

7 Fazit

Die ausgeprägte Spezialisierung mittelständischer Unternehmen lässt diese im Inlandsmarkt tendenziell an Wachstumsgrenzen stoßen. Den Mittelständlern wird durch offener gewordene Weltmärkte ein breites Wachstums- und Kostensenkungspotential geboten, welches sie sich zunehmend erschließen können. Sie werden daher häufig auch als „heimliche Gewinner“ der Globalisierung bezeichnet. Zahlreiche Unternehmensbeispiele deuten an, dass die Internationalisierung der mittelständischen Unternehmen in der Unternehmensentwicklung nicht zu Lasten der Heimatstandorte stattfindet. Im Gegenteil ergänzen sich in vielen Fällen die vielfältigen Auslandsaktivitäten und stärken das Wachstum der regional verwurzelten mittelständischen Unternehmen als Ganzes. Die Mittelständler gehen ihren individuellen Weg im Ausland und gestalten einen spezifischen Mix an Auslandsaktivitäten im Sinne eines nachhaltigen Unternehmenswachstums und einer langfristigen Wettbewerbsfähigkeitssicherung.

Diese Studie zeigt auf, welche prinzipiellen Antworten mittelständische Unternehmen auf die Herausforderungen der Globalisierung finden. Sie bewegen sich einzigartig, hochwertig, flexibel, schnell, kundennah, dezentral, kooperativ und persönlich im internationalen Wettbewerb und spielen damit die besonderen Stärken ihrer relativ kleinen und überschaubaren Unternehmensdimensionen konsequent aus. Die Ergebnisse der empirischen Untersuchung etablierter international erfolgreicher Mittelständler zeigen auslandsinteressierten Mittelständlern Erfolgspotentiale auf, die sie mitunter selbst verwirklichen können. Der Etablierungserfolg der Unternehmen basiert hierbei stets nicht auf einzelnen isolierten Faktoren, sondern auf dem Zusammenwirken mehrerer kritischer Komponenten. Entscheidend ist die sinnvolle Verknüpfung der Komponenten zu einem konsistenten und zielorientierten Vorgehen im In- und Ausland.