung immer komplexerer und wichtigerer Prozesse in ausländische Tochterfirmen mit sich, während Planung und Forschung immer noch zentralisiert im Heimatland stattfinden. Der zweite Abschnitt der regionalen oder gar globalen Integration im engeren Sinne führt zur räumlichen Verteilung auch zentraler Abläufe und Funktionen, wodurch die Tochterfirmen keine verkleinerten Abbilder der Zentrale mehr darstellen, sondern funktional und strategisch fest in das Produktionssystem eingebunden sind.

So kommt es zur zunehmenden Abwicklung von Transaktionen innerhalb des Konzerns und damit zu einem Bedeutungsverlust des Austauschs von Vorprodukten und Rohstoffen über den Markt. Durch die hohen Freiheitsgrade in der Bestimmung der Verrechnungspreise, haben Konzerne nach UNCTAD (2000) dadurch immer mehr Möglichkeiten, nationale Kontrollen und Zugriffen zu entgehen und Besteuerungsdifferenzen durch die Wahl geeigneter Konzernstrukturen auszunutzen (Tanzi 1995). Auch für nationale statistische Ämter erschwert sich dadurch die Ermittlung der Güter- und Zahlungsströme, so dass sie gegenwärtig die Einführung nationenübergreifender Informationssysteme über transnationale Konzerne diskutieren (vgl. Landefeld / Kozlow 2003; Barnabé 2003).

Eine genauere Erforschung des Zusammenhanges zwischen Strukturen und Strategien in den verschiedenen Integrationsphasen müsste entweder einzelne, exemplarische Konzerne in den Mittelpunkt stellen oder aber einen Konzern in seiner Entwicklung begleiten, der alle Phasen durchlaufen hat. Eine solche Studie liegt jedoch unseres Wissens bislang noch nicht vor, könnte jedoch einen wichtigen Beitrag zum Verstehen von transnationalen Strategien, Wirtschafts- und Unternehmensstrukturen sowie ihrer Integrationsformen leisten und damit einen tieferen Einblick in die Zusammenhänge der „Inneren Globalisierung“ von Wirtschaft und Gesellschaft erlauben.

Literatur

- Barnabé, Richard (2003): Seeing the whole elephant: A proposed experiment on measuring the activities of multinational enterprises. Paper presented at the 51st plenary session of the Conference of European Statisticians, Geneva:
- BASF AG (2001): Jahresbericht 2000. Wertsteigerung durch Wachstum und Innovation, Ludwigshafen.
- Beck, Ulrich (1998): Was ist Globalisierung? Frankfurt.
- Beck, Ulrich (2000): The Cosmopolitan Perspective on the Sociology of the Second Age of Modernity, in: British Journal of Sociology 51, S. 79–105.
- Beck, Ulrich (2002): Macht und Gegenmacht im globalen Zeitalter. Neue weltpolitische Ökonomie, Frankfurt.
- Beck, Ulrich / Holzer, Boris / Kieserling, André (2001): Nebenfolgen als Problem soziologischer Theoriebildung, in: Ulrich Beck / Wolfgang Bonß (Hrsg.): Die Modernisierung der Moderne, Frankfurt.

- Bondzi-Simpson, P. Ebow (1990) : Legal relationships between transnational corporations and host states, Westport.
- Buckley, Peter J. / Casson, Mark (1994): A Theory of Cooperation in International Business, in: The United Nations Library On Transnational Corporations, Bd. 13. Cooperative Forms of Transnational Corporation Activity, London.
- Caves, Richard E. (1996): Multinational enterprise and economic analysis, Cambridge.
- DaimlerChrysler (2001): Der Konzern im Überblick 2001, Stuttgart, Auburn Hills.
- Deutsche Post AG (2001): Deutsche Post World Net. Geschäftsbericht 2000, Bonn.
- Dicken, Peter (1986): Global Shift. Industrial Change in a Turbulent World, London.
- DiMaggio, Paul J. / Powell, Walter W. (1983): The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields, in: American Sociological Review, 48, S. 147–160.
- Dörrenbächer, Christoph (2000): Measuring Corporate Internationalisation. A review of measurement concepts and their use, Discussion paper fs i 00–101, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Berlin.
- Dunning, John H. (1988): The Eclectic Paradigm of International Production: A restatement and some possible extensions, Journal of International Business Studies 19, S. 1–32.
- Dunning, John H. (1993): Multinational Enterprises and the Global Economy, Wokingham.
- General Motors Corporation (2001): Annual Report 2000, Detroit.
- Germann, Harald / Raab, Silke / Setzer, Martin (1999): Messung der Globalisierung: ein Paradoxon, in: Ulrich Steger (Hrsg.): Facetten der Globalisierung, Heidelberg.
- Giddens, Anthony (1986): The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration, Cambridge.
- Granovetter, Mark (1985): Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness, in: American Journal of Sociology 91, S. 481–510.
- Hannan, Michael T. / Freeman, John (1984): Structural Inertia and Organizational Change, in: American Sociological Review 49, S. 149–164.
- Hasse, Raimund / Krücken, Georg (1999): Neo-Institutionalismus, Bielefeld.
- Hassel, Anke / Höpner, Martin / Kurdelbusch, Antje / Rehder, Britta / Zugehör, Rainer (2003): Two Dimensions of the Internationalization of Firms, in: Journal of Management Studies 40, S. 705–723.
- Hirschman, Albert O. (1972): Exit Voice and Loyalty. Responses to Decline in Firms, Organizations, and States, Cambridge.
- Ietto-Gillies, Grazia (1992): International Production. Trends, Theories, Effects, Cambridge.
- IMF, International Monetary Fund (1993): Balance of Payment Manual.
- Knickerbocker, Frederick T. (1973): Oligopolistic Reaction and the Multinational Enterprise, Cambridge.
- Landefeld, J. Steven / Kozlow, Ralph (2003): Globalization and Multinational Companies: What Are the Questions, and How Well Are We Doing in Answering Them? Paper presented at the 51st plenary session of the Conference of European Statisticians, Geneva.
- Meyer, John W. / Rowan, Brian (1977): Institutionalized Organizations. Formal Structure as Myth and Ceremony, in: American Journal of Sociology 83, S. 340–363.
- Nestlé S.A. (2001): Group performance. <http://www.nestle.com/>, 30. November 2001.
- Neuberger, Oswald (1995): Mikropolitik: der alltägliche Aufbau und Einsatz von Macht in Organisationen, Stuttgart.
- Ortmann, Günther (1994): Dark Stars – Institutionelles Vergessen in der Industriesoziologie, in: Niels Beckenbach / Werner van Treek (Hrsg.), Umbrüche gesellschaftlicher Arbeit. Soziale Welt Sonderband 9, Göttingen, S. 85–118.
- Ortmann, Günther / Sydow, Jörg / Windeler, Arnold (1997): Organisation als reflexive Strukturation, in: Günther Ortmann / Jörg Sydow / Klaus Türk (Hrsg.), Theorien der Organisation. Die Rückkehr der Gesellschaft, Opladen, 315–354.

- Ortmann, Günther / Windeler, Arnold / Becker, Albrecht / Schulz, Hans-Joachim Schulz (1990): Computer und Macht in Organisation. Mikropolitische Analysen, Opladen.
- Porter, Michael E. (1999): Nationale Wettbewerbsvorteile. Erfolgreich konkurrieren auf dem Weltmarkt, München.
- Pries, Ludger (1999): Auf dem Weg zu global operierenden Konzernen? BMW, Daimler-Benz und Volkswagen: Die Drei Großen der deutschen Automobilindustrie, München.
- Pries, Ludger (2002): Transnationalisierung der sozialen Welt?, Berliner Journal für Soziologie 2, S. 263–272.
- Royal Dutch Petroleum Company (2001): Annual Report and Accounts 2000: Summary, <http://www.shell.com/>, 30. November 2001.
- Scholte, Jan Aart (1997): Global Trade and Finance, in: John Baylis / Steve Smith (Hrsg.), The Globalization of World Politics. An Introduction to International Relations, Oxford.
- Shachar, Arie Öberg, Sture (1990): The World Economy and the Spatial Organization of Power: Research Agenda, in: Arie Shachar / Sture Öberg (Hrsg.): The World Economy and the Spatial Organization of Power, Aldershot.
- Tanzi, Vito (1995): Taxation in an Integrated World, New York.
- Trinczek, Rainer (1999): „Es gibt sie, es gibt sie nicht, es gibt sie, es ...“ – Die Globalisierung der Wirtschaft im aktuellen sozialwissenschaftlichen Diskurs, in: Gert Schmidt / Rainer Trinczek (Hrsg.): Globalisierung. Ökonomische und soziale Herausforderungen am Ende des zwanzigsten Jahrhunderts. Soziale Welt Sonderband 13, Baden-Baden.
- Trinczek, Rainer (2002): Globalisierung – in soziologischer Perspektive, in: *sowi-onlinejournal* 1, <http://www.sowi-onlinejournal.de/>.
- UNCTAD, United Nations Conference on Trade and Development (1995): World Investment Report 1995. Transnational Corporations and Competitiveness, New York, Geneva.
- UNCTAD, United Nations Conference on Trade and Development (1996): World Investment Report 1996. Investment, Trade and International Policy Arrangements, New York, Geneva.
- UNCTAD, United Nations Conference on Trade and Development (1998): World Investment Report 1998. Trends and Determinants, New York, Geneva.
- UNCTAD, United Nations Conference on Trade and Development (2000): World Investment Report 2000. Cross-border Mergers and Acquisitions and Development, New York, Geneva.
- UNCTAD, United Nations Conference on Trade and Development (2001): World Investment Report 2001. Promoting Linkages, New York, Geneva.
- UNCTAD, United Nations Conference on Trade and Development (2002): World Investment Report 2002. Transnational Corporations and Export Competitiveness, New York, Geneva.
- United Nations (1993): World Investment Report 1993. Transnational Corporations and Integrated International Production, New York.
- Vernon, Raymond (1966): International Investment and International Trade in the Product Cycle, Quarterly Journal of Economics 80, S. 190–207.
- Vernon, Raymond (1985): Exploring the global economy. Emerging Issues in Trade and Investment, Lanham.
- Volkswagen AG (2001): Geschäftsbericht 2000, Wolfsburg.
- von Behr, Nicolas B. (1996): Multinationale Unternehmen und Exportkontrollen. Völkerrechtliche Zulässigkeit und Grenzen extraterritorialer Ausfuhrbeschränkungen, Frankfurt am Main.
- Walgenbach, Peter (1995): Institutionalistische Ansätze in der Organisationstheorie, in: Alfred Kieser (Hrsg.), Organisationstheorien, Stuttgart, S. 319–354.

Benedikt Köhler,
Pol.-Wiss., TU München,
Lothstr. 17, 80335 München.

Tel: 089-28924228, benedikt.koehler@wi.tum.de