

Geleitwort

Seit Ende der 1980er Jahre wurden in nahezu allen Ländern der Welt jeweils von zumeist mehreren im Wettbewerb zueinander stehenden Unternehmen digitale zellulare Funkzugangsnetze errichtet, die es ermöglichen, standortunabhängig dasselbe Endgerät einzusetzen, um Dienste zur Telekommunikation (TK) zu nutzen. Von diesen Unternehmen angebotene Mobilfunkanschlüsse, -sprachverbindungen und -kurztextnachrichten haben global eine hohe Nachfrage hervorgerufen. Heute sind zumindest in entwickelten Industrienationen die flächendeckende Verfügbarkeit und intensive Nutzung von Mobilfunkdiensten für breite Bevölkerungsschichten zu einer alltäglichen Selbstverständlichkeit geworden.

Für Unternehmen, die früher als (lizenzierte) Netzbetreiber in den Mobilfunkmarkt in einem Land eingetreten waren, stellte sich schnell ab Beginn der 1990er Jahre angesichts des in anderen Staaten erst zeitversetzt erfolgenden Aufbaustarts von digitalen Mobilfunknetzen die Frage, inwieweit es für sie betriebswirtschaftlich sinnvoll ist, sich mit Direktinvestitionen als Mobilfunknetzbetreiber (MFN) in anderen Staaten zu engagieren. Diese Frage wurde von vielen MFN insbesondere europäischer Herkunft dahingehend beantwortet, dass wiederholt Eigenkapitalanteile von existierenden ausländischen MFN erworben oder Finanz- und Personalressourcen für den Aufbau von neu zu gründenden MFN bereitgestellt wurden. Als Gründe für diese Internationalisierungsschritte wurden und werden von MFN-Managern und -Beratern häufig eher vage die Teilhabe an Nachfragewachstumsmöglichkeiten im Ausland sowie die Ausschöpfung von Größen- und Verbundvorteilen durch grenzüberschreitende Geschäftsaktivitäten angeführt. Fallbeispiele wie etwa der Rückzug des britischen Mobilfunkkonzerns *Vodafone* aus dem japanischen Markt oder der skandinavischen Unternehmensgruppe *TeliaSonera* aus dem deutschen Markt liefern allerdings Indizien dafür, dass Internationalisierungsschritte von MFN generell zugeschriebene Vorteilspotenziale nicht „automatisch“ zu einer tatsächlichen Erhöhung des betriebswirtschaftlichen Erfolgs der Expandierer führen. Offenbar hängen die Erfolgskonsequenzen von Internationalisierungsmaßnahmen von MFN von einem komplexen Bündel von Faktoren ab.

Angesichts des hohen wirtschaftlichen Gewichts des Mobilfunksektors und der Vielzahl von seit Anfang der 1990er Jahre bei MFN zu beobachtenden Internationalisierungsschritten verwundert es, dass bislang kaum weder in deutscher noch in englischer Sprache publizierte betriebswirtschaftliche Forschungsarbeiten vorgelegt wurden, welche den Versuch unternehmen, potenzielle Bestimmungsgrößen des Internationalisierungserfolgs von MFN auf ihre empirische Relevanz hin zu erkunden. An dieser Forschungslücke setzt die Untersuchung von *Nejc M. Jakopin* an. Sie ist somit auf einen Problemkomplex ausgerichtet, dem sowohl für die wissenschaftliche Betriebswirtschaftslehre als auch für MFN in der Praxis eine große Bedeutung beizumessen ist.

Die Arbeit, die am Lehrstuhl für Unternehmens- und Technologieplanung, Schwerpunkt Telekommunikationswirtschaft, der Universität Duisburg-Essen (Standort Duisburg) als Dissertation vorgelegt wurde, vermittelt eine breite Übersicht der empirischen Forschung zu betriebswirt-

schaftlichen Erfolgsimplikationen der Unternehmensinternationalisierung und hinsichtlich wirtschaftswissenschaftlicher Publikationen zur Internationalisierung der Aktivitäten von TK-Netzbetreibern. Aus dieser Synopse werden mit Blick auf MFN 35 Hypothesen und sechs Forschungsfragen zu Assoziationen zwischen (1) Markteintrittsformen, (2a) dem Anteil von ausländischen Geschäftsaktivitäten am Gesamtgeschäft, (2b) der Streuung von Auslandsengagements über verschiedene Länder/Regionen, (2c) der Häufigkeit von Internationalisierungsmaßnahmen in der jüngeren Vergangenheit, (3) dem Zeitpunkt des Auslandsmarkteintritts relativ zu anderen Wettbewerbern in diesem Markt sowie (4) dem länderübergreifenden Standardisierungsgrad von Marketinginstrumenten einerseits und Kriterien des betriebswirtschaftlichen Internationalisierungserfolgs andererseits abgeleitet.

Die Hypothesen und Forschungsfragen werden zum einen mit einer jahresabschlussorientierten Teilstudie zu Korrelaten von Unternehmenserfolgsindikatoren, die als Hilfsgrößen zur Abbildung von betriebswirtschaftlichen Internationalisierungserfolgen interpretiert werden, adressiert. In diese Teilstudie werden 18 im bedeutsamen Ausmaß international agierende MFN überwiegend europäischer Herkunft einbezogen, die zum Jahresende 2004 insgesamt 140 MFN-Mehrheits- und 38 -Minderheitsbeteiligungen in 84 verschiedenen Ländern aufwiesen und auf die zu diesem Zeitpunkt anteilsgewichtet 38% aller Mobilfunk-SIM-Karten weltweit entfielen. Zum anderen werden die Hypothesen und Forschungsfragen in einer zweiten Teilstudie mit empirischen Daten konfrontiert, in der bei der Suche nach „Treibern“ des Internationalisierungserfolgs von MFN als abhängige Kriterien abnormale Aktienkursrenditen im Zusammenhang mit der Ankündigung von 148 strategisch bedeutsamen internationalen Markterschließungsmaßnahmen von 29 MFN aus 16 Ländern im Zeitraum von Dezember 1989 bis Dezember 2004 betrachtet werden.

Die Ergebnisse der beiden Teilstudien deuten übereinstimmend darauf hin, dass eine zunehmende Internationalisierung des Geschäfts von MFN entweder nicht oder gar negativ mit betriebswirtschaftlichen Unternehmenserfolgsindikatoren korreliert. Aufgabe der weiteren Forschung und der Praxis bleibt es also, detaillierter den Ablauf von Prozessen der Unternehmensinternationalisierung in der TK-Wirtschaft zu reflektieren, um besser zu verstehen, wie internationalisierungsbezogene Unternehmenswertsteigerungshoffnungen in tatsächliche Wertsteigerungen umgesetzt werden können.

In einer Gesamtwürdigung ist festzuhalten, dass es sich bei der vorliegenden Schrift um eine breit angelegte, literarisch gut verankerte, empirisch sehr solide Arbeit handelt, die einen beachtlichen eigenständigen wissenschaftlichen Beitrag zum betriebswirtschaftlichen Erkenntnisfortschritt leistet. Sie orientiert sich in ihrem empirischen Vorgehen sehr stark an der in englischsprachigen „(International/Strategic) Management Journals“ üblichen Argumentationstiefe sowie sekundäranalytischen Nutzung unternehmensbezogener „objektiver“ Daten, die oft nur eine indirekte Operationalisierung untersuchungsrelevanter Konstrukte und eher grundsätzlich ge-

haltene Gestaltungshinweise für die Managementpraxis zulässt. Diese Wahl der Vorgehensweise ist – ungeachtet ihrer Beschränkungen – wissenschaftlich durchaus als vertret- und fruchtbar einzustufen, nicht zuletzt auch deshalb, weil für MFN entsprechende Vorläuferuntersuchungen bislang gefehlt haben. Daher wünsche ich der Studie von *Nejc M. Jakopin*, dass sie in Wissenschaft und Praxis gleichermaßen Beachtung findet.

Univ.-Prof. Dr. Torsten J. Gerpott