

---

# 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 Dobruskin, 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

<b>1 Einleitung</b> .....	15
<b>2 Stand der Forschung</b> .....	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

<b>3 Forschungsfragen und Methodik</b> .....	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
<b>4 Standortsysteme internationaler Wirtschaftskanzleien</b> .....	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
<b>5 Gründe für die Auswahl des Zielmarktes</b> .....	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
<b>6 Institutionelle Kontexte und Auswirkungen auf die Marktauswahl..</b>	<b>177</b>
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
<b>7 Anpassung an institutionelle Kontexte .....</b>	<b>189</b>
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
<b>8 Exkurs: Durch Kanzleien induzierter Wandel auf Zielmärkten .....</b>	<b>211</b>
8.1 Wandel regulativer Institutionen .....	211
8.2 Wandel normativ-kognitiver Institutionen .....	213
<b>9 Exkurs: Rückzüge .....</b>	<b>217</b>
9.1 Nicht-institutionelle Gründe für Rückzüge .....	217
9.2 Institutionelle Gründe für Rückzüge .....	219
<b>10 Fazit .....</b>	<b>221</b>
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
<b>11 Literaturverzeichnis .....</b>	<b>235</b>
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