

Wolfdietrich Peiker

Internationalisierung europäischer Wirtschaftskanzleien

Zur Identifizierung und Erschließung
neuer Märkte



Springer Gabler

Internationalisierung europäischer Wirtschaftskanzleien

Wolfdietrich Peiker

Internationalisierung europäischer Wirtschaftskanzleien

Zur Identifizierung und Erschließung
neuer Märkte



Springer Gabler

Wolfdietrich Peiker
Berlin, Deutschland

Dissertation, Humboldt-Universität zu Berlin, 2016, Finanziell gefördert wurde das Projekt durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG).

ISBN 978-3-658-17156-8 ISBN 978-3-658-17157-5 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-17157-5

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Vorwort

Ein so großes Werk wie eine Dissertation schreibt sich nicht von alleine, vielmehr ist sie das Ergebnis eines kollektiven Austauschprozesses, bei dem mich eine ganze Reihe von Menschen inspirierten und unterstützten. Allen voran taten dies meine Doktorväter Prof. Dr. Elmar Kulke und Prof. Dr. Hans Joachim Kujath, welche das Projekt initiierten, stetig betreuten und mir mit ihrer hohen Expertise und langjährigen Erfahrung in der Wissenschaft stets wertvolle Anregungen gaben. Prof. Dr. Sebastian Kinder konnte als Experte der Geographie unternehmensorientierter Dienstleister unserem Projekt nicht nur wertvolle Ergänzungen im Rahmen eines Workshops geben, er erklärte sich auch dazu bereit, mit seiner hohen Fachkompetenz als dritter Gutachter zu fungieren. Mein Kollege Dr. Kai Pflanz vom IRS in Erkner half mir gerade in der Anfangsphase beim Einstieg in die wissenschaftliche Arbeit und entwickelte mit mir zusammen viele Ideen, welche dieses Projekt so ertragreich machten. Für seine zukünftige Karriere und vor allem seine junge Familie wünsche ich ihm nur das Beste. Vor allem das sehr angenehme und fruchtbare Arbeitsklima in der Projektgruppe trug wesentlich dazu bei, dass diese Dissertation gedeihen konnte. Da ein solches Projekt nicht nur kluge Köpfe, sondern auch Geld braucht, danke ich der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG – und damit dem deutschen Steuerzahler – für die finanziellen Mittel, mit denen sie das Forschungsprojekt und diese Publikation ermöglichte.

Ohne sie wäre so vieles nicht möglich gewesen: die insgesamt 23 Anwältinnen und Anwälte, welche ihre Zeit für unser Projekt zur Verfügung stellten und mir wertvolle und neuartige Einblicke in die Internationalisierung ihrer Wirtschaftskanzleien gaben. Auch wenn ich sie aus Gründen des Datenschutzes hier nicht namentlich aufführen kann, gebührt ihnen ein ganz besonderer Dank, ebenso wie den Mitarbeitern ihrer Kanzleien, welche die Interviewtermine arrangierten und mich mit Kaffee verköstigten. In der empirischen Phase unterstützten mich Sandra Kiel, Armance Laporte und Pauline Varet mit der Korrektur von englisch- beziehungsweise französischsprachigen Anschreiben. Frank Freitag, Matthias Gonszcz und Daniel Huss gewährten mir Unterkunft in Städten, in denen ich Interviewtermine wahrnahm, und trugen damit ihren eigenen Teil zum Gelingen dieser Arbeit bei.

Die Ergebnisse unserer Erhebung präsentierten und diskutierten wir auf zwei Workshops mit einer Reihe von externen Wissenschaftlern mit anerkannter Expertise in der Geographie des Dienstleistungssektors beziehungsweise der Wissensökonomie, namentlich Dr. Johanna Hautala, Prof. Dr. Oliver Ibert, Prof.

Dr. Andrew Jones, Prof. Dr. Ivo Mossig, Dr. Suntje Schmidt und Prof. Dr. Simone Strambach, die uns mit ihren qualifizierten Kommentaren zusätzliche Impulse mit auf den Weg gaben. Ein besonderer Dank gebührt dabei Prof. Dr. James R. Faulconbridge und Jakob Weberstaedt, welche mir als Experten des Rechtsdienstleistungssektors besonders wertvolle Anregungen und weiterführende Informationen gaben. Auf dem Weg zur fertigen Dissertation begleiteten mich die Doktoranden beziehungsweise Postdocs des Lehrstuhls für Wirtschaftsgeographie (und Verkehrsgeographie) des Geographischen Institutes der HU, bei denen ich mich für fachliche Anregungen und vor allem für die gute Kollegialität bedanken möchte. Dies sind Dr. Maike Brammer, Sascha Brinkhoff, Prof. Dr. Peter Dannenberg, Eva Fraedrich, Dr. Juhl Jörgensen, Robert Kitzmann, Dr. Karsten Lehmann, Dr. Benjamin Otto, Mattias Romberg, Torsten Schmidt, Dr. Josef Strasser, Dr. Lech Suwala, Maria Velte, Dr. Karin Wessel sowie meine Bürogenossinnen Sylvana Jahre und Karoline Storch. Unsere ehemalige Sekretärin Jana Lahmer und ihre Nachfolgerin Barbara Kaun unterstützten mich nicht nur bei den administrativen Prozeduren meines Promotionsprozesses, vor allem waren und sind sie die gute Seele unserer Abteilung und wesentlich für das gute soziale Klima verantwortlich. Systemadministrator Dr. Klaus Neitzel schließlich versorgte mich mit der notwendigen Hard- und Software. Im Mikrokosmos der Humboldt-Geographie dürfen natürlich auch die Studenten nicht unerwähnt bleiben. Es war mir ein großes Vergnügen, sie in die Welt der Wirtschaftsgeographie einzuführen und die Erkenntnisse aus unserer Disziplin ein Stück weit aus dem Elfenbeinturm der Wissenschaft heraus zu tragen. Janina Dobrusskin, Sabine Freigang, Maximilian Hoor, Jasmin Paulus und Marc Steinke waren als studentische Mitarbeiter dabei ebenfalls gute Kollegen.

Meine Promotionszeit war wesentlich geprägt durch mein Engagement für das universitätsweite Doktorandennetzwerk „HU-Docs e.V.“, deren Mitglieder mich mit seelischem Beistand und fächerübergreifendem Austausch begleiteten. Meine Kollegen im Vorstand und Organisationsteam waren dabei mehr als reine Mitstreiter und wurden gute Freunde. Abschließend möchte ich meinen Eltern und Neu-Berlinern Gunhild und Wolfgang Peiker danken, ohne die sowohl meine Existenz als auch diese Dissertation nicht möglich gewesen wären. Dank ihrer wohlverdienten Pensionierung hatten sie die nötige Zeit, die undankbare Aufgabe des Korrekturlesens zu übernehmen.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| 1 Einleitung | 15 |
| 2 Stand der Forschung | 21 |
| 2.1 Wissensintensive Unternehmensdienstleister | 21 |
| 2.1.1 Merkmale von wissensintensiven Unternehmensdienstleistern | 21 |
| 2.1.2 Wachstum von wissensintensiven Unternehmensdienstleistern | 24 |
| 2.1.3 Ausländische Direktinvestitionen von wissensintensiven Unternehmensdienstleistern | 26 |
| 2.2 Auswahl neuer Märkte im KIBS-Sektor | 29 |
| 2.2.1 Das eklektische Paradigma | 29 |
| 2.2.2 Paradigmen der relationalen Wirtschaftsgeographie | 35 |
| 2.2.3 Institutionelle Faktoren | 38 |
| 2.2.4 Relationale Markteintritte | 50 |
| 2.2.5 Kombination institutioneller und relationaler Faktoren | 65 |
| 2.3 Wirtschaftskanzleien – Stand der Forschung | 66 |
| 2.3.1 Definition und Aufgaben | 66 |
| 2.3.2 Serviceangebot und Kombination mit anderen Diensten | 67 |
| 2.3.3 Organisationsformen | 69 |
| 2.3.4 Professionelle Selbstregulierung und jurisdictional control | 71 |
| 2.3.5 Art des Wissens | 72 |
| 2.3.6 Studien zu Wirtschaftskanzleien und Forschungslücken | 74 |
| 2.3.7 Internationalisierungshistorie globaler law firms | 76 |
| 2.3.8 Relevante „ownership advantages“ von Kanzleien | 79 |

| | |
|---|-----|
| 3 Forschungsfragen und Methodik | 95 |
| 3.1 Formulierung der Forschungsfragen | 95 |
| 3.2 Methodik der quantitativen Erhebung..... | 98 |
| 3.3 Methodik der qualitativen Erhebung..... | 100 |
| 3.3.1 Leitfadengestützte Experteninterviews..... | 100 |
| 3.3.2 Qualitative Inhaltsanalyse..... | 103 |
| 4 Standortsysteme internationaler Wirtschaftskanzleien | 107 |
| 4.1 Wahl der Mikrostandorte | 107 |
| 4.1.1 Statistik zur Zentralität der Standorte | 107 |
| 4.1.2 Gründe für Präsenz in Wirtschaftszentren | 108 |
| 4.1.3 Nähe zu Institutionen..... | 111 |
| 4.2 Intensität der Erschließung von Ländern..... | 113 |
| 4.3 Wahl der Makrostandorte..... | 115 |
| 4.3.1 Zahl der erschlossenen Länder und Makroregionen | 115 |
| 4.3.2 Regionale Hubs | 118 |
| 4.3.3 Allgemeine globale Standortpräferenzen..... | 119 |
| 4.3.4 Institutionelle Distanzen zwischen Heimat- und Zielland | 119 |
| 4.4 Zwischenfazit Standortsysteme..... | 128 |
| 5 Gründe für die Auswahl des Zielmarktes | 129 |
| 5.1 Isolierte Marktauswahltypen | 131 |
| 5.1.1 Market seeking | 131 |
| 5.1.2 Acquisition platform..... | 136 |
| 5.1.3 Reverse client following..... | 137 |
| 5.1.4 Client preparation | 139 |
| 5.1.5 Reputation increasing | 140 |

| | |
|--|------------|
| 5.1.6 Zwischenfazit isolierte Marktauswahltypen | 141 |
| 5.2 Relationale Marktauswahltypen | 141 |
| 5.2.1 Kundenbeziehungen | 141 |
| 5.2.2 Soziale Beziehungen..... | 146 |
| 5.2.3 Beziehungen zu Partner-Kanzleien..... | 153 |
| 5.3 Assoziationen als Alternative für Direktinvestitionen | 164 |
| 5.3.1 Zweck von Assoziationen..... | 164 |
| 5.3.2 Allgemeine Vorteile von Assoziationen | 165 |
| 5.3.3 Formen von Assoziationen | 167 |
| 5.3.4 Nachteile von Assoziationen („internalisation advantages“) | 173 |
| 5.3.5 Zwischenfazit Assoziationen | 175 |
| | |
| 6 Institutionelle Kontexte und Auswirkungen auf die Marktauswahl.. | 177 |
| 6.1 Institutionelle Distanzen auf Länderebene | 177 |
| 6.2 Institutionelle Kontexte auf Professionsebene | 179 |
| 6.2.1 Regulative Institutionen: Marktzugangsregulierungen von Rechtsmärkten | 180 |
| 6.2.2 Normativ-kognitive Institutionen: Entwicklungsstand von Rechtsmärkten..... | 184 |
| 6.3 Zwischenfazit Institutionen von Rechtsmärkten | 188 |
| | |
| 7 Anpassung an institutionelle Kontexte | 189 |
| 7.1 Serviceangebot und Kundenstruktur | 189 |
| 7.1.1 Typische Serviceangebote und Kundenstrukturen..... | 189 |
| 7.1.2 Wandel der Kundenstruktur..... | 199 |
| 7.1.3 Untypische Kundenstrukturen | 201 |
| 7.1.4 Zwischenfazit Serviceangebot und Kundenstruktur | 202 |

| | |
|---|------------|
| 7.2 Personalstruktur | 203 |
| 7.2.1 Institutional duality und multiple embeddedness | 203 |
| 7.2.2 Locals: Funktionen und Herausforderungen..... | 204 |
| 7.2.3 Expatriates: Funktionen und Herausforderungen | 208 |
| 7.2.4 Zahlenverhältnis von Expatriates und Locals | 209 |
| 7.2.5 Zwischenfazit Personalstruktur | 210 |
| 8 Exkurs: Durch Kanzleien induzierter Wandel auf Zielmärkten | 211 |
| 8.1 Wandel regulativer Institutionen | 211 |
| 8.2 Wandel normativ-kognitiver Institutionen | 213 |
| 9 Exkurs: Rückzüge | 217 |
| 9.1 Nicht-institutionelle Gründe für Rückzüge | 217 |
| 9.2 Institutionelle Gründe für Rückzüge | 219 |
| 10 Fazit | 221 |
| 10.1 Internationalisierung von Wirtschaftskanzleien | 221 |
| 10.2 Wirtschaftskanzleien als Beispiel für KIBS | 225 |
| 10.3 Beiträge zu neuen Ansätzen in der Wirtschaftsgeographie | 227 |
| 10.4 Ausblick: Die Zukunft des globalen Rechtsmarktes | 230 |
| 11 Literaturverzeichnis | 235 |
| Wissenschaftliche Literatur..... | 235 |
| Journalistische Literatur | 251 |
| Internetquellen | 256 |
| Sonstiges | 260 |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|----------|--|-----|
| Abb. 1: | Wachstum von “other business activities” | 25 |
| Abb. 2: | Entwicklung ausländischer Direktinvestitionen von Business Services..... | 27 |
| Abb. 3: | Eklektisches Paradigma für KIBS..... | 30 |
| Abb. 4: | Wirkungsebenen von Institutionen und institutionellem Wandel | 41 |
| Abb. 5: | „Psychic distance chain“ des Uppsala-Modells | 45 |
| Abb. 6: | „State“- und „change“-Variablen des „Uppsala revisited“-Modells.. | 51 |
| Abb. 7: | Marktauswahltypen von KIBS..... | 55 |
| Abb. 8: | Ausländische Direktinvestitionen des US-Rechtsdienstleistungssektors | 77 |
| Abb. 9: | Einflussfaktoren auf die Auslandsexpansion von Kanzleien | 80 |
| Abb. 10: | Kanzleien nach Herkunftsländern und erschlossenen Auslandsmärkten | 116 |
| Abb. 11: | Auslandsstandorte europäischer Wirtschaftskanzleien – Welt | 120 |
| Abb. 12: | Auslandsstandorte europäischer Wirtschaftskanzleien – Europa..... | 121 |
| Abb. 13: | Marktauswahltypen von Wirtschaftskanzleien | 130 |
| Abb. 14: | Reaktive und proaktive Aspekte der Marktauswahltypen..... | 131 |
| Abb. 15: | Kanzleien des CMS-Netzwerkes | 172 |
| Abb. 16: | Domestic-, Inbound- und Outbound-Geschäft | 191 |
| Abb. 17: | „Institutional duality“ und „multiple embeddedness“ | 204 |

Tabellenverzeichnis

| | | |
|----------|--|-----|
| Tab. 1: | Raumwirtschaftslehre und relationale Wirtschaftsgeographie | 36 |
| Tab. 2: | Merkmale regulativer, normativer und kognitiver Institutionen | 39 |
| Tab. 3: | 10 größte law firms der Welt und drei größte kontinental-europäische Kanzleien | 78 |
| Tab. 4: | „Ownership advantages“ britischer und kontinentaleuropäischer Kanzleien | 93 |
| Tab. 5: | Statistik zu den durchgeführten qualitativen Interviews | 103 |
| Tab. 6: | Statistik zu Standortsystemen von Wirtschaftskanzleien | 108 |
| Tab. 7: | Kanzleien nach Herkunftsländern und erschlossenen Auslandsmärkten | 115 |
| Tab. 8: | Zielländer nach Herkunftsland und institutioneller Distanz | 125 |
| Tab. 9: | Identifizierte Marktauswahltypen hinsichtlich des Kundenlayers ... | 132 |
| Tab. 10: | Marktauswahltypen hinsichtlich Kunden- und sozialen Beziehungen | 152 |
| Tab. 11: | Größte Kanzleien auf dem deutschen und französischen Rechtsmarkt | 156 |
| Tab. 12: | Formen von grenzüberschreitenden Assoziationen | 167 |
| Tab. 13: | Institutionelle Kontexte auf ausgewählten Zielmärkten | 180 |
| Tab. 14: | Typische Kundenstrukturen und Serviceangebote | 190 |
| Tab. 15: | Hauptkompetenzen von Expatriates und Locals | 205 |

1 Einleitung

Die räumliche Distanz – einst zentraler Einflussfaktor wirtschaftsgeographischer Analysen und Theorien – scheint in unserer globalisierten Welt zunehmend an Bedeutung zu verlieren. Doch kann wirklich von einer Globalisierung ganz ohne Barrieren und Distanzen die Rede sein? Diese Dissertation zeigt auf, dass sich die Faktoren, welche Internationalisierung limitieren, zumindest für bestimmte Branchen verschoben haben, von räumlicher Distanz hin zu vorwiegend soziologisch geprägten Hemmnissen, und erweitert damit das Bild der aktuellen „relationalen Wirtschaftsgeographie“.

Der **Bedeutungsschwund räumlicher Distanzen** ist zentrales Merkmal und Triebfeder der Globalisierung, die durch weltweite Wirtschaftsverflechtungen gekennzeichnet ist, welche neben dem Transfer materieller und immaterieller Güter auch Direktinvestitionen beinhalten. So wird einerseits eine Art globaler Arbeitsteilung ermöglicht, bei der die Produktion von Gütern in Länder mit günstigeren Produktionsbedingungen ausgelagert wird, ein Phänomen, das heute zu globalen Wertschöpfungsketten von Ausmaßen führt, die oft alles andere als nachhaltig sind. Andererseits können mittels Direktinvestitionen neue Märkte erschlossen werden, wodurch administrative Handelshemmnisse umgangen werden und die produzierten Güter sich einfacher an lokale Kontexte anpassen lassen. Grenzüberschreitende Fusionen schließlich erlauben es den daraus entstehenden multinationalen Unternehmen, Synergie- und Skaleneffekte zu erzielen, welche deren Wettbewerbsfähigkeit steigern. Diese Globalisierungsprozesse wurden durch Fortschritte in der Transport- und Kommunikationstechnologie ermöglicht. Neue Transportmittel erlauben es, Güter sowohl günstiger als auch schneller selbst in weit entfernte Länder zu befördern, wodurch traditionelle, auf räumlichen Distanzen basierte Theorien wie die Landnutzungstheorie nach Thünen oder der Transportkostenminimalpunkt nach Weber an Aussagekraft verlieren. Moderne Kommunikationstechnologien ermöglichen Informationsaustausch ohne Zeitverzögerung, welcher für die Koordination globaler Interaktionen essentiell ist, angefangen bei der Verlegung des ersten transatlantischen Telegrafenkabels 1874 bis hin zur gegenwärtigen satellitengesteuerten Kommunikation [DANIELS 1993, 28ff.].

Von wirklich grenzenloser Globalisierung kann jedoch keine Rede sein. So gibt es zahlreiche regulative Barrieren, welche internationalen Handel und Direktinvestitionen erschweren oder gar gänzlich unterbinden können. Neben tarifären und nichttarifären Handelshemmnissen handelt es sich dabei um staatliche Gesetzgebungen, welche ausländische Direktinvestitionen entweder gänzlich unter-

binden oder nur unter bestimmten Bedingungen zulassen. Selbst wenn ein Unternehmen auf einem ausländischen Markt tätig werden darf, sieht es sich bei seinen Tätigkeiten einer Vielzahl „fremder“ Gesetze und Regulierungen ausgesetzt. Insgesamt existieren „dramatische Differenzen zwischen unterschiedlichen Teilen der Welt“ bezüglich der administrativen Institutionen, Rechtssysteme, Produktnormen, Sprache und Kultur, deren Kenntnisse für erfolgreiche wirtschaftliche Aktivitäten essentiell sind und Anpassungen an die jeweiligen Märkte notwendig machen [BRYSON ET AL. 2004, 61f.]. All diese Kapital- und Gütertransferhemmnisse sowie differierende regulative und kulturelle Kontexte lassen sich als **letzte Hürde der Globalisierung** ansehen, als eine Art „final frontier“. Dieser Begriff wurde vor dem Hintergrund der Doha-Runde der WTO-Verhandlungen für den Dienstleistungssektor benutzt, wobei der grenzüberschreitende Handel mit Dienstleistungen neben regulativen Hemmnissen vor allem durch „kulturelle und institutionelle Unterschiede“ in stärkerem Maße verteuert wird als der Handel mit materiellen Gütern [MIROUDOT ET AL., 2011]. Die unterschiedlichen Ausprägungen regulativer und kultureller Kontexte sind dabei an bestimmte Länder und Regionen gebunden und damit lokalisiert, wobei sich diese Differenzen als eine Distanz der anderen Art ansehen lassen. Je unbedeutender die räumliche Distanz wird, desto stärker tritt der Einfluss regulativer und kultureller Distanzen in den Vordergrund, die jedoch ebenfalls zu unterschiedlicher räumlicher Lokalisierung wirtschaftlichen Handelns führen, dem Sujet einer jeden wirtschaftsgeographischen Analyse. Damit folge ich der Ansicht von BATHELT/GLÜCKLER [2012, 44]: *„Wir begreifen Wirtschaftsgeographie als ein Forschungsfeld, das nicht durch den Forschungsgegenstand, sondern durch die Forschungsperspektive spezifisch ist.“*

Um diese kulturellen und regulativen Distanzen zu überbrücken, greifen Unternehmen auf **externe Dienstleister** zurück, welche ihnen mit dem notwendigen Know-How über fremde Kontexte in ausländischen Märkten zur Seite stehen und damit ihren Teil zur Globalisierung der Wirtschaft beitragen. *„Producer services are not only direct instruments and agents of globalisation but also contribute to impel it forward“* [BRYSON ET AL. 2004, 61]. Eine besondere Rolle spielen dabei Kanzleien, deren Anwälte auf wirtschaftsrelevante Rechtsbereiche spezialisiert sind und deren Klienten vorwiegend Unternehmen beziehungsweise deren Rechtsabteilungen sind (im Folgenden **„Wirtschaftskanzleien“** oder einfach „Kanzleien“ beziehungsweise „Rechtsdienstleister“ genannt; im Bezug auf internationale, US- oder UK-basierte Kanzleien wird auch der Begriff „law firms“ verwendet; der ursprünglich verwendete Begriff „Rechtsberater“ greift aufgrund aktiver Tätigkeiten wie Vertretung vor Gericht, Ausarbeiten von Verträgen und der aktiven Gestaltung institutioneller Kontexte zu kurz). Unternehmensinterne Juristen können meist keine umfassenden Rechtsdienste für mehrere Jurisdiktionen erbringen, weshalb sie auf externe Dienstleister zurück-

greifen müssen. Deren Dienste beschränken sich nicht nur auf die rechtliche Begleitung von Direktinvestitionen im Ausland und grenzüberschreitenden Finanztransaktionen, sondern umfassen auch die Schließung von Verträgen mit Handels- und Fusionspartnern und vertreten ihre Mandanten gegebenenfalls vor Gericht.

Wirtschaftskanzleien **expandieren zunehmend selber international**, um ihren Kunden in verschiedenen Ländern Rechtsberatung bei konstanten Servicestandards anzubieten und neue Kunden zu gewinnen. Ihr Wirken beschränkt sich jedoch nicht alleine darauf, Unternehmen dabei zu unterstützen, regulative Barrieren und Distanzen zu überwinden. Teilweise trugen sie sogar dazu bei, in wirtschaftlich weniger entwickelten Staaten und vor allem ehemals planwirtschaftlichen Transformationsstaaten neue, **investorenfreundliche rechtliche Rahmenbedingungen mitzugestalten**, und wirkten an internationalen Freihandels- und Investitionsschutzabkommen mit [FLOOD 1996, 170]. In der gegenwärtigen Debatte um das transatlantische TTIP-Abkommen sind internationale Wirtschaftskanzleien starker Kritik ausgesetzt, da die angestrebten Investorenschutzklauseln es prinzipiell ermöglichen, dass ausländische Unternehmen gegen Staaten klagen können, welche den vereinbarten Bestimmungen nicht gerecht werden, selbst wenn diese im Sinne von Umwelt- und Verbraucherschutz handeln. Internationale Schiedsgerichte können diese Staaten zu hohen Schadensersatzzahlungen verurteilen, die letztendlich von Seiten der Steuerzahler getragen werden müssen. Auch die mangelnde Transparenz dieser Schiedsgerichtsverfahren und die Möglichkeit, die Prozessdauer und damit Prozesskosten in die Höhe zu treiben, stoßen auf starke Kritik. Angesichts dieser Befürchtungen könnte sich der gegenwärtige Prozess Vattenfalls gegen die Bundesregierung als ein Vorspiel für zukünftige kostspielige Verfahren herausstellen [CEO/TNI 2012; DEDERER 2012; JUVE 2012; SCHLANDT 2013]. Generell wird an den Praktiken von Wirtschaftskanzleien kritisiert, dass sie Unternehmen dabei unterstützen, innerhalb des rechtlich legalen Rahmens die Interessen der Shareholder durchzusetzen, wobei Interessen der Stakeholder hinsichtlich sozialer und ökologischer Fragen in der Regel vernachlässigt werden. Daher werden sie gelegentlich als „Sturmtrouppen des Kapitalismus“ („shock troops of capitalism“) bezeichnet [FAULCONBRIDGE 2008, 502]. Folgendes Zitat illustriert deren Rolle bei der Internationalisierung von Unternehmen:

“Like the drummers, messengers and concubines that accompanied ancient armies on the march, professional-service firms followed their industrial clients as they expanded around the world in the 1980s and 1990s. Wherever western multinationals went to set up or buy a new business, there too went their accountants, bankers, consultants and lawyers [...] to advise on what deals to do, how to finance them, how to compute their consequences and how to tie up all those messy loose ends” [THE ECONOMIST 2004b].

Damit sind Wirtschaftskanzleien in zweierlei Hinsicht von großem Interesse für die wirtschaftsgeographische Forschung: einerseits sind sie **Katalysatoren der Globalisierung**, indem sie dazu beitragen, regulative Barrieren zu überwinden und die hemmende Wirkung regulativer Distanzen zu verringern. Andererseits ist dieser Sektor selbst **besonders anfällig für regulative und auch kulturelle Distanzen** zwischen Ländern, gerade weil der Rechtssektor traditionell stark auf staatlicher Ebene reguliert wird und weil sich die juristischen Kontexte zwischen verschiedenen Ländern teils stark unterscheiden. Hinzu kommt die generelle Sensitivität personenbezogener Unternehmensdienstleister für kulturelle Differenzen. Neben Strategien und Formen der Internationalisierung von Wirtschaftskanzleien soll die vorliegende Arbeit einen generellen Erkenntnisgewinn zum relativ neuen Phänomen der Internationalisierung wissensintensiver Unternehmensdienstleister liefern und damit einen wertvollen Beitrag zu aktuellen Diskursen der Wirtschaftsgeographie leisten. Allerdings ist dabei stets im Hinterkopf zu behalten, dass wegen der teils sehr spezifischen Rahmenbedingungen und Charakteristiken von Kanzleien die Erkenntnisse dieser Studie nur bedingt auf andere Subsektoren von Unternehmensdienstleistern übertragbar sind.

Im Mittelpunkt stehen dabei folgende **Fragestellungen**:

- Welche Muster internationaler Standortsysteme weisen Wirtschaftskanzleien aus Ländern auf, in denen aufgrund unterschiedlicher Kontexte unterschiedliche Ausgangsbedingungen für internationale Expansion vorherrschen?
- Welche Länder bevorzugen sie, je nach Herkunftsland?
- Weshalb wählten Kanzleien diese Märkte aus, je nach Herkunftsland?
- Inwiefern können Assoziationen mit ausländischen Kanzleien eine Alternative zu Direktinvestitionen sein?
- Wie passen sich Wirtschaftskanzleien an spezifische Kontexte in den Zielländern an, je nach Herkunftsland?

Die vorliegende Dissertation entstand im Rahmen eines von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderten Drittmittelprojektes unter dem Titel „Räumliche Expansionsstrategien und internationale Standortsysteme von wissensintensiven Dienstleistungsunternehmen in der EU“ unter der Projektnummer 3210 2114. Bei diesem Projekt kooperierte das Geographische Institut der Humboldt-Universität zu Berlin mit dem Leibniz-Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung (IRS) in Erkner vom 1.8.2010 bis zum 28.2.2014. Die betreuenden Professoren des Projektes waren Elmar Kulke von der Abteilung Wirtschaftsgeographie des Geographischen Instituts und Hans Joachim Kujath vom IRS, der Arbeitsgruppe gehörte zusätzlich der Doktorand Kai Pflanz vom IRS

an. Ziel des Projektes war ein systematischer **Vergleich der Internationalisierungsstrategien** von Kanzleien und Ingenieurbüros. Diese beiden Branchen wurden aufgrund der unterschiedlichen Arten des ihrem Service zu Grunde liegenden Wissens ausgewählt, weshalb signifikante Unterschiede bei der räumlichen Expansion zu erwarten waren, die sich in vergleichenden Studien bestätigten. Die vorliegende Dissertation beschränkt sich jedoch auf das Teilprojekt über Wirtschaftskanzleien.

Die vorliegende Dissertation beginnt mit Definitionen und Charakteristiken von wissensintensiven Unternehmensdienstleistern, gefolgt von einem kurzen Abriss von Zuwachs und internationaler Expansion dieses Sektors. Als Überbau für den **Theorieteil** zu Direktinvestitionen in neuen Märkten dient das traditionelle **eklektische Paradigma**, innerhalb dessen ich zwei Aspekte der „relationalen Wirtschaftsgeographie“ erörtere: einerseits die Bedeutung von institutionellen Kontexten in Heimat- und Zielländern von expandierenden Unternehmen mit besonderem Schwerpunkt auf **institutionellen Distanzen** [JOHANSON/VAHLNE 1977] und andererseits **Relationen** zwischen Dienstleistern und ihren Kunden, Kooperationspartnern sowie persönlichen Beziehungen, die als eine Art Brücke auf neue ausländische Märkte dienen können [BATHELT/GLÜCKLER 2012, 38 ff.]. Ich folge dabei der Ansicht von COVIELLO/MARTIN [1999, 42], dass die Expansion von Dienstleistungsunternehmen zu komplex sei, als dass man sie lediglich durch die Brille einer einzigen Theorie betrachten könne, und beschränke mich auf Studien und Theorien, welche sich auf die Expansion von wissensintensiven Unternehmensdienstleistern beziehen. Schließlich wird der gegenwärtige Stand der Forschung zur Internationalisierung von Wirtschaftskanzleien aufgearbeitet, wobei deutlich wird, dass bisher vorwiegend große „law firms“ aus den USA und Großbritannien untersucht wurden. Daher ist das Ziel dieser Untersuchung, die Expansion der etablierten britischen „law firms“ mit **kontinentaleuropäischen Wirtschaftskanzleien** aus Deutschland, Frankreich und den Niederlanden zu vergleichen, die bislang unter dem Radar wissenschaftlicher Betrachtung lagen. Da Unterschiede beim Umfang der Internationalisierung vor allem auf die Kontexte auf den Heimatmärkten zurückzuführen sind, erfolgt anschließend eine Analyse dieser Institutionen für alle vier Herkunftsländer der Stichprobe.

Der empirische Teil beginnt mit einer **quantitativen Analyse der Standortsysteme** von insgesamt **78 Wirtschaftskanzleien** aus den vier europäischen Herkunftsländern, welche auf Umfang und Formen ihrer Büronetzwerke sowie ihre Präferenzen bei der Auswahl von Zielländern untersucht werden.

Da sich über die konkreten Gründe der Auswahl von Zielländern auf diese Weise lediglich Mutmaßungen treffen lassen, führte ich insgesamt **23 Experteninterviews** mit Anwälten von 19 verschiedenen Kanzleien durch, die näheren Einblick in die Expansion auf neue Märkte geben. Diese empirische Grundlage

ermöglicht es, typische **Gründe für die Marktauswahl** zu analysieren, wobei isolierte Markteintritte von relationalen unterschieden werden, bei denen Beziehungen zu Zielmärkten der Hauptgrund oder zumindest ein wesentlicher Grund für die Expansionsentscheidung waren. Auch Fusionen mit lokalen Kanzleien, bisher unter dem Begriff Brownfield-Investition lediglich als Markteintrittsmodus erfasst, werden dabei als relationale Markteintritte eingestuft. In einigen Fällen dienen Relationen jedoch als eine Alternative zu einer Direktinvestition, wenn sich Kanzleien dafür entscheiden, über eine **Assoziation** mit einer einheimischen Kanzlei Kontakt zu einem ausländischen Markt aufzubauen. Solche Assoziationen können unterschiedliche Formen annehmen und spezifische Vorteile und Risiken mit sich bringen. Die Untersuchung dieses Phänomens kann das Bild der Internationalisierung von Unternehmensdienstleistern wesentlich erweitern, da bisher vor allem Expansionen mittels Direktinvestitionen berücksichtigt wurden.

Bei den Interviews zeigte sich, dass weniger Institutionen auf Länderebene, sondern **Institutionen** auf Ebene der **Rechtsprofession** für die Auswahl neuer Märkte relevant waren und quasi den Rahmen für erschließbare Märkte aufspannen. Diese gliedere ich in ein neuartiges System von vier Kategorien, die sich anhand der Möglichkeiten zur Erschließung und Geschäftsentwicklung unterscheiden, namentlich „developed“ und „developing legal markets“ sowie „open“ und „protected legal markets“.

Da die Anpassung an Kontexte auf fremden Märkten ein weites Feld ist, beschränke ich mich auf zwei relativ gut operationalisierbare Aspekte, die besonders für den Sektor der Rechtsdienstleister bedeutend sind: typische **Kundenstrukturen** und **Serviceangebote** in Abhängigkeit von institutionellen Kontexten des Zielmarktes und vom Heimatland der Kanzlei sowie die Zusammensetzung der **Personalstruktur** aus Locals und Expats, welche an einem Auslandsstandort hinsichtlich institutioneller Kontexte unterschiedliche Funktionen einnehmen.

Zwei kurze **Exkurse** zur Änderung lokaler Kontexte durch Aktivitäten ausländischer Kanzleien und zu den Gründen für Rückzüge von ausländischen Märkten ergänzen das Bild um Aspekte, die zwar nicht zu den zentralen Forschungsfragen gehören, jedoch notwendig sind, um die Internationalisierung von Wirtschaftskanzleien vollständig zu verstehen. Im Fazit schließlich ordne ich die gewonnenen Erkenntnisse in den größeren wissenschaftlichen Kontext ein und wage einen Ausblick in die Zukunft internationaler Wirtschaftskanzleien.

2 Stand der Forschung

2.1 Wissensintensive Unternehmensdienstleister

2.1.1 Merkmale von wissensintensiven Unternehmensdienstleistern

Dienstleistungen sind – im Gegensatz zu Produkten des primären und sekundären Sektors – immaterieller Natur und damit höchstens begrenzt lager- und transportfähig. Daraus ergibt sich, dass Produktion und Konsum räumlich und zeitlich zusammenfallen (Uno-Actu-Prinzip), wobei deren Erbringung in direkter „Interaktion zwischen Anbieter und Nachfrager“ stattfindet [KINDER 2010, 266; KULKE 2008, 140]. Allerdings werden durch moderne Kommunikationstechnologien die Aspekte fehlender Lager- und Transportfähigkeit teilweise außer Kraft gesetzt, was im besonderen Maße für Unternehmensdienstleister gilt. So lassen sich Produkte wie spezifische Softwareentwicklungen, aber auch Handlungsempfehlungen von Unternehmensberatern auf elektronischem Wege transportieren [KINDER 2010, 266]. Ein weiteres zentrales Merkmal von Dienstleistungen ist deren Heterogenität, da die Qualität einer Dienstleistung unterschiedlich ausfallen kann, weshalb Qualitätskontrollen häufig schwieriger sind als bei materiellen Gütern [BUCKLEY ET AL. 1992, 39f.].

Im Hinblick auf die Nachfrager lassen sich konsumentenorientierte („consumer services“) und **unternehmensorientierte Dienstleistungen** („business services“, früher meist „producer services“) unterscheiden. Letztere zeichnen sich dadurch aus, dass ihre Kunden nicht Privatpersonen, sondern Unternehmen oder öffentliche Institutionen sind, weshalb sie sich als „intermediär“ charakterisieren lassen. Entweder fließen deren Tätigkeiten in den Produktionsprozess eines Kundenunternehmens mit ein oder sie übernehmen vermittelnde Aufgaben [KINDER 2010, 267; KULKE 2008, 142]. Konsumenten- und unternehmensorientierte Dienstleister sind jedoch nicht immer klar voneinander abzugrenzen: So bieten Banken, Finanzdienstleister, Versicherungen und Immobilienmakler sowohl intermediäre Dienste als auch an Konsumenten gerichtete Dienste an. Diese lassen sich gemäß dem Schwerpunkt ihrer Tätigkeit einer der beiden Gruppen zuordnen oder auch als eine dritte Gruppe, so genannte „mixed services“, ansehen [DANIELS 1993, 4f.].

Bei Dienstleistungen können darüber hinaus der **tertiäre** und der **quartäre Sektor** unterschieden werden. Während tertiäre Dienstleistungen wie Handel, personennahe Dienste und Reparatur- beziehungsweise Reinigungsdienste vor allem arbeitsintensiv sind, haben Dienstleister des quartären Sektors höhere

Anforderungen an die Qualifikationen ihres Personals und sind vorrangig humankapitalintensiv. Zum quartären Sektor gehören etwa Forschungs- und Beratungsdienstleistungen, aber auch Bildung und öffentliche Verwaltung [KINDER 2010, 266; KULKE 2008, 142].

In der Schnittmenge von unternehmensorientierten Dienstleistungen und Diensten des quartären Sektors finden sich die **wissensintensiven Unternehmensdienstleister**, auch „knowledge intensive business services“ genannt (**KIBS**). Diese zeichnen sich durch einen hohen Anteil qualifizierten Personals und hoher Bedeutung des Produktionsfaktors Wissen aus, allerdings existiert trotz zahlreicher empirischer Studien keine allgemeingültige Definition für diesen Sektor [SIMMIE/STRAMBACH 2006, 27]. Dabei ist das eingesetzte Wissen nicht nur ein notwendiger Produktionsfaktor, sondern wird selbst als Gut verkauft: „*Specialized expert knowledge, research and development ability, and problem solving are the real products of KIBS.*“ Die Beratung selbst wird dabei als ein Problemlösungsprozess verstanden, bei dem das Expertenwissen der Dienstleister an die spezifischen Bedürfnisse ihrer Kunden angepasst wird, was direkte Interaktion mit diesen voraussetzt. Bei diesen Interaktionen finden somit gemeinsame Lernprozesse zwischen Anbieter und Kunden statt, wie sie bei standardisierten Gütern des tertiären Sektors nicht vonnöten sind [SIMMIE/STRAMBACH 2006, 31]. KIBS lassen sich damit als Teil der „Wissensökonomie“ ansehen, die – im Gegensatz zur „wissensbasierten Wirtschaft“ – Wissen nicht nur zur Produktion einsetzen (wie beispielsweise Hochtechnologie-Unternehmen), sondern das Wissen selbst als handelbares Gut veräußern [KLUCK 2012, 2].

Es reicht jedoch nicht unbedingt aus, alleine Größe und Zuwachs des KIBS-Sektors zu betrachten, um Aussagen über Umfang und Zunahme von wissensintensiven Dienstleistungen in einer Volkswirtschaft zu treffen. Diese **wissensintensiven Dienstleistungsaktivitäten** (auch: „knowledge intensive service activities“ oder **KISA**) können auch innerhalb von Unternehmen des sekundären Sektors erbracht werden, weshalb sie nicht explizit in Statistiken über sektorale Zusammensetzungen auftauchen [OECD 2006, 8ff.]. So würden große Unternehmen Rechtsdienste häufig von „in-house lawyers“ in deren Rechtsabteilungen beziehen, statt diese von externen Kanzleien zu beziehen [BRYSON ET AL. 2004, 63]. Umgekehrt können auch innerhalb von KIBS-Unternehmen Dienstleistungen erbracht werden, welche nicht als wissensintensiv anzusehen sind [KINDER 2010, 267].

Gemäß der Klassifikation des Statistischen Bundesamtes können zum Bereich der wissensintensiven Unternehmensdienstleister folgende **Sub-Sektoren** gerechnet werden: Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung (WZ 69), Verwaltung und Führung von Unternehmen und Betrieben, Unternehmensbera-

tung (WZ 70), Architektur- und Ingenieurbüros, technische, physikalische und chemische Untersuchung (WZ 71), Forschung und Entwicklung (WZ 72) sowie Werbung und Marktforschung (WZ 73) [KLUCK 2012, 10; STATISTISCHES BUNDESAMT 2008, 44ff.], was den ISIC Rev.3-Kategorien 73 und 74 entspricht [UNSD 2014]. Zumindest lassen sich diese Branchen zum Kernbereich wissensintensiver Unternehmensdienstleister zählen. Aufgrund des hohen Anteils an Wissen und der immateriellen Beschaffenheit ihrer Produkte können auch Softwareentwicklung und Datenbankverwaltung den KIBS zugerechnet werden [BRYSON ET AL. 2004, 201]. Diese Zusammenstellung zeigt die **Heterogenität** des KIBS-Sektors, welche sich wie folgt gliedern lässt: Transformationsorientierte Dienstleister transformieren „Wissen in neues Wissen“ für Produkt- und Prozessinnovationen, welche Unternehmen des sekundären Sektors bei der Entwicklung und Produktion materieller Güter nutzen. Transaktionsorientierte Dienstleister schließlich organisieren und managen wirtschaftliche Transaktionen, wobei deren Wissen nicht in materielle Güter einfließt. Zu diesem Subsektor gehören neben Finanzdienstleistern, Unternehmensberatern und der Marketing-Branche auch Wirtschaftskanzleien. Bei der Informations- und Medienindustrie [KUJATH/SCHMIDT 2010, 45ff.] ist durch die Transportfähigkeit von Software mittels Datenträgern oder Datenübertragung eine gewisse Transportfähigkeit gegeben, wodurch das für Dienstleister typische Uno-Actu-Prinzip an Bedeutung verliert [BRYSON ET AL. 2004, 201]. Von daher unterscheidet die Literatur weiter zwischen „hard“ und „soft services“. „Hard services“ wie Software sind stärker standardisiert und weniger individuell angepasst und können durch die Trennung von Produktion und Konsum ausländische Märkte auch per Export erschließen. „Soft services“ hingegen sind nicht standardisiert und individuell angepasst, wie Management-Beratung und Marketing, welche zur Erschließung neuer Märkte meist Direktinvestitionen tätigen um Produkte anzupassen und räumliche Nähe zu ihren Kunden zu suchen [DUNNING 1989, 12; MAJGÅRD/SHARMA 1998, 15].

Darüber hinaus lassen sich KIBS anhand ihres zentralen Produktionsfaktors unterscheiden, nämlich der **Art des Wissens**, das ihren Diensten zugrunde liegt. Betrachtet man die epistemologischen Grundlagen des Wissens, so kann zwischen normativem, technischem und synkretischem Wissen differenziert werden. Normatives Wissen basiert auf Wertvorstellungen und liefert Antworten auf die Frage „*what should be the case?*“, während sich technisches Wissen auf bestehenden Fakten gründet und sich der Frage „*what is the case?*“ widmet. Während normatives Wissen sowohl auf kulturellen Werten als auch auf gesetzlichen Regulierungen basiert, wird technisches Wissen durch Beobachtung und empirische Versuche gewonnen [HALLIDAY 1985, 424; MALHOTRA/MORRIS 2009, 899].

Eine alternative Wissenssystematik bezieht sich auf die Art und Weise, wie das Wissen gewonnen wird, und unterscheidet drei Arten von Wissen. Analytisches Wissen ist meist wissenschaftsbasiert und wird vor allem von Forschungsdienstleistern generiert, während synthetisches Wissen durch Rekombination von bestehendem Wissen entsteht, zur Lösung von Problemen angewandt wird und bei Ingenieurbüros sowie Softwarefirmen die zentrale Rolle spielt. Symbolisches Wissen schließlich basiert auf sozial konstruierten Ideen und Symbolen, mit denen beispielsweise Werbeagenturen arbeiten. KIBS nutzen jedoch meist verschiedene Arten von Wissen, wie beispielsweise Architekturbüros, für die sowohl synthetisches als auch symbolisches Wissen relevant ist [ASHEIM ET AL. 2010, 6ff.; STRAMBACH 2008, 158f.; STRAMBACH 2010, 184f.; TETHER ET AL. 2012, 974].

2.1.2 Wachstum von wissensintensiven Unternehmensdienstleistern

Nach der Drei-Sektoren-Hypothese von Fourastié entwickeln sich Volkswirtschaften im Laufe ihrer Entwicklung dahin, dass der tertiäre Sektor den größten Anteil an Beschäftigtenzahlen trägt [DANIELS 1993, 15]. Zum Zuwachs speziell von Unternehmensdienstleistern existieren im wissenschaftlichen Diskurs vier wesentliche Theorien, von denen zwei für Rechtsdienstleister relevant sind und deren Grundaussagen im Folgenden kurz dargestellt werden.

Externalisierungsthese: Diese These sieht den Zuwachs von Dienstleistern als ein Ergebnis von Outsourcing an, einem Kernelement des Wandels hin zur postfordistischen Produktionsorganisation seit den 1970er Jahren [KINDER 2010, 273]. Dabei konzentrieren sich Unternehmen zunehmend auf ihre Kernkompetenzen („lean production“) und lagern Dienstleistungen, welche die Unternehmen zuvor selbst erbracht haben, an externe Spezialisten aus. Unternehmen können somit (Fix)kosten einsparen, da spezialisierte externe Dienstleister ihre Dienste aufgrund von Skaleneffekten günstiger anbieten können. Bei diesem Externalisierungsprozess entstehen keine neuen Dienstleistungsaktivitäten, jedoch erscheinen die Beschäftigten- und Umsatzzahlen, welche vorher dem sekundären Sektor zugerechnet wurden, nun innerhalb der Statistiken des tertiären Sektors [KLUCK 2012, 7; KULKE 2008, 164]. Die Frage „make or buy“, also die Entscheidung darüber, ob ein Unternehmen Dienstleistungen auslagern soll, hängt oft von der Art der Dienstleistung ab. Es kann davon ausgegangen werden, dass eine Auslagerung wahrscheinlicher wird, je spezieller und weniger standardisiert die Dienstleistungen sind. Auch für Dienste, die selten oder unregelmäßig benötigt werden, ist das Halten unternehmensinterner Spezialisten meist sehr ineffizient. Dazu zählen neben Versicherungsdienstleistungen und Management-

beratung auch Rechtsdienstleister. Neben Kosteneinsparungen liegt ein weiterer Vorteil der Externalisierung darin, dass je nach Problemstellung aus mehreren Anbietern der jeweils am geeignetsten erscheinende ausgewählt werden kann [BRYSON ET AL. 2004, 77f.].

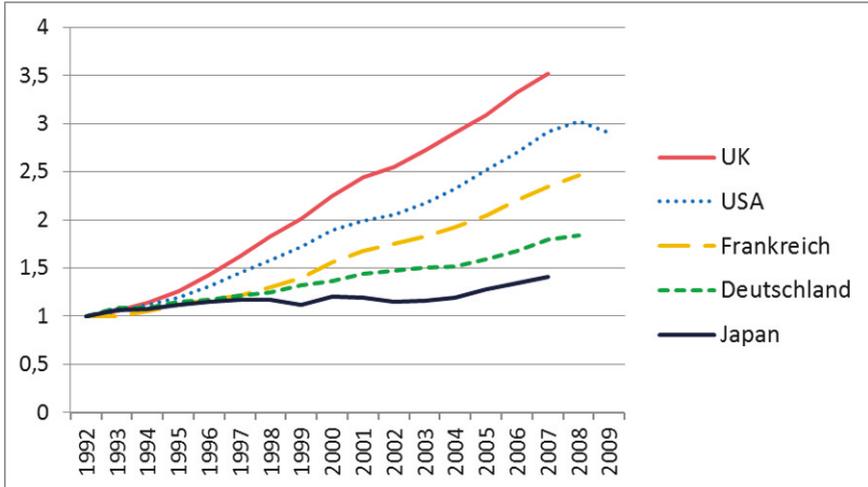


Abbildung 1: Wachstum von „other business activities“ (gemäß ISIC Rev. 3 Kategorie 74) in den fünf größten Volkswirtschaften der OECD, nach „value added, current prices“, 1992 = 1 [eigene Darstellung nach: OECD 2014]

Interaktionsthese: Diese These widmet sich – im Gegensatz zur Externalisierungsthese – einem realen Zuwachs an Dienstleistungsaktivitäten und basiert auf der Annahme, dass im Zuge der ökonomischen Globalisierung, verstärkter Wettbewerbssituation und internationaler Arbeitsteilung in der Produktion Komplexität und Unsicherheit zugenommen haben, was stetigen Wandel von Organisationsstrukturen und -routinen erfordert. Um angesichts dieser Rahmenbedingungen Entscheidungen zu treffen, besitzen Unternehmen häufig nicht genügend eigene Kapazitäten und Wissen, weshalb sie dieses von externen Dienstleistern beziehen müssen [GLÜCKLER/ARMBRÜSTER 2003, 269; KLUCK 2012, 8]. Im Zusammenhang mit der Internationalisierung von Unternehmen steigt dabei nicht nur die Nachfrage nach distributiven Dienstleistern wie Logistikunternehmen, sondern auch nach wissensintensiven Beratungsdiensten wie Management-, Steuer- und Rechtsberatung, vor allem für Aktivitäten auf ausländischen Märkten. In Folge dieser Interaktion zwischen Dienstleistern und Nachfragern kann es zu Rückkopplungseffekten in Form von Wissens-Spillover kommen, die zu Modernisierungsprozessen auf der Nachfrageseite führen können. Durch diese weiter steigende Komplexität des Wirtschaftssystems ist es wiederum möglich, dass

sich die Nachfrage nach Dienstleistern verstärkt [KINDER 2010, 273; KLUCK 2012, 8].

Diese Entwicklungen spiegeln sich in **Umsatzdaten von Unternehmensberatern** wider, deren Umsätze sich zwischen 1991 und 2002 global mehr als verfünffacht haben, während mit 48 Mrd. Euro der europäische Markt 2001 das Volumen des gesamten Weltmarktes von 1995 annahm. 70% der europäischen Umsätze fielen dabei auf die Länder Deutschland, Frankreich und Großbritannien [GLÜCKLER 2004, 30f.]. Abbildung 1 zeigt, dass die Wertschöpfung von Firmen der Kategorie „other business activities“ (KIBS ohne F&E und IT-Dienste) je nach Land unterschiedliche Dynamiken aufweist. In den fünf größten Volkswirtschaften der OECD wuchs dieser in Großbritannien mit jährlichen Wachstumsraten von bis zu 13 % am stärksten, während die Dynamik in Deutschland und vor allem Japan deutlich schwächer ist. Jedoch ist auch in diesen beiden Ländern der Zuwachs von business activities im verfügbaren Zeitraum höher als das Wachstum des BIP, wenn auch nicht so ausgeprägt wie in Großbritannien, wo das BIP 1992 bis 2007 nur um das 0,5-fache wuchs, Unternehmensdienste jedoch um das 2,5-fache zunahmen [WORLD BANK 2014]. Hierbei muss jedoch die Heterogenität von KIBS insgesamt berücksichtigt werden, da beispielsweise in Deutschland das Wachstum von Forschungs- und Entwicklungsdiensten, die nicht in dieser Statistik enthalten sind, höher war als das der „other business activities“ [KLUCK 2012, 5ff.].

2.1.3 Ausländische Direktinvestitionen von wissensintensiven Unternehmensdienstleistern

Zusammen mit dem allgemeinen Wachstum nahm auch die internationale Aktivität von KIBS zu. Die Statistik (Abb. 2) zeigt, dass seit Mitte der 1990er Jahre die jährlichen Volumen von ausländischen Direktinvestitionen im Sektor „business services“ höher sind als in der Zeit zuvor. Gleichzeitig wird jedoch deutlich, dass das Internationalisierungsgeschehen dieses Sektors in hohem Maße Konjunkturschwankungen der Weltwirtschaft ausgesetzt ist, was die Einschnitte von 2001 und 2009 zeigen, und dass Greenfield-Investitionen mit neu eröffneten Bürostandorten stets höhere Volumen aufweisen als Fusionen und Akquisitionen, zumindest seit Beginn der verfügbaren Daten 2003.

Die generelle Zunahme von ausländischen Direktinvestitionen bei Unternehmensdienstleistern liegt einerseits an Fortschritten der **Informations- und Kommunikationstechnologie**, welche die Organisation transnationaler Dienstleister erleichtern, indem Unternehmen die Arbeit ihrer Niederlassungen einfacher koordinieren können. Zu dieser Überwindung räumlicher Barrieren kommt

der zunehmende **Abbau administrativer Barrieren** durch Deregulierungen hinzu [BRYSON ET AL. 2004, 227f.; KINDER 2010, 277ff.].

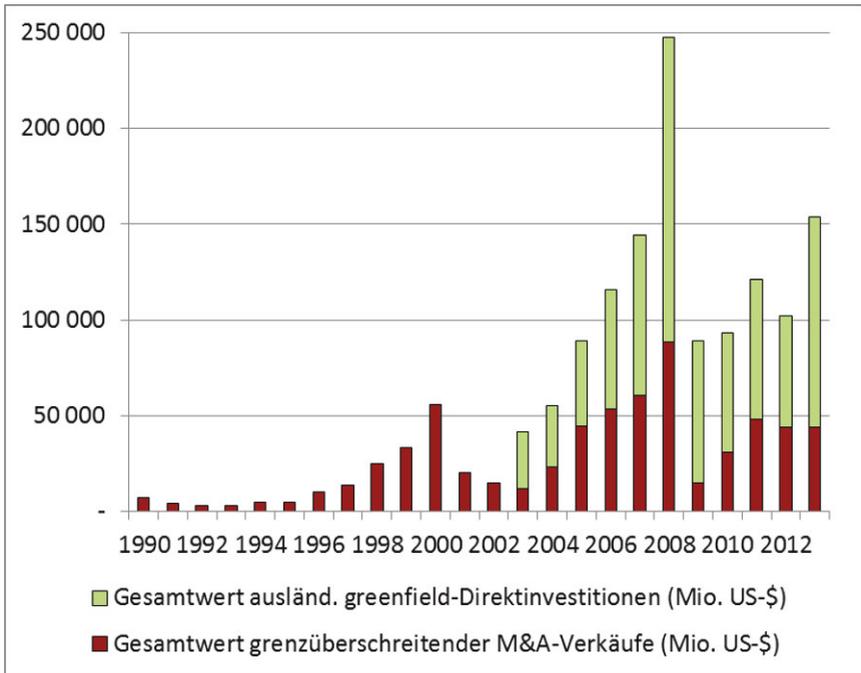


Abbildung 2: Gesamtvolumina der jährlichen grenzüberschreitenden M&A-Verkäufe und Greenfield-Investitionen von Business Service-Firmen weltweit in US-\$, vor 2003 keine globalen Daten zu grenzüberschreitenden Greenfield-Investitionen verfügbar [eigene Darstellung nach: UNCTAD 2014]

Neben Liberalisierungen auf nationalstaatlicher Ebene, die sich meist auf einzelne Branchen beschränken [OECD 2005, 9f.], gilt seit 1993 für den **Europäischen Binnenmarkt** zumindest theoretisch, dass selbstständige Anbieter und juristische Personen, die in einem EU-Staat niedergelassen sind und dort ihre Tätigkeit legal ausüben, auch in anderen EU-Staaten Dienstleistungen erbringen dürfen, sowohl temporär (auf Grundlage der Dienstleistungsfreiheit) als auch stetig und dauerhaft (Niederlassungsfreiheit) mittels Tätigkeit von Direktinvestitionen (Kapitalverkehrsfreiheit). Um diese Freiheiten in der Praxis vollständig durchzusetzen, wurde 2006 die Dienstleistungsrichtlinie verabschiedet, die dazu führen soll, dass innerhalb der EU der grenzüberschreitende Handel von Diensten um 45% und ausländische Direktinvestitionen um 25% zunehmen. Aller-

dings verzögert sich die Umsetzung dieser Richtlinie gegenwärtig in einigen Mitgliedsstaaten [MACIEJEWSKI 2014]. Auf multilateraler, globaler Ebene begann die Liberalisierung des Dienstleistungshandels mit der Uruguay-Runde des General Agreement on Tariffs and Trade (GATT), die 1995 in dem **General Agreement on Trade in Services (GATS)** mündete. Dies beinhaltet die schrittweise Marktöffnung der Unterzeichnerstaaten für Dienstleister aus dem Ausland, die einen Markt über unterschiedliche Modi erschließen wollen. Ziele sind dabei vor allem die rechtliche Gleichbehandlung aller inländischen und ausländischen Anbieter sowie Transparenz von Seiten des Staates [BRYSON ET AL. 235f.; KULKE 2011, 12f.; WTO 2014b]. Diese schrittweisen Deregulierungen trugen zum generellen Anstieg von Handel und ausländischen Direktinvestitionen im tertiären Sektor bei, allerdings kann bisher nicht von einer vollständigen Implementierung dieser Verträge die Rede sein, da das Ausmaß der Liberalisierung stark zwischen Ländern und Sektoren variiert [OECD 2005, 11f.] Ungeachtet dessen ist der Sub-Sektor von Rechtsdienstleistungen jedoch traditionell stark auf nationalstaatlicher Ebene reguliert und kann nur eingeschränkt von diesen Deregulierungen profitieren, was an anderer Stelle ausführlich behandelt wird (Kap. 6.2).

Diese Faktoren ermöglichen eine Internationalisierung des Dienstleistungssektors, welche durch zunehmende internationale Aktivitäten von Seiten der Unternehmen und räumliche Arbeitsteilung stärker nachgefragt wird [JONES 2005, 181]. Außerdem generiert die wirtschaftliche Entwicklung von Schwellen- und Transformationsstaaten eine neue Nachfrage nach Dienstleistern, wobei dort ein nur unzureichendes einheimisches Angebot besteht, weshalb der Bedarf nach ausländischen Dienstleistern dort steigt [BRYSON ET AL. 2004, 227f.].

Solche Expansionsgründe sind aufgrund ihrer ausgeprägten räumlichen Dimension ein wichtiger Schwerpunkt wirtschaftsgeographischer Forschung. Die Internationalisierung von KIBS wurde aus geographischer Perspektive gezielt erstmals im Rahmen des **Global City-** beziehungsweise **World City-Diskurses** betrachtet. Hier stellen sie zwar selber kein Forschungsobjekt dar, dienen jedoch als ein Indikator für Städte, die innerhalb der Weltwirtschaft Steuerungs- und Koordinierungsfunktionen übernehmen und untereinander stark verflochten sind [u.a. SASSEN 1991, BEAVERSTOCK ET AL. 1999a, TAYLOR 2004]. Konkrete Motivationen und Formen der Expansion von KIBS rückten erst etwas später in den Fokus der Wissenschaft. Obwohl die Internationalisierung von KIBS ein aktuelles Phänomen ist, das aufgrund deren katalysierender Wirkung auf die Globalisierung der Wirtschaft von hoher Relevanz ist, blieben entsprechende Studien meist auf Betrachtungen einzelner Sub-Sektoren als Fallstudien beschränkt [GLÜCKLER 2004, 24; KULKE 2008, 139]. Andere Studien wiederum untersuchten den Sektor der wissensintensiven Dienstleister als Ganzes, ohne die Heterogenität und Spezifität einzelner Sub-Sektoren zu berücksichtigen. MALHOTRA/MORRIS [2009] sind mit ihrem Vergleich von Internationalisierungsmög-