

# 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



<http://www.springer.com/978-3-658-17156-8>

Internationalisierung europäischer Wirtschaftskanzleien

Zur Identifizierung und Erschließung neuer Märkte

Peiker, W.

2017, XIII, 246 S. 17 Abb., 3 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-17156-8