



Internationales Management

von

Prof. Dr. Michael Kutschker

vormals Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
und Internationales Management

und

Prof. Dr. Stefan Schmid

ESCP Europe
Berlin – Paris – London – Madrid – Turin
Lehrstuhl für Internationales Management und
Strategisches Management

Mit mehr als 270 Abbildungen und 100 Textboxen

7., überarbeitete und aktualisierte Auflage

Oldenbourg Verlag München

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

© 2011 Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH
Rosenheimer Straße 145, D-81671 München
Telefon: (089) 45051-0
oldenbourg.de

Das Werk einschließlich aller Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Lektorat: Dr. Jürgen Schechler
Herstellung: Anna Grosser
Coverentwurf: Kochan & Partner, München
Gedruckt auf säure- und chlorfreiem Papier
Gesamtherstellung: Druckhaus „Thomas Müntzer“ GmbH, Bad Langensalza

ISBN 978-3-486-59713-4

Vorwort zur ersten Auflage

Liebe Leserin, lieber Leser,

das vorliegende Buch beschäftigt sich mit einem der spannendsten wirtschaftlichen Themen unserer Zeit: der Internationalisierung. Das Buch zeigt, dass die Internationalisierung der Wirtschaft und die Internationalisierung ihrer zentralen Akteure, den international tätigen Unternehmungen, wichtige Themenfelder für Wissenschaft und Praxis darstellen. Das Buch widmet sich besonders den strukturellen, kulturellen und strategischen Problemen internationaler Unternehmungen. Dabei werden zahlreiche Vorschläge diskutiert, wie internationale Unternehmungen diese strukturellen, kulturellen und strategischen Probleme lösen können.

Wir möchten Ihnen kurz erläutern, welche Ziele dieses Buch hat, an wen sich das Buch wendet und von welchen Leitlinien wir uns beim Verfassen des Buches tragen ließen.

(1) Ziele des Buches: Das vorliegende Buch ist ein Lehrbuch, mit dem wir mehrere Ziele verfolgen. Das Hauptziel besteht darin, einen State-of-the-Art des Internationalen Managements zu liefern. Dabei hat das Buch zunächst einmal eine **beschreibende Funktion**: Wir legen dar, wie Unternehmungen internationalisieren und wie sich diese Internationalisierung gesamtwirtschaftlich ausdrückt. Doch über die beschreibende Funktion hinaus geht es uns in diesem Buch auch um eine **erklärende Funktion**. Wir wollen die Probleme, auf die Unternehmungen bei ihrer Internationalisierung stoßen, unter Rückgriff auf zahlreiche theoretische Ansätze rekonstruieren. Außerdem soll in diesem Buch die **gestalterische Funktion** nicht zu kurz kommen: Wir werden verschiedene Handlungsalternativen für Unternehmungen vorstellen, die zur Lösung der vielfältigen Internationalisierungsprobleme beitragen können. Schließlich hat das Buch eine **kritische Funktion**: An vielen Stellen werden gängige Erklärungs- und Gestaltungsmuster der Theorie und Praxis hinterfragt. Damit verbunden ist die Einladung an den Leser, sich über das umfangreiche Buch hinaus kritisch mit der Internationalisierung von Unternehmungen zu beschäftigen.

(2) Zielgruppe des Buches: Das vorliegende Buch kann von **Studierenden** an Universitäten, Fachhochschulen und Berufsakademien sowie von Teilnehmern an Weiterbildungs- und MBA-Studiengängen gleichermaßen herangezogen werden. Wie wir von Studierenden, die vorläufige Manuskripte dieses Buches vor dem Erscheinen mit uns intensiv diskutiert haben, wissen, dürfte das Buch für jeden „Studententyp“ etwas bieten. Dabei versteht es sich von selbst, dass jeder Leser – je nach Interessenschwerpunkt – die einzelnen Kapitel in unterschiedlichem Ausmaß „spannend“ finden mag. In der End-

phase der Fertigstellung haben wir auch **Praktiker** um Kommentare und Anregungen zu unserem Manuskript gebeten. Aufgrund der gewonnenen Aussagen sind wir davon überzeugt, dass auch der in der Praxis tätige Leser aus unseren Ausführungen wichtige Anregungen ziehen kann. Allerdings sei der Praktiker gewarnt: Wer nach fixen „Lösungsschablonen“ oder simplen „How-to-Do-Checklisten“ sucht, der wird von diesem Buch möglicherweise enttäuscht werden. Sowohl die Breite als auch die Tiefe mancher Aussagen erfordern die Bereitschaft, intensiver in die Materie einzusteigen.

(3) Konzeption des Buches: Unser Buch ist primär für Leser geschrieben, die sich ausführlich und umfassend mit Internationalem Management auseinandersetzen wollen. Es ist, mit Ausnahme mancher Abschnitte innerhalb des siebten Kapitels, ein Lehrbuch und will auch als solches verstanden werden. Deshalb haben wir uns bemüht, unsere Aussagen möglichst verständlich zu formulieren. Dies heißt nicht, dass in unserem Buch auf anspruchsvolle Konzepte, Ansätze oder Theorien verzichtet wird: Es bedeutet vielmehr, dass wir versucht haben, (auch) schwierige Materie leicht lesbar zu machen, ohne dabei die Aussagen zu verfälschen. Ebenso waren wir beim Verfassen dieses Buches von der Absicht getragen, dem Leser die Inhalte des Faches „Internationales Management“ in einer möglichst klaren Struktur anzubieten. Wir hoffen deshalb, dass der „rote Faden“ für den Leser permanent erkennbar ist. Durch die Illustration theoretischer Aussagen anhand von zahlreichen Beispielen und kurzen Fällen möchten wir zeigen, dass Internationales Management keine Wissenschaftsdisziplin ist, deren Wirken sich auf ein Dasein im Elfenbeinturm beschränkt. Kontrollfragen sowie Fragen und Aufgaben zur Vertiefung, die sich am Ende jedes Kapitels befinden, können der Wissens- und Verständniskontrolle – gerade auch zur Vorbereitung auf Prüfungen – dienen.

(4) Grundverständnis des Buches: Dieses Buch verfolgt einen pluralistischen Ansatz. Es ist keiner bestimmten Denkschule verhaftet und damit nicht dogmatisch an bestimmte Denkfiguren gebunden. Dieser Hinweis erscheint uns wichtig, stellt doch das Internationale Management auch an den praktizierenden Manager die Anforderung, mit einer Vielzahl von verschiedenen Ideen zurechtzukommen. Eindimensionales Denken, mit dem man die gesamte Realität auf einige wenige Modelle, Theorien oder Konzepte reduziert, sind in unseren Augen gerade in der Disziplin des Internationalen Managements fehl am Platz. Insofern gibt es in unserem Buch zwar einen (hoffentlich sehr deutlichen) „roten Faden“, aber keinen allumfassenden Bezugsrahmen, der sich durch alle Ausführungen zieht. Unsere Ausführungen bauen an vielen Stellen weniger auf „deutschem“ bzw. „deutschsprachigem“ Gedankengut, sondern häufig auf internationalem Gedankengut auf. Dies liegt daran, dass sich die Wissenschaftsdisziplin „Internationales Management“ in Deutschland vergleichsweise spät entwickelt hat und deswegen verstärkt auf Wissen aus dem Ausland zurückgegriffen werden muss. Damit verbunden ist auch, dass wir in vielen Fällen – häufig auch in Abbildungen – die englischsprachige Originalterminologie übernehmen.

(5) Einschränkungen des Buches: Das vorliegende Buch versucht, den „State-of-the-Art“ des Internationalen Managements aufzuzeigen. Allerdings muss betont werden, dass wir auf eine detaillierte Darstellung der Internationalisierung einzelner Funktionalbereiche, wie etwa dem Internationalen Marketing, dem Internationalen Personalmanagement oder dem Internationalen Finanzmanagement, verzichtet haben. Dafür gibt es zwei Hauptgründe: Erstens existieren zu den meisten Funktionalbereichen bereits einschlägige Lehrbücher. Zweitens hätte eine umfassende Aufnahme der Funktionalbereiche den Rahmen unseres Lehrbuchs (endgültig!) gesprengt.

Wir wollen Ihnen an dieser Stelle auch kurz darlegen, warum wir uns entschieden haben, einigen besonders internationalen Unternehmungen die Möglichkeit zu geben, sich im vorliegenden Buch dem Führungskräftenachwuchs zu präsentieren. Die Begründung hierfür ist einfach: Durch die **Anzeigen namhafter internationaler Unternehmungen** – Allianz, Bertelsmann, Bosch, BMW, Commerzbank und Deutsche Bank – ist es dem Oldenbourg Verlag möglich, Ihnen unser Buch zu einem, wie wir meinen, erfreulich **niedrigen Preis** anzubieten. Wir sind sicher, dass wir damit im Sinne der meisten Leser einen zwar ungewöhnlichen, aber in unseren Augen durchaus innovativen Weg gegangen sind. Wir glauben nicht, dass Wissenschaft in irgendeiner Weise „käuflich“ wird, weil Wissenschaftler mit Unternehmungen zusammenarbeiten. Wir sind ferner davon überzeugt, dass das „Kulturprodukt“ Buch durch Anzeigen von Unternehmungen keine Abwertung erfährt, sondern dass Anzeigen durch ihre preisreduzierende Wirkung zu einer weiteren Verbreitung dieses Kulturprodukts beitragen können.

Ein umfangreiches Grundlagenwerk wie das vorliegende Lehrbuch kann nicht von den Autoren alleine erstellt werden. Ohne die engagierte Mitarbeit weiterer Personen lässt sich ein Lehrbuch kaum mehr auf den Markt bringen, zumal die Manuskripte heutzutage druckfertig an die Verlage geliefert werden. Allen, die an unserem Projekt mitgewirkt haben, wollen wir daher an dieser Stelle ganz herzlich danken. Zuerst sind die Mitarbeiter und Kollegen des Lehrstuhls zu nennen. Herrn Dipl.-Kfm. Hartwig Meyerle, Frau Dr. Alexandra Schmidt-Buchholz, Herrn Dr. Andreas Schurig und Herrn Dipl.-Kfm. Wolfgang Stelzer danken wir für zahlreiche wertvolle Anregungen zur inhaltlichen und sprachlichen Überarbeitung der Manuskripte sowie für ihre tatkräftige Mitarbeit bei den vielfältigen Aufgaben, die im Rahmen der Erstellung dieses Buches anfielen. Herr Dipl.-Kfm. Holger Wirtl war darüber hinaus für zusätzliche organisatorische und koordinatorische Projektaufgaben verantwortlich. Seine Mitarbeit wissen wir besonders zu schätzen. Gerade in der Endphase haben die Mitarbeiter und Kollegen des Lehrstuhls, allen voran Herr Stelzer und Herr Wirtl, so manche eigenen Interessen hinten angestellt und sich um das Buchprojekt durch ihr großes Engagement sehr verdient gemacht. Auch unsere Sekretärinnen am Lehrstuhl, Frau Inge Englisch und Frau Theresia Friedrich, trugen maßgeblich zur Fertigstellung des Lehrbuchs bei – unter anderem dadurch, dass sie das Manuskript Korrektur gelesen haben und uns in hervorragender Weise von Verwaltungs- und Organisationsaufgaben entlastet haben. Dankbar sind wir zudem Frau Barbara Hartmann, Sekretärin am Lehrstuhl für Wirtschafts- und Unternehmensethik der

Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät Ingolstadt, die sich spontan bereit erklärt hat, uns in der heißen Endphase bei letzten Überarbeitungen zu unterstützen.

Unsere studentischen Hilfskräfte, Herr Markus Knöpfle, Herr Gernot Lenz, Frau Nina Schniering, Herr Christian Stratmann und Frau Franziska Uebel, waren im Rahmen von Literaturrecherchen, der Vorbereitung von Verzeichnissen und Abbildungen sowie der Formatierung von Manuskriptentwürfen in das Buchprojekt eingebunden. Besonders hervorheben möchten wir die engagierte Mitarbeit von Herrn Sebastian Krieger, der die Abbildungen für dieses Buches erstellt hat und unsere fortwährenden Änderungswünsche erdulden und umsetzen musste, von Herrn Joachim Mathe, der uns äußerst zuverlässig mit aktueller Literatur versorgt hat, und von Frau Christina Lederer, die aufwendige Überprüfungs- und Korrekturarbeiten zu jeder nur erdenklichen Tages- und Nachtzeit vornahm, damit wir den Terminplan unseres Projekts wenigstens einigermaßen einhalten konnten.

Dankbar sind wir auch den studentischen Teilnehmern eines Arbeits- und Lektürekreises der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät Ingolstadt, die Manuskripte des vorliegenden Lehrbuches kritisch mit uns diskutiert und wertvolle Verbesserungsvorschläge angebracht haben. Die Anmerkungen der Studierenden waren für uns äußerst hilfreich. Auch externe Doktoranden sowie Praktiker haben wir um Feedback zu unseren Manuskriptentwürfen gebeten. Wir sind sicher, dass ihre Kommentare die vorliegende Endfassung bereichert haben. Herrn Professor Dr. Helmut Fischer, Inhaber des Lehrstuhls für Finanzwissenschaft an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät Ingolstadt, gebührt Dank für seine Anregungen zum Abschnitt über die Zahlungsbilanz. Nicht zuletzt sind wir Herrn Diplom-Volkswirt Martin Weigert vom Oldenbourg Verlag für die sehr angenehme Zusammenarbeit zu Dank verbunden.

Ein Buch ist für seine Leser da. Deshalb nehmen wir Anregungen zum vorliegenden Werk jederzeit gerne entgegen. Sie finden dazu am Ende unseres Buches einen kurzen Fragebogen, den Sie uns (auch in Kopie oder in elektronischer Form) zukommen lassen können. Und nun wünschen wir Ihnen viel Freude bei der Lektüre!

Ingolstadt
September 2001

Michael Kutschker
Stefan Schmid

Vorwort zur zweiten Auflage

Liebe Leserin, lieber Leser,

wir freuen uns sehr, dass die erste Auflage unseres neuen Werkes eine überaus positive Resonanz bei Wissenschaftlern, Studierenden und Praktikern gefunden hat. Bereits nach wenigen Monaten war die erste Auflage vergriffen, so dass wir nun noch im gleichen Jahr die zweite Auflage vorlegen. Wir haben das Manuskript kritisch durchgesehen; allerdings mussten wir uns entscheiden, aufgrund des Zeitdrucks, den der rasche Absatz mit sich brachte, von größeren Veränderungen abzusehen. Die erste und die zweite Auflage können somit problemlos parallel in der Lehre eingesetzt werden.

Wir danken unserem Ingolstädter Lehrstuhlteam für die Unterstützung bei den Arbeiten an der zweiten Auflage, den Unternehmungen, die auch diesmal mit ihren Präsentationen zu einem günstigen Preis-/Leistungsverhältnis des Buches beitragen und Herrn Diplom-Volkswirt Martin Weigert vom Oldenbourg Verlag für die ausgezeichnete Zusammenarbeit. Konstruktive Anregungen zum vorliegenden Buch sind weiterhin sehr willkommen!

Ingolstadt
März 2002

Michael Kutschker
Stefan Schmid

Vorwort zur dritten Auflage

Liebe Leserin, lieber Leser,

die zweite Auflage war beinahe ebenso schnell wieder vergriffen wie die erste Auflage. Für uns ist dies ein Beleg dafür, dass sich die Disziplin „Internationales Management“ innerhalb der Betriebswirtschaftslehre eines immer stärkeren Interesses erfreut. Die dritte Auflage legen wir in überarbeiteter Form vor. Das erste Kapitel wurde von uns komplett aktualisiert, in den anderen sechs Kapiteln haben wir Korrekturen vorgenommen und die Literatur auf den neuesten Stand gebracht.

Dass die Überarbeitung eines Buches sehr aufwendig sein kann (insbesondere wenn umfangreiches Datenmaterial zu berücksichtigen ist), haben nicht nur wir, sondern auch zahlreiche Mitarbeiter erfahren. Wir wurden bestens unterstützt von Frau Dipl.-Kffr. Andrea Niefnecker, die über ihre eigenen Recherchen hinaus ein Team studentischer Hilfskräfte koordinierte. In das Buchprojekt sehr aktiv eingebracht haben sich – wie schon bei der ersten Auflage – Herr Sebastian Krieger und Frau Christina Lederer. Daneben konnten wir diesmal auch auf die engagierte Mitarbeit von Frau Silke Hermes und Herrn Rainer Wabro zählen. In den wichtigen „Korrekturleseprozess“ waren Frau Dipl.-Kffr. Astrid Jagenberg, Frau Dipl.-Hdl. Simone Klein, Herr Dipl.-Kfm. Marc Becker und Herr Dipl.-Kfm. Mario Machulik eingebunden. Unsere Sekretärinnen, Frau Theresia Friedrich und Frau Renate Ramlau, haben nicht nur sprachliche Korrekturhinweise gegeben, sondern uns auch durch ihre hervorragenden Leistungen im Tagesgeschäft „den Kopf freigehalten“. Ihnen allen gilt unser Dank! Der größte Dank geht diesmal an Frau Dipl.-Kffr. Andrea Niefnecker, deren unermüdlichen Einsatz für die dritte Auflage wir ganz besonders zu schätzen wissen.

Sehr angenehm war – wie bereits in der Vergangenheit – die Zusammenarbeit mit Herrn Diplom-Volkswirt Martin Weigert vom Oldenbourg Verlag. Die dritte Auflage kann vom Oldenbourg Verlag wiederum zu einem Preis angeboten werden, der als sehr „leserfreundlich“ zu bezeichnen ist. Dies ist unter anderem den vier Präsentationen (Allianz, Bertelsmann, Bosch, ESCP-EAP Europäische Wirtschaftshochschule) zu verdanken, die es ermöglicht haben, den Verkaufspreis niedrig zu halten.

Wir würden uns freuen, wenn auch die dritte Auflage bei Studierenden, Wissenschaftlern und Praktikern positiv aufgenommen würde. Anregungen unserer Leser nehmen wir weiterhin sehr gerne auf!

Ingolstadt
Berlin
Juni 2003

Michael Kutschker
Stefan Schmid

Vorwort zur vierten Auflage

Liebe Leserin, lieber Leser,

vor knapp drei Jahren haben wir unser Manuskript für die erste Auflage des vorliegenden Werkes beim Verlag abgegeben. Unser Buch zum Internationalen Management wurde von unseren Zielgruppen – Wissenschaftlern, Studierenden und Praktikern – sehr positiv aufgenommen, so dass inzwischen bereits die dritte Auflage vergriffen ist. Die vierte Auflage legen wir nun in bearbeiteter Form vor. Wir haben in allen Kapiteln kleinere Änderungen vorgenommen. Auf grundlegende strukturelle und inhaltliche Änderungen haben wir nicht nur aufgrund des Zeitdrucks verzichtet; auch durch die zahlreichen Kommentare unserer Leser wurden wir darin bestärkt, am bisherigen Konzept festzuhalten. All die Leser, die für die nächste Auflage Verbesserungsvorschläge haben, laden wir bereits jetzt herzlich ein, mit uns in Kontakt zu treten. Wir freuen uns auf das Feedback von Ihnen!

Für die Unterstützung bei den Überarbeitungen zur vierten Auflage möchten wir uns bei Frau Renate Ramlau, Frau Dipl.-Kffr. Katharina Kretschmer und Herrn Dipl.-Kfm. Mario Machulik bedanken. Wir sind froh, dass sich die Zusammenarbeit mit Herrn Diplom-Volkswirt Martin Weigert und Frau Meike Keller vom Oldenbourg Verlag weiterhin äußerst angenehm gestaltet. Auch die „Unternehmungswelt“ und die Leitung der ESCP-EAP Europäische Wirtschaftshochschule kooperieren mit uns bei diesem Projekt weiterhin in bewährter Weise. Dies werden vor allem unsere studentischen Leser zu schätzen wissen, da der Oldenbourg Verlag das Werk Internationales Management aufgrund der aufgenommenen Präsentationen wie bisher zu einem sehr günstigen Preis anbieten kann.

Wir hoffen, dass Sie als Leser Freude an der Lektüre haben und das Buch für Ihre Tätigkeit – ob in Studium, Forschung oder Praxis – wertvolle Anregungen bereithält.

Ingolstadt
Berlin
Juni 2004

Michael Kutschker
Stefan Schmid

Vorwort zur fünften Auflage

Liebe Leserin, lieber Leser,

die Internationalisierung von Unternehmungen ist nicht nur für die Managementpraxis ein weiterhin aktuelles Thema. Internationalisierung ist inzwischen auch thematisch noch deutlich häufiger und intensiver in die Curricula vieler Studiengänge integriert, als dies vor einigen Jahren der Fall war. Dies gilt für Studiengänge an Universitäten, Fachhochschulen und Berufsakademien gleichermaßen. Auch in MBA- und Executive-Education-Programmen steht Internationales Management hoch im Kurs. Die Betriebswirtschafts- und Managementlehre wird somit – zumindest in dieser Hinsicht – zusehends ihrem Anspruch gerecht, als anwendungsorientierte, aber gleichzeitig auch theoretisch fundierte Wissenschaft die Bedürfnisse der internationalen Praxis adäquat zu berücksichtigen.

Das vorliegende Werk hat sich in seiner vierten Auflage einer noch größeren Verbreitung erfreut, als wir dies in den Voraufgaben erfahren hatten. Wir hatten ursprünglich vor, für die fünfte Auflage größere Überarbeitungen vorzunehmen. Der rasche Absatz der vierten Auflage (und die Ermunterungen von Herrn Diplom-Volkswirt Martin Weigert sowie von Frau Meike Keller vom Oldenbourg Verlag, mit denen wir weiterhin sehr gerne zusammenarbeiten) haben uns aber schließlich davon überzeugt, dass wir das, was wir lehren, auch befolgen sollten – nämlich das „Timing“ im Auge zu haben.

Um zu verhindern, dass das Buch am Markt allzu lange vergriffen ist, legen wir die fünfte Auflage in bearbeiteter (und nicht in revolutionär anderer) Form vor. Einfließen lassen konnten wir in die Neuauflage wertvolle Anregungen unserer Leser, unter ihnen auch Teilnehmer des Doktorandenjahrgangs innerhalb des Promotionsprogramms an der ESCP-EAP Europäische Wirtschaftshochschule Berlin.

Unterstützt wurden wir bei der Berücksichtigung der von uns vorgenommenen Änderungen und Ergänzungen durch Frau Dipl.-Kffr. Swantje Hartmann und Herrn Dipl.-Kfm. Nicholas Hanser, bei denen wir uns herzlich bedanken. Auch in der fünften Auflage zeigen zahlreiche Unternehmungen bzw. Institutionen – diesmal Aldi Süd, Audi, Bertelsmann, Haniel, UBS und ESCP-EAP Europäische Wirtschaftshochschule – ihre Verbundenheit mit unserem Projekt und mit unseren Lesern. In die Kooperationsbeziehungen waren auch unsere Sekretärinnen, Frau Theresia Friedrich, Frau Helga Sommer und Frau Renate Ramlau involviert, denen aber nicht nur deswegen, sondern auch aufgrund ihrer vielfältigen weiteren Leistungen an unseren Lehrstühlen in Ingolstadt bzw. Berlin unser großer Dank gilt.

„Ein Buch ist für seine Leser da“ – dies hatten wir im Vorwort für die erste Auflage geschrieben. Wir hoffen, dass dies auch für die vorliegende fünfte Auflage gilt und Sie als Leser unser Buch gut einsetzen können – ob als Unterstützung in der Lehrveranstaltung, als Lektüre vor der Prüfung, als Nachschlagewerk oder als (Einstiegs-) Literatur für Forschungs- und Praxisprojekte. Da für eine mögliche sechste Auflage eine größere Überarbeitung geplant ist (und dann tatsächlich umgesetzt werden soll), würde es uns besonders freuen, wenn Sie als Leser uns Ihre Wünsche und Anregungen mitteilen könnten. Wie Sie mit uns Kontakt aufnehmen können, erfahren Sie am Ende dieses Werkes.

Ingolstadt
Berlin
April 2006

Michael Kutschker
Stefan Schmid

Vorwort zur sechsten Auflage

Liebe Leserin, lieber Leser,

die sechste Auflage des Werkes Internationales Management liegt vor Ihnen. Erneut war die Voraufgabe schneller vergriffen als erwartet. Wir haben uns dazu entschlossen, dem Wunsch unserer Leser Rechnung zu tragen und das Buch in seiner bewährten Grundstruktur zu belassen. Um in der Sprache unseres siebten Kapitels zu bleiben – wir haben inkrementelle Veränderungen vorgenommen, aber von radikalen Veränderungen abgesehen. Aktualisiert wurde insbesondere das umfangreiche Datenmaterial zu Außenhandel und Direktinvestitionen innerhalb des ersten Kapitels. Damit möchten wir das Ausmaß der Internationalisierung der Wirtschaft zum jetzigen Stand aufzeigen. Da Kultur in Wissenschaft und Praxis weiter zunehmende Aufmerksamkeit erfährt, haben wir innerhalb des fünften Kapitels die GLOBE-Studie, die die internationale Managementforschung seit einigen Jahren bereichert, ausführlich erläutert und gewürdigt. Auch in den anderen Kapiteln wurden von uns Überarbeitungen vorgenommen – etwa in Form neuer Praxisbeispiele in Textboxen oder in Form des Verweises auf neue wissenschaftliche Erkenntnisse.

Unsere Lehrstuhlmitarbeiter in Ingolstadt und Berlin haben uns tatkräftig und kompetent unterstützt. In die umfangreichen Datenrecherchen und Aktualisierungen waren Herr Dipl.-Kfm. Georg Beckmann, Herr Dipl.-Kfm. Stefan Bittler, Herr Dipl.-Kfm. Christian Jäkel, Herr Dipl.-Kfm. Valentin Langen, Herr Dipl.-Kfm. Mario Machulik, Herr Dipl.-Kfm. Daniel Schwenger und Herr Dipl.-Kfm. Philipp Seidel involviert. Herr Dipl.-Kfm. Ruben Dost hat sich als sehr umsichtiger und engagierter Koordinator des Projekts erwiesen, bei dem „die Fäden zusammenliefen“ und der darüber hinaus auch wertvolle inhaltliche Beiträge lieferte und die mühevollen Redaktionsarbeiten übernahm. Nicht nur über „Korrekturleseprozesse“ waren ferner Frau Dipl.-Psych. Andrea Daniel, Herr Dipl.-Kfm. Thomas Kotulla und Frau Renate Ramlau in das Projekt eingebunden. Ihnen allen gilt unser herzlicher Dank! Dass zahlreiche Unternehmungen in Form der Anzeigen mit unserem Projekt weiterhin verbunden sind, freut uns ebenso wie die Tatsache, dass die Zusammenarbeit mit Herrn Dr. Jürgen Schechler und Herrn Rainer Berger vom Oldenbourg Verlag äußerst positiv verläuft.

Ihnen, liebe Leser, wünschen wir nun eine angenehme Lektüre. Ihre Anregungen und Wünsche für zukünftige Auflagen sind jederzeit sehr willkommen.

Ingolstadt
Berlin
Februar 2008

Michael Kutschker
Stefan Schmid

Vorwort zur siebten Auflage

Liebe Leserin, lieber Leser,

vor Ihnen liegt die siebte Auflage des Werkes „Internationales Management“, welches sich bei Wissenschaftlern, Studierenden und Praktikern weiterhin sehr großer Beliebtheit erfreut. Wir waren nahe daran, für die siebte Auflage die früheren Vorworte entfallen zu lassen. Allerdings hätten wir dann wichtige Informationen – so beispielsweise den Dank an wissenschaftliche Mitarbeiter, die an früheren Auflagen beteiligt waren – eliminieren müssen. Dies wollten wir nicht in Kauf nehmen und Sie auch aus anderen Gründen – Ihr Interesse vorausgesetzt – an der Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte des Werkes teilhaben lassen. Wie beim gesamten Werk und dessen einzelnen Kapiteln, so kann man freilich auch bei den Vorworten selektiv vorgehen und nur bestimmte Auszüge lesen.

Die siebte Auflage wurde in der bewährten Grundstruktur belassen, aber inhaltlich überarbeitet. Im ersten Kapitel wurde das Zahlenmaterial auf den neuesten Stand gebracht. Da die Finanz- und Wirtschaftskrise auch die Außenhandels- und Direktinvestitionstätigkeit erfasst hat, gehen wir auf die entsprechenden Implikationen ein, selbst wenn noch nicht alle davon in letzter Konsequenz (und im Hinblick auf ihre detaillierten Auswirkungen) bekannt sind. Über das gesamte Buch hinweg wurden Ergänzungen und Modifikationen vorgenommen, Literaturquellen aktualisiert sowie Praxisbeispiele erweitert, verändert oder ausgetauscht. Neu aufgenommen wurde in der siebten Auflage ein Kompaktlexikon zu zentralen Begriffen des Internationalen Managements. Dieses können Sie, liebe Leserin, lieber Leser, auf den Seiten 1437 bis 1459 des vorliegenden Buches finden. Im Kompaktlexikon werden wesentliche Inhalte des Internationalen Managements komprimiert dargestellt. Durch einen Rückgriff auf unser umfangreiches Stichwortverzeichnis kann jede Leserin bzw. jeder Leser ferner die entsprechenden Textstellen finden, bei denen die jeweilige Thematik ausführlich erläutert wird. Auch in graphischer Hinsicht unterscheidet sich die siebte Auflage von den Voraufgaben; alle Abbildungen wurden überarbeitet und somit visuell ansprechender gestaltet. Wir haben uns dabei bewusst für Grauschattierungen (und gegen Zweifarbendruck) entschieden, weil wir überzeugt sind, dass zusätzliche Farbgebung bei den meisten Lesern keinen Zusatznutzen stiftet.

Mit der siebten Auflage erweitern wir unseren Service für Dozenten. Alle Abbildungen des vorliegenden Werkes sind ab sofort als Zusatzmaterial für Dozenten erhältlich. Unter der Homepage des Oldenbourg Verlags (<http://www.oldenbourg-wissenschaftsverlag.de>) können Sie sich als Dozent anmelden, um dann Zugang zu allen Abbildungen zu

erhalten. Wir hoffen, dass wir Sie damit im Hinblick auf Ihre Aufgaben in der Lehre unterstützen.

Besonders bedanken dürfen wir uns an dieser Stelle bei Herrn Dipl.-Wirt.-Inf. (DHBW) Dennis J. Wurster, MLitt, der die Hauptlast der Überarbeitungen für die siebte Auflage getragen hat und mit großer Motivation und außerordentlichem Engagement das Projekt gesteuert hat. Herr Wurster hat zahlreiche Recherchen durchgeführt, Textüberarbeitungen vorgenommen, graphische Optimierungen vorgeschlagen und durchgeführt sowie das Projekt bestens koordiniert. Unterstützt wurde er in der Endphase des Projekts von Frau Dipl.-Kffr. Esther Rödel, die wesentlich dazu beigetragen hat, das Manuskript noch im Herbst 2010 an den Oldenbourg Verlag zu liefern und damit zu verhindern, dass das Buch zu lange vergriffen ist. Dabei konnten Herr Wurster und Frau Rödel auch auf die tatkräftige Unterstützung des gesamten Berliner Lehrstuhlteams zählen, was wir sehr schätzen. Bei Herrn Dr. Jürgen Schechler und Herrn Rainer Berger von Oldenbourg bedanken wir uns nicht nur für das Verständnis, das Sie uns aufgrund der etwas verspäteten Manuskriptabgabe entgegenbrachten, sondern vor allem für die weiterhin sehr vertrauensvolle und professionelle Zusammenarbeit.

Dass uns die Verbindung von Theorie und Praxis sehr am Herzen liegt, soll sich nicht nur im Text des vorliegenden Lehrbuchs zeigen; es macht sich auch darin bemerkbar, dass erneut namhafte Unternehmungen – BASF AG, Deutsche Bank AG, Peek & Cloppenburg KG sowie Roland Berger Strategy Consultants GmbH – mit ihren Präsentationen zum Ausdruck bringen, wie wichtig Ihnen gut und international ausgebildeter Führungskräftenachwuchs ist.

Wir hoffen, dass Sie, liebe Leser, Freude bei der Lektüre und Erfolg durch die Lektüre des Werkes haben. Ihre Anregungen und Wünsche für zukünftige Auflagen sind jederzeit sehr willkommen. Wie Sie mit uns in Kontakt treten können, erfahren Sie am Ende des Werkes.

Pöcking-Maising
Berlin
Oktober 2010

Michael Kutschker
Stefan Schmid

Hinweise zum Aufbau des Buches

Das vorliegende Werk gliedert sich in **sieben Kapitel**. Wir wollen Ihnen einen kurzen Überblick über diese sieben Kapitel geben und die Anordnung der einzelnen Kapitel begründen.

Im **ersten Kapitel**, welches den Titel „**Internationalisierung der Wirtschaft**“ trägt, beschäftigen wir uns mit Außenhandel und Direktinvestitionen. Wir diskutieren, ob und inwiefern man nicht nur von einer Internationalisierung, sondern auch von einer Globalisierung unserer Wirtschaft sprechen kann. Dieses Kapitel zeigt Ihnen auf, welche Relevanz die Wissenschaftsdisziplin Internationales Management hat.

Die Internationalisierung der Wirtschaft wird vor allem über internationale Unternehmungen als zentrale Akteure vorangetrieben. Im **zweiten Kapitel**, welches mit dem Titel „**Die internationale Unternehmung**“ überschrieben ist, soll daher ausführlich erläutert werden, worin die charakteristischen Merkmale der internationalen Unternehmung liegen.

Im **dritten Kapitel** suchen wir nach theoretischen Erklärungsansätzen der Internationalisierung der Wirtschaft und damit vor allem der Tätigkeit internationaler Unternehmungen. Unter dem Titel „**Theorien der internationalen Unternehmung**“ gehen wir der Frage nach, warum, wann, wie und wo Unternehmungen internationalisieren. In diesem Kapitel kommt es – vereinfacht ausgedrückt – zur theoretischen Erklärung dessen, was wir in den ersten beiden Kapiteln ausführlich beschrieben haben.

Die Kapitel vier, fünf und sechs stellen dann die zentralen managementorientierten Aufgaben der internationalen Unternehmung in den Mittelpunkt. Im **vierten Kapitel** setzen wir uns mit den „**Organisationsstrukturen der internationalen Unternehmung**“ auseinander. Wir zeigen auf, welche Alternativen Unternehmungen bei der Wahl ihrer Organisationsstruktur haben und auf welche organisatorischen Gestaltungselemente sie zurückgreifen können.

Im **fünften Kapitel** wird „**Kultur in der internationalen Unternehmung**“ thematisiert. Wir verdeutlichen, dass internationale Unternehmungen mit zahlreichen Kulturfeldern konfrontiert sind. Besonders interessiert uns der Einfluss von Landeskulturen. Exemplarisch gehen wir auf kulturgeprägte Unternehmungsformen in Japan, Korea und China ein.

Im **sechsten Kapitel** widmen wir uns den „**Strategien der internationalen Unternehmung**“. Wir erläutern das breite Spektrum an Internationalisierungsstrategien und zeigen auf, dass Unternehmungen über Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien,

Zielmarktstrategien, Timingstrategien, Allokationsstrategien und Koordinationsstrategien Wettbewerbsvorteile erringen können.

Wenn wir mit den Strukturen beginnen, dann die Kultur ansprechen und erst abschließend Strategien thematisieren, so soll damit nicht zum Ausdruck kommen, dass Strukturen die Kultur determinieren und diese wiederum Ausgangspunkt für Strategien ist. Wir werden vielmehr im Laufe unserer Ausführungen zeigen, dass zwischen Strukturen, Kultur und Strategien komplexe Zusammenhänge bestehen.

Den Abschluss unseres Buches bildet das **siebte Kapitel**, welches die „**Dynamik in der internationalen Unternehmung**“ in den Mittelpunkt rückt. Wir wollen uns dabei besonders mit Fragen der Entwicklung der internationalen Unternehmung auseinander setzen. Dabei soll deutlich werden, dass die internationale Unternehmungsentwicklung simultan Struktur-, Kultur- und Strategieaspekte beinhaltet. Das siebte Kapitel differiert hinsichtlich des Charakters ein wenig von den anderen Kapiteln. Im siebten Kapitel wird ein eigener Bezugsrahmen zur Diskussion gestellt. Dabei fließen Überlegungen ein, die in den Augen mancher Leser über das hinausgehen mögen, was ein Lehrbuch im engeren Sinne zu leisten hat.

Wir haben uns bemüht, die einzelnen Kapitel so zu schreiben, dass sie unabhängig voneinander lesbar sind. Jedes Kapitel steht – trotz des bewusst gewählten Aufbaus des gesamten Buches – für sich. Zahlreiche **Querverweise** zu anderen Kapiteln oder Abschnitten sollen die Lektüre erleichtern und Zusammenhänge aufzeigen. Neben dem **Literaturverzeichnis**, dem **Unternehmens- und Markenverzeichnis**, dem **Organisationen- und Institutionenverzeichnis** sowie dem **Länder- und Regionenverzeichnis** soll vor allem das **Stichwortverzeichnis** wertvolle Unterstützung bei der Beschäftigung mit der Thematik des Internationalen Managements liefern. Das **Kompaktlexikon** kann dem eiligen Leser die zentralen Begriffe des Internationalen Managements nahebringen.

Inhaltsübersicht

Kapitel 1

Internationalisierung der Wirtschaft

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick	3
1 Internationalisierung der Wirtschaft als historisches Phänomen	7
1.1 Anfänge der Internationalisierung	7
1.2 Internationalisierung im Mittelalter	8
1.3 Internationalisierung ab der Kolonialzeit	10
1.4 Internationalisierung ab der Industriellen Revolution	12
1.5 Fazit: Internationalisierung – kein neues Phänomen	14
2 Internationalisierung und Außenhandel	15
2.1 Terminologische und inhaltliche Grundlagen	15
2.2 Der weltweite Außenhandel	40
2.3 Der Außenhandel Deutschlands	62
3 Internationalisierung und Direktinvestitionen	84
3.1 Terminologische und inhaltliche Grundlagen	84
3.2 Die weltweiten Direktinvestitionen	104
3.3 Die Direktinvestitionen in und aus Deutschland	125
3.4 Direktinvestitionen im Zusammenhang mit Außenhandel und weiteren Formen der außenwirtschaftlichen Verflechtung	139
4 Internationalisierung und die Zahlungsbilanz	144
4.1 Definition der Zahlungsbilanz	144
4.2 Aufbau der Zahlungsbilanz	147
4.3 Die Teilbilanzen Leistungsbilanz und Kapitalverkehrsbilanz	149
4.4 Die Datenbasis der Zahlungsbilanz	157

5 Globalisierungstendenzen in der Weltwirtschaft.....	159
5.1 Globalisierung ist ... ? – Die Bedeutung von Globalisierung.....	159
5.2 Globalisierung von ... ? – Die Objekte der Globalisierung	162
5.3 Globalisierung ist nicht gleich ... ? – Der Versuch einer Abgrenzung.....	172
5.4 Konsequenzen der Globalisierung.....	175
5.5 Ursachen der Globalisierung	182
5.6 Ländergruppen in der Weltwirtschaft – Zeichen der Regionalisierung statt Globalisierung?	200
6 Anhang: Quellen zur Internationalisierung der Wirtschaft.....	216
6.1 Quellen nationaler Institutionen	216
6.2 Quellen internationaler Institutionen	218
6.3 Sonstige Quellen	220
6.4 Wissenschaftliche Beiträge zur Internationalisierung	221
Fragen zur Selbstkontrolle	227
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung	232

Kapitel 2**Die internationale Unternehmung**

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick	239
1 Ein Grundverständnis der internationalen Unternehmung	241
1.1 Die Ursprünge internationaler Unternehmungen	241
1.2 Ein erster Eindruck von der Bedeutung internationaler Unternehmungen	242
1.3 Ein einführendes Beispiel einer internationalen Unternehmung	243
1.4 Definitionen der internationalen Unternehmung	244
1.5 Trugschlüsse über die internationale Unternehmung	246
1.6 Überblick über die wichtigsten Markteintritts- und Marktbearbeitungsformen der internationalen Unternehmung	254
1.7 Vom Grundverständnis zu alternativen Betrachtungsmöglichkeiten der internationalen Unternehmung	257
2 Quantitative Betrachtungen der internationalen Unternehmung	259
2.1 Quantitativ-absolute Betrachtung	259
2.2 Quantitativ-relative Betrachtung	263
2.3 Beurteilung quantitativer Betrachtungen	278
3 Qualitative Betrachtungen der internationalen Unternehmung	286
3.1 Einleitender Überblick über die qualitativen Konzepte der internationalen Unternehmung	286
3.2 Die mehrstufigen Konzepte der internationalen Unternehmung	287
3.3 Die einstufigen Konzepte der internationalen Unternehmung	309
3.4 Zusammenfassende Zwischenbetrachtung der Archetypen der internationalen Unternehmung	324
4 Ein integratives Konzept der internationalen Unternehmung	327
4.1 Darstellung des integrativen Konzepts	327
4.2 Diskussion des integrativen Konzepts	334

5 Tochtergesellschaften in der internationalen Unternehmung	340
5.1 Einleitende Überlegungen zur zunehmenden Bedeutung von Tochtergesellschaften.....	340
5.2 Die Rollentypologie von Bartlett/Ghoshal	344
5.3 Die Rollentypologie von Ferdows	348
5.4 Die Rollentypologie von Gupta/Govindarajan	355
5.5 Der Erkenntniswert der Rollentypologien	358
6 Schlussbetrachtung zur internationalen Unternehmung	366
Fragen zur Selbstkontrolle	368
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	372

Kapitel 3**Theorien der internationalen Unternehmung**

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick	379
1 Theorien des Außenhandels	384
1.1 Überblick über Theorien des Außenhandels	384
1.2 Ultra-traditionelle Erklärungsansätze	384
1.3 Traditionelle Erklärungsansätze	394
2 Theorien der Direktinvestition	405
2.1 Überblick über Theorien der Direktinvestition	405
2.2 Kapitalmarktorientierte Erklärungsansätze	405
2.3 Die Theorie des monopolistischen Vorteils von Hymer	414
2.4 Die Theorien des oligopolistischen Parallelverhaltens	419
2.5 Der Handelsschrankenansatz	423
3 Übergreifende Internationalisierungstheorien	426
3.1 Überblick über übergreifende Internationalisierungstheorien	426
3.2 Ansätze zur generellen Begründung der Internationalisierung	427
3.3 Ansätze zur Begründung unterschiedlicher Formen der Internationalisierung	439
4 Kritische Gesamtbetrachtung der Internationalisierungstheorien.....	473
Fragen zur Selbstkontrolle	482
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	486

Kapitel 4

Organisationsstrukturen der internationalen Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick	491
1 Grundformen internationaler Organisationsstrukturen	493
1.1 Darstellung der Grundformen internationaler Organisationsstrukturen	493
1.2 Entwicklung der Grundformen von internationalen Organisationsstrukturen	550
1.3 Internationale Organisationsstrukturen und Führungsorganisation	569
2 Gestaltungselemente internationaler Organisationsstrukturen	591
2.1 Überblick.....	591
2.2 Die Schaffung von Konzern- und Holdingstrukturen.....	591
2.3 Die Einrichtung von Zentralbereichen.....	623
2.4 Die Entscheidung für internationale Projektorganisationen	636
2.5 Die Wahl der statutarischen Organisationsstruktur	644
3 Von der Strukturorientierung zur Prozessorientierung.....	649
3.1 Von der Restrukturierung zur Prozessorientierung.....	649
3.2 Arten von Prozessen	651
3.3 Verbesserung von Geschäftsprozessen.....	654
3.4 Das schwierige Verhältnis von Strukturen und Prozessen	655
Fragen zur Selbstkontrolle	658
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung	664

Kapitel 5**Kultur in der internationalen Unternehmung**

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick	671
1 Terminologische und inhaltliche Grundlagen der Kulturthematik	674
1.1 Ein allgemeines Verständnis von Kultur	674
1.2 Kulturfelder in der internationalen Unternehmung	678
1.3 Ursprung und Entwicklung der Kulturforschung im Internationalen Management	680
2 Die Unternehmungskultur internationaler Unternehmungen.....	686
2.1 Auffassungen über Unternehmungskultur	686
2.2 Unternehmungskultur und das Sprachspiel von der Oberflächen- und Tiefenstruktur	692
2.3 Beschreibungsmerkmale für Unternehmungskulturen.....	694
2.4 Die Entwicklung von Unternehmungskulturen	697
3 Die Landeskultur in internationalen Unternehmungen	702
3.1 Einleitender Überblick.....	702
3.2 Die Kulturdimensionen von Kluckhohn/Strodtbeck.....	703
3.3 Die Kulturdimensionen von Hall	710
3.4 Die Kulturdimensionen von Hofstede	718
3.5 Die Kulturdimensionen von Trompenaars	734
3.6 Die GLOBE-Studie	744
3.7 Das Dölfersche Schichtenmodell.....	766
3.8 Zusammenfassende Schlussfolgerungen zu den vorgestellten Kulturstudien	775
3.9 Überblick über weitere Kulturstudien	781

4	Kulturgeprägte Unternehmungsformen.....	793
4.1	Einleitende Überlegungen	793
4.2	Die japanischen Keiretsu	794
4.3	Die koreanischen Chaebol	798
4.4	Die chinesischen Family Business Networks	800
4.5	Zwischenfazit	804
5	Die internationale Unternehmung in ihrer Multikulturalität.....	807
5.1	Die Universalismus-Kulturismus-Debatte	807
5.2	Die Gründe für Multikulturalität in der internationalen Unternehmung.....	809
5.3	Probleme der Forschung vor dem Hintergrund der Multikulturalität	811
	Fragen zur Selbstkontrolle	812
	Fragen und Aufgaben zur Vertiefung.....	817

Kapitel 6**Strategien der internationalen Unternehmung**

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick	823
1 Terminologische und konzeptionelle Grundlagen.....	825
1.1 Definition und Charakterisierung des Strategiebegriffs	825
1.2 Theoretische Ansätze der Strategieforschung.....	840
2 Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien	848
2.1 Einleitender Überblick über Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien	848
2.2 Export	855
2.3 Lizenzierung	866
2.4 Franchising	875
2.5 Vertragsfertigung	881
2.6 Kooperative Formen des Markteintritts und der Marktbearbeitung.....	885
2.7 Minderheitsbeteiligung.....	902
2.8 Tochtergesellschaften	905
2.9 Fusion	923
2.10 Sonstige Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien.....	927
2.11 Die Auswahl der Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie	931
2.12 Schlussüberlegungen zu Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien	939
3 Zielmarktstrategien.....	942
3.1 Informationen über Auslandsmärkte als Grundlage für Zielmarktstrategien	942
3.2 Marktpräsenzstrategien	948
3.3 Marktselektionsstrategien	955
3.4 Marktsegmentierungsstrategien	978

4 Timingstrategien	986
4.1 Länderspezifische Timingstrategien	986
4.2 Länderübergreifende Timingstrategien	991
5 Allokationsstrategien.....	998
5.1 Konfigurationsstrategien – Die Entscheidung zwischen Zentralisierung und Dezentralisierung	998
5.2 Leistungsstrategien – Die Entscheidung zwischen Standardisierung und Differenzierung	1009
6 Koordinationsstrategien.....	1015
6.1 Grundlagen zur Koordinationsproblematik	1015
6.2 Gründe für den Koordinationsbedarf in der internationalen Unternehmung	1019
6.3 Strategien für den Umgang mit Koordinationsbedarf in der internationalen Unternehmung	1025
6.4 Zusammenfassender Ausblick zu Koordinationsstrategien	1060
7 Schlussbetrachtung	1066
Fragen zur Selbstkontrolle	1069
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung	1075

Kapitel 7**Dynamik in der internationalen Unternehmung**

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick	1083
1 Grundlagen eines Prozessmanagements	1085
1.1 Klassifizierung bestehender Internationalisierungsansätze	1086
1.2 Die Prozessmechanik	1095
1.3 Die Prozesstrilogie der Internationalisierung: Evolution, Episoden und Epochen	1108
2 Unternehmungsentwicklung durch internationale Evolution	1117
2.1 Ursachen inkrementaler Internationalisierungsprozesse	1117
2.2 Führung der geplanten internationalen Evolution	1119
2.3 Analysemethoden zur Unterstützung des Managements der geplanten internationalen Evolution	1141
3 Unternehmungsentwicklung durch Internationalisierungsepisoden	1149
3.1 Ursachen von Internationalisierungsepisoden	1149
3.2 Führung von Internationalisierungsepisoden	1151
3.3 Analysemethoden zur Unterstützung des Episodenmanagements	1180
4 Unternehmungsentwicklung durch Internationalisierungsepochen	1183
4.1 Ursachen von Internationalisierungsepochen	1183
4.2 Führung von Internationalisierungsepochen	1185
4.3 Analysemethoden zur Unterstützung des Epochenmanagements	1196
5 Zusammenfassende Schlussbetrachtung	1209
Fragen zur Selbstkontrolle	1212
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung	1215

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Hinweise zum Aufbau des Buches.....	XX
Inhaltsübersicht.....	XXII
Inhaltsverzeichnis.....	XXXIV
Abbildungsverzeichnis.....	LXII
Textboxverzeichnis.....	LXXVI

Kapitel 1

Internationalisierung der Wirtschaft

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick	3
1 Internationalisierung der Wirtschaft als historisches Phänomen.....	7
1.1 Anfänge der Internationalisierung.....	7
1.2 Internationalisierung im Mittelalter	8
1.3 Internationalisierung ab der Kolonialzeit.....	10
1.4 Internationalisierung ab der Industriellen Revolution	12
1.5 Fazit: Internationalisierung – kein neues Phänomen	14
2 Internationalisierung und Außenhandel	15
2.1 Terminologische und inhaltliche Grundlagen.....	15
2.1.1 Basisformen des Außenhandels	16
2.1.1.1 Export und Import	16
2.1.1.1.1 Grundlagen und Typen von Export und Import	16
2.1.1.1.2 Export und Import als General- und Spezialhandel.....	20
2.1.1.1.3 Beziehungen zwischen Export- und Importströmen	23

2.1.1.2 Transithandel	29
2.1.2 Sonderformen des Außenhandels.....	33
2.1.2.1 Grenzüberschreitende Veredelungsgeschäfte.....	33
2.1.2.2 Grenzüberschreitende Kompensationsgeschäfte	35
2.1.3 Motive des Außenhandels.....	39
2.2 Der weltweite Außenhandel.....	40
2.2.1 Die Entwicklung des Welthandels	40
2.2.1.1 Die langfristige Entwicklung des Welthandels	41
2.2.1.2 Die langfristige Entwicklung des Welthandels im Vergleich mit anderen weltwirtschaftlichen Daten	43
2.2.1.3 Die jüngere Entwicklung des Welthandels.....	48
2.2.2 Die zentralen Staaten im Welthandel.....	51
2.2.2.1 Allgemeine Betrachtung.....	51
2.2.2.2 Betrachtung der europäischen Situation.....	55
2.3 Der Außenhandel Deutschlands.....	62
2.3.1 Die Entwicklung des Außenhandels Deutschlands	63
2.3.2 Der Außenhandel Deutschlands nach Bundesländern.....	68
2.3.3 Der Außenhandel Deutschlands nach Warengruppen.....	71
2.3.4 Der Außenhandel Deutschlands nach Regionen	75
2.3.4.1 Die regionale Verteilung des deutschen Außenhandels nach Erdteilen.....	75
2.3.4.2 Die regionale Verteilung des deutschen Außenhandels nach Ländergruppen.....	76
2.3.4.3 Die wichtigsten Handelspartner Deutschlands.....	78
2.3.4.4 Deutschland als Handelspartner aus der Sicht anderer Länder	80
3 Internationalisierung und Direktinvestitionen.....	84
3.1 Terminologische und inhaltliche Grundlagen.....	84
3.1.1 Definition und Abgrenzung von Direktinvestitionen	84
3.1.2 Die sogenannte Direktinvestitionsannahme	86
3.1.3 Motive und Konsequenzen der Direktinvestitionen.....	89
3.1.4 Betrachtungsebenen für Direktinvestitionen.....	93
3.1.5 Bestandteile von Direktinvestitionen.....	94
3.1.5.1 Die Unterscheidung zwischen Erst- und Folgeinvestitionen	94
3.1.5.2 Die Unterscheidung zwischen Eigenkapital- und Fremdkapitalanteilen	96

3.1.5.3 Zwischenfazit	99
3.1.6 Empirische Erfassung von Direktinvestitionen	99
3.1.7 Probleme der empirischen Erfassung von Direktinvestitionen	102
3.2 Die weltweiten Direktinvestitionen	104
3.2.1 Die Entwicklung der weltweiten Direktinvestitionstätigkeit.....	105
3.2.1.1 Die langfristige Entwicklung der weltweiten Direktinvestitionstätigkeit	105
3.2.1.2 Ein Vergleich der weltweiten Direktinvestitionen mit anderen weltwirtschaftlichen Daten	109
3.2.1.3 Die jüngere Entwicklung der weltweiten Direktinvestitionen	111
3.2.2 Die zentralen Staaten der weltweiten Direktinvestitionstätigkeit.....	112
3.2.2.1 Allgemeine Betrachtung.....	112
3.2.2.1.1 Direktinvestitionsbestände	113
3.2.2.1.2 Direktinvestitionsflüsse.....	116
3.2.2.2 Betrachtung der europäischen Situation.....	123
3.3 Die Direktinvestitionen in und aus Deutschland	125
3.3.1 Die Entwicklung der Direktinvestitionstätigkeit Deutschlands.....	126
3.3.1.1 Direktinvestitionsbestände	126
3.3.1.2 Direktinvestitionsflüsse	126
3.3.2 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Bundesländern	130
3.3.3 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Branchen.....	131
3.3.4 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Regionen	133
3.3.4.1 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Ländergruppen	133
3.3.4.2 Die Direktinvestitionen Deutschlands nach Ländern.....	134
3.4 Direktinvestitionen im Zusammenhang mit Außenhandel und weiteren Formen der außenwirtschaftlichen Verflechtung.....	139
4 Internationalisierung und die Zahlungsbilanz.....	144
4.1 Definition der Zahlungsbilanz	144
4.2 Aufbau der Zahlungsbilanz	147
4.3 Die Teilbilanzen Leistungsbilanz und Kapitalbilanz	149
4.3.1 Eine Betrachtung der Leistungsbilanz	149
4.3.1.1 Die Inhalte der Leistungsbilanz.....	149
4.3.1.2 Die Leistungsbilanz der Bundesrepublik Deutschland	151
4.3.2 Eine Betrachtung der Kapitalbilanz	155
4.4 Die Datenbasis der Zahlungsbilanz	157

5 Globalisierungstendenzen in der Weltwirtschaft.....	159
5.1 Globalisierung ist ... ? – Die Bedeutung von Globalisierung.....	159
5.2 Globalisierung von ... ? – Die Objekte der Globalisierung	162
5.2.1 Globalisierung von Märkten.....	163
5.2.2 Globalisierung von Unternehmungen	165
5.2.3 Globalisierung weiterer Lebensbereiche	168
5.3 Globalisierung ist nicht gleich ... ? – Der Versuch einer Abgrenzung	172
5.3.1 Globalisierung und Internationalisierung	172
5.3.2 Globalisierung und Regionalisierung.....	173
5.3.3 Globalisierung und Denationalisierung.....	174
5.3.4 Zwischenfazit.....	174
5.4 Konsequenzen der Globalisierung.....	175
5.4.1 Einleitende Überlegungen zu den Konsequenzen der Globalisierung	175
5.4.2 Vereinheitlichung als Konsequenz	176
5.4.2.1 Vereinheitlichungstendenzen auf gesamtwirtschaftlicher Ebene	176
5.4.2.2 Vereinheitlichungstendenzen auf einzelwirtschaftlicher Ebene	177
5.4.3 Ausgewählte Konsequenzen auf der „Negativseite“.....	178
5.4.4 Ausgewählte Konsequenzen auf der „Positivseite“	180
5.5 Ursachen der Globalisierung	182
5.5.1 Zunehmende Deregulierungstendenzen	182
5.5.2 Zunehmende Kooperations- und Integrationstendenzen	184
5.5.2.1 Kooperationsformen	184
5.5.2.2 Integrationsformen.....	185
5.5.3 Öffnung ehemaliger Planwirtschaften sowie Auftreten neuer Wettbewerber auf dem Weltmarkt	191
5.5.4 Technologischer Fortschritt	193
5.5.5 Sozio-ökonomische bzw. sozio-kulturelle Gründe	195
5.5.6 Weiterführender Ausblick	198
5.6 Ländergruppen in der Weltwirtschaft – Zeichen der Regionalisierung statt Globalisierung?	200
5.6.1 Einteilung der Ländergruppen nach dem Entwicklungsstand.....	201
5.6.1.1 Darstellung zentraler Klassifikationen.....	201
5.6.1.2 Analyse zentraler Klassifikationen	206
5.6.2 Einteilung der Ländergruppen nach der Zugehörigkeit zu politischen und wirtschaftlichen Gemeinschaften.....	210
5.6.3 Zusammenfassende Beurteilung der Ländergruppenbildung.....	213

6 Anhang: Quellen zur Internationalisierung der Wirtschaft	216
6.1 Quellen nationaler Institutionen	216
6.2 Quellen internationaler Institutionen	218
6.3 Sonstige Quellen	220
6.4 Wissenschaftliche Beiträge zur Internationalisierung	221
Fragen zur Selbstkontrolle	227
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung	232

Kapitel 2

Die internationale Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick	239
1 Ein Grundverständnis der internationalen Unternehmung	241
1.1 Die Ursprünge internationaler Unternehmungen	241
1.2 Ein erster Eindruck von der Bedeutung internationaler Unternehmungen	242
1.3 Ein einführendes Beispiel einer internationalen Unternehmung	243
1.4 Definitionen der internationalen Unternehmung	244
1.5 Trugschlüsse über die internationale Unternehmung	246
1.6 Überblick über die wichtigsten Markteintritts- und Marktbearbeitungsformen der internationalen Unternehmung	254
1.7 Vom Grundverständnis zu alternativen Betrachtungsmöglichkeiten der internationalen Unternehmung	257
2 Quantitative Betrachtungen der internationalen Unternehmung	259
2.1 Quantitativ-absolute Betrachtung	259
2.1.1 Bestandsgrößen	259
2.1.2 Bewegungsgrößen	261
2.1.3 Bestandsgrößen und Bewegungsgrößen im größeren Zusammenhang	262
2.2 Quantitativ-relative Betrachtung	263
2.2.1 Die Auslandsquote	264
2.2.2 Das Internationalisierungsprofil	267
2.2.3 Der Internationalisierungsindex	268
2.2.4 Der Internationalisierungsgrad	273
2.2.5 Markt- bzw. konkurrenzbezogene quantitativ-relative Betrachtungen	274
2.3 Beurteilung quantitativer Betrachtungen	278
2.3.1 Allgemeine Beurteilung der quantitativen Internationalitätsmessung	279
2.3.2 Spezielle Beurteilung der Internationalitäts- und Erfolgsmessung	283
3 Qualitative Betrachtungen der internationalen Unternehmung	286
3.1 Einleitender Überblick über die qualitativen Konzepte der internationalen Unternehmung	286

3.2 Die mehrstufigen Konzepte der internationalen Unternehmung	287
3.2.1 Das Konzept von Perlmutter.....	287
3.2.1.1 Darstellung des Konzepts von Perlmutter.....	287
3.2.1.2 Diskussion des Konzepts von Perlmutter	291
3.2.2 Das Konzept von Bartlett/Ghoshal	297
3.2.2.1 Darstellung des Konzepts von Bartlett/Ghoshal.....	297
3.2.2.2 Diskussion des Konzepts von Bartlett/Ghoshal	299
3.2.3 Die mehrstufigen Konzepte im Vergleich – eine kurze Zwischenbetrachtung	307
3.3 Die einstufigen Konzepte der internationalen Unternehmung	309
3.3.1 Das Konzept von Hedlund.....	309
3.3.1.1 Darstellung des Konzepts von Hedlund.....	310
3.3.1.2 Diskussion des Konzepts von Hedlund.....	311
3.3.2 Das Konzept von Doz/Prahalad	315
3.3.2.1 Darstellung des Konzepts von Doz/Prahalad.....	315
3.3.2.2 Diskussion des Konzepts von Doz/Prahalad	316
3.3.3 Das Konzept von White/Poynter	319
3.3.3.1 Darstellung des Konzepts von White/Poynter.....	319
3.3.3.2 Diskussion des Konzepts von White/Poynter	320
3.3.4 Weitere einstufige Konzepte	322
3.4 Zusammenfassende Zwischenbetrachtung der Archetypen der internationalen Unternehmung	324
4 Ein integratives Konzept der internationalen Unternehmung	327
4.1 Darstellung des integrativen Konzepts	327
4.1.1 Anzahl und geographisch-kulturelle Distanz der bearbeiteten Länder	327
4.1.2 Art und Umfang der Wertschöpfung.....	329
4.1.3 Integration der internationalen Unternehmung	331
4.2 Diskussion des integrativen Konzepts	334
5 Tochtergesellschaften in der internationalen Unternehmung	340
5.1 Einleitende Überlegungen zur zunehmenden Bedeutung von Tochtergesellschaften	340
5.2 Die Rollentypologie von Bartlett/Ghoshal	344
5.2.1 Die Einordnung der Rollentypologie	344
5.2.2 Die Dimensionen der Rollentypologie	344

5.2.3 Die Tochtergesellschaftsrollen	346
5.3 Die Rollentypologie von Ferdows	348
5.3.1 Die Einordnung der Rollentypologie	349
5.3.2 Die Dimensionen der Rollentypologie	349
5.3.3 Die Tochtergesellschaftsrollen	351
5.4 Die Rollentypologie von Gupta/Govindarajan	355
5.4.1 Die Einordnung der Rollentypologie	355
5.4.2 Die Dimensionen der Rollentypologie	356
5.4.3 Die Tochtergesellschaftsrollen	356
5.5 Der Erkenntniswert der Rollentypologien.....	358
6 Schlussbetrachtung zur internationalen Unternehmung	366
Fragen zur Selbstkontrolle.....	368
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung	372

Kapitel 3**Theorien der internationalen Unternehmung**

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick	379
1 Theorien des Außenhandels	384
1.1 Überblick über Theorien des Außenhandels	384
1.2 Ultra-traditionelle Erklärungsansätze	384
1.2.1 Der Ansatz der Merkantilisten	384
1.2.2 Die Theorie der absoluten Kostenvorteile von Adam Smith	385
1.2.3 Die Theorie der relativen Kostenvorteile von David Ricardo	387
1.2.4 Das Faktorproportionentheorem von Heckscher/Ohlin	389
1.2.5 Zwischenfazit zu den ultra-traditionellen Erklärungsansätzen	391
1.2.5.1 Die Kritik an den realitätsfernen Annahmen der Erklärungsansätze	391
1.2.5.2 Die Kritik durch die empirische Widerlegung von Leontief (Neo-Faktorproportionentheorem)	392
1.2.5.3 Trotz aller Probleme – Der Nutzen der ultra-traditionellen Erklärungsansätze	394
1.3 Traditionelle Erklärungsansätze	394
1.3.1 Der (Nicht-)Verfügbarkeitsansatz von Kravis	395
1.3.2 Die Theorie der technologischen Lücke von Posner	397
1.3.3 Die Nachfragestrukturhypothese von Linder	401
1.3.4 Zwischenfazit zu den traditionellen Erklärungsansätzen	404
2 Theorien der Direktinvestition	405
2.1 Überblick über Theorien der Direktinvestition	405
2.2 Kapitalmarktorientierte Erklärungsansätze	405
2.2.1 Die einfache Zinssatztheorie	405
2.2.2 Die erweiterte Zinssatztheorie	407
2.2.3 Der Währungsraumansatz von Aliber	409
2.2.4 Die Portfoliotheorie der Direktinvestition nach Rugman	411
2.2.5 Zwischenfazit und Ausblick zu den kapitalmarktorientierten Erklärungsansätzen	413

2.3 Die Theorie des monopolistischen Vorteils von Hymer	415
2.4 Die Theorien des oligopolistischen Parallelverhaltens.....	419
2.5 Der Handelsschrankenansatz.....	423
3 Übergreifende Internationalisierungstheorien	426
3.1 Überblick über übergreifende Internationalisierungstheorien	426
3.2 Ansätze zur generellen Begründung der Internationalisierung	427
3.2.1 Die Verhaltenstheorie von Aharoni.....	427
3.2.2 Die Ansätze imperialistischer Begründung.....	433
3.2.3 Die Ansätze der Kostendegression	435
3.3 Ansätze zur Begründung unterschiedlicher Formen der Internationalisierung	439
3.3.1 Der Produkt(lebens)zyklusansatz von Vernon.....	439
3.3.2 Die Standortansätze.....	442
3.3.3 Der Portersche Diamant-Ansatz.....	447
3.3.4 Die Internalisierungstheorie.....	453
3.3.5 Das eklektische Paradigma von Dunning.....	460
3.3.6 Die Internationalisierungsprozessforschung der Uppsala-Schule	466
4 Kritische Gesamtbetrachtung der Internationalisierungstheorien.....	473
Fragen zur Selbstkontrolle	482
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung	486

Kapitel 4

Organisationsstrukturen der internationalen Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick	491
1 Grundformen internationaler Organisationsstrukturen	493
1.1 Darstellung der Grundformen internationaler Organisationsstrukturen	493
1.1.1 Überblick über alternative Grundformen von Organisationsstrukturen.....	493
1.1.2 Unspezifische Organisationsstrukturen internationaler Unternehmungen.....	496
1.1.3 Segregierte Organisationsstrukturen internationaler Unternehmungen: Die Internationale Division	501
1.1.4 Integrierte Organisationsstrukturen internationaler Unternehmungen.....	506
1.1.4.1 Eindimensionale integrierte Strukturen	507
1.1.4.1.1 Integrierte Funktionalstrukturen	507
1.1.4.1.2 Integrierte Geschäftsbereichs- und Produktstrukturen.....	511
1.1.4.1.3 Integrierte Regionalstrukturen	519
1.1.4.1.4 Integrierte Key-Account-Strukturen	522
1.1.4.2 Mehrdimensionale integrierte Strukturen	526
1.1.4.2.1 Matrixstrukturen	526
1.1.4.2.2 Tensorstrukturen	532
1.1.5 Netzwerkstrukturen internationaler Unternehmungen	534
1.1.5.1 Der Netzwerkbegriff	534
1.1.5.2 Intra-organisationale Netzwerke oder: Netzwerkunternehmungen.....	535
1.1.5.3 Inter-organisationale Netzwerke oder: Unternehmensnetzwerke	538
1.1.5.3.1 Merkmale und Entstehung von Unternehmensnetzwerken	538
1.1.5.3.2 Virtuelle Unternehmensnetzwerke	541
1.1.5.3.3 Der Strukturaspekt von Unternehmensnetzwerken.....	544
1.1.5.4 Die Verbindung von intra-organisationalen und inter-organisationalen Netzwerkstrukturen	545
1.1.6 Grundformen internationaler Organisationsstrukturen und qualitative Konzepte der internationalen Unternehmung.....	547

1.1.6.1 Der Zusammenhang mit Bartlett/Ghoshal.....	547
1.1.6.2 Der Zusammenhang mit Perlmutter.....	548
1.2 Entwicklung der Grundformen von internationalen Organisationsstrukturen.....	550
1.2.1 Überblick über empirische Studien zur Entwicklung internationaler Organisationsstrukturen	550
1.2.2 Empirische Studien zur Entwicklung internationaler Organisationsstrukturen	551
1.2.2.1 Die Studie von Stopford/Wells	551
1.2.2.2 Die Studie von Franko	555
1.2.2.3 Die Studien von Egelhoff	556
1.2.3 Eine kritische Würdigung der empirischen Studien.....	558
1.3 Internationale Organisationsstrukturen und Führungsorganisation	569
1.3.1 Der Zusammenhang zwischen den Grundformen internationaler Organisationsstrukturen und der Führungsorganisation.....	569
1.3.1.1 Alternativen der Führungsorganisation	570
1.3.1.2 Alternativen der Führungsorganisation und Organisationsstruktur.....	571
1.3.1.2.1 Aufgabenverteilung in Parallelität zur Gestaltung der Organisationsstruktur.....	572
1.3.1.2.2 Aufgabenverteilung in Diskrepanz zur Gestaltung der Organisationsstruktur.....	573
1.3.2 Die Spitzenverfassung von Unternehmungen im internationalen Vergleich.....	578
1.3.2.1 Einleitender Überblick.....	578
1.3.2.2 Das deutsche Modell	581
1.3.2.3 Das US-amerikanische Modell.....	585
1.3.2.4 Das japanische Modell.....	586
1.3.2.5 Das Schweizer Modell	587
1.3.2.6 Zusammenfassende und weiterführende Überlegungen	588
2 Gestaltungselemente internationaler Organisationsstrukturen.....	591
2.1 Überblick.....	591
2.2 Die Schaffung von Konzern- und Holdingstrukturen.....	591
2.2.1 Die Relevanz von Konzern- und Holdingstrukturen.....	591
2.2.2 Der Konzern	593
2.2.2.1 Definition und Merkmale des Konzerns	593

2.2.2.2 Arten von Konzernen	595
2.2.2.2.1 Juristisch orientierte Klassifikation	595
2.2.2.2.2 Betriebswirtschaftlich orientierte Klassifikation.....	598
2.2.2.3 Teileinheiten im Konzern	599
2.2.2.4 Verflechtungen im Konzern.....	600
2.2.3 Die Holding.....	601
2.2.3.1 Definition und Merkmale der Holding.....	601
2.2.3.2 Die Operative Holding.....	603
2.2.3.3 Die Strategische Holding	606
2.2.3.4 Die Finanzholding	608
2.2.3.5 Die Holdingvarianten im Vergleich	612
2.2.3.5.1 Allgemeiner Vergleich	612
2.2.3.5.2 Der Autonomiegrad in der Holding.....	615
2.2.3.5.3 Das Synergie- und Innovationspotential in der Holding	615
2.2.3.5.4 Zentralisierung und Dezentralisierung in der Holding.....	616
2.2.4 Bildung von Konzern- und Holdingstrukturen	618
2.2.5 Zusammenfassung und Ausblick	619
2.3 Die Einrichtung von Zentralbereichen.....	623
2.3.1 Definition und Relevanz von Zentralbereichen.....	623
2.3.2 Modelle von Zentralbereichen	625
2.3.3 Geographische Lokalisierung von Zentralbereichen	628
2.3.4 Zweck- und Zielsetzung einzelner Zentralbereiche	630
2.3.5 Beurteilung der Einrichtung von Zentralbereichen	633
2.4 Die Entscheidung für internationale Projektorganisationen	636
2.4.1 Definition und Abgrenzung der Projektorganisation	636
2.4.2 Arten der Projektorganisation	637
2.4.3 Projektinterne Organisationsformen.....	640
2.4.4 Gründe für die zunehmende Verbreitung von projektbezogenen Organisationsformen.....	641
2.5 Die Wahl der statutarischen Organisationsstruktur	644
3 Von der Strukturorientierung zur Prozessorientierung.....	649
3.1 Von der Restrukturierung zur Prozessorientierung.....	649
3.2 Arten von Prozessen	651
3.2.1 Geschäftsprozesse.....	651
3.2.2 Kernprozesse innerhalb der Geschäftsprozesse.....	653

3.3 Verbesserung von Geschäftsprozessen	654
3.4 Das schwierige Verhältnis von Strukturen und Prozessen	655
Fragen zur Selbstkontrolle	658
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung	664

Kapitel 5**Kultur in der internationalen Unternehmung**

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick	671
1 Terminologische und inhaltliche Grundlagen der Kulturthematik	674
1.1 Ein allgemeines Verständnis von Kultur	674
1.1.1 Der Begriff Kultur.....	674
1.1.2 Die Merkmale von Kultur	674
1.1.3 Die Funktionen von Kultur	676
1.2 Kulturfelder in der internationalen Unternehmung	678
1.3 Ursprung und Entwicklung der Kulturforschung im Internationalen Management	680
2 Die Unternehmenskultur internationaler Unternehmungen	686
2.1 Auffassungen über Unternehmenskultur	686
2.1.1 Einleitende Überlegungen	686
2.1.2 Die Elemente der Concepta-Ebene.....	688
2.1.3 Die Elemente der Percepta-Ebene.....	690
2.2 Unternehmenskultur und das Sprachspiel von der Oberflächen- und Tiefenstruktur	692
2.2.1 Einleitende Überlegungen	692
2.2.2 Die Unterscheidung zwischen Oberflächen- und Tiefenstrukturen.....	692
2.2.3 Die Anschlussfähigkeit der Oberflächen- und Tiefenstrukturdiskussion an die Unternehmenskulturdiskussion	694
2.3 Beschreibungsmerkmale für Unternehmenskulturen.....	694
2.4 Die Entwicklung von Unternehmenskulturen	697
3 Die Landeskultur in internationalen Unternehmungen	702
3.1 Einleitender Überblick.....	702
3.2 Die Kulturdimensionen von Kluckhohn/Strodtbeck.....	703
3.3 Die Kulturdimensionen von Hall.....	710
3.4 Die Kulturdimensionen von Hofstede	718
3.4.1 Darstellung der Studie von Hofstede.....	718

3.4.2 Die Dimensionen Hofstedes	720
3.4.3 Eine kurze Würdigung der Arbeit Hofstedes	731
3.5 Die Kulturdimensionen von Trompenaars	734
3.5.1 Darstellung der Studie von Trompenaars	735
3.5.2 Die Dimensionen von Trompenaars	738
3.5.3 Eine kurze Würdigung der Arbeit Trompenaars'	740
3.6 Die GLOBE-Studie	744
3.6.1 Darstellung der GLOBE-Studie	744
3.6.2 Die Kulturdimensionen der GLOBE-Studie	747
3.6.3 Die Leadership-Dimensionen der GLOBE-Studie	759
3.6.4 Eine kurze Würdigung der GLOBE-Studie	761
3.7 Das Dölfersche Schichtenmodell	766
3.7.1 Die natürlichen und kulturellen Umweltschichten	766
3.7.2 Entscheidungen vor dem Hintergrund der natürlichen und kulturellen Umweltschichten	772
3.8 Zusammenfassende Schlussfolgerungen zu den vorgestellten Kulturstudien	775
3.9 Überblick über weitere Kulturstudien	781
3.9.1 Einleitender Überblick	781
3.9.2 Studien mit Fokus auf der Concepta-Ebene	782
3.9.2.1 Generelle Werte-, Einstellungs- und Überzeugungsstudien	782
3.9.2.2 Arbeits- bzw. managementrelevante Werte-, Einstellungs- und Überzeugungsstudien	783
3.9.3 Studien mit Fokus auf der Percepta-Ebene	785
3.9.3.1 Studien zur Verhaltenswelt der Percepta-Ebene	785
3.9.3.2 Studien zur Symbolwelt der Percepta-Ebene	786
3.9.4 Studien zu „Business Systems“	789
4 Kulturgeprägte Unternehmungsformen	793
4.1 Einleitende Überlegungen	793
4.2 Die japanischen Keiretsu	794
4.2.1 Historischer Rückblick	794
4.2.2 Aktoren und Eigentumsstrukturen der Keiretsu	795
4.2.3 Struktur und Beziehungen im Keiretsu	797
4.2.4 Managementprinzipien im Keiretsu	798
4.3 Die koreanischen Chaebol	798

4.3.1 Historischer Rückblick	798
4.3.2 Aktoren und Eigentumsstrukturen der Chaebol.....	798
4.3.3 Struktur und Beziehungen im Chaebol.....	799
4.3.4 Managementprinzipien im Chaebol.....	800
4.4 Die chinesischen Family Business Networks.....	800
4.4.1 Historischer Rückblick	801
4.4.2 Aktoren und Eigentumsstrukturen der Family Business Networks	802
4.4.3 Struktur und Beziehungen im Family Business Network	803
4.4.4 Managementprinzipien im Family Business Network	803
4.5 Zwischenfazit.....	804
5 Die internationale Unternehmung in ihrer Multikulturalität.....	807
5.1 Die Universalismus-Kulturismus-Debatte	807
5.2 Die Gründe für Multikulturalität in der internationalen Unternehmung	809
5.3 Probleme der Forschung vor dem Hintergrund der Multikulturalität	811
Fragen zur Selbstkontrolle.....	812
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung	817

Kapitel 6

Strategien der internationalen Unternehmung

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick	823
1 Terminologische und konzeptionelle Grundlagen.....	825
1.1 Definition und Charakterisierung des Strategiebegriffs	825
1.1.1 Kurzdefinition und Charakterisierung des Strategiebegriffs	825
1.1.2 Erläuterung der Definition und Charakterisierung des Strategiebegriffs	827
1.1.2.1 Ziele	827
1.1.2.2 Erfolgspotentiale	829
1.1.2.3 Wettbewerbsvorteile	830
1.1.2.4 Umwelt.....	832
1.1.2.5 Ressourcen, Fähigkeiten und Kompetenzen	833
1.1.2.6 Geplante und emergente Strategien.....	835
1.1.2.7 Stoßrichtungen und Ebenen von Strategien	837
1.2 Theoretische Ansätze der Strategieforschung.....	840
1.2.1 Die Industrial-Organization-Ansätze oder: Die Betonung der Umwelt.....	840
1.2.2 Die Ressourcenbasierten Ansätze oder: Die Betonung der Unternehmung.....	841
1.2.3 Die Industrial-Organization-Ansätze und die Ressourcenbasierten Ansätze im Zusammenspiel	843
1.2.3.1 Die Unterschiede zwischen den beiden Strömungen	843
1.2.3.2 Die Zusammenführung der beiden Strömungen.....	844
1.2.4 Kritische Überlegungen zu Umwelt-Ressourcen-Konstellationen in internationalen Unternehmungen	846
2 Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien	848
2.1 Einleitender Überblick über Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien	848
2.1.1 Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien als zentrales Thema des Internationalen Managements	848

2.1.2 Kriterien zur Systematisierung der Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien	850
2.2 Export	855
2.2.1 Indirekter Export	856
2.2.1.1 Charakterisierung des indirekten Exports	856
2.2.1.2 Vorteile und Motive des indirekten Exports	856
2.2.1.3 Nachteile und Probleme des indirekten Exports	857
2.2.2 Direkter Export	858
2.2.2.1 Charakterisierung des direkten Exports	858
2.2.2.2 Vorteile und Motive des direkten Exports	861
2.2.2.3 Nachteile und Probleme des direkten Exports	864
2.3 Lizenzierung	864
2.3.1 Charakterisierung der Lizenzierung	864
2.3.2 Vorteile und Motive der Lizenzierung	870
2.3.3 Nachteile und Probleme der Lizenzierung	872
2.4 Franchising	875
2.4.1 Charakterisierung des Franchising	875
2.4.2 Vorteile und Motive des Franchising	878
2.4.3 Nachteile und Probleme des Franchising	880
2.5 Vertragsfertigung	881
2.5.1 Charakterisierung der Vertragsfertigung	881
2.5.2 Vorteile und Motive der Vertragsfertigung	882
2.5.3 Nachteile und Probleme der Vertragsfertigung	884
2.6 Kooperative Formen des Markteintritts und der Marktbearbeitung	885
2.6.1 Einführende Überlegungen zu Kooperationen	885
2.6.2 Joint Venture	887
2.6.2.1 Charakterisierung des Joint Ventures	888
2.6.2.2 Vorteile und Motive des Joint Ventures	891
2.6.2.3 Nachteile und Probleme des Joint Ventures	894
2.6.3 Strategische Allianz	897
2.6.3.1 Charakterisierung der Strategischen Allianz	897
2.6.3.2 Vorteile und Motive der Strategischen Allianz	899
2.6.3.3 Nachteile und Probleme der Strategischen Allianz	901
2.7 Minderheitsbeteiligung	902
2.7.1 Charakterisierung der Minderheitsbeteiligung	903

2.7.2 Vorteile und Motive der Minderheitsbeteiligung.....	904
2.7.3 Nachteile und Probleme der Minderheitsbeteiligung	904
2.8 Tochtergesellschaften	905
2.8.1 Tochtergesellschaften im Allgemeinen.....	905
2.8.1.1 Charakterisierung von Tochtergesellschaften.....	905
2.8.1.2 Vorteile und Motive für die Etablierung von Tochtergesellschaften.....	908
2.8.1.3 Nachteile und Probleme der Etablierung von Tochtergesellschaften.....	909
2.8.2 Tochtergesellschaften durch Neugründung.....	909
2.8.2.1 Charakterisierung der Neugründung.....	909
2.8.2.2 Vorteile und Motive der Neugründung	911
2.8.2.3 Nachteile und Probleme der Neugründung.....	912
2.8.3 Tochtergesellschaften als Akquisition	914
2.8.3.1 Charakterisierung der Akquisition	914
2.8.3.2 Vorteile und Motive der Akquisition.....	918
2.8.3.3 Nachteile und Probleme der Akquisition	921
2.9 Fusion.....	923
2.9.1 Charakterisierung der Fusion	923
2.9.2 Vorteile und Motive der Fusion.....	925
2.9.3 Nachteile und Probleme der Fusion	926
2.10 Sonstige Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien.....	927
2.10.1 Managementverträge.....	928
2.10.2 Markteintritts- und Marktbearbeitungsformen im Investitionsgütergeschäft	929
2.11 Die Auswahl der Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie	931
2.12 Schlussüberlegungen zu Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien.....	939
3 Zielmarktstrategien.....	942
3.1 Informationen über Auslandsmärkte als Grundlage für Zielmarktstrategien	942
3.1.1 Einleitende Überlegungen zur Information über Auslandsmärkte	942
3.1.2 Informationsgewinnung	943
3.1.3 Informationsverarbeitung.....	946
3.1.4 Informationsspeicherung	948

3.2	Marktpräsenzstrategien	948
3.2.1	Basale Marktpräsenzstrategien	949
3.2.2	Geographische Marktpräsenzstrategien.....	951
3.2.3	Attraktivitätsorientierte Marktpräsenzstrategien.....	952
3.2.4	Ausgleichsorientierte Marktpräsenzstrategien.....	954
3.2.5	Zwischenfazit.....	955
3.3	Marktselektionsstrategien	955
3.3.1	Zentrale Kriterien für die Marktselektion.....	956
3.3.1.1	Die Ländermarktattraktivität.....	956
3.3.1.2	Die Ländermarktrisiken	957
3.3.1.3	Die Ländermarkteintrittsbarrieren	961
3.3.2	Zentrale Verfahren der Marktselektion	963
3.3.2.1	Einstufige Verfahren der Marktselektion	964
3.3.2.1.1	Checklistenverfahren	964
3.3.2.1.2	Verfahren der aspektweisen Elimination.....	966
3.3.2.1.3	Punktbewertungsverfahren	966
3.3.2.1.4	Investitionsrechnungsverfahren	968
3.3.2.1.5	Portfolioverfahren.....	968
3.3.2.2	Mehrstufige Verfahren der Marktselektion	972
3.3.2.2.1	Ein allgemeiner Vorschlag für ein mehrstufiges Verfahren der Marktselektion	972
3.3.2.2.2	Ein konkreter Vorschlag für ein mehrstufiges Verfahren der Marktselektion als Heuristik	974
3.3.3	Die Individualität von Marktselektionsstrategien.....	978
3.4	Marktsegmentierungsstrategien	978
3.4.1	Varianten der Marktsegmentierung	979
3.4.1.1	Intranationale Marktsegmentierung	979
3.4.1.2	Die integrale Marktsegmentierung	981
3.4.2	Die Individualität von Marktsegmentierungsstrategien	982
4	Timingstrategien	986
4.1	Länderspezifische Timingstrategien	986
4.1.1	Die First-Mover-Strategie	987
4.1.2	Die Follower-Strategie	988
4.2	Länderübergreifende Timingstrategien.....	991
4.2.1	Die Wasserfallstrategie	991

4.2.2 Die Sprinklerstrategie	994
4.2.3 Die kombinierte Wasserfall-Sprinkler-Strategie.....	996
5 Allokationsstrategien	998
5.1 Konfigurationsstrategien – Die Entscheidung zwischen Zentralisierung und Dezentralisierung	998
5.1.1 Das Verständnis von Konfiguration	998
5.1.2 Varianten der Konfigurationsstrategie	1000
5.1.3 Vorteile der Zentralisierungsstrategie.....	1002
5.1.4 Vorteile der Dezentralisierungsstrategie.....	1004
5.1.5 Ein erweitertes Verständnis von Konfigurationsstrategien	1005
5.2 Leistungsstrategien – Die Entscheidung zwischen Standardisierung und Differenzierung	1009
5.2.1 Varianten der Leistungsstrategie.....	1009
5.2.2 Vorteile der Standardisierungsstrategie	1009
5.2.3 Vorteile der Differenzierungsstrategie	1011
5.2.4 Ein erweitertes Verständnis von Leistungsstrategien	1011
6 Koordinationsstrategien	1015
6.1 Grundlagen zur Koordinationsproblematik	1015
6.1.1 Der Begriff der Koordination und dessen Bedeutung für die internationale Unternehmung	1015
6.1.2 Arten der Koordination in der internationalen Unternehmung	1016
6.2 Gründe für den Koordinationsbedarf in der internationalen Unternehmung.....	1019
6.2.1 Arbeitsteilung.....	1020
6.2.2 Interdependenzen	1022
6.2.3 Schnittstellen.....	1023
6.2.4 Zwischenfazit.....	1024
6.3 Strategien für den Umgang mit Koordinationsbedarf in der internationalen Unternehmung	1025
6.3.1 Koordinationsbedarfsreduzierende Strategien	1025
6.3.1.1 Strategien des Outsourcing	1026
6.3.1.2 Strategien des Aufbaus von Überschussressourcen	1028
6.3.1.3 Strategien der Flexibilisierung von Ressourcen.....	1029
6.3.1.4 Sonstige Strategien der Koordinationsbedarfsreduktion.....	1032

6.3.2 Koordinationsbedarfsdeckende Strategien	1033
6.3.2.1 Einleitender Überblick über koordinationsbedarfsdeckende Strategien	1033
6.3.2.2 Strukturelle Koordinationsstrategien	1035
6.3.2.3 Technokratische Koordinationsstrategien	1040
6.3.2.4 Personenorientierte Koordinationsstrategien	1047
6.3.2.5 Sonstige Strategien der Koordinationsbedarfsdeckung	1051
6.3.2.5.1 Transferpreise	1052
6.3.2.5.2 Wissenstransfer	1058
6.3.2.5.3 Selbstorganisation	1060
6.4 Zusammenfassender Ausblick zu Koordinationsstrategien	1060
6.4.1 Überblick über Studien zu idealtypischen Koordinationsstrategien	1061
6.4.1.1 Die Studie von Egelhoff	1061
6.4.1.2 Die Studie von Bartlett/Ghoshal	1062
6.4.2 Auf der Suche nach der idealen Koordinationsstrategie	1064
7 Schlussbetrachtung	1066
Fragen zur Selbstkontrolle	1069
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung	1075

Kapitel 7**Dynamik in der internationalen Unternehmung**

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick	1083
1 Grundlagen eines Prozessmanagements.....	1085
1.1 Klassifizierung bestehender Internationalisierungsansätze	1086
1.1.1 Ansätze zu Aufbauorganisationen.....	1087
1.1.2 Ansätze zu Ablauforganisationen.....	1087
1.1.3 Theorien der Unternehmung	1088
1.1.4 Theorien der Unternehmungsentwicklung.....	1089
1.1.4.1 Lebenszyklustheorien	1090
1.1.4.2 Evolutionäre Prozesstheorien.....	1091
1.1.4.3 Dialektische Prozesstheorien.....	1092
1.1.4.4 Teleologische Prozesstheorien.....	1094
1.2 Die Prozessmechanik.....	1095
1.2.1 Der Kernprozess	1097
1.2.1.1 Die Prozessstruktur.....	1097
1.2.1.2 Die Allokation von Zeit	1098
1.2.1.2.1 Die Dauer und das Zeitbudget von Prozessen.....	1098
1.2.1.2.2 Das Prozessmuster.....	1098
1.2.1.2.3 Die Synchronisation von Prozessen.....	1099
1.2.1.2.4 Die soziale Zeit.....	1099
1.2.1.3 Die Prozesslogik	1100
1.2.2 Das Prozessumfeld	1100
1.2.2.1 Prozesse im Umfeld des Kernprozesses	1101
1.2.2.2 Netzwerke im Prozessumfeld	1101
1.2.2.3 Ressourcen im Prozessumfeld	1102
1.2.3 Der Prozessinhalt.....	1103
1.2.3.1 Die Prozessebene und die Prozessreichweite.....	1104
1.2.3.2 Die Handlungsalternativen.....	1105
1.2.3.3 Die Intensität des organisationalen Wandels.....	1105

1.3 Die Prozesstrilogie der Internationalisierung: Evolution, Episoden und Epochen	1108
1.3.1 Internationale Evolution	1109
1.3.2 Internationalisierungsepisoden	1110
1.3.3 Internationalisierungsepochen	1112
1.3.4 Die „Drei E's“ als Konstellationen von Kernprozess, Prozessumfeld und Prozessinhalt	1114
2 Unternehmungsentwicklung durch internationale Evolution	1117
2.1 Ursachen inkrementaler Internationalisierungsprozesse	1117
2.2 Führung der geplanten internationalen Evolution	1119
2.2.1 Von der inkrementalen zur geplanten internationalen Evolution	1119
2.2.2 Prozessmanagement der geplanten internationalen Evolution	1122
2.2.2.1 Veränderungen durch Ad-hoc-Strukturierung	1122
2.2.2.2 Veränderungen durch Korrektur des internationalen Tagesgeschäftes	1125
2.2.2.3 Veränderungen durch Reorganisation von Prozessen	1127
2.2.3 Führung der Prozessinhalte der internationalen Evolution	1132
2.2.4 Führung des Prozessumfeldes der internationalen Evolution	1135
2.2.4.1 Mikronetzwerke im Umfeld der internationalen Evolution	1135
2.2.4.2 Ressourcen im Umfeld der internationalen Evolution	1136
2.2.4.3 Prozesse im Umfeld der internationalen Evolution	1138
2.2.5 Evolution der konzeptionellen Gesamtsicht	1140
2.3 Analysemethoden zur Unterstützung des Managements der geplanten internationalen Evolution	1141
3 Unternehmungsentwicklung durch Internationalisierungsepisoden	1149
3.1 Ursachen von Internationalisierungsepisoden	1149
3.1.1 Unternehmungskonfigurationen	1150
3.1.2 Wandel von Unternehmungskonfigurationen	1151
3.2 Führung von Internationalisierungsepisoden	1151
3.2.1 Führungsalternativen in Internationalisierungsepisoden	1152
3.2.1.1 Führung von Episodeninhalten	1152
3.2.1.2 Führung des Kernprozesses der Episode	1154
3.2.1.3 Führung des Prozessumfeldes	1158
3.2.1.3.1 Das Prozessumfeld	1159

3.2.1.3.2 Internationalisierungsepisoden im Spannungsfeld von Potentialen und sozio-ökonomischem Feld.....	1160
3.2.2 Episodenmanagement am Beispiel internationaler Akquisitionen.....	1165
3.2.2.1 Ein Phasenschema für Akquisitionsepisoden.....	1165
3.2.2.2 Allokation von Zeit und Dauer der Teilprozesse	1172
3.2.2.3 Logik und Struktur der Teilprozesse	1177
3.2.2.4 Synchronisation mit Umfeldereignissen und -prozessen	1179
3.3 Analysemethoden zur Unterstützung des Episodenmanagements	1180
4 Unternehmungsentwicklung durch Internationalisierungsepochen.....	1183
4.1 Ursachen von Internationalisierungsepochen.....	1183
4.2 Führung von Internationalisierungsepochen.....	1185
4.2.1 Führungsgrößen für Internationalisierungsepochen.....	1185
4.2.1.1 Die konzeptionelle Gesamtsicht im Rahmen des Epochenmanagements.....	1186
4.2.1.2 Der normative Charakter des Epochenmanagements.....	1188
4.2.1.3 Leit motive für Internationalisierungsepochen	1189
4.2.2 Gestaltung von strategischen Zugfolgen	1191
4.2.2.1 Beispiele für Epochenstrukturen: Reihungen und Parallelisierungen	1191
4.2.2.2 Bewertung strategischer Zugfolgen	1194
4.3 Analysemethoden zur Unterstützung des Epochenmanagements.....	1196
4.3.1 Der relative Internationalisierungsgrad	1196
4.3.2 Das Internationalisierungspotential	1199
4.3.3 Die Internationalisierungsmatrix	1200
4.3.4 Ein Fallbeispiel: Internationale Dynamik in der Lampenbranche.....	1203
5 Zusammenfassende Schlussbetrachtung	1209
Fragen zur Selbstkontrolle.....	1212
Fragen und Aufgaben zur Vertiefung	1215

Verzeichnisse und Kompaktlexikon

Literaturverzeichnis.....	1219
Unternehmens- und Markenverzeichnis.....	1383
Organisationen- und Institutionenverzeichnis.....	1395
Länder- und Regionenverzeichnis.....	1399
Stichwortverzeichnis.....	1407
Kompaktlexikon Internationales Management.....	1437

Abbildungsverzeichnis

Kapitel 1

Internationalisierung der Wirtschaft

Abb. 1-1: Übersicht über Basis- und Sonderformen des Außenhandels	16
Abb. 1-2: Die Basisformen des Außenhandels	18
Abb. 1-3: Die Unterscheidung zwischen direktem und indirektem Außenhandel	19
Abb. 1-4: Das Überschreiten von Landes- und Zollgrenzen bei Einfuhr und Ausfuhr	21
Abb. 1-5: Generalhandel versus Spezialhandel	23
Abb. 1-6: Einfuhr- und Ausfuhrpreise sowie Terms-of-Trade der Bundesrepublik Deutschland	26
Abb. 1-7: Strukturübersicht über die Betrachtungen zum weltweiten Außenhandel....	40
Abb. 1-8: Die Entwicklung des Welthandels seit 1938	42
Abb. 1-9: Wachstum und Volatilität von Weltsozialprodukt und Welthandel zwischen 1870 und 2006	43
Abb. 1-10: Das Volumen des Welthandels im Verhältnis zum Weltsozialprodukt	44
Abb. 1-11: Die Entwicklung des Welthandels seit 1980	48
Abb. 1-12: Der weltweite Warenhandel nach Weltregionen	51
Abb. 1-13: Die führenden Welthandelsländer	52
Abb. 1-14: Unterschiede in der Exportorientierung von Ländern	54
Abb. 1-15: Weltmarktanteile einzelner Länder im Exportgeschäft.....	55
Abb. 1-16: Anteil der Exporte an EU-Länder an den gesamten Exporten	56
Abb. 1-17: Die Export-Verflechtung der EU-Länder (absolute Betrachtung)	58
Abb. 1-18: Die Export-Verflechtung der EU-Länder (relative Betrachtung)	60
Abb. 1-19: Strukturübersicht über die Betrachtungen zum Außenhandel Deutschlands	62
Abb. 1-20: Der deutsche Außenhandel seit 1980	64

Abb. 1-21: Ausfuhrüberschüsse im deutschen Außenhandel seit 1980.....	66
Abb. 1-22: Die Exportquoten ausgewählter Branchen	68
Abb. 1-23: Der deutsche Außenhandel differenziert nach Bundesländern	69
Abb. 1-24: Der Anteil des Exportumsatzes am Gesamtumsatz des Verarbeitenden Gewerbes nach Bundesländern.....	70
Abb. 1-25: Der deutsche Außenhandel differenziert nach Warengruppen.....	71
Abb. 1-26: Die Importabhängigkeit Deutschlands bei zentralen Rohstoffen	72
Abb. 1-27: Die wichtigsten Produktkategorien für den deutschen Außenhandel.....	74
Abb. 1-28: Die internationale Vernetzung einzelner Branchen des Verarbeitenden Gewerbes in Deutschland	75
Abb. 1-29: Der deutsche Außenhandel differenziert nach Erdteilen	76
Abb. 1-30: Der deutsche Außenhandel differenziert nach Ländergruppen	77
Abb. 1-31: Die wichtigsten Handelspartner Deutschlands	78
Abb. 1-32: Export- und Importüberschüsse Deutschlands mit den wichtigsten Handelspartnern	79
Abb. 1-33: Deutschland als Handelspartner für EU(25)-Länder.....	81
Abb. 1-34: Deutsche Marktanteile am Gesamtimport in europäischen Ländern	82
Abb. 1-35: Betrachtungsebenen bei Direktinvestitionen	94
Abb. 1-36: Strukturübersicht über die Betrachtungen zu den weltweiten Direktinvestitionen.....	105
Abb. 1-37: Entwicklung der Direktinvestitionsbestände nach Ursprungsländern	108
Abb. 1-38: Entwicklung der Direktinvestitionsbestände nach Bestimmungsländern ...	109
Abb. 1-39: Direktinvestitionen in der Weltwirtschaft – Betrachtung im Zeitablauf	110
Abb. 1-40: Die Entwicklung der weltweiten Direktinvestitionsbestände seit 1980	111
Abb. 1-41: Die wichtigsten Empfängerländer von Direktinvestitionen (FDI Inward Stock).....	113
Abb. 1-42: Die wichtigsten Geberländer von Direktinvestitionen (FDI Outward Stock).....	114
Abb. 1-43: Gegenüberstellung des Direktinvestitionsbestands im Ausland und des Direktinvestitionsbestands im Inland.....	115
Abb. 1-44: Einfließende Direktinvestitionen in den 12 wichtigsten Empfängerländern für Direktinvestitionen.....	117

Abb. 1-45: Abfließende Direktinvestitionen aus den 12 wichtigsten Geberländern für Direktinvestitionen	120
Abb. 1-46: Ein Vergleich der Direktinvestitionszuflüsse mit den -abflüssen wichtiger Länder.....	123
Abb. 1-47: Die intra-europäische Verflechtung bei Direktinvestitionsbeständen	124
Abb. 1-48: Strukturübersicht über die Betrachtungen der Direktinvestitionen in und aus Deutschland	125
Abb. 1-49: Deutsche Direktinvestitionszuflüsse und -abflüsse	127
Abb. 1-50: Die Direktinvestitionsbestände Deutschlands nach Bundesländern	131
Abb. 1-51: Die Direktinvestitionsbestände Deutschlands nach Branchen.....	132
Abb. 1-52: Die Direktinvestitionsbestände Deutschlands nach Ländergruppen.....	134
Abb. 1-53: Die wichtigsten Empfängerländer der deutschen Direktinvestitionen	135
Abb. 1-54: Die wichtigsten Geberländer der deutschen Direktinvestitionen.....	137
Abb. 1-55: Die Direktinvestitionsbilanz mit ausgewählten Direktinvestitionspartnern Deutschlands	138
Abb. 1-56: Strukturübersicht über die Betrachtungen zu Internationalisierung und Außenhandel	140
Abb. 1-57: Strukturübersicht über die Betrachtungen zu Internationalisierung und Direktinvestitionen	141
Abb. 1-58: Die deutsche Leistungsbilanz	152
Abb. 1-59: Struktur des deutschen Dienstleistungshandels nach Dienstleistungsbranchen	155
Abb. 1-60: Die deutsche Kapitalbilanz	157
Abb. 1-61: Die Herkunft der Daten für die Zahlungsbilanz	158
Abb. 1-62: Die Globalisierung von Märkten.....	164
Abb. 1-63: Objektbereiche der Globalisierung von Unternehmungen	166
Abb. 1-64: Globalisierung von Unternehmungen, Märkten und weiteren Lebensbereichen	171
Abb. 1-65: Formen der wirtschaftlichen Integration.....	186
Abb. 1-66: Die wichtigsten Regionalgemeinschaften im Überblick	188
Abb. 1-67: Die Triebkräfte der Globalisierung für Unternehmungen	199
Abb. 1-68: Klassifikationen zur Einteilung von Ländergruppen nach dem Entwicklungsstand	202

Abb. 1-69: Die Industrieländer aus der Sicht des Internationalen Währungsfonds	203
Abb. 1-70: Maße für Wirtschaftsleistung und gesellschaftliche Wohlfahrt.....	208
Abb. 1-71: Die Mitgliedsstaaten der Asiatisch-Pazifischen Wirtschaftskooperation (APEC).....	211
Abb. 1-72: Die regionale Integration von Industrie-, Schwellen- und Entwicklungsländern.....	213
Abb. 1-73: Der Anteil des Intra-Regional-Handels ausgewählter Regionalgemeinschaften	214
Abb. 1-74: Die United Nations Library on Transnational Corporations.....	223

Kapitel 2

Die internationale Unternehmung

Abb. 2-1: Zahl der Multis/Transnationals und ihrer ausländischen Tochtergesellschaften.....	242
Abb. 2-2: Definitionen der internationalen Unternehmung	245
Abb. 2-3: Die Eigentümerstruktur der European Aeronautic Defence and Space Company (EADS).....	252
Abb. 2-4: Die Basisformen außen- und binnenorientierter Internationalisierung	254
Abb. 2-5: Übersicht über unterschiedliche Betrachtungen der internationalen Unternehmung	258
Abb. 2-6: Die Auslandsquoten ausgewählter deutscher Unternehmungen	265
Abb. 2-7: Der Anteil ausländischer Aktionäre an ausgewählten DAX-Unternehmungen	266
Abb. 2-8: Das Internationalisierungsprofil von Siemens.....	267
Abb. 2-9: Der Transnationality-Index für die 100 größten international tätigen Unternehmungen.....	269
Abb. 2-10: Regionale Marktanteile des Volkswagen-Konzerns im Pkw-Geschäft.....	275

Abb. 2-11: Übersicht über Probleme der quantitativen Internationalitätsmessung	280
Abb. 2-12: Die Typologie international tätiger Unternehmungen nach Perlmutter	290
Abb. 2-13: Die Grundidee der Perlmutterschen Typologie – Eine vereinfachte Zusammenfassung	296
Abb. 2-14: Die Typologie international tätiger Unternehmungen nach Bartlett/Ghoshal	300
Abb. 2-15: Globalisierungs- und Lokalisierungsnotwendigkeiten in ausgewählten Branchen	301
Abb. 2-16: Globalisierungs- und Lokalisierungsnotwendigkeiten bei Unilever	303
Abb. 2-17: Auf dem Weg zur transnationalen Organisation von Bartlett/Ghoshal.....	304
Abb. 2-18: Das Zusammenspiel zwischen Umwelt, Strategie und Struktur nach Hedlund	313
Abb. 2-19: Die horizontale Organisation im Vergleich zur vertikalen Organisation	321
Abb. 2-20: Die mehrstufigen und einstufigen Konzepte der internationalen Unternehmungstätigkeit im Vergleich	325
Abb. 2-21: Die erste Dimension des Internationalisierungsgebirges: Anzahl und geographisch-kulturelle Distanz der bearbeiteten Länder.....	328
Abb. 2-22: Die zweite Dimension des Internationalisierungsgebirges: Wertschöpfung	330
Abb. 2-23: Das dreidimensionale Internationalisierungsgebirge	333
Abb. 2-24: Synopsis der archetypischen Konzepte der internationalen Unternehmungstätigkeit und des Internationalisierungsgebirges	339
Abb. 2-25: Rollentypologien für Tochtergesellschaften	343
Abb. 2-26: Die Rollentypologie von Bartlett/Ghoshal	346
Abb. 2-27: Die Rollentypologie von Ferdows	352
Abb. 2-28: Die Rollentypologie von Gupta/Govindarajan	357
Abb. 2-29: Die Rollentypologien von Bartlett/Ghoshal, Ferdows und Gupta/Govindarajan im Vergleich	359

Kapitel 3

Theorien der internationalen Unternehmung

Abb. 3-1: Systematisierung der Theorien internationaler Unternehmungen.....	383
Abb. 3-2: Rohstoffvorkommen für ausgewählte Rohstoffe	396
Abb. 3-3: Der Ansatz der technologischen Lücke	398
Abb. 3-4: Übersicht über die Theorien des oligopolistischen Parallelverhaltens	419
Abb. 3-5: Öffentliche Subventionen als Standortfaktor bei internationalen Direktinvestitionen.....	445
Abb. 3-6: Der Portersche Diamant	449
Abb. 3-7: Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien in Abhängigkeit der Vorteilskategorien des Dunning'schen Paradigmas	464
Abb. 3-8: Das Zusammenspiel statischer und dynamischer Aspekte im Internationalisierungsmodell der Uppsala-Schule.....	468

Kapitel 4

Organisationsstrukturen der internationalen Unternehmung

Abb. 4-1: Übersicht über die Grundformen internationaler Organisationsstrukturen	496
Abb. 4-2: Grundmodelle segregierter Organisationsstrukturen	502
Abb. 4-3: Grundmuster der integrierten Funktionalstruktur	507
Abb. 4-4: Grundmuster der integrierten Geschäftsbereichs-/Produktstruktur.....	512
Abb. 4-5: Grundmuster der integrierten Regionalstruktur.....	519
Abb. 4-6: Grundmuster der Matrixstruktur in internationalen Unternehmungen	527

Abb. 4-7: Grundmuster der Tensorstruktur in internationalen Unternehmen.....	532
Abb. 4-8: Strukturübersicht über Netzwerkstrukturen internationaler Unternehmen	534
Abb. 4-9: Das integrierte Netzwerk Bartlett/Ghoshals	537
Abb. 4-10: Intra- und inter-organisationale Netzwerkstrukturen	546
Abb. 4-11: Übersicht über empirische Studien zur Entwicklung internationaler Organisationsstrukturen	551
Abb. 4-12: Das Stufenmodell der Organisationsstruktur von Stopford/Wells	553
Abb. 4-13: Die organisationsstrukturellen Entwicklungspfade US-amerikanischer Unternehmen nach Stopford/Wells	554
Abb. 4-14: Die organisationsstrukturellen Entwicklungspfade europäischer Unternehmen nach Franko	556
Abb. 4-15: Die Wahl der Organisationsstruktur nach Egelhoff	557
Abb. 4-16: Die Strukturierung einer international tätigen Unternehmung auf unterschiedlichen Ebenen	563
Abb. 4-17: Kulturgeprägte Organisationsstrukturen	567
Abb. 4-18: Die Ressortverteilung internationaler Unternehmen aus Deutschland.....	575
Abb. 4-19: Corporate Governance in Deutschland und den USA – ein Vergleich.....	580
Abb. 4-20: Strukturübersicht über Betrachtungen zu Spitzenverfassungen im internationalen Vergleich	581
Abb. 4-21: Überkreuzverflechtungen deutscher Banken und Versicherungen.....	584
Abb. 4-22: Übersicht über Klassifikationen von Konzernen	595
Abb. 4-23: RWE AG als Strategische Managementholding	608
Abb. 4-24: Alternativen der personellen Verknüpfung zwischen Mutter- und Tochtergesellschaften	622
Abb. 4-25: Organisatorische Realisierung von unterschiedlichen Zentralbereichsmodellen	627
Abb. 4-26: Unterschiedliche Verankerung von Zentralbereichen	630
Abb. 4-27: Profit Center, Service Center und Cost Center.....	633
Abb. 4-28: Gesellschaftsrechtsformen in ausgewählten Ländern	646
Abb. 4-29: Die Entwicklung von Organisationsstrukturen	650

Kapitel 5

Kultur in der internationalen Unternehmung

Abb. 5-1: Der US-amerikanische und der japanische Organisationstyp im Vergleich.....	682
Abb. 5-2: Das 7-S-Konzept von McKinsey	684
Abb. 5-3: Die Phasen der Kulturforschung in der Betriebswirtschaftslehre	685
Abb. 5-4: Konzepte der Unternehmungskultur	687
Abb. 5-5: Die Ebenen der (Unternehmens-)Kultur nach Osgood, Schein und Schnyder	688
Abb. 5-6: Die Elemente der Percepta-Ebene	691
Abb. 5-7: Die Typologie von Unternehmungskulturen nach Deal/Kennedy.....	696
Abb. 5-8: Ein Radar-Chart der Unternehmungskultur	697
Abb. 5-9: Studien zur Landeskultur in internationalen Unternehmungen	703
Abb. 5-10: Die Kulturdimensionen von Kluckhohn/Strodtbeck	704
Abb. 5-11: Low-context- und high-context-Kulturen	712
Abb. 5-12: Die Werte für die Dimension Machtdistanz bei Hofstede.....	721
Abb. 5-13: Die Werte für die Dimension Unsicherheitsvermeidung bei Hofstede	723
Abb. 5-14: Die Werte für die Dimension Individualismus/Kollektivismus bei Hofstede	725
Abb. 5-15: Die Werte für die Dimension Maskulinität bei Hofstede.....	727
Abb. 5-16: Die Werte für die Dimension Langfristorientierung bei Hofstede	729
Abb. 5-17: Kulturelle Cluster als Kombination der Machtdistanz und der Unsicherheitsvermeidung	730
Abb. 5-18: Charakterisierung kulturgeprägter Organisationsformen	731
Abb. 5-19: Das Zeitverständnis in unterschiedlichen Kulturen	741
Abb. 5-20: Beispiel eines „Fragenquartetts“ der GLOBE-Studie	746
Abb. 5-21: Analysierte Kulturkreise der GLOBE-Studie	747
Abb. 5-22: Praktiken und Werte der Unsicherheitsvermeidung.....	749
Abb. 5-23: Praktiken und Werte der Machtdistanz	751

Abb. 5-24: Praktiken und Werte des Institutionellen Kollektivismus.....	751
Abb. 5-25: Praktiken und Werte des Gruppen-/Familienbasierten Kollektivismus	752
Abb. 5-26: Praktiken und Werte der Geschlechtergleichberechtigung.....	754
Abb. 5-27: Praktiken und Werte der Bestimmtheit	755
Abb. 5-28: Praktiken und Werte der Zukunftsorientierung	757
Abb. 5-29: Praktiken und Werte der Leistungsorientierung.....	758
Abb. 5-30: Praktiken und Werte der Humanorientierung.....	759
Abb. 5-31: Analysierte Führungsdimensionen der GLOBE-Studie.....	760
Abb. 5-32: Analysierte Führungsdimensionen in den verschiedenen Kulturkreisen....	761
Abb. 5-33: Die GLOBE-Studie im Vergleich mit den Studien von Hofstede und Trompenaars	765
Abb. 5-34: Das Dölfersche Schichtenmodell – als sogenannter Aufriss und Vertikalschnitt	767
Abb. 5-35: Die Elemente der Dölferschen Schichten	771
Abb. 5-36: Betroffenheit von Interaktionssituationen durch die Unternehmungsumwelt – eine Mehr-Ebenen-Analyse.....	774
Abb. 5-37: Zentrale US-amerikanische, deutsche und chinesische Kulturstandards.....	777
Abb. 5-38: Die Kulturabhängigkeit menschlicher Bedürfnisse.....	783
Abb. 5-39: Die Bedeutung der Arbeit in unterschiedlichen Kulturen	784
Abb. 5-40: Die Bedeutung von Farben in unterschiedlichen Kulturen.....	787
Abb. 5-41: Empfehlungen für das Führen von Verhandlungen – ein Vergleich der US-amerikanischen, japanischen und arabischen Kulturen	788
Abb. 5-42: Empfehlungen für das Führen von telefonischen Gesprächen – ein Vergleich der US-amerikanischen, japanischen und arabischen Kulturen.....	789
Abb. 5-43: Untersuchungen zum Management in bestimmten Ländern bzw. Regionen.....	791
Abb. 5-44: Strukturübersicht über Betrachtungen zu kulturgeprägten Unternehmungsformen.....	793
Abb. 5-45: Das Mitsubishi-Keiretsu	796
Abb. 5-46: Managementrelevante Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Japan, Korea, China und Malaysia	805

Kapitel 6

Strategien der internationalen Unternehmung

Abb. 6-1: Definitionen von Unternehmungsstrategien.....	826
Abb. 6-2: Grundverständnis von Unternehmungsstrategien	827
Abb. 6-3: Beweggründe der Internationalisierung von Unternehmungen.....	828
Abb. 6-4: Mögliche Wettbewerbsvorteile internationaler Unternehmungen nach Ghoshal	832
Abb. 6-5: Überlegene Ressourcen ausgewählter internationaler Unternehmungen.....	834
Abb. 6-6: Die Entstehung von Strategien	836
Abb. 6-7: Stoßrichtungen der Internationalisierungsstrategien einer Unternehmung.....	838
Abb. 6-8: Anforderungen an Ressourcen als Basis für Wettbewerbsvorteile	843
Abb. 6-9: Die SWOT-Analyse in internationalen Unternehmungen.....	845
Abb. 6-10: Zentrale Varianten von Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien	849
Abb. 6-11: Eine Systematisierung von Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien nach Meissner/Gerber.....	851
Abb. 6-12: Überblick über Möglichkeiten zur Systematisierung von Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien.....	853
Abb. 6-13: Mittler im Auslandsgeschäft in Frankreich, Großbritannien und den USA	860
Abb. 6-14: Theoretische Ansätze zur Analyse von Kooperationen	887
Abb. 6-15: Varianten von Joint Ventures.....	889
Abb. 6-16: Ein Überblick über Mega-Akquisitionen der letzten Jahre	913
Abb. 6-17: Varianten von Akquisitionen	914
Abb. 6-18: Drei idealtypische Varianten des Post-Akquisitions-Managements in Abhängigkeit von Akquisitions- und Integrationszielen	919
Abb. 6-19: Varianten von Betreibermodellen	931
Abb. 6-20: Veränderungen der Informationsintensität im Verlauf des Marktselektionsprozesses	947

Abb. 6-21: Varianten der Marktpräsenzstrategien.....	949
Abb. 6-22: Konzentrations- und Diversifikationsstrategien als basale Präsenzstrategien	950
Abb. 6-23: Eine fiktive Einteilung von Ländern nach Schwerpunkt-, Präsenz- und Gelegenheitsmärkten	953
Abb. 6-24: Die Kriterien des ORI und des PRI innerhalb des BERI	959
Abb. 6-25: Die Möglichkeiten der Überwindung von Ländermarkteintrittsbarrieren in verschiedenen Ländermärkten	963
Abb. 6-26: Zentrale Verfahren der Marktselektion	964
Abb. 6-27: Eine einfache Checkliste als Hilfestellung bei der Auswahl von Märkten	965
Abb. 6-28: Ein einfaches Punktbewertungsverfahren als Hilfestellung bei der Auswahl von Märkten	967
Abb. 6-29: Das Marktattraktivitäts-/Marktrisiko-Portfolio	969
Abb. 6-30: Das Marktattraktivitäts-/Wettbewerbspositions-Portfolio.....	970
Abb. 6-31: Ein dreidimensionales Länderportfolio zur Darstellung von Marktattraktivität, Marktrisiken und Wettbewerbsposition.....	971
Abb. 6-32: Ein Flussdiagramm der Marktselektion als Heuristik	976
Abb. 6-33: Segmentierungskriterien für die intranationale Marktsegmentierung.....	980
Abb. 6-34: Die integrale Marktsegmentierungsstrategie im Kontext der gesamten Zielmarktstrategien	981
Abb. 6-35: Eine Charakterisierung der Euro-Socio-Styles	983
Abb. 6-36: Marktsegmentierungsstrategien und geographische Präsenzstrategien.....	984
Abb. 6-37: Der Markteintritt internationaler Pharmaunternehmen in den chinesischen Markt	990
Abb. 6-38: Das Grundmuster der Wasserfallstrategie.....	992
Abb. 6-39: Das Grundmuster der Sprinklerstrategie	995
Abb. 6-40: Das Grundmuster der kombinierten Wasserfall-Sprinkler-Strategie	997
Abb. 6-41: Die weltweite Konfiguration der Wertschöpfungsaktivitäten einer US-Unternehmung.....	999
Abb. 6-42: Die Grundvarianten der Konfigurationsstrategie.....	1001

Abb. 6-43: Zentralisierung und Dezentralisierung von Wertschöpfungsaktivitäten bei ausgewählten Unternehmungen	1007
Abb. 6-44: Preisdifferenzierung in internationalen Märkten bei ausgewählten Produkten	1012
Abb. 6-45: Standardisierung und Differenzierung von Produkt und Marke	1013
Abb. 6-46: Konfigurations- und Leistungsstrategien	1014
Abb. 6-47: Gepoolte, sequentielle und reziproke Interdependenz	1022
Abb. 6-48: Ein Überblick über Koordinationsstrategien internationaler Unternehmungen	1026
Abb. 6-49: Strategien der operationalen Flexibilität	1030
Abb. 6-50: Überblick über Möglichkeiten zur Systematisierung von internationalen Koordinationsinstrumenten	1034
Abb. 6-51: Überblick über koordinationsbedarfsdeckende Strategien	1035
Abb. 6-52: Mechanismen des internationalen Wissenstransfers	1059
Abb. 6-53: Vier idealtypische Koordinationsstrategien gemäß Bartlett/Ghoshal	1063
Abb. 6-54: Zusammenfassender Überblick über Stoßrichtungen von Internationalisierungsstrategien und deren Teilstrategien	1067

Kapitel 7

Dynamik in der internationalen Unternehmung

Abb. 7-1: Einordnung organisationstheoretischer sowie internationaler Ansätze nach den Kriterien Zeitbezug und Organisationsbegriff	1086
Abb. 7-2: Die Lebenszyklustheorien	1090
Abb. 7-3: Die evolutionären Prozesstheorien	1092
Abb. 7-4: Die dialektischen Prozesstheorien	1093
Abb. 7-5: Die teleologischen Prozesstheorien	1094
Abb. 7-6: Die Prozessmechanik	1096

Abb. 7-7: Alternative Ausprägungen der Prozessstruktur	1097
Abb. 7-8: Zusammenhang zwischen Evolution, Episoden und Epochen	1113
Abb. 7-9: Merkmalskombinationen von Evolution, Episoden und Epochen	1116
Abb. 7-10: Die geplante Evolution.....	1121
Abb. 7-11: Strategien zur Verknüpfung von Entwicklungsprojekten.....	1129
Abb. 7-12: Bewertung von Multiprojektstrategien.....	1130
Abb. 7-13: Veränderungsintensität von Prozessen der internationalen Evolution.....	1131
Abb. 7-14: Exemplarisches Analysetool für das internationale Tagesgeschäft	1142
Abb. 7-15: Beispiele für Kenngrößen zur Steuerung der internationalen Evolution ..	1144
Abb. 7-16: Vergleich der Umsätze von Tochtergesellschaften in verschiedenen Ländern im Zeitablauf.....	1145
Abb. 7-17: Wachstumsraten von Tochtergesellschaften in Relation zu den Wachstumsraten der einzelnen Ländermärkte	1146
Abb. 7-18: Vergleich von strategischer und operativer Effizienz verschiedener ausländischer Tochtergesellschaften	1147
Abb. 7-19: Ein möglicher Phasenverlauf von Fusionen	1156
Abb. 7-20: Ein 5-Phasen-Modell des organisatorischen Wandels	1157
Abb. 7-21: Die Fusion von Allianz und Dresdner Bank	1158
Abb. 7-22: Phasenschema einer Akquisitionsepisode	1166
Abb. 7-23: Integrationsformen bei Akquisitionsepisoden	1170
Abb. 7-24: Die internationale Unternehmungsentwicklung.....	1187
Abb. 7-25: Markteintrittsformen deutscher Unternehmungen in Osteuropa	1193
Abb. 7-26: Veränderungen des relativen Internationalisierungsgrades.....	1197
Abb. 7-27: Die Internationalisierungsmatrix	1200
Abb. 7-28: Die erweiterte Internationalisierungsmatrix.....	1202
Abb. 7-29: Die Lampenbranche in der Internationalisierungsmatrix – Stand 1980 ...	1205
Abb. 7-30: Die Lampenbranche in der Internationalisierungsmatrix – Stand 1989 ...	1206
Abb. 7-31: Die Lampenbranche in der Internationalisierungsmatrix – Stand 1995 ...	1208

Textboxverzeichnis

Kapitel 1

Internationalisierung der Wirtschaft

Textbox 1-1: Die British East-India-Company (Ostindische Kompanie).....	10
Textbox 1-2: Die Vorherrschaft des Vereinigten Königreichs in der Weltwirtschaft.....	13
Textbox 1-3: Die Unterscheidung von General- und Spezialhandel	22
Textbox 1-4: Die Währungsproblematik bei Export- und Importgeschäften	28
Textbox 1-5: Transitgeschäfte im Rohölhandel	31
Textbox 1-6: Die Unterscheidung von Durchfuhr und Transitgeschäft	32
Textbox 1-7: Der Charakter von Kompensationsgeschäften	35
Textbox 1-8: Die WTO (World Trade Organization)	45
Textbox 1-9: Die Zukunft der WTO.....	46
Textbox 1-10: Die Incoterms.....	49
Textbox 1-11: Die außenwirtschaftlichen Verflechtungen zwischen Deutschland und der Schweiz	83
Textbox 1-12: Das Engagement von Staatsfonds	88
Textbox 1-13: Die Problematik der Direktinvestitionsstatistiken	104
Textbox 1-14: Internationalisierung über Direktinvestitionen im 19. Jahrhundert	107
Textbox 1-15: Die deutsche Wirtschaft in Asien	135
Textbox 1-16: Der Intra-Firmen-Handel.....	139
Textbox 1-17: Migration als dritte Säule der Außenwirtschaftstätigkeit	143
Textbox 1-18: Deutsche Dienstleistungsexporte	154
Textbox 1-19: Eine persönliche Ansicht zur Globalisierung.....	160
Textbox 1-20: Philosophische Aspekte der Globalisierung.....	162
Textbox 1-21: Unternehmungen als Angriffsfläche für Globalisierungsgegner.....	179
Textbox 1-22: Die Konsequenzen der Globalisierung	181
Textbox 1-23: Internationalisierung durch Unternehmungen aus Entwicklungs- und Schwellenländern	192
Textbox 1-24: Die Standardisierungsthese als Argument für die Globalisierung.....	196

Textbox 1-25: Die Differenzierungsthese als Argument gegen die Globalisierung	197
Textbox 1-26: Die OECD (Organization for Economic Cooperation and Development)	205

Kapitel 2

Die internationale Unternehmung

Textbox 2-1: Das „Internationalisierungsportrait“ einer Unternehmung	243
Textbox 2-2: Born Internationals	249
Textbox 2-3: Internationalisierung von Handels- und Dienstleistungsunternehmen	250
Textbox 2-4: Internationalisierung von Unternehmen aus Schwellen- und Entwicklungsländern	253
Textbox 2-5: Die Internationalität des Top-Managements	260
Textbox 2-6: Probleme der markt- und konkurrenzbezogenen Internationalisierungsbetrachtung	276
Textbox 2-7: Weltmarktführer in ausgewählten Branchen	277
Textbox 2-8: Der Konfigurations- und Gestaltansatz	293
Textbox 2-9: Die geozentrische Orientierung	295
Textbox 2-10: Die globale und die transnationale Ausrichtung von Unternehmen	306
Textbox 2-11: Die Varietät von Wertschöpfungsaktivitäten im Ausland	337

Kapitel 3**Theorien der internationalen Unternehmung**

Textbox 3-1: Das Prinzip der komparativen Kosten.....	387
Textbox 3-2: Internationalisierungsentscheidungen von Unternehmungen	430
Textbox 3-3: Erzwungene Internationalisierung von Unternehmungen	437
Textbox 3-4: Die Basisparadigmen von Burrell/Morgan.....	475
Textbox 3-5: Die De-Internationalisierung von Unternehmungen	480

Kapitel 4**Organisationsstrukturen der internationalen Unternehmung**

Textbox 4-1: Die „direct reporting structure“ internationaler Unternehmungen	497
Textbox 4-2: Integrierte Geschäftsbereichsstrukturen internationaler Unternehmungen	515
Textbox 4-3: Regionalstrukturelemente	522
Textbox 4-4: Die Internationalisierung des Einzelhandels als Triebkraft für Key-Account-Strukturen.....	523
Textbox 4-5: Die Entwicklung von kundenorientierten Strukturen	525
Textbox 4-6: Matrixstrukturen internationaler Unternehmungen.....	530
Textbox 4-7: Die Modulare Organisation	538
Textbox 4-8: Strategische Allianzen als Netzwerke	540
Textbox 4-9: Die Virtuelle Unternehmung.....	542
Textbox 4-10: Die Konzentration auf Kernfähigkeiten	543
Textbox 4-11: Organisationsstrukturen in der Praxis (1).....	559
Textbox 4-12: Organisationsstrukturen in der Praxis (2).....	560
Textbox 4-13: Der Charakter einer Finanzholding	610
Textbox 4-14: Die Holdingstruktur internationaler Unternehmungen.....	614
Textbox 4-15: Zentralisierung und Dezentralisierung in der Holding	617
Textbox 4-16: Die Internationalität einzelner Holdingeinheiten.....	620

Textbox 4-17: Die Projektorganisation in internationalen Unternehmungen.....	643
Textbox 4-18: Die Ausnutzung des internationalen Steuergefälles	648
Textbox 4-19: Störungen internationaler Geschäftsprozesse.....	652

Kapitel 5

Kultur in der internationalen Unternehmung

Textbox 5-1: Die Beziehung des Menschen zur Natur	707
Textbox 5-2: Die Kontextorientierung von Kulturen	713
Textbox 5-3: Die Raumorientierung von Kulturen.....	714
Textbox 5-4: Die Zeitorientierung von Kulturen	715
Textbox 5-5: Die Informationsgeschwindigkeit in Kulturen	716
Textbox 5-6: Missverständnisse aufgrund unterschiedlicher kultureller Orientierungen.....	717
Textbox 5-7: Die empirische Studie von Trompenaars.....	737
Textbox 5-8: Der Einfluss des Islam auf das Management	768
Textbox 5-9: Der Einfluss des Christentums auf Internationalisierungsentscheidungen	769

Kapitel 6

Strategien der internationalen Unternehmung

Textbox 6-1: Stoßrichtungen von Internationalisierungsstrategien	839
Textbox 6-2: Maßnahmen der Exportförderung.....	863
Textbox 6-3: Wechselkursproblematik bei Exportgeschäften.....	865
Textbox 6-4: Lizenzierung als Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie	871
Textbox 6-5: Probleme zwischen Lizenzgebern und Lizenznehmern.....	874

Textbox 6-6: Franchising als Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie.....	876
Textbox 6-7: Vertragsfertigung als Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie...	883
Textbox 6-8: Joint Ventures als Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie	892
Textbox 6-9: Das Joint Venture als temporäre Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie	894
Textbox 6-10: Die Instabilität von Joint Ventures.....	896
Textbox 6-11: Strategische Allianzen als Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie	898
Textbox 6-12: Minderheitsbeteiligungen als Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie	903
Textbox 6-13: Tochtergesellschaften als Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie	907
Textbox 6-14: Neugegründete Tochtergesellschaften als Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie	910
Textbox 6-15: Akkulturation bei grenzüberschreitenden Akquisitionen.....	917
Textbox 6-16: Das Scheitern grenzüberschreitender Akquisitionen	922
Textbox 6-17: Fusionen als Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie	925
Textbox 6-18: Das Scheitern von Fusionen im Vorfeld.....	927
Textbox 6-19: Risiko bei grenzüberschreitenden Aktivitäten	933
Textbox 6-20: Der Ausbau und die Umgestaltung von Auslandsaktivitäten	939
Textbox 6-21: Das „Herunterfahren“ von Auslandsaktivitäten	941
Textbox 6-22: Marktselektion in der Unternehmungspraxis.....	975
Textbox 6-23: Die Problematik von Regelkreismodellen	1018
Textbox 6-24: Outsourcing	1028
Textbox 6-25: Die Gewinnverlagerungsfunktion von Transferpreisen	1056

Kapitel 7

Dynamik in der internationalen Unternehmung

Textbox 7-1: Prozessinhalte	1104
Textbox 7-2: Die Reorganisation von Geschäftsprozessen	1128
Textbox 7-3: Initiierung einer Markteintrittsepisode	1154
Textbox 7-4: Die Transaktionsphase einer Akquisitionsepisode	1168
Textbox 7-5: Die Integrationsphase einer Akquisitionsepisode	1171
Textbox 7-6: Die Geheimhaltungserfordernisse als beschleunigender Faktor einer Akquisitionsepisode.....	1175
Textbox 7-7: Leit motive für Internationalisierungsepochen (I)	1189
Textbox 7-8: Leit motive für Internationalisierungsepochen (II)	1190

Kapitel 1

Internationalisierung der Wirtschaft

Was die Weltwirtschaft angeht, so ist sie verflochten.

Kurt Tucholsky

Thematische Einführung und Inhaltsüberblick

Wenn man sich mit einem bestimmten Thema beschäftigt, so sollte man sich zunächst einmal fragen, von welcher **Relevanz** und **Bedeutung** dieses Thema ist. Für uns heißt dies, die Frage zu beantworten: Warum setzen sich Wissenschaftler und Praktiker mit Internationalem Management auseinander?

Wir möchten Ihnen im ersten Kapitel dieses Buches verdeutlichen, dass die **Internationalisierung der Wirtschaft** ein großes Ausmaß angenommen hat. Dies macht es notwendig, sich auch mit dem **Management der Internationalisierung** zu beschäftigen. Oder anders ausgedrückt: Die Internationalisierung der Wirtschaft begründet, warum wir uns auch dem Management der Internationalisierung durch Unternehmungen widmen (sollten). Dass es noch mehr Gründe gibt, sich mit Internationalem Management zu befassen, steht außer Frage. Wir werden auf diese Gründe im Laufe dieses Buches auch eingehen. Zunächst aber kann, so meinen wir, die Internationalisierung der Wirtschaft die Relevanz und die Bedeutung des Internationalen Managements als wissenschaftliche Teildisziplin am besten und am eindrucksvollsten unterstreichen.

Die Internationalisierung der Wirtschaft ist inzwischen zu einem äußerst komplexen Phänomen geworden. Es wäre daher illusorisch, Ihnen alle Facetten der Internationalisierung abschließend vorzustellen. Doch es soll Ihnen von Anfang an bewusst sein, dass wir uns in diesem ersten Kapitel nicht etwa mit einem Detailphänomen unserer Wirtschaft oder unserer Gesellschaft beschäftigen, sondern dass wir uns einem **Grundlagenphänomen** zuwenden, welches nicht nur in der wirtschaftlichen, sondern auch in der gesellschaftlichen und politischen Diskussion höchste Aufmerksamkeit genießt.

Diese Aufmerksamkeit wird der Internationalisierung der Wirtschaft nicht zuletzt deswegen zuteil, weil Internationalisierung im wahrsten Sinne des Wortes „betroffen“ macht – Internationalisierung **betrifft Individuen, Gruppen, Unternehmungen, Organisationen und Staaten**. Nicht nur die Wirtschaftspresse, wie etwa Manager Magazin, Wirtschaftswoche oder Capital, sondern auch die allgemeine Tages- oder Wochenpresse setzen sich regelmäßig mit der Internationalisierung der Wirtschaft auseinander. Und auch in Rundfunk und Fernsehen tauchen vermehrt Meldungen auf, welche die Internationalisierung der Wirtschaft betreffen: So werden in „Tagesschau“ oder „heute“ regelmäßig Exportzahlen für Deutschland gemeldet, es wird zunehmend über spektakuläre Firmenübernahmen im Ausland berichtet, und auch Nachrichten über Unternehmungen, deren Stammsitz nicht in Deutschland liegt, sind häufig anzutreffen. Internationalisierung wird jedoch, dies kann man bei einer vertieften Analyse der Inhalte von Meldungen der Medien feststellen, vergleichsweise kontrovers diskutiert.

Internationalisierung der Wirtschaft ist ein Thema, mit dem sich das **Internationale Management** zwar beschäftigt, dem aber auch **andere Disziplinen** große Beachtung schenken (vgl. zum Internationalen Management als Disziplin Oesterle/Schmid 2009, Hrsg.). Im Verlauf dieses Buches werden Sie noch des Öfteren feststellen, dass das Internationale Management eine Wissenschaftsdisziplin darstellt, die Überschneidungen mit zahlreichen anderen Wissenschafts(disziplin)en aufweist. Dazu zählen **Überschneidungen** mit den wissenschaftlichen Disziplinen Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsgeographie, Soziologie, Politologie, Psychologie oder Anthropologie sowie Überschneidungen mit betriebswirtschaftlichen bzw. managementorientierten Teildisziplinen, wie zum Beispiel der Strategieforschung, der Organisationsforschung oder der Führungsforschung.

Beim Themengebiet „Internationalisierung der Wirtschaft“ sticht vor allem die Überschneidung mit der **Volkswirtschaftslehre** (und dabei mit der Außenwirtschaftsforschung), aber auch mit der **Wirtschaftsgeographie** ins Auge. Aus diesem Grund möchten wir Sie bereits an dieser Stelle auch auf volkswirtschaftliche und wirtschaftsgeographische Lehrbücher hinweisen, die Ihnen einen Überblick über außenwirtschaftliche Problemfelder geben und die Ausführungen dieses Kapitels ergänzen können. Stellvertretend für die Disziplin der Volkswirtschaftslehre seien hier die eher deskriptiven und äußerst informativen Werke von Altmann (2001) und Koch (2006) sowie die eher explanativen, nach theoretischen Erklärungen suchenden Werke von Borchert (2001), Siebert/Lorz (2006) oder Krugman/Obstfeld (2009) genannt. Als Beispiele für wirtschaftsgeographische Beiträge seien die Werke von Berry/Conkling/Ray (1997), Dicken (1999), Anderson/Domosh/Pile/Thrift (2003, Hrsg.), Haas/Neumair (2006) und Hahn (2009) angeführt.

Internationalisierung der Wirtschaft ist aus zweifacher Sicht nicht nur ein volkswirtschaftliches und wirtschaftsgeographisches, sondern vor allem auch ein betriebswirtschaftliches Thema: Zum einen sind es in marktwirtschaftlich organisierten Volkswirtschaften

Unternehmungen, die als **wesentliche Motoren** der Internationalisierung gelten und Internationalisierung vorantreiben (vgl. Germann/Rürup/Setzer 1996, S. 25, Jones 1996, S. 225-269). Zum anderen ist die **Internationalisierung** der Weltwirtschaft eine **Herausforderung für Unternehmungen**, der sie sich – wie wir im weiteren Verlauf dieses Lehrbuchs noch sehen werden – auf unterschiedliche Art und Weise stellen können. Die (vor allem von Volkswirten und Wirtschaftsgeographen, darüber hinaus aber auch von Politologen und Soziologen erforschte) gesamtwirtschaftliche und die (vor allem von Betriebswirten erforschte) einzelwirtschaftliche Internationalisierung hängen – dies sei bereits an dieser Stelle betont – stark zusammen. **Gesamtwirtschaftliche Internationalisierung** ist nur über ihre Akteure verständlich. **Einzelwirtschaftliche Internationalisierung** lässt sich besser erklären, wenn wir auch die Kräfte und Umfeldbedingungen kennen, denen Einzelwirtschaften ausgesetzt sind.

Was erwartet Sie in diesem Kapitel? In einem einleitenden Abschnitt werden wir aufzeigen, dass die **Internationalisierung** der Wirtschaft bereits eine **lange Tradition** aufweist und keineswegs erst ein Phänomen der Gegenwart darstellt (Abschnitt 1). Anschließend werden wir verdeutlichen, dass sich die Internationalisierung der Wirtschaft prinzipiell über die Grundformen „Außenhandel“ und „Direktinvestitionen“ ergeben kann. Daher wird zwischen der Internationalisierung über **Außenhandel** (Abschnitt 2) und der Internationalisierung über **Direktinvestitionen** differenziert werden (Abschnitt 3). Sowohl Außenhandel als auch Direktinvestitionen schlagen sich in der **Zahlungsbilanz** eines Landes nieder. Aus diesem Grund werden wir Ihnen in diesem Kapitel die Zahlungsbilanz erläutern (Abschnitt 4). Anschließend werden wir uns dem seit einiger Zeit äußerst aktuellen Thema der **Globalisierung** widmen. Dabei soll geklärt werden, was unter Globalisierung zu verstehen ist und inwiefern es gerechtfertigt ist, von der Globalisierung zu sprechen, wenn wir uns mit Phänomenen der Internationalisierung beschäftigen. In diesem Kontext werden wir auch die Gründe für die Zunahme der Außenhandels- und Direktinvestitionstätigkeit herausarbeiten (Abschnitt 5). Das erste Kapitel wird mit einem Überblick über **Quellen**, die Ihnen bei der Suche nach Informationen zur Internationalisierung weiterhelfen, beendet werden (Abschnitt 6).

In diesem Kapitel werden wir Ihnen eine ganze Reihe an statistischen Daten präsentieren, die Ihnen einen Eindruck vom Ausmaß der Internationalisierung geben können. Allerdings muss der Stellenwert der statistischen Daten von Anfang an relativiert werden: Sie sollten beachten, dass die nachfolgenden **Daten** in vielen Fällen **nur eine Annäherung** an die komplexe Realität der internationalen Wirtschaft darstellen. Die Gründe dafür sind vielfältig: Erstens finden sich in unterschiedlichen Statistiken – auch in öffentlich zugänglichen Statistiken – zuweilen deutlich unterschiedliche Daten über denselben Sachverhalt. Wer sich mit Statistiken beschäftigt, kann daher schnell zur Verzweiflung getrieben werden, weil es häufig ein schwieriges Unterfangen darstellt, die Gründe für die unterschiedliche Datenlage herauszufinden. Zweitens können Statistiken nicht alles erfassen, was tatsächlich existiert. So werden in den meisten Statistiken zum Beispiel nur Ströme und Bestände ab bestimmten Schwellenwerten in die Berechnun-

gen einbezogen; Ströme oder Bestände unterhalb dieser Schwellenwerte werden – u.a. aufgrund der Erfassungsproblematik – nicht aufgenommen; zudem werden häufig nur legale Ströme oder Bestände berücksichtigt, illegale Ströme oder Bestände aber trotz oftmals erheblicher Größenordnung vernachlässigt. Drittens sind im internationalen Kontext viele Daten von der Wahl der Basiswährung und von Währungsschwankungen abhängig. Die Entscheidung für eine andere Basiswährung oder eine andere Währungskursentwicklung würde das sich ergebende Bild in vielen Fällen deutlich verändern. Als kritischer Betrachter sollten Sie diese und eine Vielzahl von weiteren Aspekten, die wir im Laufe des Kapitels noch aufzeigen werden, permanent im Auge behalten.

Es geht uns in diesem Kapitel zwar um die Vermittlung von Faktenwissen, noch wichtiger als die Vermittlung einzelner Fakten erscheint uns aber ein generelles, über die Kenntnis einzelner Zahlen hinausgehendes **Verständnis des Ausmaßes der Internationalisierung**. Wir möchten Sie dafür sensibilisieren, dass die Internationalisierung der Wirtschaft bereits seit langer Zeit ein wichtiges gesellschaftliches Phänomen ist – ein Phänomen, welches in letzter Zeit aber noch an Relevanz gewonnen hat.

1 Internationalisierung der Wirtschaft als historisches Phänomen

Wenn ein deutscher Student heute ein englisches Buch im Internet über eine US-amerikanische Buchhandlung ordert, wenn ein französischer Automobilhersteller Reifen von einem japanischen Lieferanten bezieht, wenn ein österreichischer Produzent von Alpinskiern darüber nachdenkt, einen Teil seiner Produktion nach Slowenien oder in die Ukraine zu verlagern oder wenn eine US-amerikanische Fast-Food-Kette die ganze Welt mit Restaurants überzieht, dann sind dies allesamt Phänomene der Internationalisierung. Bevor wir allerdings auf derartige Internationalisierungsphänomene der Gegenwart zu sprechen kommen, werden wir Sie auf eine kurze Reise in die Vergangenheit entführen. Wir werden zeigen, dass die **Anfänge der Internationalisierung** weit vor Christi Geburt liegen (Abschnitt 1.1) und Internationalisierung auch im weiteren geschichtlichen Ablauf eine zentrale Rolle spielte. Vereinfachend werden wir dabei auf die Epochen des **Mittelalters** (Abschnitt 1.2), der **Kolonialzeit** (Abschnitt 1.3) und der **Industriellen Revolution** (Abschnitt 1.4) eingehen. Unser erstes Zwischenfazit – dies sei bereits vorweggenommen – lautet, dass die Internationalisierung der Wirtschaft **keine ausschließlich der Gegenwart zuzuordnende Erscheinung** darstellt (Abschnitt 1.5).

1.1 Anfänge der Internationalisierung

Ein historischer Rückblick zeigt uns, dass die internationale Geschäftstätigkeit bereits eine sehr lange Tradition aufweist (vgl. Dülfer 2002, Hahn 2009, S. 1-44). Dabei kam es zeitlich gesehen zunächst zur Internationalisierung in Form von umfangreichen grenzüberschreitenden Handelsaktivitäten und erst später zur Internationalisierung in Form von Direktinvestitionen außerhalb des eigenen Territoriums. Wir werden die Unterscheidung zwischen **grenzüberschreitendem Handel** und **grenzüberschreitenden Direktinvestitionen** später noch ausführlicher erläutern (→ Abschnitte 2 und 3 in diesem Kapitel). Bereits an dieser Stelle möchten wir allerdings vereinfachend darauf hinweisen, dass beim Außenhandel in der Regel ein geringerer Teil der Wertschöpfung im Ausland erbracht wird als bei Direktinvestitionen. Daher ist es nur selbstverständlich, dass aus weltwirtschaftlicher, volkswirtschaftlicher und einzelwirtschaftlicher Perspektive in vielen Fällen zunächst Außenhandel und erst später ausländische Direktinvestitionen festzustellen waren.

Historiker stoßen bei der **Suche nach den Ursprüngen der Internationalisierung** auf Entwicklungen, die sich im Alten Orient finden lassen. Schon Jahrtausende vor Christi Geburt wurden von **Stadtkulturen des Alten Orients** Stützpunkte außerhalb des eigenen Stadtgebiets gegründet, die als Basis für regen Fernhandel dienten. Früh kam es zum Handel mit Zinn, Kupfer, Bronze, Silber, Textilien und Tieren. Knapp 2.000 Jahre

vor Christus sollen nach Erkenntnissen der Historiker vor allem die Städte Ashur und Kanesh in **Assyrien**, wo sich heute der Irak und der Osten der Türkei befinden, eine entscheidende Rolle gespielt haben (vgl. Moore/Lewis 1998, 1999). Auch die **Ägypter** sind bekannt für Handelsaktivitäten, die sie mit Regionen des heutigen Mittleren Ostens unterhielten. Für die Ägypter war weniger der Landhandel als vielmehr der Seehandel von Bedeutung. Die **Griechen** und **Römer** trieben ebenfalls Handel – häufig noch als Tauschgeschäft, später nach der Einführung von Gold, Silber und Münzen als Zahlungsmittel auch als „Ware-gegen-Geld-Geschäft“. Häufig fand der Handel zwar zwischen Städten statt, die dem eigenen Reich angehörten; immer wieder wurden die Grenzen des Reichs allerdings auch überschritten. Die Griechen handelten besonders intensiv mit den Phöniziern, daneben aber auch mit ihren Kolonien in Nord- und Mittel-asien, mit Völkern am Persischen Golf, in Indien sowie in Afrika. Die Römer hatten Handelsverbindungen zu Völkern im heutigen Nord- und Osteuropa, in Zentral- und Westafrika und in Asien. Die Formen des grenzüberschreitenden Handels differierten dabei – ebenso wie die allgemeine Form des Wirtschaftens – zwischen den einzelnen Kulturen beträchtlich, was sich unter anderem mit einem unterschiedlichen Verhältnis der Wirtschaft zu Religion, Politik und Staat erklären lässt (vgl. Moore/Lewis 1999, v.a. S. 269-279).

Auch die **Seidenstraße**, die von Europa über Mittelasien und China bis nach Japan führt, existierte teilweise bereits zu vorchristlichen Zeiten (vgl. Hahn 2009, S. 9-11). Dabei wurden Gewürze, Seide und Porzellan vor allem von China und Indien nach Europa transportiert, während im Gegenzug diverse Agrarprodukte, Glas und Edelmetalle den Weg von Europa nach Indien und China fanden. Die Seidenstraße – vom venezianischen Kaufmann **Marco Polo** detailliert in seinem berühmten Reisetagebuch beschrieben – blickt also auf eine lange Geschichte zurück. Damit lässt sich erkennen, dass der Handel über das eigene Territorium hinaus sehr lange zurückverfolgt werden kann. Das vor allem im heutigen südlichen Europa, westlichen bzw. vorderen Asien und nördlichen Afrika blühende Handelsgeschäft schwächte sich allerdings nach dem Zerfall des Römischen Reiches deutlich ab.

1.2 Internationalisierung im Mittelalter

Erst **ab dem 12. Jahrhundert** fand erneut eine Belebung des Außenhandels statt. In unseren Breiten wurde dies an der Entstehung der **Hanse** deutlich (vgl. Hahn 2009, S. 12-14). Verstärkte Handelstätigkeiten von Kaufleuten führten zur Herausbildung von städtischen Niederlassungen wie Hamburg, Lübeck, Wismar, Rostock, Stralsund, Lüneburg und Greifswald. Die Städte schlossen sich zum umfassenden Verbund der Hansestädte zusammen, und bereits damals entstanden aufgrund der Außenhandelstätigkeit der Kaufleute Kontore in den Niederlanden, in England, Dänemark, Norwegen und Schweden. Jeder der Kaufleute handelte dabei auf eigene Rechnung und eigene Ge-

fahr, hatte aber die Vorteile, die der Zusammenschluss zur Hanse mit sich brachte. Der Unternehmergeist der Hansekaufleute ließ dann im 15. Jahrhundert nach, und mit dem wirtschaftlichen Abstieg des Handels im Norden Deutschlands folgte der Aufstieg des Südens Deutschlands (vgl. Pölnitz 1953).

Die **Fugger**, **Welser** und **Höchstetter** handelten vor allem im **16. Jahrhundert** über ganz Europa hinweg mit Leinen und Tuch, mit Kupfer und Silber, mit Juwelen und Diamanten und bauten sich so ein großes Vermögen auf. Das Vermögen der Fugger nahm sogar solche Ausmaße an, dass die Familie Fugger zum Darlehensgeber für Staat und Kirche avancierte (vgl. Pölnitz 1981). Die Fugger gründeten ihren Reichtum allerdings nicht allein auf ihre umfangreichen Handelsaktivitäten, sondern auch auf ihre Aktivitäten im Bergbau. Da derartige Bergbauaktivitäten primär außerhalb Deutschlands – und zwar vor allem in Spanien, Ungarn, der Slowakischen Republik, in Schlesien und Tirol – angesiedelt waren, handelte es sich bereits um eine frühe Form ausländischer Direktinvestitionen (vgl. Dunning 1998, S. 98). Neben dem Bergbau waren die Fugger auch in anderen Bereichen tätig; sie errichteten Faktoreien und Großfaktoreien in Skandinavien, Russland und dem Baltikum sowie in Italien und Portugal. Die Auslandsaktivitäten der Fugger wurden bereits von Karl Marx kommentiert, der schrieb: „Diese Fugger sammelten ihren Hauptreichtum indes nicht im armen Deutschland, sondern in Italien, den Niederlanden und Spanien“ (zitiert nach Finsterbusch 1999, S. B-10). An den Handelswegen und Auslandsniederlassungen der Fugger, die gut dokumentiert sind (vgl. Pölnitz 1951, S. 671-673, Pölnitz/Kellenbenz 1986, S. 683-686), lässt sich das große Ausmaß früherer grenzüberschreitender Aktivitäten erkennen. Die starke, Landesgrenzen überschreitende Verflechtung von Wirtschaft, Politik und Kirche, die zu dieser Zeit herrschte, kann auch heute noch aus umfangreichen historischen Quellen nachvollzogen werden (vgl. u.a. Pölnitz 1951, 1958, 1963, 1967, 1971, 1981).

Grenzüberschreitende Handelsaktivitäten gingen auch von dem von **Jacques Coeur** im französischen Bourges aufgebauten Imperium sowie von den berühmten Geschlechtern der **Alberti** und **Medici** aus dem italienischen Florenz aus. Die Medici hatten bis zum Beginn des 16. Jahrhunderts zahlreiche Handelsniederlassungen in Europa etabliert. Auch in weiteren norditalienischen Städten, wie Venedig oder Genua, sowie in flämischen Städten, wie Brügge und Antwerpen, entwickelte sich ein reges Handelsleben. Bankdynastien, wie die **Bardi**, **Acciaiuoli** und **Peruzzi**, begleiteten den Aufschwung des Handels. Seit der Renaissance war der Handel, den politisch einflussreiche Kaufleute trieben, fest im Wirtschafts- und Gesellschaftsleben Europas etabliert. War internationaler Handel in der Zeit um Christi Geburt vor allem in Südeuropa bedeutend, so hatte sich diese Situation inzwischen verändert: Mitteleuropa löste Südeuropa als Zentrum umfangreicher Handelsaktivitäten ab.

1.3 Internationalisierung ab der Kolonialzeit

Spätestens mit der Kolonialzeit und mit den Entdeckungsreisen nach dem 15. Jahrhundert institutionalisierte sich der internationale Handel dann in Form der sogenannten Überseegesellschaften. Die **Überseegesellschaften** ähnelten den heutigen internationalen Unternehmungen bereits in manchen ihrer Eigenschaften (vgl. Perridon/Rössler 1980a). Bei den Überseegesellschaften handelte es sich um vom Staat konzessionierte Handelsunternehmungen. Aufgrund der sogenannten Doktrin des Kolonialpaktes durften Waren von und zu den Kolonialstaaten ausschließlich von Gesellschaften des Mutterlandes vertrieben werden. Insbesondere England und Portugal, aber auch die Niederlande, Frankreich und Spanien bauten ein großes Imperium an Überseegesellschaften auf, welche die Importe und Exporte mit ihren Kolonialstaaten abwickelten. Die wohl bekannteste Unternehmung dieser Zeit ist die **British East-India-Company**, eine im 17. Jahrhundert gegründete Überseegesellschaft, die vor allem den englisch-indischen Handel organisierte und die in Textbox 1-1 näher beschrieben wird. Aber auch die niederländische **Vereenigde Oostindische Compagnie** und die französische **Compagnie des Isles de l'Amérique** verdienen besondere Erwähnung. Dabei lässt sich eine Spezialisierung der einzelnen Überseegesellschaften auf unterschiedliche Produkte feststellen. So hatte die **Hudson Bay Company**, die übrigens im Gegensatz zu den meisten anderen Gesellschaften bis heute existiert (vgl. Dunning/Lundan 2008, S. 148), umfangreiche Großhandelsaktivitäten – vor allem mit Pelzen – in Kanada aufgebaut. Den Überseegesellschaften wurden Privilegien zuteil, die ihnen etwa die Bewaffnung ihrer Schiffe, die Anlage von Häfen oder die Ausübung der Münzhoheit erlaubten.

Textbox 1-1: Die British East-India-Company (Ostindische Kompanie)

Ein Zeitungsausschnitt

Sie hat den Engländern den Tee gebracht, den Russen das Porzellan und Opium den Chinesen. Sie hat den einen ungeheuren Wohlstand, den anderen Verderben und manchen beides gebracht. Sie war der mächtigste Konzern, den die Wirtschaftsgeschichte je gesehen hat: die **Ostindische Kompanie**. Jetzt feiert sie ihren 400. Geburtstag. Genau vor 400 Jahren, am 31. Dezember 1600, hat Königin Elisabeth I. die Gründungsurkunde für die Unternehmung unterschrieben. 218 Adlige und Händler aus der Londoner City, die Anteilseigner der jungen Gesellschaft, erhielten damit von der englischen Königin ein – zeitlich befristetes – Handelsmonopol für „Ostindien“.

Die Briten waren die ersten, die eine private Monopolgesellschaft für den Fernosthandel aufbauten; Niederländer, Franzosen und Dänen folgten später. Die Briten schlugen – freilich nur in den ersten Jahrzehnten – auch eine ganz andere Strategie ein als beispielsweise die Portugiesen und die Spanier in Südamerika: Sie wollten keine Länder erobern, sondern schlossen mit den örtlichen Herrschern Abkommen, wonach sie Handelsstützpunkte errichten konnten. Das bedeutete freilich nicht, dass

es friedlich zugeht: Schon der Erfolg des ersten Konvois bestand im Wesentlichen darin, dass man ein portugiesisches Schiff kapern konnte.

Anfangs, solange noch jede Reise einzeln finanziert und abgerechnet wurde, schaffte es die **Ostindische Kompanie** keineswegs, die Vorherrschaft der Niederländer zu brechen. Erst 1657, mit der Umwandlung der **East-India-Company** – wie sie zwar nie offiziell hieß, aber allgemein genannt wurde – in eine Art Aktiengesellschaft mit festem Grundkapital, entwickelte sich der „Konzern“ zu einem Machtfaktor. Neben Organisation und überlegenen Waffen trug auch unternehmerischer Instinkt zum Aufblühen bei: Die **Ostindische Kompanie** „entdeckte“ die billigen indischen Baumwollstoffe für den Weltmarkt. Später gründete sie Singapur und Hongkong. Selbst Amerika belieferte sie mit Tee. Am unheilvollsten war ihr Wirken wohl in China: Weil die Chinesen an den Produkten der **Ostindischen Kompanie** wenig interessiert waren, bezahlte der Konzern Seide, Silber und Tee mit illegal eingeführtem Opium, das man in Bengalen anbauen ließ.

Der wichtigste Unterschied zu anderen Großkonzernen der Wirtschaftsgeschichte liegt darin, dass die **Ostindische Kompanie** ihre eigenen Söldnerheere hatte und von etwa 1745 an mit Indien de facto – mit lokalen Feudalherren als Marionetten – einen ganzen Subkontinent regierte. Es ging allerdings nicht lange gut: Die Armee kostete zu viel Geld, es gab zu viele Leute, die nur den schnellen Reibach machen wollten, und kaum einen, der an der langfristigen Entwicklung der Besitztümer interessiert war. 1773 musste die englische Regierung der Kompanie mit einem Riesenkredit aushelfen; dafür zog sie die politische Verwaltung Indiens teilweise an sich.

Das faktische Ende für die **Ostindische Kompanie** brachte ein Blutbad, das die Engländer als Meuterei und die Inder als ersten Unabhängigkeitskrieg bezeichnen. Die Engländer schlugen die Revolte zwar nieder, aber es hätte dazu gar nicht kommen müssen, wenn die Manager der Kompanie nur ein bisschen Kultur und Religion der Einheimischen respektiert hätten. Aus der „Melkkuh“ Indien ist für London immer mehr ein Problemfall geworden, und die „Privatisierung des Kolonialismus“ erwies sich als Sackgasse. Das britische Parlament beschloss 1858, dass die Kompanie – gegen eine Entschädigung – Waffen, Schiffe, Immobilien und ihre Angestellten der öffentlichen Hand überstellen musste.

Quelle:

Zitzelsberger, Gerd (2000): Der Konzern, der einen ganzen Subkontinent regierte. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 300 vom 30./31. Dezember 2000 und 01. Januar 2001, S. 30.

Der Überseehandel war eine spezielle Form des internationalen Handels. Man kann dabei von einem „**Intra-Imperiumhandel**“ sprechen, da sich der Warenaustausch weitgehend zwischen dem jeweiligen Mutterland und dessen Kolonien abspielte. Neben der wirtschaftlichen Funktion hatten die Überseegesellschaften die politisch wichtige Funktion, das gesamte Kolonialsystem zu stützen. Der **Merkantilismus** verstärkte die Tendenz, Überseegesellschaften vor allem auch unter eine politische Maxime – die Wirtschaft dem Primat der Politik unterzuordnen – zu stellen und damit den Wohlstand der

eigenen Nation zu erhöhen (→ zum Merkantilismus auch Abschnitt 1.2.1 in Kapitel 3). Kolonien waren also „Mittel zum Zweck“: Sie versorgten die Kolonialmächte mit Rohstoffen, ermöglichten durch ihre „billigen“ Arbeitskräfte eine günstige Produktion, sicherten den Absatz bestimmter Güter und sorgten aufgrund der positiven ökonomischen Wirkungen auch für eine Stabilisierung der innenpolitischen Lage in den Mutterländern (vgl. zu einer kurzen kritischen Betrachtung über die Rolle der Kolonien Krämer 2001b).

1.4 Internationalisierung ab der Industriellen Revolution

Mit der industriellen Revolution nahm der Liberalismus in Europa seinen Aufschwung. Dies führte unter anderem dazu, dass auch der Handel zwischen den Ländern zunehmend liberalisiert wurde. Gleichzeitig exportierten die Kolonialmächte nicht nur Waren, sondern vermehrt auch Kapital in die Kolonien. Frühere Export- und Importunternehmen, also ehemalige Überseegesellschaften, gründeten sowohl Vertriebs- als auch Produktionsniederlassungen im Ausland. Mit zunehmender Industrialisierung trat damit, vor allem **zu Beginn des 19. Jahrhunderts**, zum internationalen Handel auch die **Direktinvestition im Ausland**. Schon damals wurde also ein grundlegender Wandel eingeleitet – ein Wandel von der international tätigen Handelsunternehmung zur (auch) im Ausland investierenden Unternehmung. Wie bereits erwähnt, werden wir auf die Unterscheidung zwischen Außenhandel und Direktinvestitionen (u.a. in Form von Produktionsanlagen) im Laufe dieses Kapitels noch ausführlicher eingehen (→ Abschnitte 2 und 3 in diesem Kapitel). Es sollte aber durch die bisherigen Ausführungen deutlich geworden sein, dass der Handel über Grenzen hinweg eine längere Tradition hat als Direktinvestitionen in anderen Territorien. Unabhängig davon, ob Handels- oder Direktinvestitionsaktivitäten ergriffen wurden, war bis ins 19. Jahrhundert hinein eine starke **Beeinflussung durch den Staat** festzustellen.

Obwohl es, wie das Beispiel der Fugger zeigt, bereits im ausgehenden Mittelalter zu einzelnen Direktinvestitionen im Ausland kam, lassen sich **bedeutende Investitionen erst um ca. 1850** feststellen. Vor allem englische Unternehmungen gründeten damals Tochtergesellschaften im Ausland. In den achtziger und neunziger Jahren des 19. Jahrhunderts begannen aber auch französische und deutsche Unternehmungen, zahlreiche Stützpunkte im Ausland aufzubauen. Die Vereinigten Staaten verfügten ebenfalls bereits vor dem Ersten Weltkrieg über beträchtliche Direktinvestitionen im Ausland. Es war lediglich die **Dominanz des Vereinigten Königreichs**, welche die Vereinigten Staaten – im Gegensatz zu unseren Tagen – nicht als „Hauptmacht“ hinsichtlich der Auslandsinvestitionen erscheinen ließ. 1914 konnte fast die Hälfte der weltweiten Auslandsdirektinvestitionen dem Vereinigten Königreich zugeschrieben werden (vgl. Jones 1996, S. 30, Dunning/Lundan 2008, S. 174). Aus allen vorliegenden Quellen wird klar erkenntlich, dass das Vereinigte Königreich zu Beginn des 19. Jahrhunderts hinsichtlich der Internationalisierung zur führenden Nation geworden war und damit die im Mittelalter

dominanten Nationen abgelöst hatte (vgl. Wilkins 1993, S. 29-35). Die Vorherrschaft des Vereinigten Königreichs in der Weltwirtschaft, die bis zum Zweiten Weltkrieg anhielt, verdeutlicht auch der nachfolgende Zeitungsausschnitt in Textbox 1-2.

Textbox 1-2: Die Vorherrschaft des Vereinigten Königreichs in der Weltwirtschaft

Ein Zeitungsausschnitt

Vor dem Zweiten Weltkrieg bestimmte das Vereinigte Königreich ganz ähnlich wie heute die USA die geschäftlichen und monetären Regeln, stellte mit dem Pfund die global akzeptierte Währung, und die Banker der City verwalteten große Teile des Vermögens der Reichen Europas. Sie steckten es in Tausende von geschlossenen Fonds für Minen, Eisenbahnen oder auch öffentliche Kanalsysteme in den aufstrebenden Regionen. Vergleichbar den heutigen Risikokapitalfonds produzierten sie dabei ebenso überragende Erfolge wie spektakuläre Pleiten.

Quelle:

Schumann (1999), S. 123.

Wenn es auch bereits gegen Ende des 19. Jahrhunderts zu Direktinvestitionen kam, so sollte man dennoch beachten, dass diese Direktinvestitionen häufig in anderen Bereichen als heutzutage getätigt wurden: Mehr als die Hälfte der Direktinvestitionen, die vor 1914 erfolgten, werden dem Rohstoffsektor als Teil des **Primären Sektors** zugerechnet (vgl. Jones 1996, S. 61-98 sowie Dunning/Lundan 2008, S. 174). Von vergleichsweise großer Bedeutung war bis zu dieser Zeit aber auch der **Tertiäre Sektor**, auf den schätzungsweise 30% aller ausländischen Direktinvestitionen entfielen (vgl. Jones 1996, S. 147-193). Wenn also seit einiger Zeit von einer großen Internationalisierungswelle im Dienstleistungsbereich gesprochen wird (vgl. Sauvant/Mallampally 1993, Hrsg., Giger 1994, Mößlang 1995), so sollte nicht vergessen werden, dass viele Dienstleistungsunternehmen, wie Banken oder Transportunternehmen, bereits sehr früh im Ausland präsent waren. Der **Sekundäre Sektor**, in dem heute (immer noch) ein Großteil der Direktinvestitionen erfolgt, umfasste vor Ausbruch des Ersten Weltkriegs nur etwa 15% aller weltweiten Direktinvestitionsbestände (vgl. Jones 1996, S. 99-146). Ebenso wurde – dies zeigt auch der Zeitungsausschnitt in Textbox 1-2 – Kapital nicht immer durch einzelne Unternehmen im Ausland investiert, sondern über Fondsgesellschaften, an denen Individuen, Organisationen und Unternehmen beteiligt waren.

Der weltweite Handel mit anderen Ländern nahm – trotz der Tendenz zu vermehrten Direktinvestitionen – keineswegs ab. Zwischen 1870 und dem Ausbruch des Ersten Weltkriegs wird von einer durchschnittlichen Zunahme des Welthandelsvolumens um etwa 3,5% p.a. berichtet. Einschneidende Veränderungen ergaben sich dann jedoch

durch den Ersten Weltkrieg und die Weltwirtschaftskrise. Schenkt man den Statistiken Glauben, so hat sich zwischen 1913 und 1937 das jährliche Wachstum des **Außenhandels** auf 1,3% p.a. reduziert. Dafür ist insbesondere die Zeitspanne zwischen 1929 und 1937 verantwortlich. In diesem Zeitraum war sogar eine Stagnation beim Wachstum des Welthandels festzustellen (vgl. Kitson/Michie 1997, S. 7). Die **Direktinvestitionstätigkeit** wurde allerdings in den zwanziger und dreißiger Jahren des 20. Jahrhunderts nicht in gleichem Ausmaß negativ beeinträchtigt – im Gegenteil: Europäische und amerikanische Unternehmungen gründeten verstärkt Niederlassungen im Ausland, um die als Folge der politischen Auseinandersetzungen erhöhten Schutzzölle zu umgehen. Gleichzeitig ist festzustellen, dass die US-amerikanischen Investitionen während dieser Zeit deutlich stärker zunahmen als die europäischen Investitionen.

1.5 Fazit: Internationalisierung – kein neues Phänomen

Wir werden auf die jüngere Entwicklung der Außenhandels- und Direktinvestitionstätigkeit, die sich nach dem Zweiten Weltkrieg ergab, im Laufe dieses Buches noch ausführlicher eingehen (→ Abschnitte 2 und 3 in diesem Kapitel). Eines sollte allerdings bereits bis zu diesem Zeitpunkt deutlich geworden sein: **Internationalisierung** der Wirtschaft ist **kein Modethema**. In vielen Medien wird heutzutage zuweilen der Eindruck erzeugt, Internationalisierung sei vor allem ein Phänomen der Gegenwart und dabei vor allem ein Phänomen der letzten Dekade. Mit unseren bisherigen Ausführungen hoffen wir, diesen Eindruck ein wenig „zurechtgerückt“ zu haben. Die Internationalisierung der Wirtschaft ist bereits seit langem ein empirisch feststellbares Phänomen. Und die Internationalisierung hat keinesfalls so sprunghaft zugenommen, wie dies manchmal dargestellt wird (vgl. Lipsey 1998). Vor diesem Hintergrund ist es auch nicht verwunderlich, dass die Geschichte der internationalen Wirtschaft und ihrer Hauptaktoren, den internationalen Unternehmungen, zunehmend zu einem zentralen Forschungsgebiet an der Schnittstelle zwischen den Disziplinen der Geschichtswissenschaft, der Volkswirtschaftslehre und der Betriebswirtschaftslehre geworden ist (vgl. z.B. Williamson 1996). Durch den Rückblick auf die Geschichte der internationalen Wirtschaft lässt sich ein realistisches Bild zeichnen, welches die heutige Internationalisierung in einen größeren Zusammenhang einbettet. Aus der Reihe der Autoren, die sich mit der Geschichte und dabei vor allem mit der jüngeren **Geschichte der Internationalisierung** beschäftigen, sind insbesondere Alfred Chandler (1962, 1980, 1990), Geoffrey Jones (1993, 1993, Hrsg. und 1996), Geoffrey Jones/Harm Schröter (1993 und 1993, Hrsg.), Mira Wilkins (1970, 1974, 1989, 1993) und John Dunning (1983, 1998) hervorzuheben. Wie wichtig eine Betrachtung der historischen Situation sein kann (vgl. Jones/Khanna 2006), zeigt ein Zitat von Paul Krugman, einem der berühmtesten Ökonomen. In Bezug auf die Gefahr, die viele US-Amerikaner in der internationalen Verflechtung sehen, schreibt er: „The United States is not now and may never be as open to trade as the United Kingdom has been since the reign of Queen Victoria“ (Krugman 1993, S. 24).

2 Internationalisierung und Außenhandel

Nach unseren Ausführungen über die historische Entwicklung der Internationalisierung beschäftigen wir uns in diesem Abschnitt näher mit Außenhandel. Wir liefern Ihnen zunächst terminologische und inhaltliche Grundlagen zum Außenhandel (Abschnitt 2.1), bevor wir dann eine umfassende Analyse des weltweiten Außenhandels (Abschnitt 2.2) und des deutschen Außenhandels (Abschnitt 2.3) vornehmen.

2.1 Terminologische und inhaltliche Grundlagen

Außenhandel entsteht dadurch, dass Wirtschaftssubjekte des Inlands Handelsbeziehungen mit Wirtschaftssubjekten des Auslands unterhalten (→ zu einer genaueren Definition von Inländern und Ausländern siehe Abschnitt 4.1 in diesem Kapitel). Während sich Inlandshandel (**Binnenhandel**) innerhalb der Staatsgrenzen abspielt, ist für **Außenhandel** das Überschreiten von Staatsgrenzen konstitutiv. Gegenstand des Außenhandels sind, wie auch beim Binnenhandel, primär Waren und Dienstleistungen. In manchen Veröffentlichungen, auch in manchen Statistiken, wird neben dem Handel mit Waren und Dienstleistungen auch der „Handel mit geistigem Eigentum“ als eigene Kategorie betrachtet. Wir werden den Handel mit geistigem Eigentum – etwa in Form von Patenten, Copyrights und sonstigen Lizenzen – in den weiteren Ausführungen allerdings nicht separat behandeln, da er in den meisten Statistiken, so auch in der Statistik der Deutschen Bundesbank, als Teil des Dienstleistungshandels gilt (vgl. Deutsche Bundesbank 2010a, S. 20-22).

Es soll nun zuerst geklärt werden, welche Basisformen (Abschnitt 2.1.1) und welche Sonderformen des Außenhandels (Abschnitt 2.1.2) existieren. Abbildung 1-1 kann Ihnen bereits an dieser Stelle einen Überblick über die Basis- und Sonderformen des Außenhandels vermitteln.

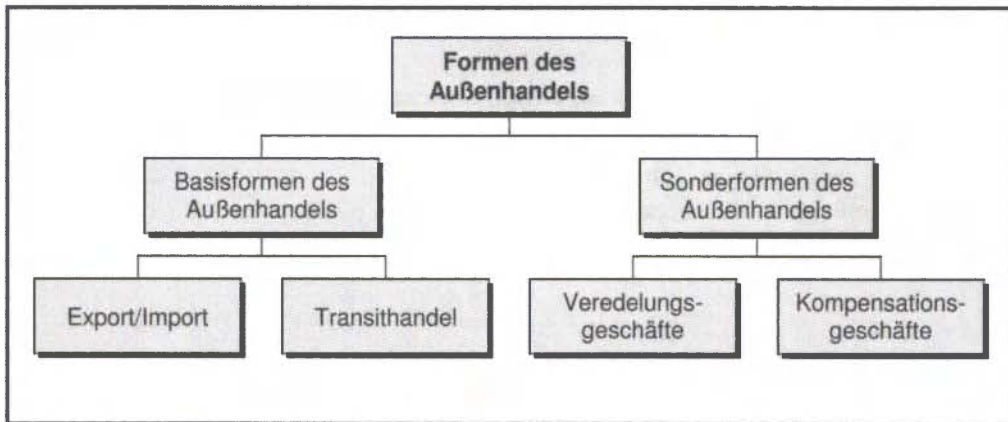


Abb. 1-1: Übersicht über Basis- und Sonderformen des Außenhandels

2.1.1 Basisformen des Außenhandels

Als Basisformen des Außenhandels gelten – ob bei Waren oder Dienstleistungen – Export und Import (Abschnitt 2.1.1.1) sowie Transithandel (Abschnitt 2.1.1.2).

2.1.1.1 Export und Import

Was ist unter Export und Import zu verstehen? Welche Typen von Export und Import unterscheiden wir? Auf diese Fragen werden wir zunächst eingehen (Abschnitt 2.1.1.1.1 und 2.1.1.1.2), bevor wir darauf aufbauend mögliche Beziehungen zwischen Export- und Importströmen klären (Abschnitt 2.1.1.1.3).

2.1.1.1.1 Grundlagen und Typen von Export und Import

Innerhalb des Außenhandels kann man unterschiedliche Basisformen differenzieren. Als wichtigste Einteilungskriterien gelten

- (1) die **Richtung des Außenhandels** und
- (2) die **Mittelbarkeit des Außenhandels**.

(1) Hinsichtlich der **Richtung des Außenhandels** lassen sich Export (Ausfuhr) und Import (Einfuhr) unterscheiden.

- Als **Export** gilt der Absatz der im eigenen Wirtschaftsgebiet produzierten Waren (Sachgüter) und Dienstleistungen in fremden Wirtschaftsgebieten, d.h. jenseits der Staatsgrenzen.
- Als **Import** bezeichnet man den Bezug von Waren (Sachgütern) und Dienstleistungen aus fremden Wirtschaftsgebieten, d.h. aus dem Ausland.

Beim Export fließen damit Waren- und Dienstleistungsströme vom Inland ins Ausland, während beim Import die Ströme in umgekehrter Richtung verlaufen. Aus volkswirtschaftlicher Sicht nehmen beim Export Ausländer Teile des inländischen Nationaleinkommens in Anspruch, während beim Import Inländer Teile des ausländischen Nationaleinkommens in Anspruch nehmen. Wir werden die Begriffspaare „Export – Import“ bzw. „Ausfuhr – Einfuhr“ synonym verwenden, da kein sachlicher Unterschied besteht. Es gilt allerdings zu beachten, dass in manchen Teilen der Literatur, so zum Beispiel im deutschen Außenwirtschafts- und Zollrecht, nur von Ausfuhren und Einfuhren und nicht von Exporten und Importen gesprochen wird.

(2) Sowohl Exporte als auch Importe können unmittelbar oder mittelbar erfolgen und damit in ihrer **Mittelbarkeit** unterschieden werden.

- Unmittelbaren bzw. direkten Außenhandel bezeichnen wir als **Direktexport** (Direktausfuhr) bzw. **Direktimport** (Direkteinfuhr). Hier erfolgen Außenhandelsaktivitäten ohne Einschaltung von Handelsmittlern im Inland (im Fall des Exports) bzw. ohne Einschaltung von Handelsmittlern im Ausland (im Fall des Imports). Es existiert also eine unmittelbare bzw. direkte Beziehung zwischen dem inländischen und ausländischen Geschäftspartner.
- Bei mittelbarem bzw. indirektem Außenhandel sprechen wir – je nach Richtung der Ströme – von **Exporthandel** (Ausfuhrhandel) bzw. von **Importhandel** (Einfuhrhandel). Hier werden Zwischenhändler im Inland (im Fall des Exports) bzw. im Ausland (im Fall des Imports) eingeschaltet. Eine vertragliche Geschäftsbeziehung besteht zwischen zwei Geschäftspartnern im In- und Ausland somit nicht direkt, sondern nur indirekt über einen Intermediär im Land des Exporteurs. Das Auslandsgeschäft wird aus Sicht des Herstellers im Prinzip wie ein Inlandsgeschäft abgewickelt.

Die Basisformen des Außenhandels, die sich hinsichtlich der Richtung und der Mittelbarkeit der Ströme unterscheiden, lassen sich graphisch in Abbildung 1-2 veranschaulichen. Während die Unterscheidung zwischen Export und Import keine Schwierigkeiten bereitet, ist die Unterscheidung zwischen mittelbaren und unmittelbaren Strömen etwas problematischer. Sie ist deswegen erklärungsbedürftig, weil in vielen internationalen Geschäften Mittler eingeschaltet werden. In der Regel spricht man nur dann von **indirektem** bzw. **mittelbarem Außenhandel**, wenn sogenannte **Außenhandelsunternehmen** bzw. **Exporthäuser** als spezielle (Außen-)Handelsmittler eingeschaltet werden. Zu indirektem bzw. mittelbarem Außenhandel kommt es also nur dann,

- wenn sich inländische Unternehmungen **beim Export** der Dienste von Außenhandelsunternehmungen bzw. Exporthäusern im **Inland** bedienen oder
- wenn sich inländische Unternehmungen **beim Import** nicht direkt an den Hersteller von Waren oder den Produzenten von Dienstleistungen wenden, sondern eine Außenhandelsunternehmung bzw. ein Exporthaus im **Ausland** aufsuchen.

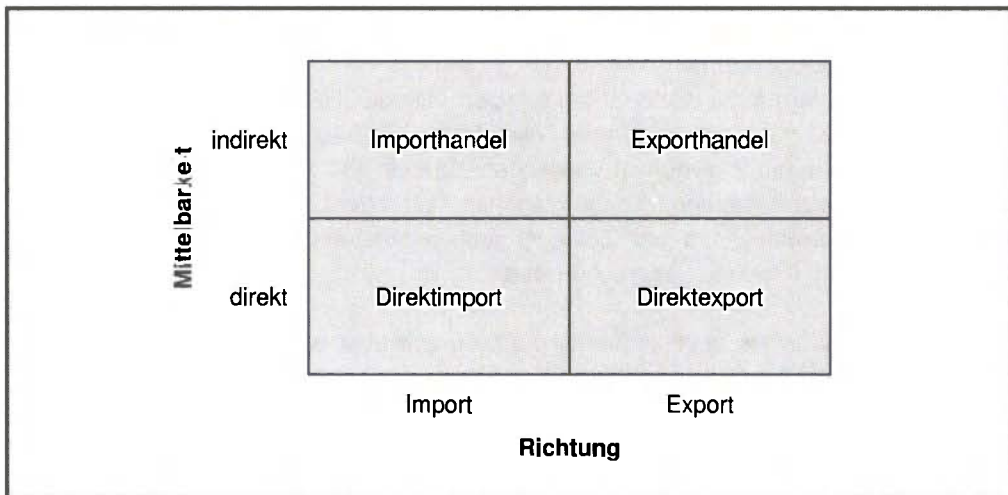


Abb. 1-2: Die Basisformen des Außenhandels

Wird dagegen – ob bei Import oder Export – der Weg über **Handelsvertreter, Handelsmakler, Kommissionäre oder Generalimporthäuser** gewählt, so spricht man nicht von indirektem Außenhandel, sondern weiterhin von direktem bzw. unmittelbarem Außenhandel. Oder anders ausgedrückt: Außenhandel wird nicht bereits dadurch indirekt oder mittelbar, dass Handelsvertreter, Handelsmakler, Kommissionäre oder Generalimporthäuser in den Absatz- oder Beschaffungsprozess involviert werden. Während Außenhandelsunternehmungen bzw. Exporthäuser als eigene Handelsstufe gelten, werden Handelsvertreter, Handelsmakler, Kommissionäre oder Importhäuser als **Absatzmittler** aufgefasst. Weiterhin gilt es zu beachten, dass Exporthäuser als eigene Absatzstufe gelten, was bei (General-)Importhäusern nicht der Fall ist. Damit wird deutlich, dass **Export- und Importseite unterschiedlich bewertet** werden. Die Differenzierung zwischen direktem und indirektem Import bzw. direktem und indirektem Export kommt auch in Abbildung 1-3 zum Ausdruck.

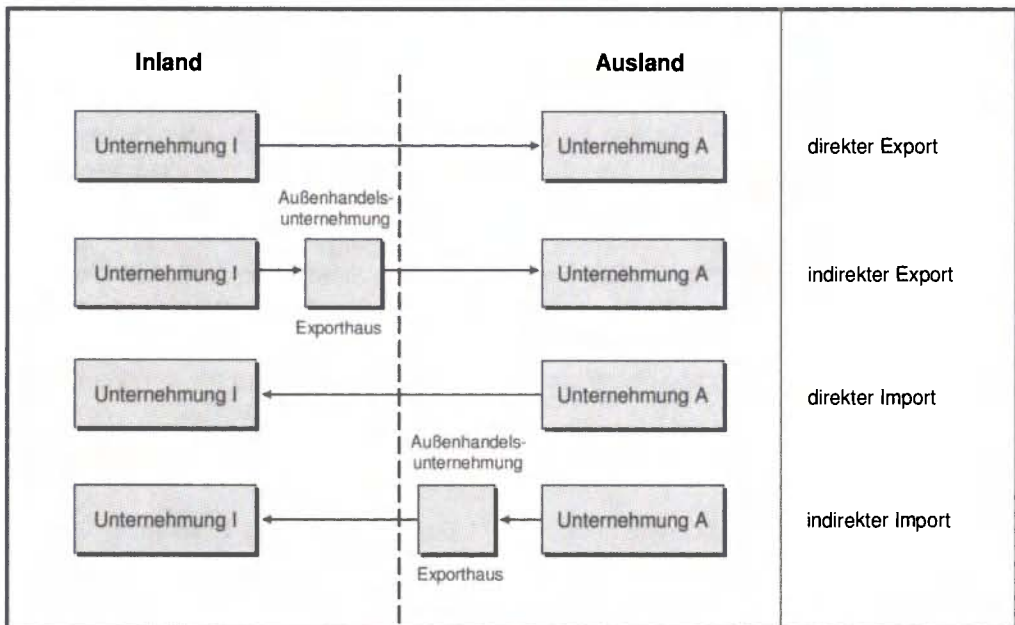


Abb. 1-3: Die Unterscheidung zwischen direktem und indirektem Außenhandel

In vielen Fällen wird im **grenzüberschreitenden Waren- und Dienstleistungsverkehr** im Verlauf eines Geschäfts eine Vielzahl von unterschiedlichen Akteuren eingeschaltet. Bei der Abwicklung eines Außenhandelsgeschäfts lassen sich somit bei genauer Analyse mehrere Teil- bzw. Einzeltransaktionen identifizieren. So kommt es vor, dass ein bestimmtes Außenhandelsgeschäft in Teilen den Charakter eines direkten Außenhandelsgeschäfts annimmt und in anderen Teilen Züge eines indirekten Außenhandelsgeschäfts trägt. Viele Außenhandelsgeschäfte bestehen aus einer **Kette von mehreren Einzeltransaktionen**. Bereits in der Anfang des 20. Jahrhunderts erschienenen Handelsbetriebslehre von Johann Friedrich Schär, einem Nestor der deutschen Betriebswirtschaftslehre, wurden zahlreiche Akteure identifiziert, die innerhalb der internationalen Handelskette von Relevanz sind (vgl. Schär 1911, S. 151-160 und S. 182-190). Neben den bereits genannten Akteuren, wie etwa Handelsvertreter, Handelsmakler, Kommissionäre oder Importhäuser, können bei Import- und Exportgeschäften vor allem noch Großhändler im In- oder im Ausland involviert sein.

2.1.1.1.2 Export und Import als General- und Spezialhandel

Wenn wir bisher von Export und Import als Basisformen des Außenhandels gesprochen haben, so haben wir nicht zwischen **Landesgrenze** und **Zollgrenze** unterschieden. Wir haben also implizit unterstellt, dass Landesgrenze und Zollgrenze zusammenfallen. Dies ist allerdings nicht immer der Fall. Es gibt schließlich **Zollfreigebiete** sowie **Zoll-Lager** und **Freihafen-Lager**. Zoll-Lager und Freihafen-Lager finden sich an Flughäfen sowie See- und Binnenhäfen. In Zoll-Lagern sowie Freihafen-Lagern können die gelagerten Waren unter Zollaufsicht be- und verarbeitet werden. Berücksichtigt man die Unterscheidung zwischen Landesgrenze und Zollgrenze, so existieren bei der Unterscheidung von General- und Spezialhandel auf der Exportseite und der Importseite folgende Alternativen:

(1) Exportseite

- Export 1: Exporte überschreiten sowohl die Landes- als auch die Zollgrenze.
- Export 2: Exporte überschreiten nur die Landes-, aber nicht die Zollgrenze, weil sie aus einem Zollfreigebiet stammen bzw. aus einem Zoll-Lager oder Freihafen-Lager exportiert wurden (Ausfuhr **aus** Lager).

(2) Importseite:

- Import 1: Importe überschreiten sowohl die Landes- als auch die Zollgrenze.
- Import 2: Importe überschreiten die Landes-, aber nicht die Zollgrenze, weil sie in ein Zollfreigebiet gelangen bzw. in ein Zoll-Lager oder Freihafen-Lager geliefert werden (Einfuhr **auf** Lager).
- Import 3: Importe überschreiten nur die Zollgrenze, weil sie aus einem Zollfreigebiet bzw. aus einem Zoll-Lager oder Freihafen-Lager in das Zollgebiet gelangen (Einfuhr **aus** Lager), d.h. die Landesgrenze wurde bereits zu einem früheren Zeitpunkt überschritten.

Die unterschiedlichen Alternativen für Warenströme beim Überschreiten von Landes- und Zollgrenzen verdeutlicht Abbildung 1-4.

An der Unterscheidung zwischen Landesgrenze und Zollgrenze setzt nun die Unterscheidung zwischen **Generalhandel** und **Spezialhandel** an. Die Differenzierung zwischen Generalhandel und Spezialhandel ist vor allem für Wirtschaftsstatistiken von Bedeutung (vgl. Zwer 1994, S. 224-227, Leiner 1997, S. 102-104).

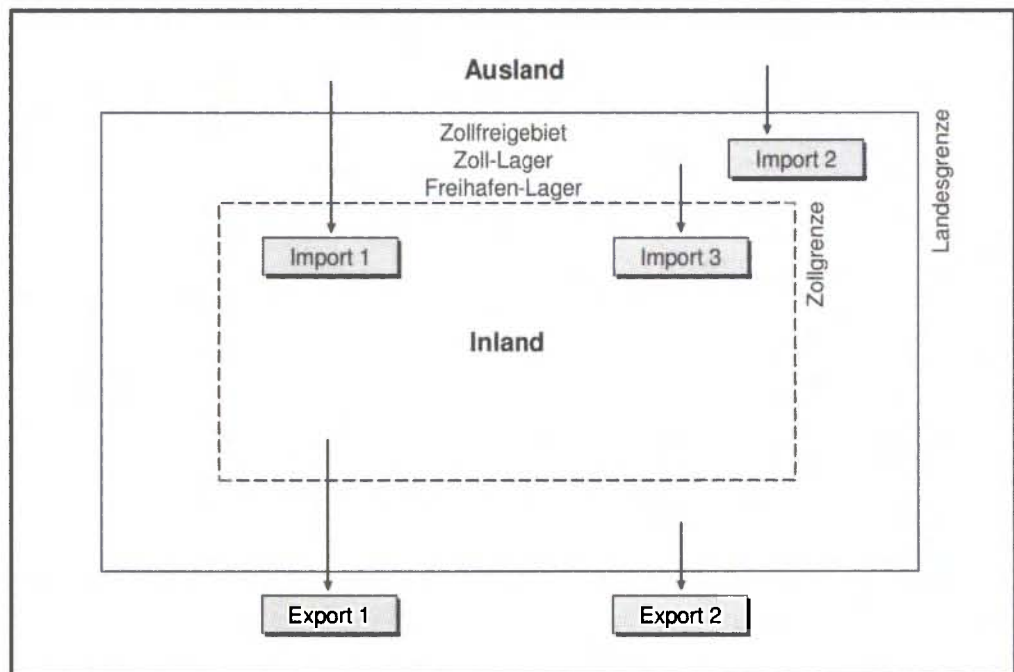


Abb. 1-4: Das Überschreiten von Landes- und Zollgrenzen bei Einfuhr und Ausfuhr

Da beim **Generalhandel** nur das Überschreiten der **Landesgrenzen** registriert wird, gelten folgende Vorgänge als Generalhandel:

(1) auf der Ausfuhrseite

- die Ausfuhren aus dem Zollgebiet (Export 1)
- die Ausfuhr von Waren aus Zollfreigebieten bzw. von Waren, die sich in Zoll-Lagern und Freihafen-Lagern befinden (Export 2)

(2) auf der Einfuhrseite

- die Einfuhren in das Zollgebiet (Import 1)
- die Einfuhren in Zollfreigebiete, Zoll-Lager bzw. Freihafen-Lager (Import 2)

(aber nicht die Einfuhren aus Zollfreigebieten, Zoll-Lager bzw. Freihafen-Lager in das Zollgebiet; d.h. Import 3 zählt nicht zum Generalimport)

Der **Spezialhandel** registriert im Gegensatz zum Generalhandel nur das Überschreiten der **Zollgrenzen**. Somit gelten folgende Fälle als Spezialhandel:

(1) auf der Ausfuhrseite

- die Ausfuhren aus dem Zollgebiet (Export 1)
(aber nicht die Ausfuhren aus einem Zollfreigebiet bzw. Zoll-Lager oder Freihafen-Lager; d.h. Export 2 zählt nicht zum Spezialhandel)

(2) auf der Einfuhrseite

- die Einfuhren in das Zollgebiet (Import 1)
- die Einfuhren von Zollfreigebieten, Zoll-Lagern bzw. Freihafen-Lagern in das Zollgebiet (Import 3)
(aber nicht die Einfuhren in Zollfreigebiete; d.h. Import 2 zählt nicht zum Spezialhandel)

Damit wird deutlich, dass die meisten Vorgänge, d.h. Einfuhren in das Zollgebiet und Ausfuhren aus dem Zollgebiet, gleichzeitig Generalhandel und Spezialhandel darstellen. Die Unterscheidung zwischen General- und Spezialhandel ist jedoch dann von Bedeutung, wenn Transaktionen in bzw. mit Zollfreigebieten, Zoll-Lagern oder Freihafen-Lagern betroffen sind. Das Beispiel in Textbox 1-3 soll diese Aussagen verdeutlichen.

Textbox 1-3: Die Unterscheidung von General- und Spezialhandel

Ein Beispiel

Führt ein Bremer Händler Kaffee aus Kolumbien nach Deutschland, zum Beispiel nach Mülheim/Ruhr für die Handelskette **Aldi**, ein, so handelt es sich dabei sowohl um **Generalhandel** als auch um **Spezialhandel**. Gelangt der Kaffee aus Kolumbien in den Bremer Freihafen, so handelt es sich dabei zunächst um **Generalimport**. Exportiert der Händler den Kaffee anschließend aus dem Bremer Freihafen nach Schweden, so liegt **Generalexport** vor. Entscheidet er sich anstelle des Exports nach Schweden dafür, den Kaffee doch in den deutschen Warenverkehr zu bringen, kommt es zu **Spezialimport**. Spezialexport kann in diesem konstruierten Beispiel nicht vorliegen, da damit definitionsgemäß der Export deutscher Waren aus dem freien Warenverkehr in Deutschland in den freien Warenverkehr eines anderen Landes gemeint ist.

Wir können nun abschließend Abbildung 1-4 so erweitern, dass wir in Abbildung 1-5 die Zusammenhänge zwischen den unterschiedlichen Alternativen der Grenzüberschreitung und dem General- und Spezialhandel darstellen.

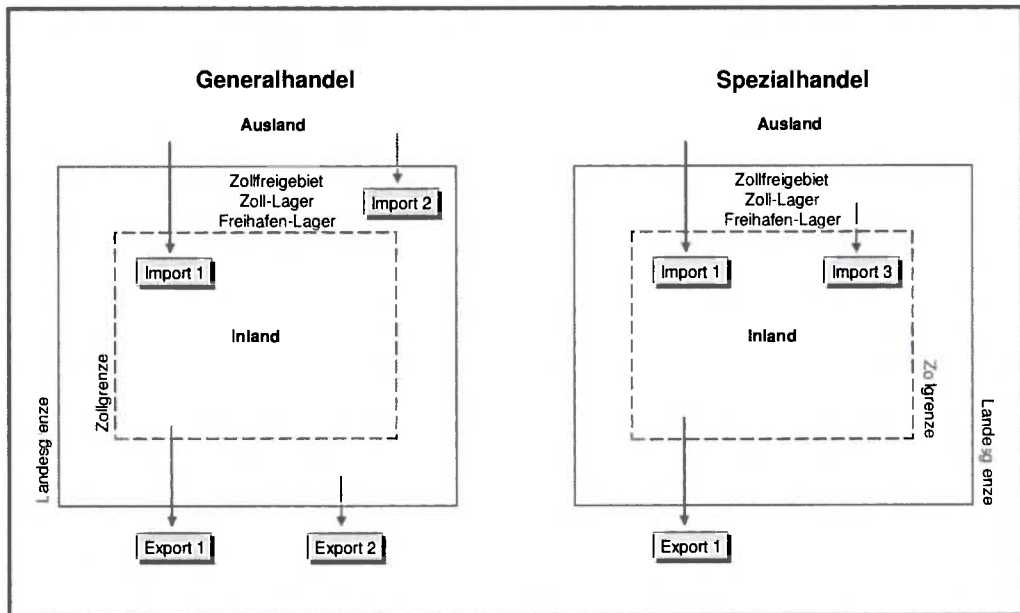


Abb. 1-5: Generalhandel versus Spezialhandel

2.1.1.1.3 Beziehungen zwischen Export- und Importströmen

Bei einer Analyse der Export- und Importströme bietet es sich an, die „Struktur“ bzw. „Qualität“ genauer zu untersuchen und auch darauf einzugehen, wie sich die Preise der Export- und Importströme im Zeitablauf entwickeln. Wir werden daher nachfolgend kurz (1) die Beziehungsebene „**Struktur**“ bzw. „**Qualität**“ erläutern, bevor wir anschließend auf (2) die Beziehungsebene „**Preis**“ zu sprechen kommen.

(1) Beziehungsebene „Struktur“ bzw. „Qualität“

Betrachtet man die Gesamtheit der Exporte und Importe zwischen Volkswirtschaften, so findet man häufig eine weitere Unterscheidung – die Unterscheidung zwischen komplementärem und substitutivem Handel. Diese Differenzierung setzt an der Frage an, inwieweit sich die Export- und Importströme eines Landes in Struktur und Qualität ähneln. Da diese Unterscheidung auch aus betriebswirtschaftlicher Perspektive von Interesse ist, u.a. im Hinblick auf die Motive des Außenhandels und damit im Hinblick auf die the-

oretische Begründung, die diese Motive in den Außenhandelstheorien finden, wollen wir kurz darauf eingehen:

- Wenn Land A (bzw. Unternehmungen aus Land A) an Land B (bzw. an Unternehmungen in Land B) bestimmte Waren- bzw. Dienstleistungskategorien liefert und von Land B (völlig oder weitgehend) andersartige Waren- und Dienstleistungskategorien in Land A fließen, so liegt **komplementärer Handel** vor. Komplementärer Handel existiert häufig zwischen Industrie- und Entwicklungsländern (**Nord-Süd-Handel**). Unternehmungen aus Entwicklungsländern liefern Rohstoffe, die meist in den Industrieländern nicht verfügbar sind. Unternehmungen aus Industrieländern produzieren Halb- oder Fertigwaren, die in vielen Entwicklungsländern nicht (oder nicht effizient) produziert werden (können). Der Handel zwischen Entwicklungsländern, der sogenannte **Süd-Süd-Handel**, hat häufig ebenfalls komplementären Charakter.
- Von **substitutivem Handel** spricht man dann, wenn die Waren- bzw. Dienstleistungsströme zwischen Land A und Land B und zwischen Land B und Land A ähnlich sind. Substitutiver Handel findet häufig zwischen unterschiedlichen Industrieländern statt (**Nord-Nord-Handel**). So importiert Deutschland Automobile aus Frankreich, und Frankreich bezieht gleichzeitig Automobile aus Deutschland. Als Begründung für den substitutiven Handel wird vor allem die These herangezogen, dass der Wunsch nach Produktdifferenzierungen für gegenseitige Importe und Exporte innerhalb einer Branche sorgt. Substitutiver Handel führt zu weitgehend identischer Export- und Importstruktur eines bestimmten Landes. Für die wichtigsten Industrieländer wurde immer wieder empirisch belegt, dass Exporte und Importe in ähnlichen Kategorien von Gütern und Dienstleistungen vorliegen (vgl. z.B. Broll/Gilroy 1987, Gries 1998, S. 64-66, → hierzu auch die Linder-Hypothese in Abschnitt 1.3.3 in Kapitel 3).

Was bleibt als Fazit? Im Falle von komplementärem Handel haben Struktur und Qualität der Import- und Exportbeziehungen zwischen zwei Ländern deutliche Unterschiede, während sie bei substitutivem Handel Ähnlichkeiten aufweisen. Komplementärer Handel ist gleichzeitig **inter-sektoraler (inter-industrieller)** Handel, da dabei Güter verschiedener Wirtschaftszweige bzw. Branchen betroffen sind. Substitutiver Handel geht mit **intra-sektorialem (intra-industriellem)** Handel einher, nachdem Exporte und Importe innerhalb desselben Wirtschaftszweigs bzw. derselben Branche fließen.

Die Unterscheidung zwischen komplementärem und substitutivem Handel ist nicht nur aus gesamtwirtschaftlicher Perspektive von Interesse. Betrachten wir den Handel zwischen Unternehmungen, so ist es ebenso möglich, die Waren- und Dienstleistungsströme hinsichtlich ihres Charakters zu unterscheiden, d.h. zu fragen, ob komplementärer oder substitutiver Austausch vorliegt. Dies zeigt, dass die Begriffe „komplementär“ und „substitutiv“ im Zusammenhang mit Handelsbeziehungen auf unterschiedlichen Ebenen Verwendung finden können.

Weltweit wird in Statistiken eine starke **Zunahme des substitutiven Handels** festgestellt. Dabei sollte man jedoch nicht vergessen, dass dies kein einfaches „Hin-und-Her“ der gleichen Produkte bedeutet. Erstens ist zu betonen, dass in den meisten Statistiken sehr **hohe Aggregationsebenen** für Branchen gewählt werden. Dies heißt: Was nach Importen und Exporten von „gleichen“ Produkten aussieht, kann auch Importe und Exporte vergleichsweise unterschiedlicher Produkte beinhalten. Zweitens führt gerade die internationale Arbeitsteilung dazu, dass Unternehmungen ihre Wertschöpfungsaktivitäten zunehmend über Länder hinweg verteilen (→ v.a. Abschnitte 5.1 und 6.2 in Kapitel 6). Innerhalb des substitutiven Handels findet sich damit auch ein erheblicher Anteil an „**Intra-Firmen-Handel**“ (→ Abschnitt 3.4 in diesem Kapitel).

Stellt man Exporte und Importe eines Landes gegenüber, so ist nicht nur von Interesse, wie sich beide Ströme in ihrer Struktur und Qualität unterscheiden. Interessant ist auch die Frage, wie sich die Preise der Export- und Importströme entwickeln.

(2) Beziehungsebene „Preis“

Das Preisverhältnis zwischen den Exportgütern und Importgütern eines Landes bezeichnet man auch als „**Terms-of-Trade**“ (vgl. Rose/Sauernheimer 1999, S. 91-97). Die Terms-of-Trade drücken das in gleichen Währungseinheiten angegebene Preisverhältnis zwischen Export- und Importgütern aus und lassen sich definieren als

$$\text{Terms-of-Trade} = \frac{\text{Exportpreis-Index}}{\text{Importpreis-Index}}$$

Sowohl der **Exportpreis-Index** als auch der **Importpreis-Index** ergibt sich in Deutschland aus Daten, die vom Statistischen Bundesamt durch Erhebungen bei exportierenden und importierenden Unternehmungen gewonnen werden. Zu einem bestimmten Zeitpunkt t_0 haben Terms-of-Trade keinen Aussagegehalt. Um eine sinnvolle Aussage zu erhalten, müssen die Terms-of-Trade zu einem Zeitpunkt t_1 mit dem Zeitpunkt t_0 verglichen werden. Um dies zu ermöglichen, wird das Verhältnis von Exportpreisen zu Importpreisen in einem bestimmten Jahr t_0 gleich 100 gesetzt. Erhöhen sich im Zeitablauf, d.h. zwischen t_0 und t_1 , die Exportpreise (bei konstanten Importpreisen) oder fallen die Importpreise (bei konstanten Exportpreisen), so können wir eine Verbesserung der Terms-of-Trade konstatieren (z.B. von 100 auf 104). Steigen die Importpreise (bei konstanten Exportpreisen) oder sinken die Exportpreise (bei konstanten Importpreisen), so verschlechtern sich die Terms-of-Trade (z.B. von 100 auf 94,5). Die Terms-of-Trade sind somit ein **Indikator für die Kaufkraft der Exporterlöse** eines Landes (vgl. Statistisches Bundesamt 2009a, S. 469). Sie zeigen an, ob mit einer bestimmten Exportmenge im Zeitablauf mehr oder weniger Importgüter bezogen werden können. Dieses auch unter dem Schlagwort „Command-Basis“ bekannte Verständnis der Terms-of-Trade ist

international vorherrschend, auch wenn in der Literatur weitere Konzepte zur Berechnung der Terms-of-Trade diskutiert werden (vgl. Deutsche Bundesbank 1996, S. 56).

Abbildung 1-6 verdeutlicht die **Entwicklung der Terms-of-Trade** in der Bundesrepublik Deutschland während der letzten Jahrzehnte. Lange Zeit wurde für die Terms-of-Trade wie für viele andere nationale und internationale Außenhandelsdaten das Jahr 1980 als Basisjahr (vgl. Heimann 1984) verwendet. Nach einer ersten Umstellung im April 1999 auf Basis 1995, in deren Folge die Indizes ab 1995 mit den Gewichten der neuen Basis berechnet sowie die Ergebnisse bis 1994 verkettet wurden, wurde zunächst die Basis 2000 gewählt. Inzwischen wurden die Terms-of-Trade auf die Basis 2005 umgestellt. Abbildung 1-6 berücksichtigt diese Veränderungen und zeigt, dass die Bundesrepublik seit 1990 weder eine deutliche Verbesserung noch eine deutliche Verschlechterung ihrer Terms-of-Trade erfahren hat. Nach einer leichten Verschlechterung der Terms-of-Trade um die Jahrtausendwende und einer kurzen Erholung in den Jahren 2002 und 2003 nehmen die Terms-of-Trade aktuell wieder ab – wenn auch in beschränktem Maße (vgl. Statistisches Bundesamt 2009a, S. 466).

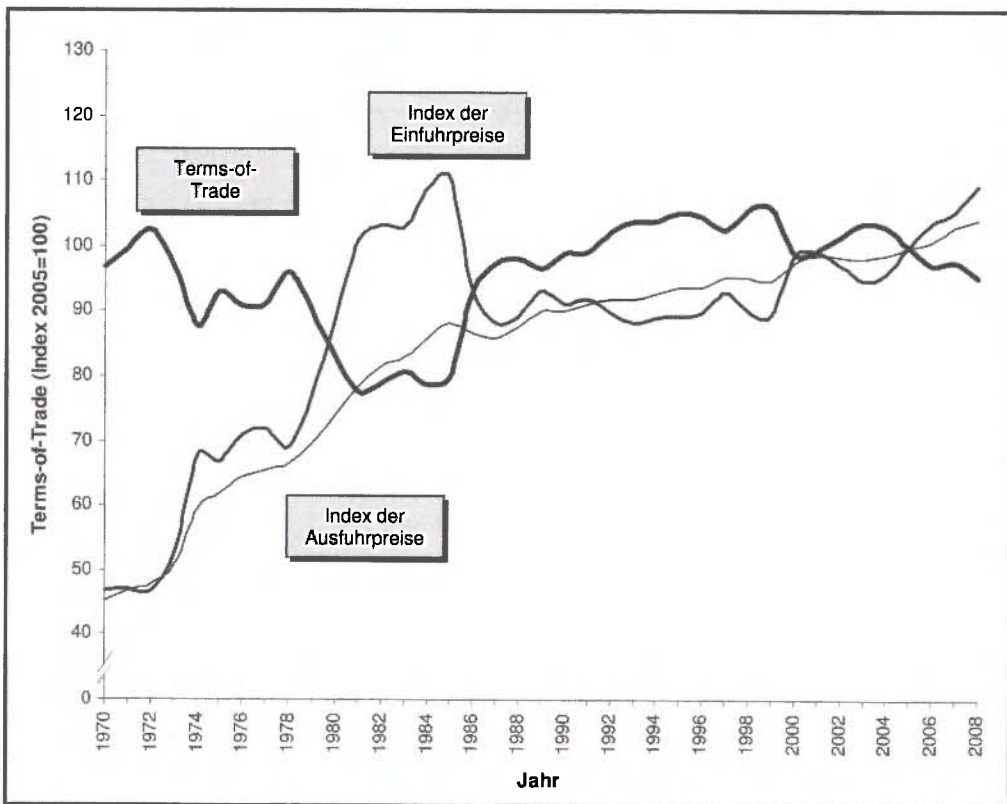


Abb. 1-6: Einfuhr- und Ausfuhrpreise sowie Terms-of-Trade der Bundesrepublik Deutschland

Quelle: Statistisches Bundesamt (2009a), S. 466, 470 und 479.

Die leichte Verschlechterung, die sich für Deutschland aktuell ergibt, ist aber nicht vergleichbar mit dem, was in einigen Entwicklungsländern festzustellen ist; manche Entwicklungsländer mussten bei ihren Terms-of-Trade in der Vergangenheit erhebliche Einbußen hinnehmen (vgl. zu einer differenzierten Betrachtung der Terms-of-Trade von Entwicklungsländern Krämer 2001a).

Währungsentwicklungen bzw. -schwankungen beeinflussen die Terms-of-Trade, denn Aufwertungen und Abwertungen der Basiswährung haben Auswirkungen auf die Exportpreise und die Importpreise. Wir werden uns nachfolgend kurz zwei Fragen zuwenden:

- Erstens: Wie kann man den Einfluss, den Währungsentwicklungen bzw. -schwankungen auf die Terms-of-Trade haben, beschreiben?
- Und zweitens: Welche Rolle spielen Mengenänderungen neben den über die Terms-of-Trade ausgedrückten Preisänderungen?

Wir werfen zunächst einen Blick auf die **Exportseite** und verdeutlichen die Situation anschließend durch ein Beispiel:

- Eine **Aufwertung** der Inlandswährung (bei gegebenen Kosten) führt dazu, dass die inländischen Produkte für das Ausland teurer werden und damit der Export für die Unternehmungen des Inlands erschwert wird.
- Dagegen bringt eine **Abwertung** der Inlandswährung (bei gegebenen Kosten) mit sich, dass die Inlandsprodukte im Ausland billiger werden und damit der Export für die Inlandsunternehmungen erleichtert wird.

Das in Textbox 1-4 dargestellte Beispiel kann die Währungsproblematik bei Export- und Importgeschäften verdeutlichen. Falsch wäre es nun allerdings, wenn man den Schluss ziehen würde, dass Aufwertungen bzw. Überbewertungen der Inlandswährung die Situation des Inlands im Außenhandel generell verschlechtern und Abwertungen bzw. Unterbewertungen die Situation des Inlands im Außenhandel immer verbessern. In der Vergangenheit hat sich bereits mehrfach gezeigt, dass die deutsche Wirtschaft trotz einer starken Aufwertung der früheren D-Mark bzw. des heutigen Euro keine Einbußen im Handelsbilanzüberschuss hinnehmen musste. Umgekehrt verschlechterte sich die deutsche Handelsbilanz zu Zeiten, in denen die eigene Währung gegenüber wichtigen Währungen, wie dem US-Dollar, niedriger bewertet wurde (vgl. Deutsche Bundesbank 1997a, S. 44).

Über die Wirkungen von Auf- und Abwertungen lässt sich also nicht pauschal urteilen. Warum? Eine erste Antwort auf diese Frage ist vergleichsweise einfach: Neben der **Exportseite** ist schließlich auch die **Importseite** zu betrachten. Und daher gilt Folgendes:

- Häufig erschweren **Aufwertungen** Exporte (da sie Exportpreise verteuern), aber sie erleichtern gleichzeitig Importe (da sie Importpreise verbilligen).
- Umgekehrt bringen **Abwertungen** Erleichterungen im Export (da sie Exportpreise verbilligen), gleichzeitig erschweren sie aber Importe (da sie Importpreise verteuern).

Textbox 1-4: Die Währungsproblematik bei Export- und Importgeschäften

Ein Beispiel

Ein inländischer Automobilhersteller verlangt für ein Modell der Oberklasse 50.000 € im Inland. Das Modell wird nun auch in den USA verkauft. Geht man von einem einfachen Fall aus, so wird das Fahrzeug bei einem hypothetischen US-\$-Kurs von 1,00 € in Nordamerika für 50.000 US-\$ angeboten.

Steigt nun im Zeitablauf der Wert des Euro (und sinkt gleichzeitig der Wert der US-amerikanischen Devisen), so ändert sich der Preis, der im Ausland von den Konsumenten gefordert wird. Bei einem US-\$-Kurs von 0,75 € müsste der Automobilhersteller von einem US-amerikanischen Käufer etwa 66.666 US-\$ verlangen, um selbst keine Erlöseinbußen zu erfahren. Bei einem derartigen Preis könnten sich allerdings viele Konsumenten in den USA fragen, ob sie weiter ein deutsches Produkt kaufen, da sie einen um 33% höheren Preis zahlen müssten. Als mögliche Folge könnte der deutsche Automobilhersteller Probleme im Exportgeschäft bekommen.

Sinkt dagegen im Zeitablauf der Außenwert des Euro (was bedeutet, dass der Wert der US-amerikanischen Devisen steigt), so fällt auch der Preis, den ein US-amerikanischer Konsument zu entrichten hat. Bei einem hypothetischen Kurs von 1,50 € pro US-\$ beliefte sich der Preis auf 33.333 US-\$. Ein amerikanischer Kunde müsste also nur 33.333 US-\$ statt vormals 50.000 US-\$ für den Kauf des gleichen Modells aufwenden. Ein derartiger Preis könnte die Auslandsnachfrage ankurbeln und somit das Exportgeschäft des inländischen Herstellers erheblich erleichtern.

Welcher Effekt jeweils überwiegt, d.h. ob die Nachteile auf der einen Seite die Vorteile auf der anderen Seite (mehr oder weniger) kompensieren, hängt unter anderem davon ab, ob die Exportpreise relativ stärker oder schwächer steigen bzw. fallen als die Importpreise (vgl. Rose/Sauernheimer 1999, S. 91-97). Aber der Effekt wird auch dadurch beeinflusst, wie stark sich im Zuge von Wechselkursänderungen Export- und Importmengen ändern. Dies wiederum wird von Wechselkurselastizitäten bestimmt (vgl. Deutsche Bundesbank 1998, S. 52-54). Die Wirkungen von Aufwertungen und Abwertungen sind also keineswegs eindeutig. Zudem gibt es zahlreiche weitere Gründe, welche die Bedeutung von Wechselkursänderungen relativieren. Dazu zählt aus betriebswirtschaftlicher Sicht vor allem das Verhalten von Unternehmungen. Neben einer vollständigen Abwälzung von Wechselkursänderungen auf den Verkaufspreis („**exchange-rate-pass-through**“) existiert – zumindest kurzfristig – die Möglichkeit der Übernahme der kursbe-

dingten Erlösschmälerung bzw. die Ausschöpfung der durch Wechselkursschwankungen erreichbaren Erlösverbesserung durch die inländische Unternehmung („**pricing-to-market**“) (vgl. Deutsche Bundesbank 1997a, S. 45-47).

Es gilt also festzuhalten, dass die **Terms-of-Trade keine eindeutige Aussage über die Wettbewerbsfähigkeit** eines Landes bzw. der Unternehmungen eines Landes im Außenhandel zulassen (vgl. zur Wettbewerbsfähigkeit im Allgemeinen auch Porter 1990a,b, Meckl/Rosenberg 1993, Jerger/Menkhoff 1996, Gries 1998, Choi 1999, Müller/Kornmeier 2000, 2001, Böhmer 2003). Preisveränderungen sind – selbst im Zusammenhang mit Wechselkursschwankungen – kein zuverlässiger Indikator dafür, ob das Ausmaß des Außenhandels positiv oder negativ beeinflusst wird. Auch die Terms-of-Trade, in die Währungskursänderungen hineinspielen, berücksichtigen schließlich nur Preisrelationen und lassen die entscheidende Mengenkomponeute außen vor.

Abschließend wollen wir noch zu bedenken geben, dass die Wechselkursabhängigkeit des deutschen Außenhandels im Zeitablauf ohnehin geringer wurde. Wie noch zu sehen sein wird, wickelt Deutschland mehr als die Hälfte seines Außenhandels mit EU-Ländern ab (→ Abschnitt 2.3.4 in diesem Kapitel). Mit der **Einführung des Euro** in den an der Währungsunion beteiligten Ländern wurde eine deutlich größere Stabilität in den Außenhandelspreisen erreicht (vgl. Deutsche Bundesbank 1998; vgl. allerdings auch Hutson/O'Driscoll 2010). So überrascht es nicht, dass auch in EU-Beitrittsländern wie Polen und Ungarn langfristig die Hoffnung auf die Einführung des Euro existiert.

Wir halten daher fest: Export- und Importströme lassen sich erstens hinsichtlich ihrer Struktur bzw. Qualität und zweitens hinsichtlich der Preisentwicklung weiter analysieren. Während die Betrachtung der Import- und Exportströme hinsichtlich Struktur bzw. Qualität sowohl statischen als auch dynamischen Charakter aufweisen kann, macht eine Analyse des Preisverhältnisses nur im Zeitablauf Sinn. Nachdem damit Export und Import umfassend dargestellt wurden, können wir uns dem Transithandel zuwenden.

2.1.1.2 Transithandel

Neben Export und Import wird meist auch der **Transithandel** den Basisformen des Außenhandels zugerechnet. Unter Transithandel versteht man Außenhandel, bei dem ein **Händler in einem Drittstaat** zwischen einem in- und einem ausländischen Wirtschaftssubjekt vermittelt (vgl. Zentes 1995, Sp. 134). Der Transithändler hat seinen Sitz weder im Export- noch im Importland, sondern in einem Drittland. Je nach Richtung des Transits liegt Transitausfuhr oder Transiteinfuhr vor:

- Als **Transitausfuhr** bezeichnet man Exporte, die nicht direkt, sondern über einen (Transit-)Händler in einem Drittstaat in den eigentlichen Bestimmungsstaat gelangen.

- Als **Transiteinfuhr** gelten Importe, die nicht direkt, sondern erst über einen in einem Drittstaat befindlichen (Transit-)Händler in das Bestimmungsland kommen.

Wie zu erkennen ist, handelt es sich beim Transithandel aber streng genommen nicht – wie durch unsere Gliederungslogik und durch die Darstellung in Abbildung 1-1 suggeriert – um eine weitere Basisform des Außenhandels, sondern um eine spezielle Form der Export- und Importtätigkeiten. Eine spezielle Form liegt deswegen vor, weil auch beim Transithandel Einfuhren und Ausfuhren existieren, d.h. weil eigentlich keine von Exporten und Importen unabhängigen Transaktionen festzustellen sind. Was den Transithandel von Exporten und Importen unterscheidet, ist vor allem die Tatsache, dass es – aufgrund des zwischengeschalteten Transithändlers – nicht zu direkten Einfuhren und Ausfuhren und damit nicht zu direkten Außenhandelsaktivitäten zwischen Herkunftsland und Bestimmungsland kommt. Aus der Sicht des deutschen Außenwirtschaftsgesetzes spricht man deshalb dann von Transithandel, wenn außerhalb des Wirtschaftsgebietes befindliche Waren durch Gebietsansässige von Gebietsfremden erworben und an Gebietsfremde veräußert werden (vgl. § 40 der Verordnung zur Durchführung des Außenwirtschaftsgesetzes). Wir unterscheiden zwei Formen von Transithandel: **echten oder gebrochenen Transithandel**. Die Abgrenzung zwischen echtem und gebrochenem Transithandel soll nachfolgend kurz erläutert werden.

- Wickelt der Transithändler Geschäfte ab, bei denen die gehandelten Waren physisch nicht in seinem Land, d.h. im entsprechenden Drittstaat, auftauchen (vgl. Altmann 1993, S. 21-22), so sprechen wir von **echtem Transithandel**. Bei echtem Transithandel erfolgen Lieferungen in sogenannten **Streckengeschäften** (vgl. Grafers 1999, S. 17), d.h. direkt zwischen dem Land des Lieferanten und dem Land des Kunden.
- Nimmt der Transithändler eine Lagerung, Bearbeitung, Umsortierung oder Neuverpackung der Ware vor, was die physische Präsenz der Ware in seinem eigenen Land, d.h. im entsprechenden Drittstaat, voraussetzt, so handelt es sich um **gebrochenen Transithandel** (vgl. Jahrman 2007, S. 58-60). Zuweilen wird auch der Terminus **Lagergeschäft** verwendet (vgl. Grafers 1999, S. 17).

Transithandel kommt häufig bei Waren vor, bei denen aus rechtlichen und politischen Gründen keine Möglichkeit des direkten Warenaustausches zwischen zwei Ländern existiert. Doch auch für bestimmte andere Warenkategorien, bei denen ein direkter Warenaustausch rechtlich und politisch durchaus unproblematisch wäre, hat sich der Transithandel als Handelsform etabliert: So werden auf den Märkten für Rohöl häufig Transithandelsgeschäfte getätigt, bei denen Händler in Drittstaaten zwischen Lieferanten aus den Erdölförderländern und den Konsumenten in den Verbraucherländern vermitteln. Oftmals werden dabei Waren mehrfach hintereinander „im Transit“ verkauft, wie das Beispiel in Textbox 1-5 über **Rohölhandel** zeigt. Insbesondere wenn bei Transithandel auch Spekulation im Spiel ist, entstehen äußerst verwobene Handelsketten.

Daneben sind historische Gründe für Transitgeschäfte verantwortlich. So haben gerade **britische Handelshäuser** lange Zeit Waren in Staaten des Commonwealth gekauft, um sie dann unmittelbar in andere Staaten des Commonwealth weiterzuverkaufen. Eine bedeutende Rolle spielte der Transithandel auch in **Hongkong**, wo zu Zeiten des Kalten Krieges zwischen China und der westlichen Welt „vermittelt“ wurde. In **Singapur** kommt dem Transithandel noch heute großes Gewicht zu. Das große Volumen, das der Transithandel einnimmt, kann auch erklären, warum in Singapur die Exporte regelmäßig ein größeres Volumen aufweisen als das Bruttoinlandsprodukt. In Deutschland werden schätzungsweise nur etwas mehr als 2% der deutschen Warenausfuhr in Form von Transithandel abgewickelt. Allerdings gilt es zu beachten, dass Transithandelsgeschäfte in der deutschen Außenhandelsstatistik seit einigen Jahren nicht mehr amtlich erfasst werden.

Textbox 1-5: Transitgeschäfte im Rohölhandel

Ein Beispiel

It is difficult to calculate the quantity of petroleum trade. Due to multiple exchanges between traders, the volume of trade is always much larger than the amount of oil actually delivered. Each shipment is traded several times before reaching the final consumer, and each time it is added to the statistics on the volume of trade. A remarkable example of spot trading involved the „daisy chain“ trading of a cargo of Brent crude traced by Petroleum Intelligence Weekly in 1984. The trade involved one cargo of crude oil bought and sold by 24 trading entities in 36 transactions over a period of three months. The trade for March 1984 delivery started in January. The 24 trading entities involved included major international oil companies, national oil companies, refiners, and independent marketers and traders. From the major companies, **Shell** appears three times (as **Shell U.K.**, **Shell International** and **Pecten**), **British Petroleum (BP)** appears twice, and **Chevron** and **Texaco** once each. Two national oil companies, the **British National Oil Company (BNOC)** and Finland's **Neste**, were also involved, as were four U.S. refiners – **Occidental**, **Sohio**, **Charter**, and the final buyer, **Sun**. **Charter's** trading affiliate, **Acron**, alone accounted for four transactions, and **Charter** itself for one. U.K. independents **Tricentrol** and **Ultramar**, also participated as did the Japanese refiner **Idemitsu**. Trader **Phibro** appears six times in the chain, **Transworld** and the **Shell Group** three times each, and several others twice. This example occurred during a time of speculation, and probably involved a larger than average number of transactions. But the nature of the chain is typical.

Quelle:

Razavi (1989), S. 12.

Der Begriff Transit ist nicht mit dem Begriff der Durchfuhr zu verwechseln. Als **Durchfuhr** bezeichnet man die physische Beförderung von Waren aus dem Ausland durch das Inland hindurch wieder in das Ausland. Die Waren stehen während der Durchfuhr unter Zollverschluss und gelangen nicht in den freien Inlandsverkehr (vgl. Altmann 1993, S. 21). Im Gegensatz zum als Lagergeschäft durchgeführten Transithandel wird die Durchfuhr auch weder innerhalb des Generalhandels noch innerhalb des Spezialhandels statistisch erfasst. Ein Beispiel soll abschließend erläutern, inwiefern sich die Durchfuhr von Transitgeschäften unterscheidet (→ Textbox 1-6).

Textbox 1-6: Die Unterscheidung von Durchfuhr und Transitgeschäft

Ein Beispiel

Nehmen wir an, Schweizer Schokolade soll aus der Schweiz nach Polen geliefert werden. Wird die Schweizer Schokolade in der Schweiz in einen LKW verladen und anschließend in diesem LKW über Deutschland nach Polen gebracht, so handelt es sich dabei um eine **Durchfuhr** durch Deutschland. Bei der Durchfuhr gelangt die Schokolade nicht in den deutschen Inlandswarenverkehr; sie steht während ihres Transports unter Zollverschluss.

Wird zwischen dem Schweizer Exporteur und dem polnischen Importeur ein Zwischenhändler in Deutschland eingeschaltet, so gilt dieser als Transithändler. Aus der Sicht der Schweiz wickelt dieser Transithändler Transitexport ab, aus der Sicht Polens Transitimport. Dabei kann der Transithandel, wie oben erläutert, zwei Formen annehmen: Gelangt die Schweizer Schokolade physisch nicht nach Deutschland, so handelt es sich um echten Transithandel. Dabei kann der deutsche Transithändler die Schokolade zum Beispiel direkt per Luftfracht von Zürich nach Warschau befördern lassen (**echtes Transitgeschäft/Streckengeschäft**). Kommt die Schokolade physisch nach Deutschland und nimmt der deutsche Transithändler dabei in Deutschland eine Lagerung, Bearbeitung, Umverpackung, Neusortierung etc. vor, so liegt gebrochener Transithandel vor (**gebrochenes Transitgeschäft/Lagergeschäft**).

Fassen wir zusammen: Wir haben inzwischen Export, Import und Transithandel als zentrale Formen der Außenhandelstätigkeit erläutert. Neben diesen Basisformen existieren auch Sonderformen des Außenhandels, die wir nachfolgend in Abschnitt 2.1.2 vorstellen werden (vgl. Zentes 1995, Sp. 135-136).

2.1.2 Sonderformen des Außenhandels

Zu den Sonderformen des Außenhandels zählen, wie dies bereits in Abbildung 1-1 zum Ausdruck kam, grenzüberschreitende Veredelungsgeschäfte (Abschnitt 2.1.2.1) und grenzüberschreitende Kompensationsgeschäfte (Abschnitt 2.1.2.2).

2.1.2.1 Grenzüberschreitende Veredelungsgeschäfte

Beim grenzüberschreitenden Veredelungsverkehr werden Waren zur Bearbeitung, Verarbeitung oder Ausbesserung in das Ausland bzw. in das Inland geschafft, um dann innerhalb von bestimmten Fristen wieder in das Ursprungsland zurückversandt zu werden. Dabei lassen sich (1) hinsichtlich der **Richtung der Veredelung** die aktive und passive Veredelung sowie (2) hinsichtlich des **Eigentums bei der Veredelung** die Eigen- und die Lohnveredelung unterscheiden. Wir werden diese Alternativen kurz erläutern.

(1) Richtung der Veredelung

- Kommt es in Deutschland zur Veredelung von Rohstoffen oder Vorprodukten, die von einem ausländischen Auftraggeber veranlasst ist, so handelt es sich um **aktiven Veredelungsverkehr**. Ein Gebietsansässiger veredelt also Waren eines Gebietsfremden. Die Veredelung kann dabei sowohl im deutschen Zollgebiet als auch im deutschen Zollfreigebiet erfolgen.
- Schickt ein deutscher Auftraggeber Waren als Rohstoffe oder Vorprodukte in das Ausland, um sie dort veredeln und anschließend nach Deutschland zurückbringen zu lassen, so liegt aus der Sicht Deutschlands **passiver Veredelungsverkehr** vor. Ein Gebietsfremder veredelt in diesem Fall Waren eines Gebietsansässigen.

Aktive Veredelung erfolgt also im eigenen Wirtschaftsgebiet, während passive Veredelung im fremden Wirtschaftsgebiet vorgenommen wird. Als Ausland bzw. als fremdes Wirtschaftsgebiet gelten aus der Sicht Deutschlands inzwischen nur noch Staaten **außerhalb** der Europäischen Union. Länder der Europäischen Union werden im Zusammenhang mit dem Veredelungsverkehr als Inland betrachtet (vgl. Statistisches Bundesamt 2002, S. 264).

Die zwei wichtigsten Motive, die zum Veredelungsverkehr führen, sollen nachfolgend kurz skizziert werden:

- Ein wesentliches Motiv für den Veredelungsverkehr stellen **Lohnkostenunterschiede** zwischen Ländern dar. Als zentrales Problem erweisen sich dabei jedoch häufig die Transportkosten, welche die Vorteile, die sich aus Lohnkostenunterschieden

den erzielen lassen, deutlich schmälern (können). Lohnkostenunterschiede spielen aus deutscher Sicht vor allem bei der **passiven Veredelung** eine Rolle.

- Als weiteres zentrales Motiv lassen sich **Know-how-Unterschiede** zwischen unterschiedlichen Ländern ansehen. So kann man als typisches Beispiel anführen, dass ausländische Unternehmungen Maschinen zur Instandsetzung nach Deutschland schaffen, um vom dortigen Know-how der Maschinenbauunternehmungen zu profitieren. Aus der Perspektive Deutschlands handelt es sich dabei um **aktive Veredelung**.

Für deutsche Unternehmungen hat die passive Veredelung eine große Bedeutung. Die passive Veredelung gilt als Alternative zur Vornahme von Direktinvestitionen und dabei insbesondere zum Aufbau von Produktionsstätten im Ausland. Zuweilen spricht man bei den Unternehmungen, welche die Veredelung im Ausland vornehmen, auch von „**verlängerten Werkbänken**“ deutscher Unternehmungen. In manchen Branchen, wie der Textil- und Bekleidungsbranche, ist die passive Veredelung ein zentraler Bestandteil der Internationalisierungsstrategie von Unternehmungen. Insbesondere zentral- und ost-europäische Staaten wie die Tschechische Republik, Polen, Ungarn, Rumänien und die Slowakische Republik sind heutzutage typische Standorte, an denen deutsche Unternehmungen Veredelungsaktivitäten durchführen lassen. Häufig stellt eine Unternehmung, die Waren zur Veredelung ins Ausland schafft, einer dort vertraglich gebundenen Unternehmung auch die benötigten Materialien zur Verfügung. Doch welche möglichen Alternativen gibt es hinsichtlich der Eigentumsregelung?

(2) Eigentum bei der Veredelung

Bei Veredelungsgeschäften existieren zwei Möglichkeiten der Eigentumsregelung, so dass wir zwischen Eigen- und Lohnveredelung differenzieren können. Bei der **Eigenveredelung** geht das Eigentum an den zu veredelnden Gütern auf den Veredeler über. Bei der **Lohnveredelung** behält der Auftraggeber das Eigentum an den zu veredelnden Gütern. Der Begriff der Lohnveredelung impliziert damit nicht – wie zuweilen fälschlicherweise angenommen –, dass Veredelung zwingend aus dem Motiv des Ausnutzens von Lohnkostenunterschieden vorgenommen wird; für Lohnveredelung sind auch andere Motive denkbar (z.B. Verfügbarkeit von Arbeitskräften im Ausland, Qualität der Arbeitsleistung im Ausland).

Als zweite Sonderform des Außenhandels neben der Veredelung gelten Kompensationsgeschäfte, die wir anschließend vorstellen werden.

2.1.2.2 Grenzüberschreitende Kompensationsgeschäfte

Wir werden nun klären, (1) was unter Kompensationsgeschäften zu verstehen ist, (2) welche Varianten von Kompensationsgeschäften existieren und (3) welche Bedeutung Kompensationsgeschäfte für den Welthandel haben.

(1) Definition und Charakterisierung von Kompensationsgeschäften

Von grenzüberschreitenden Kompensationsgeschäften spricht man, wenn Handelspartner gegenseitig **Realgüter** austauschen. Waren (Sachgüter) und/oder Dienstleistungen werden dabei nicht gegen Bezahlung in Geld (allein), sondern gegen **Bezahlung** in Form von (anderen) **Waren und/oder Dienstleistungen** in das Ausland exportiert bzw. aus dem Ausland importiert (vgl. Fantapié Altobelli 1994, Günter 1995). Bevor wir Kompensationsgeschäfte, die in verschiedenen Varianten existieren, erläutern, soll Ihnen ein kurzes illustrierendes Beispiel den Einstieg in die Thematik erleichtern (→ Textbox 1-7).

Textbox 1-7: Der Charakter von Kompensationsgeschäften

Ein einführendes Beispiel

Es wird berichtet, dass **Volvo** Nordamerika Fahrzeuge an die sibirische Polizei geliefert hat. Die sibirische Polizei hatte zum damaligen Zeitpunkt keine Devisen zur Verfügung, um die Waren zu bezahlen. Daher wurde eine Zwischenfirma eingeschaltet. Diese Firma akzeptierte Erdöl als Bezahlung für die **Volvo**-Automobile. Da **Volvo** selbst nicht am Erdöl interessiert war, verkaufte die Zwischenfirma das Erdöl. Doch **Volvo** erhielt den Verkaufserlös nicht direkt; vielmehr wurde der Erlös **Volvo** in Form von Werbedienstleistungen für **Volvo** Nordamerika zur Verfügung gestellt.

Quelle:

Czinkota/Ronkainen/Moffett (2005), S. 584.

(2) Varianten von Kompensationsgeschäften

Generell lassen sich innerhalb der Kompensationsgeschäfte Voll- und Teilkompensationsgeschäfte sowie Eigen- und Fremdkompensationsgeschäfte differenzieren:

- Kommt es ausschließlich zu einem Realtausch, bei dem keinerlei Bezahlung in Geld stattfindet, so liegt ein **Vollkompensationsgeschäft** vor. Neben der Vollkompensation existiert allerdings auch die Teilkompensation: Im Falle von **Teilkompensationsgeschäften** wird ein Teil der Bezahlung in Form von Geld, ein anderer Teil in Form von Waren und Dienstleistungen erbracht.

- Verwendet der Exporteur die aus dem Kompensationsgeschäft erhaltenen Waren und/oder Dienstleistungen selbst, so findet sich dafür der Terminus **Eigenkompensationsgeschäft**. Geht die Kompensationsware bzw. -dienstleistung an einen Dritten (z.B. Endverbraucher, Handelshaus, Vermittler), so wird dies als **Fremdkompensationsgeschäft** bezeichnet.

Im Falle des in Textbox 1-7 skizzierten amerikanisch-sibirischen Geschäfts lag ein Vollkompensationsgeschäft vor, welches gleichzeitig als Fremdkompensationsgeschäft bezeichnet werden kann. **Volvo** erhielt aus Sibirien keinerlei Devisen und hatte selbst keine Verwendung für das Erdöl.

Doch nicht nur die Unterscheidung in Voll- und Teilkompensation sowie in Eigen- und Fremdkompensation ist entscheidend. Kompensationsgeschäfte existieren darüber hinaus in unterschiedlichen Varianten, für die sich Fachbegriffe eingebürgert haben: Die wichtigsten Varianten sind Gegengeschäfte, Counterpurchase-Geschäfte, Buy-back-Geschäfte, Barter-Geschäfte sowie Kontokorrentgeschäfte. Die in der Literatur zu findenden Definitionen sind dabei allerdings keineswegs einheitlich (vgl. dazu z.B. Moser 1986, Samsinger 1986, S. 47-78, Alexandrides/Bowers 1987, S. 5-11, Hennart 1990, S. 244-246, Altmann 1993, S. 32-36, Günter 1995, Sp. 1202-1209, Meffert/Bolz 1998, S. 241-244, Matschke/Olbrich 2000, S. 17-23, Kunze 2005, S. 36-55). Wir versuchen im Folgenden, eine möglichst übersichtliche Abgrenzung vorzunehmen.

(a) Gegengeschäfte: Von einem Gegengeschäft spricht man, wenn zwei Geschäften – der Transaktion und der Gegentransaktion – **ein einziger Vertrag** zugrunde liegt. Dieser Vertrag regelt somit die Lieferung von Waren und/oder Dienstleistungen durch den (inländischen bzw. ausländischen) Exporteur, deren Bezahlung durch eine Gegenlieferung erfolgt, die ganz oder teilweise aus Waren und Dienstleistungen des (ausländischen bzw. inländischen) Importeurs besteht.

(b) Counterpurchase-Geschäfte: Ein Counterpurchase-Geschäft liegt dann vor, wenn zwischen Exporteur und Importeur **zwei Verträge** geschlossen werden. In einem Vertrag wird die Leistung des Exporteurs einschließlich aller Konditionen vereinbart. Im anderen Vertrag verpflichtet sich der Exporteur, für einen bestimmten Anteil des Liefervertrags bestimmte Güter vom Importeur abzunehmen. Die beiden Verträge werden unabhängig voneinander geschlossen; sie sind jedoch in der Regel durch ein Protokoll verbunden. Counterpurchase-Geschäfte werden auch als **Parallel-, Kopplungs- bzw. Junktimgeschäfte** bezeichnet.

(c) (Product-)Buy-back-Geschäfte: Bei Buy-back-Geschäften, die vor allem im Investitionsgütersektor existieren, wird der Exporteur einer Anlage für seine Leistung mit Waren bezahlt, die der Importeur durch den Betrieb der Anlage erzeugt. Die Gegenleistung wird somit nicht unmittelbar im Gegenzug zur Leistung erbracht, sondern erst im Laufe des Betriebs der Anlage. Als historisches Beispiel kann das Erdgas-Röhrengeschäft mit

der ehemaligen Sowjetunion genannt werden: Die deutsche Seite lieferte die Röhren für das Erdgas, wofür die sowjetische Seite später mit Erdgas bezahlte. Ebenso wurden von westlichen Firmen Chemieanlagen an die Sowjetunion verkauft. Der Kaufpreis dafür wurde in Form von Kunstdünger und anderen in diesen Anlagen erzeugten Produkten entrichtet. Buy-back-Geschäfte können sowohl als Gegen- als auch als Counterpurchase-Geschäfte abgeschlossen werden.

Gegengeschäfte und Counterpurchase-Geschäfte – sowie die Variante der Buy-back-Geschäfte – kommen entweder in der Form der Vollkompensation oder in der Form der Teilkompensation vor. Ferner kann es sich dabei entweder um Eigenkompensations- oder um Fremdkompensationsgeschäfte handeln. Dies zeigt, dass Gegen- und Counterpurchase-Geschäfte nochmals in unterschiedlicher Ausgestaltung vorliegen können. Spezifischere Voraussetzungen müssen erfüllt sein, um von einem Bartergeschäft sprechen zu können.

(d) Bartergeschäfte: Ein Bartergeschäft ist an folgende drei Bedingungen geknüpft:

- es existiert wie beim Gegengeschäft nur ein einziger Vertrag, der Lieferung und Gegenlieferung regelt,
- es handelt sich um eine Vollkompensation, d.h. um ein Kompensationsgeschäft, bei dem keinerlei Geldzahlungen fließen,
- die Forderung des Exporteurs an den Importeur wird ohne Einschaltung eines Dritten, d.h. direkt durch eine Lieferung von Waren und/oder Dienstleistungen, erfüllt.

Bartergeschäfte können sich ferner über einen längeren Zeitraum erstrecken und Transaktionen sowie Gegentransaktionen für eine Vielzahl von Gütern umfassen. Man findet dann in der Literatur zuweilen den Begriff des **Clearing Agreements** (vgl. Hennart 1990, S. 244).

(e) Clearing Agreement: Bei einem Clearing Agreement, auch **Kontokorrentgeschäft** genannt, verpflichten sich zwei Parteien, über einen bestimmten Zeitraum hinweg wechselseitig Waren und Dienstleistungen in einer vereinbarten Höhe abzunehmen. Jede Partei führt ein Konto, das genau dann belastet wird, wenn von der anderen Partei Güter bezogen werden. Am Ende der vorab festgelegten Periode wird geprüft, ob die von beiden Parteien geführten Konten den gleichen Stand aufweisen. Damit wird verglichen, ob Leistungen und Gegenleistungen in gleicher Höhe bezogen wurden. Sollte dies nicht der Fall sein, so muss einer der Partner seine „Schulden“ durch eine weitere Lieferung – sowie im Ausnahmefall über die Entrichtung der Differenz in Form von Devisen – begleichen („clearen“).

Neben diesen vergleichsweise einfachen Typen von Kompensationsgeschäften existiert eine Vielzahl von weiteren Möglichkeiten, bei denen zuweilen Drittpartner eingeschaltet werden und Dreieckskompensationen entstehen. **Dreieckskompensationen** werden auch als **Switchgeschäfte** bezeichnet.

(3) Die Bedeutung von Kompensationsgeschäften

Schätzungen über den Umfang des Kompensationshandels gehen seit langer Zeit weit auseinander (vgl. Samsinger 1986, S. 40-41). Es gibt Autoren, deren Schätzungen zufolge der Anteil von Kompensationsgeschäften bis zu 20% des Welthandels umfasst (vgl. Fantapié Altobelli 1994, S. 25 und S. 31). Andere Autoren wollen einen derart hohen Anteil nicht erkennen und betrachten einen Anteil von **5% des Welthandels** als realistisch. Mitte der neunziger Jahre wurde ein Wert von lediglich 2% als wirklichkeitsnah angesehen; nach der Asienkrise erhöhte sich dieser Schätzwert jedoch wieder (vgl. Koch 2006, S. 21). Greift man den Aussagen des nächsten Abschnitts vor, in dem von einem inzwischen erreichten Volumen des gesamten Welthandels in Höhe von etwa 15,8 Billionen US-\$ die Rede sein wird, so vereinen Kompensationsgeschäfte – bei einer Zugrundelegung der vorsichtigen 5%-Schätzung – jährlich immerhin ein Volumen von knapp 800 Mrd. US-\$ auf sich. Vor allem im Handel mit Entwicklungsländern sowie mit ehemaligen Ostblockstaaten und deren Nachfolgestaaten spielen Kompensationsgeschäfte eine bedeutende Rolle (vgl. zum sogenannten früheren „kompensatorischen Osthandel“ z.B. Reichardt 1990).

Die **Hauptgründe** für die Popularität der Kompensationsgeschäfte werden im

- Mangel von Devisen,
- Verbot der Devisenausfuhr und
- fehlenden Vermarktungs-Know-how

von Unternehmungen in einigen Ländern gesehen (vgl. zu weiteren Gründen Hennart 1990, S. 246-254). Gerade in den Vereinigten Staaten verbinden manche Unternehmungen mit Kompensationsgeschäften offensichtlich die Chance, sich von veralteten Produkten oder Dienstleistungen trennen und diese vor allem in die Dritte Welt liefern zu können. Sie erkaufen sich diese Möglichkeit durch ihre Bereitschaft, auf Gegenleistungen in Geld zu verzichten und Gegenleistungen in Form von Waren zu akzeptieren (vgl. Green 1997, S. 1A, 5A).

Doch trotz aller Vorteile liegen auch die **Probleme** von Kompensationsgeschäften auf der Hand:

- Schwierigkeit der Ermittlung von Werten für die als Gegenleistung bestimmten Waren bzw. Dienstleistungen,
- Problematik der Verwertbarkeit der als Ware bzw. Dienstleistung erbrachten Gegenleistung,
- Verhandlungsaufwand beim Abschluss von Kompensationsgeschäften (u.a. Einigung über Lieferfristen, Qualität der Gegenleistung),
- Aufwand zum Vollzug des Kompensationsgeschäfts (u.a. Formalitäten beim Import der Gegenleistung, Abwicklung des Importgeschäfts) sowie
- ein meist verspäteter Liquiditätsfluss.

Nachdem wir nun den Außenhandel in seinen Basis- und Sonderformen umfassend erläutert haben, wollen wir in Abschnitt 2.1.3 auf die Gründe bzw. Motive des Außenhandels eingehen. Warum kommt es zu Importen und Exporten?

2.1.3 Motive des Außenhandels

Als wichtigste **Importmotive** für Unternehmungen können die folgenden Aspekte gelten (vgl. Schmid 2004a):

- Nichtverfügbarkeit bestimmter Waren und Dienstleistungen im Inland,
- Kosten- und Preisunterschiede für Waren und Dienstleistungen zwischen Inland und Ausland,
- Qualitätsunterschiede für Waren und Dienstleistungen zwischen Inland und Ausland,
- Risikovermeidung/-streuung, etwa im Hinblick auf die Streuung von Beschaffungsquellen über Ländergrenzen hinweg,
- Erhaltung oder Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit sowie
- Know-how-Absorption.

Für Unternehmungen spielen die folgenden **Exportmotive** eine zentrale Rolle:

- Hoffnung auf höhere Gewinne, u.a. aufgrund von Sättigungstendenzen bzw. starkem Wettbewerb im Inland,
- Möglichkeit der Risikodiversifikation und damit der Risikoreduktion, u.a. aufgrund der unterschiedlichen konjunkturellen Situationen in unterschiedlichen Ländern,
- Ausnutzen freier inländischer Kapazitäten durch Erschließen neuer Absatzmärkte,
- Möglichkeit der Erhöhung von Kapazitäten, u.a. um Kostensenkungs- und Rationalisierungseffekte zu erzielen,
- (spontane) Nachfrage ausländischer Konsumenten nach inländischen Gütern und Dienstleistungen,
- Ausnutzen von Erfahrungen aus dem Inland für das Ausland bzw. im Ausland,
- Lernen von Erfahrungen auf Auslandsmärkten, zum Beispiel anspruchsvolle Konsumentenwünsche im Ausland,
- Veränderung der Währungsrelationen, die inländische Güter für ausländische Konsumenten verbilligen und somit attraktiv machen können,
- Wunsch inländischer Kunden, diese mit Produkten und Dienstleistungen in das Ausland zu begleiten, zum Beispiel Bankdienstleistungen für Exporteure,
- Befürchtung, gegenüber exportierenden Konkurrenten bei einem Verzicht auf Ausfuhr zurückzufallen sowie
- Förderung des Exports durch (halb-)staatliche Stellen (vgl. Engelhard 1992a).

In der Literatur existieren zahlreiche empirische Studien, die derartige Motive erfassen und teilweise auch hinsichtlich der Bedeutung in eine Rangordnung bringen. Wir werden

im Rahmen unserer Ausführungen zu den Theorien der Internationalisierung nochmals darauf zurückkommen und erläutern, dass Motivkataloge eine Reihe von Problemen aufweisen (→ Kapitel 3).

2.2 Der weltweite Außenhandel

In Abschnitt 2.2 versuchen wir nun, Ihnen einen Eindruck vom Ausmaß der weltweiten Exporte und Importe zu geben. Wir beginnen mit einem Überblick über die historische Entwicklung des Welthandels (Abschnitt 2.2.1), bevor wir anschließend eine Antwort auf die Frage geben, welche Staaten für den Welthandel besonders wichtig sind (Abschnitt 2.2.2). Abbildung 1-7 kann Ihnen einen Überblick über die Systematik der nun folgenden Ausführungen geben.

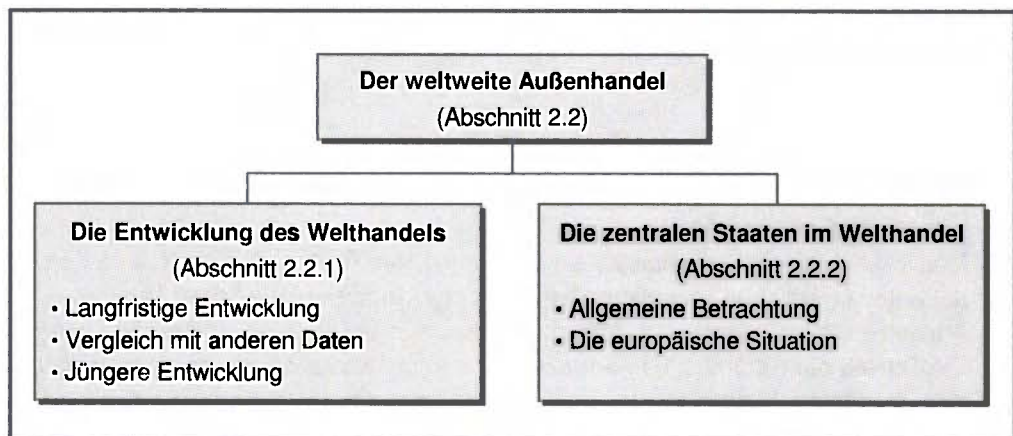


Abb. 1-7: Strukturübersicht über die Betrachtungen zum weltweiten Außenhandel

2.2.1 Die Entwicklung des Welthandels

Wenn wir nachfolgend die Entwicklung des Welthandels nachzeichnen, so möchten wir zunächst mit einem Überblick über die langfristige Entwicklung beginnen (Abschnitte 2.2.1.1 und 2.2.1.2), bevor wir uns dem Zeitraum der letzten 20 Jahre detaillierter zuwenden (Abschnitt 2.2.1.3). Wir werden uns auf den Welthandel mit Waren beschränken und den Welthandel mit Dienstleistungen – vor allem aufgrund der Erfassungsproblematik – weitgehend außen vor lassen (vgl. zum internationalen Dienstleistungshandel z.B. Koch 2006, S. 12-16).

Wir verwenden die Begriffe „Weltaußenhandel“ und „**Welthandel**“ synonym. Zwar wird Welthandel zuweilen in (Welt-)Binnenhandel und (Welt-)Außenhandel differenziert und somit der (Welt-)Außenhandel nur als Teil des gesamten Handels in der Welt aufgefasst; in den meisten Veröffentlichungen, die sich mit internationalem Handel beschäftigen, hat sich der Begriff Welthandel allerdings als Synonym für grenzüberschreitenden Handel eingebürgert (vgl. z.B. Siebert/Lorz 2006).

2.2.1.1 Die langfristige Entwicklung des Welthandels

Wie bereits aufgezeigt wurde, reichen die Wurzeln des grenzüberschreitenden Handels Jahrtausende zurück. Zahlenmaterial über das Ausmaß des Welthandels liegt aber in den meisten historischen Betrachtungen erst ab etwa 1870 vor. Wir wollen im Rahmen unserer kurzen Betrachtung drei Perioden unterscheiden: (1) die Zeitspanne vor dem Ersten Weltkrieg, (2) die Zeitspanne zwischen den beiden Weltkriegen und (3) die Zeitspanne nach dem Zweiten Weltkrieg. Zu diesen Perioden wollen wir einige Basisinformationen liefern.

(1) Zeitspanne vor dem Ersten Weltkrieg (1870-1913)

Bereits zwischen 1870 und dem Ausbruch des Ersten Weltkriegs lässt sich ein kontinuierlicher Anstieg des Welthandels feststellen. Die **Wachstumsraten** zwischen 1870 und 1913 sollen nach statistischen Berechnungen – wie bereits kurz erwähnt (→ Abschnitt 1.4 in diesem Kapitel) – durchschnittlich **3,5% p.a.** betragen haben. Damit wuchs der Welthandel stärker als die gesamte Weltwirtschaftsleistung: Das durchschnittliche jährliche Wachstum des Outputs wird für diese Zeitspanne mit (nur) 2,7% p.a. veranschlagt (vgl. Kitson/Michie 1997, S. 6-7). Deutlich mehr als die Hälfte des Welthandels wurde in dieser Zeit von europäischen Ländern abgewickelt (vgl. Kenwood/Lougheed 1992, S. 79-83).

(2) Zeitspanne zwischen den beiden Weltkriegen

Die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts prägten – sowohl in politischer als auch in wirtschaftlicher Hinsicht – die beiden Weltkriege. Aus diesem Grund waren die Handelsverflechtungen zwischen unterschiedlichen Staaten in der Zeitspanne zwischen Ausbruch des Ersten Weltkriegs und dem Ende des Zweiten Weltkriegs starken Schwankungen unterworfen. Neben den beiden Weltkriegen sorgte vor allem die Weltwirtschaftskrise für große Turbulenzen. Die von Charles Kindleberger dokumentierte Welthandelsspirale weist nach, dass der zuvor bereits stark angewachsene Welthandel in der Zeit von Januar 1929 bis März 1933 auf ein Drittel seines ursprünglichen Niveaus sank. Gemessen an den Importströmen nahm das Volumen des Welthandels drastisch

von 2.998 Mio. US-Gold-\$ auf 1.057 Mio. US-Gold-\$ ab (vgl. Kindleberger 1973, S. 172). Schenkt man den verfügbaren Statistiken Glauben, so hat sich allerdings trotz der Weltwirtschaftskrise im gesamten Zeitraum zwischen 1913 und 1937 ein jährliches **Wachstum des Außenhandels** von **1,3% p.a.** ergeben – eine Wachstumsrate, die freilich im Vergleich zu dem jährlichen Anstieg von 3,5% zwischen 1870 und 1913 deutlich abfällt (vgl. Kitson/Michie 1997, S. 7).

(3) Zeitspanne nach dem Zweiten Weltkrieg

Nach dem Zweiten Weltkrieg stieg das Welthandelsvolumen stärker an als jemals zuvor. Dies kommt auch in Abbildung 1-8 zum Ausdruck, in der die Entwicklung des Welthandels seit 1938 anhand der Exportströme aufgezeigt wird. Besonders hohe Wachstumsraten wies der Welthandel bis 1980 auf. Ab dem Beginn der achtziger Jahre schwächte sich das Wachstum im langfristigen Vergleich etwas ab, erreichte aber immer noch beträchtliche Steigerungsraten (vgl. Kozul-Wright 1995, S. 144). Im Jahr 2008 wurde ein **Welthandelsvolumen** von ca. **15,8 Billionen US-\$** erreicht (vgl. WTO 2009a, S. 8).

	1938	1948	1958	1968	1978	1988	1998	2008
Exporte (fob) in Mrd. US-\$	22,7	57,5	108,6	239,7	1.301,0	2.814,5	5.334,6	15.775,0
Veränderung im Zehnjahres- zeitraum*	-	+ 153%	+ 89%	+ 121%	+ 443%	+ 116%	+ 90%	+ 196%
* zu laufenden Preisen; free on board (fob)								

Abb. 1-8: Die Entwicklung des Welthandels seit 1938

Quellen: Daten der Vereinten Nationen, Siebert/Lorz (2006), S. 7, WTO (2009a), S. 8 sowie eigene Berechnungen.

Der **Welthandel** zu laufenden Preisen ist heute mehr als **zweihundertfünzigmal** so hoch wie 1948, d.h. kurz nach dem Zweiten Weltkrieg. Doch eine Feststellung wie diese, die von einer Vervielfachung des Welthandelsvolumens spricht, ist per se noch ohne große Aussagekraft. Wir wollen deshalb die Entwicklung des Welthandels in Beziehung zur Entwicklung einer anderen wesentlichen Größe setzen: zur Entwicklung des Weltsozialprodukts.

2.2.1.2 Die langfristige Entwicklung des Welthandels im Vergleich mit anderen weltwirtschaftlichen Daten

(1) Vergleicht man zunächst die **Entwicklung** von **Welthandel** und **Weltsozialprodukt** im Zeitablauf, so stellt man fest, dass der Welthandel – mit Ausnahme der Zeitspanne zwischen den beiden Weltkriegen – deutlich stärker als das Weltsozialprodukt zugenommen hat (vgl. Kitson/Michie 1997, S. 6-7). Abbildung 1-9 kontrastiert die jährlichen Wachstumsraten des Weltsozialprodukts mit den jährlichen Wachstumsraten des Welthandels und bestätigt die starke Zunahme des grenzüberschreitenden Handels. Die in Abbildung 1-9 enthaltenen Angaben zur Volatilität offenbaren allerdings auch, dass das Wachstum des Welthandels größeren Schwankungen unterworfen ist als das Wachstum des Weltsozialprodukts. Oder anders ausgedrückt: Der Welthandel nimmt immer wieder in Schüben zu, die dann von Phasen vergleichsweise moderaten Wachstums abgelöst werden.

	Weltsozialprodukt		Welthandel	
	Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (in %)	Standardabweichung (in %)	Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (in %)	Standardabweichung (in %)
1870 – 1913	2,8	2,1	3,6	2,5
1924 – 1937	2,1	4,8	2,2	7,5
dabei: 1924 – 1929	3,7	0,8	5,7	2,2
1929 – 1937	1,3	5,9	0,5	8,5
1950 – 1990	3,9	1,8	5,9	4,6
dabei: 1950 – 1973	4,7	1,6	7,5	4,2
1973 – 1990	3,1	1,6	4,5	4,9
1990 – 2008	2,5	1,0	5,8	2,9

Abb. 1-9: Wachstum und Volatilität von Weltsozialprodukt und Welthandel zwischen 1870 und 2006

Quellen: in Anlehnung an Kitson/Michie (1997), S. 8, ab 1990 Daten aus WTO (2009b), S. 174 sowie eigene Berechnungen.

Gelegentlich wird behauptet, seit der Zeit ab 1950 sei der Welthandel doppelt so schnell gestiegen wie das Weltsozialprodukt (vgl. z.B. Koch 2006, S. 6). Diese Behauptung ist allerdings etwas zu relativieren: Viele Statistiken lassen zwar ein deutlich stärkeres Wachstum des Welthandels im Vergleich zum Wachstum des Weltsozialprodukts erkennen; sie weisen aber kein doppelt so hohes Wachstum nach. Unter Rückgriff auf vorsichtige Schätzungen lässt sich festhalten: Die Wachstumsraten des Welthandels nach dem Zweiten Weltkrieg waren etwa 1,5 mal so hoch wie die Wachstumsraten des Weltsozialprodukts (vgl. WTO 1998a, v.a. S. 9-11). In jüngster Zeit hat sich das Wachs-

tum des Welthandels allerdings beschleunigt. Betrachtet man lediglich den Zeitraum ab 1990, so lässt sich eine durchschnittliche Wachstumsrate des Welthandels feststellen, die deutlich höher ist als die Wachstumsrate des Weltsozialprodukts.

(2) Doch nicht nur der Vergleich des Welthandels mit dem Weltsozialprodukt im Zeitablauf, auch die **Relation zum Weltsozialprodukt** ist aufschlussreich. Während der Welthandel 1950 etwa 7% des Weltsozialprodukts ausmachte, liegt der Anteil des Welthandels am Weltsozialprodukt heute, inzwischen bei ca. 26%. Die Entwicklung des Welthandels im Verhältnis zum Weltsozialprodukt spiegelt Abbildung 1-10 wider. Eine besonders starke Zunahme des Verhältnisses Welthandel/Weltsozialprodukt ist dabei seit dem Jahr 2000 zu erkennen. Dieser sprunghafte Anstieg ist unter anderem auf das starke Wachstum des Handels in und mit asiatischen sowie zentral- und mittelamerikanischen Ländern, auf sinkende Transportkosten und auf den damit verbundenen Warenverkehr zurückzuführen. Wenn man neben dem in Abbildung 1-10 dargestellten Handel mit Sachgütern auch den Handel mit Dienstleistungen berücksichtigt, werden die Prozentsätze sogar noch überschritten.

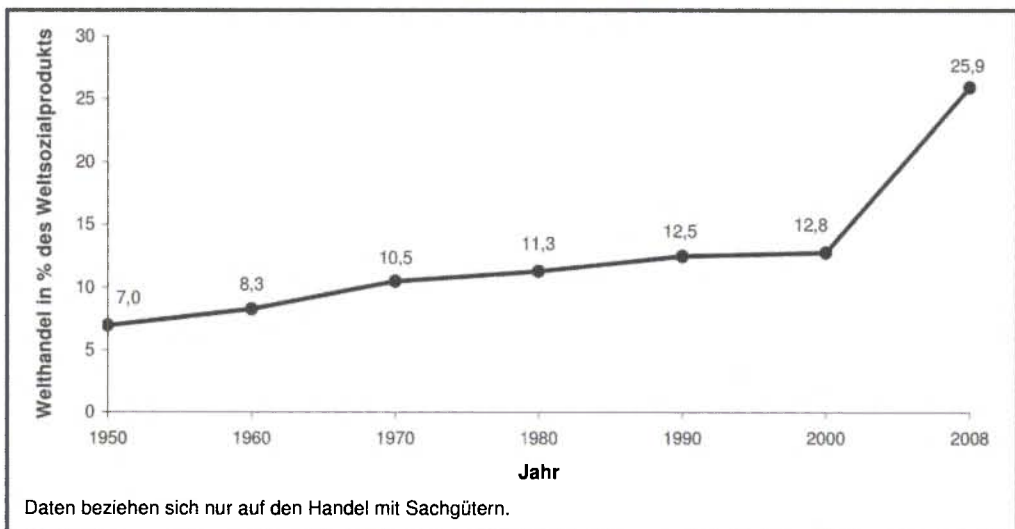


Abb. 1-10: Das Volumen des Welthandels im Verhältnis zum Weltsozialprodukt

Quellen: Daten bis 1990 von der WTO, zitiert nach Schumann (1999), S. 126, Daten ab 2000 aus UNCTAD (2001a), S. 10 und (2009), S. 18 sowie aus WTO (2001), S. 2 und (2009b), S. 10 und eigene Berechnungen.

Wir wollen an dieser Stelle betonen, dass wir die Begriffe Weltsozialprodukt, Weltproduktion und Weltoutput aus Gründen der Vereinfachung gleichsetzen. Diese Gleichsetzung erfolgt auch in unseren weiteren Ausführungen sowie in den von uns referierten Daten.

Seit dem Zweiten Weltkrieg spielen die Bemühungen, die mit dem Allgemeinen Zoll- und Handelsabkommen (**General Agreement on Tariffs and Trade, GATT**) verbunden waren und seit 1995 von der Welthandelsorganisation (**World Trade Organization, WTO**) fortgesetzt werden, eine wesentliche Rolle für die starke Zunahme des Welthandels. Sowohl GATT als auch WTO haben als wesentliche Aufgabe die Förderung des internationalen Handels. Einige Informationen zu GATT und WTO haben wir in Textbox 1-8 zusammengestellt.

Textbox 1-8: Die WTO (World Trade Organization)

Ein Kurzüberblick

Das oberste **Ziel** der World Trade Organization ist die **Errichtung und Aufrechterhaltung funktionsfähiger, dauerhafter multilateraler Handelsbeziehungen**. Dieses Ziel wird deswegen verfolgt, weil man sich von intensiven Handelsbeziehungen auch das Erreichen anderer volkswirtschaftlicher Grundziele, wie zum Beispiel die Erhöhung des Lebensstandards, höhere Beschäftigung oder Wirtschaftswachstum, verspricht. Als Mittel zur Realisierung dieses Ziels sieht die World Trade Organization vor allem den **Abbau von tarifären und nicht-tarifären Handelsschranken** an. Zu den tarifären Handelsschranken zählen vor allem Zölle; das Spektrum der nicht-tarifären Handelsschranken umfasst alle Handelsbeschränkungen, die nicht auf Zöllen beruhen, und reicht von Kontingentierungen über Subventionen und staatliche Auftragsvergabe bis hin zu administrativen Behinderungen (vgl. dazu auch ausführlich Koch 2006, S. 176-196).

Die World Trade Organization ersetzte zum 1. Januar 1995 das Allgemeine Zoll- und Handelsabkommen (**GATT**), welches seit 1947 bestand und in insgesamt acht mehrjährigen Verhandlungsrunden erhebliche Zollsenkungen sowie weitere sechs plurilaterale Kodices zum Abbau von Diskriminierungen beschlossen hatte. Der World Trade Organization gehören inzwischen über 150 Staaten an, die zusammen für mehr als 90% des Welthandels verantwortlich zeichnen (vgl. WTO 2009b, S. 179). Die WTO regelt dabei nicht nur den Handel mit Waren, sondern auch mit Dienstleistungen sowie geistigem Eigentum (Patente, Marken).

Trotz eines generellen Konsenses über den Nutzen einer Handelsliberalisierung und einer Nicht-Diskriminierung existiert allerdings bis heute eine Vielzahl von Regelungen, die deutlich machen, dass das Endziel eines (völlig) freien Welthandels noch immer in weiter Ferne liegt (vgl. Miller/Loess 2002).

Quellen:

- Kulesa (1998).
- o.V. (1999): WTO – Schiedsstelle für ökonomische Konflikte. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung Nr. 278 vom 29. November 1999, S. 19.

In Textbox 1-9 wird aufgezeigt, dass die WTO heutzutage aufgrund der Vielzahl an Verhandlungspartnern mit unterschiedlichen Interessenlagen nur sehr schwer ihre Ziele erreichen kann – sie wird zum Teil sogar lediglich als „unbeteiligter Zuschauer“ gesehen (vgl. Baldwin 2006). Viele Länder ziehen es mittlerweile vor, bilaterale oder regionale Abkommen zu schließen, da aufgrund der geringeren Anzahl an Verhandlungspartnern in der Regel weitaus schneller ein Konsens zu erlangen ist. Dies jedoch bringt für international agierende Unternehmungen eine fast unüberschaubare Komplexität mit sich, da sich diese nun mit einem Wirrwarr von Handelsabkommen – einer sogenannten „Spaghetti-Bowl“ – konfrontiert sehen (vgl. Estevadeordal/Suominen 2005).

Textbox 1-9: Die Zukunft der WTO

Ein Zeitungsausschnitt

Gestern vor 60 Jahren, am 01. Januar 1948, trat das Allgemeine Zoll- und Handelsabkommen (GATT) in Kraft – eines der wichtigsten Elemente der Weltwirtschaft. Es galt, einen runden Geburtstag zu feiern, doch rechte Jubelstimmung wollte nicht aufkommen. Die lebensbedrohliche Krise der WTO überschattet das Jubiläum. „Das globale Handelssystem ist seitdem eine Quelle des Wohlstands, der Stabilität und der Vorhersagbarkeit“, lobt Pascal Lamy, der Generaldirektor der Welthandelsorganisation (WTO), die 1995 das GATT ablöste. Doch angesichts der bedrohlichen Krise, in der die Organisation heute steckt, fiel die vorverlegte 60-Jahr-Feier zum 60. Geburtstag in der WTO-Zentrale am Genfer See betont nüchtern aus.

Denn die aktuelle WTO-Welthandelsrunde zur weiteren Öffnung der globalen Märkte steckt hoffnungslos fest. Der Zyklus, 2001 in Katars Hauptstadt Doha gestartet, mutiert zum Synonym für zähe Endlosverhandlungen. Immer mehr Experten fürchten, dass die Konflikte über Agrarsubventionen, Industriezölle und Marktzugang für Banken, Versicherer und Transportunternehmen unüberwindbar sind. „Es kann sein, dass die WTO-Mitglieder die Verhandlungen nicht zu Ende führen“, unkt Carlos Alberto Primo Braga von der Weltbank.

Die vielen Versprechen, zu Beginn der Runde vollmundig gemacht, drohen zu platzen: Die Weltbank kalkulierte seinerzeit üppige Milliardengewinne für große Exportationen wie Deutschland. Ein Doha-Deal sollte aber auch die Entwicklungsländer fester in die Globalisierung einbinden. Und die Welthandelsrunde sollte nach den Terroranschlägen vom 11. September 2001 die internationale Gemeinschaft fester zusammenrücken lassen.

Kommt jetzt das Aus für die Handelsrunde, könnte dies auch die weltweiten Stagnations- und Rezessionsängste weiter anfachen. Und ein Scheitern der Runde könnte die WTO als Instanz demolieren: Sie würde ihre mühsam erworbene Glaubwürdigkeit als globales Forum für Verhandlungen verlieren.

Schon heute gehen die Handelsmächte mehr und mehr den bilateralen Weg. Zwei

oder mehrere Partner schließen einen Pakt über ausgewählte Bereiche ab. Vor allem die USA suchen gezielt diese Vereinbarungen. Die WTO verzeichnet bereits mehr als 360 bilaterale Abkommen. „Für die Unternehmen ist der bilaterale Weg nicht der beste Weg“, warnt allerdings die Internationale Handelskammer: „Statt mit einem großen WTO-Abkommen müssen sich die Firmen mit einer unübersichtlichen Zahl von Einzelabkommen herumschlagen.“

Die Inflation der bilateralen Vereinbarungen ist eine direkte Konsequenz aus der massiven Schwäche der Welthandelsorganisation: Am WTO-Verhandlungstisch mischen so viele Mitglieder und unterschiedliche Gruppen mit, dass die Suche nach einem Konsens immer schwieriger wird. Jedes der bald 152 WTO-Mitglieder hat das Recht, Entscheidungen zu blockieren. Und die WTO-Spieler spalten sich in viele Fraktionen und Blöcke auf, die mal gegeneinander, mal miteinander arbeiten – von der Gruppe der großen Entwicklungsländer (G20) über die 27 EU-Staaten bis zur Gruppe der großen vier (EU, USA, Indien, Brasilien). Besonders die Entwicklungsländer lassen ihre Muskeln spielen: Angeführt von Brasilien und Indien drohen die Armen offen damit, die Doha-Runde platzen zu lassen. Ein Diplomat bringt die Gemengelage auf den Punkt: „Viele Köche verderben den Brei.“

Beim GATT hingegen ging es anders zu. Die Industriemächte waren praktisch unter sich, man traf sich in gediegener Atmosphäre und einigte sich auf Deals wie in einem Gentlemen's Club. Und die Armen? Entweder gehörten sie nicht zum Club – viele heutige WTO-Mitglieder waren in den frühen GATT-Zeiten noch Kolonien. Oder die Entwicklungsländer im GATT überließen den Reichen freiwillig das Feld – vor allem der Führungsmacht USA. Es galt eine Faustregel: Je kleiner die Zahl der Parteien, desto weniger Zeit brauchen sie für ihre Deals. In den ersten vier GATT-Handelsrunden feilschten nur 13 bis 38 Partner über den Abbau von Industriezöllen. Alle vier Zyklen dauerten nur rund ein Jahr. In der letzten GATT-Runde aber schachteten schon 123 Wirtschaftsmächte; die sogenannte Uruguay-Runde zog sich von 1986 bis 1994 hin.

Hinzu kommt: Seit der sechsten Runde (Kennedy-Runde von 1964 bis 1967) packten die Verhandlungsführer immer neue Themen in die Gespräche: von Antidumping über den Schutz des geistigen Eigentums bis zu Dienstleistungen und der kniffligen Landwirtschaft. Von Transparenz kann in der WTO deshalb keine Rede mehr sein. Oder wie Pascal Lamy es sagte, als er noch EU-Handelskommissar war: Die Strukturen der WTO seien „mittelalterlich“.

Quelle:

Herbermann, Jan D. (2008): Der Welthandel läuft aus dem Ruder. In: Handelsblatt Nr. 1 vom 02. Januar 2008, S. 7.

2.2.1.3 Die jüngere Entwicklung des Welthandels

Wir wollen nun unseren Blick etwas stärker auf die Zeit ab 1980 richten und uns die Entwicklung des Welthandels in diesem Zeitraum vor Augen führen. In Abbildung 1-11 wird die Situation anhand der Entwicklung der Exporte aufgezeigt.

1980	1984	1988	1992	1996	2000	2004	2008
1.996,5	1.909,4	2.826,6	3.685,6	5.257,2	6.012,7	8.880,0	15.775,0
Alle Werte in Mrd. US-\$.							

Abb. 1-11: Die Entwicklung des Welthandels seit 1980

Quellen: Daten bis zum Jahr 1990 aus Baratta (2000, Hrsg.), Sp. 1217-1218, Daten der Jahre 1992 bis 2000 aus Baratta (2002, Hrsg.), Sp. 1215-1216, Daten ab 2002 aus WTO (2003), S. 10, WTO (2005), S. 6 und WTO (2009a), S. 8.

Würde man die Entwicklung des Weltaußenhandels anhand der Importe betrachten, so ergäbe sich ein ähnliches Bild. Die Exportwerte und die Importwerte sind allerdings nicht identisch: Dies hängt unter anderem damit zusammen, dass **Exporte** auf der Basis von „**fob-Werten**“, **Importe** dagegen auf der Basis von „**cif-Werten**“ erfasst werden (vgl. zu weiteren Diskrepanzen Altmann 1993, S. 53-54). Was unter fob bzw. cif zu verstehen ist, wird durch die Ausführungen in Textbox 1-10 erläutert. Das weltweite Importvolumen liegt – aufgrund der Bewertung – regelmäßig leicht über dem weltweiten Exportvolumen. Die wertmäßigen Importvolumina wurden, wie das Statistische Jahrbuch der Vereinten Nationen aufzeigt, in den letzten Jahren meist ca. 1,75-3,00% höher als die wertmäßigen Exportvolumina veranschlagt (vgl. dazu z.B. United Nations 1997, S. 10, United Nations 2000a, S. 10). Im Jahr 2008 lag das Importvolumen beispielsweise 2,2% über dem Exportvolumen (vgl. WTO 2009a, S. 13 sowie eigene Berechnungen).

Ein starkes **Wachstum des Welthandels** lässt sich **vor allem seit Mitte der achtziger Jahre** konstatieren. Zu Beginn der neunziger Jahre gab es zunächst nur noch leichte Zuwächse im Welthandelsvolumen, bevor sich Mitte der neunziger Jahre erneut eine deutliche Beschleunigung des Wachstums des Welthandels einstellte. Verändert hat sich die Situation dann seit der Jahrtausendwende: Im Jahr 2001 war das Welthandelsvolumen sogar leicht rückläufig; es schrumpfte um ca. 1%. Seit 2002 wuchs der Welthandel wieder stark und konstant, so dass 2008 ein Rekordwert des Welthandelsvolumens von ca. 15,8 Billionen US-\$ erzielt wurde, womit sich die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate zwischen 2004 und 2008 auf 15,4% belief (vgl. WTO 2009a, S. 8). Endgültige Daten für 2009 liegen bisher nicht vor; allerdings ist bereits jetzt sicher, dass

die Finanz- und Wirtschaftskrise auch den Welthandel negativ beeinflusst. So wird für 2009 mit einer Schrumpfung des Welthandels zwischen 10% und 12% gerechnet (vgl. IWF 2010, S. 2; WTO 2010, S. 1).

Textbox 1-10: Die Incoterms

Ein Überblick unter besonderer Berücksichtigung von „fob“ und „cif“

Die Abkürzungen „fob“ und „cif“ sind international gebräuchliche Termini. Gemeinsam mit zahlreichen anderen Abkürzungen, die im internationalen Handelsverkehr Anwendung finden, werden sie als Incoterms (International Commercial Terms) bezeichnet. Diese **Incoterms** werden seit mehr als 80 Jahren von der Internationalen Handelskammer in Paris festgelegt und immer wieder in unregelmäßigen Abständen leicht modifiziert.

Die Incoterms beinhalten Aussagen darüber, welche Pflichten Käufer und Verkäufer einer Ware haben. Sie regeln ferner den Gefahr- und Kostenübergang vom Verkäufer auf den Käufer und enthalten Bestimmungen über Transport- und Versicherungsverträge. Einen Überblick über die Incoterms gibt die in dieser Textbox abgebildete Tabelle.

„fob“ bedeutet „free on board“ und beinhaltet den Wert einer Ware

- einschließlich der Transport-, Versicherungs-, Verlade- und sonstigen Zusatzkosten bis an Bord eines Schiffes bzw. Flugzeuges (im Falle des See- oder Luftweges) bzw.
- einschließlich der Transport-, Versicherungs-, Verlade- und sonstigen Zusatzkosten bis zur Landesgrenze des Exporteurs (im Falle des Landweges).

Ein Export von Deutschland nach Griechenland wird statistisch mit einem Wert erfasst, den die exportierten Waren einschließlich Versandkosten (Transport-, Versicherungs- und Verladungskosten) an der deutschen Grenze aufweisen. Die Versandkosten von der deutschen Landesgrenze bis zur griechischen Landesgrenze werden dem Land (bzw. den Ländern) zugeschrieben, welches die Transportdienstleistung auch tatsächlich erbringt. Der Exportwert an der griechischen Grenze ist höher als der Exportwert an der deutschen Grenze, weil der „fob-Wert“ um die Versandkosten angehoben werden muss.

„cif“ ist die Abkürzung für „cost, insurance and freight“ und bezeichnet den Wert einer Ware einschließlich aller Kosten bis an die Grenze des Importeurs. Dies schließt neben den Kosten bis zur Grenze des Exporteurs insbesondere Frachtkosten für den See-, Luft- oder Landweg ein. Der „cif-Wert“ differiert damit vom „fob-Wert“ um die Kosten, die von der Landesgrenze des Exporteurs zur Landesgrenze des Importeurs entstehen.

Nur im Fall des Handels zwischen zwei benachbarten Ländern sind „fob-Wert“ und „cif-Wert“ identisch; in allen anderen Fällen differieren die beiden Werte.

Lieferbedingung	Ausfuhrzollabfertigung	Einfuhrzollabfertigung	Transportvertrag	Lieferort	Gefahrübergang V auf K	Kostenübergang V auf K	Versicherungsvertrag
EXW (Ex Works)	K	K	K	Werk des V	Lieferort		Keine Verpflichtung
FCA (Free Carrier)	V	K	K	Gemäß vertraglicher Festlegung	Lieferort		Keine Verpflichtung
FAS (Free Alongside Ship)	V	K	K	Längsseite Schiff im Verschiffungshafen	Lieferort		Keine Verpflichtung
FOB (Free On Board)	V	K	K	Schiff im Verschiffungshafen	Schiffsreling		Keine Verpflichtung
CFR (Cost and Freight)	V	K	V	Schiff im Verschiffungshafen	Schiffsreling	Bestimmungshafen	Keine Verpflichtung
CIF (Cost, Insurance, Freight)	V	K	V	Schiff im Verschiffungshafen	Schiffsreling	Bestimmungshafen	V: Mindestdeckung
CPT (Carriage Paid To)	V	K	V	Ort der Übergabe an den ersten Frachtführer	Lieferort	Bestimmungsort	Keine Verpflichtung
CIP (Carriage and Insurance Paid)	V	K	V	Ort der Übergabe an den ersten Frachtführer	Lieferort	Bestimmungsort	V: Mindestdeckung
DAF (Delivered At Frontier)	V	K	V	Bestimmungsort an der Grenze	Bestimmungsort		Keine Verpflichtung
DES (Delivered EX Ship)	V	K	V	Schiff im Bestimmungshafen	Schiff im Bestimmungshafen		Keine Verpflichtung
DEQ (Delivered Ex Quai)	V	K	V	Kai des Bestimmungshafens	Kai des Bestimmungshafens		Keine Verpflichtung
DDU (Delivered Duty Unpaid)	V	K	V	Bestimmungsort	Bestimmungsort		Keine Verpflichtung
DDP (Delivered Duty Paid)	V	V	V	Bestimmungsort	Bestimmungsort		Keine Verpflichtung

V = Verkäufer, K = Käufer

Quellen:

Topritzhofer/Moser (1992), S. 53-80, Perau/Bittner/Bowing/Wolf (2000), S. 42-43, Altmann (2002), S. 472-480.

Waren es bis zum Zweiten Weltkrieg vor allem **Rohstoffe**, die zwischen Staaten gehandelt wurden, so hat sich diese Situation inzwischen deutlich verändert. Der Anteil des Rohstoffhandels am Welthandel beträgt heutzutage nur noch knapp 23% (vgl. WTO 2009b, S. 41). Die Tendenz ist nicht nur aufgrund der zwischenzeitlich gesunkenen Preise für einen Teil der Rohstoffe (vgl. UNCTAD 2001b, S. 54-55, UNCTAD 2002, S. 19-20), sondern auch aufgrund der zunehmenden Bedeutung des Handels mit Halb- bzw. Fertigerzeugnissen – und damit einhergehend der anteilig sinkenden Bedeutung des Rohstoffhandels – weiter fallend. Besondere Bedeutung haben inzwischen **IT-Produkte**, die im Jahr 2008 ca. 10% des Welthandels ausmachten. Sie nahmen damit einen nahezu gleich großen Anteil am Welthandel ein wie Agrarprodukte, Textilien und Kleidung zusammen (vgl. WTO 2009b, S. 41).

2.2.2 Die zentralen Staaten im Welthandel

Welche Staaten sind nun für den Welthandel von besonderer Bedeutung? Wir geben zunächst einen Überblick über die wichtigsten Export- und Importnationen (Abschnitt 2.2.2.1), bevor wir einen Blick auf den Außenhandel Europas werfen (Abschnitt 2.2.2.2).

2.2.2.1 Allgemeine Betrachtung

Der Welthandel ist nun keineswegs auf alle Staaten der Welt gleichmäßig verteilt; vielmehr wird er stark von einigen (wenigen) Staaten dominiert. Abbildung 1-12 spiegelt die Verteilung des Welthandels auf Weltregionen wider; sie verdeutlicht die Dominanz Europas, Nordamerikas und (von Teilen) Asiens im Welthandel.

	Exporte		Importe	
	in Mrd. US-\$	in %	in Mrd. US-\$	in %
Europa	6.456	40,9	6.833	42,4
Asien	4.355	27,6	4.247	26,3
Nordamerika	2.049	13,0	2.909	18,0
Mittlerer Osten	1.047	6,6	575	3,6
Süd- und Zentralamerika	602	3,8	595	3,7
Andere Regionen	1.266	8,0	961	6,0
Welt	15.775	100,0	16.120	100,0
Daten für das Jahr 2008.				

Abb. 1-12: Der weltweite Warenhandel nach Weltregionen

Quellen: Daten aus WTO (2009a), S. 13 sowie eigene Berechnungen.

Vergleicht man die **Anteile**, die einzelne **Regionen am Welthandel** aufweisen, mit ihrem Anteil, den ihre Bevölkerung an der Weltbevölkerung innehat, so ergibt sich ein großes Ungleichgewicht. Afrika und weite Teile Asiens sind deutlich unterproportional am Welthandel beteiligt. Immerhin war jedoch das Exportwachstum der Entwicklungsländer in den letzten Jahren höher als das weltweite Exportwachstum.

Wenn wir nun fragen, welche einzelnen Staaten den Welthandel entscheidend tragen, so stellen wir fest, dass sowohl beim Export als auch beim Import die USA, Deutschland und Japan viele Jahre lang die ersten drei Plätze einnahmen. Inzwischen wurde Japan von China auf den vierten Rang verdrängt; bei den Exporten überholte China bereits 2007 auch die USA. Mit einem gemeinsamen Exportvolumen von 4,18 Billionen US-\$ decken die **drei führenden Handelsnationen** im Jahr 2008 allein 26,0% der Weltexporte und mit einem gemeinsamen Importvolumen von 4,51 Billionen US-\$ etwa 27,4% der Weltimporte ab. Abbildung 1-13 gibt einen Überblick über die führenden Handelsländer und ihre Anteile an den Weltexporten und -importen.

Exporte			Importe		
	in Mrd. US-\$	in %*		in Mrd. US-\$	in %**
1. Deutschland	1.462	9,1	1. USA	2.170	13,2
2. China (exkl. Hongkong)	1.428	8,9	2. Deutschland	1.204	7,3
3. USA	1.287	8,0	3. China (exkl. Hongkong)	1.133	6,9
4. Japan	782	4,9	4. Japan	763	4,6
5. Niederlande	633	3,9	5. Frankreich	705	4,3
6. Frankreich	605	3,8	6. Ver. Königreich	632	3,8
7. Italien	538	3,3	7. Niederlande	573	3,5
8. Belgien	476	3,0	8. Italien	555	3,4
9. Russische Föderation	472	2,9	9. Belgien	470	2,9
10. Ver. Königreich	459	2,9	10. Korea	435	2,6
11. Kanada	457	2,8	11. Kanada	418	2,5
12. Korea	422	2,6	12. Spanien	401	2,4
13. Hongkong	370	2,3	13. Hongkong	393	2,4
14. Singapur	338	2,1	14. Mexiko	323	2,0
15. Saudi Arabien	313	1,9	15. Singapur	320	1,9
16. Mexiko	292	1,8	16. Indien	293	1,8
17. Spanien	268	1,7	17. Russische Föderation	292	1,8
18. Taiwan	256	1,6	18. Taiwan	240	1,5
19. Ver. Arabische Emirate	232	1,4	19. Polen	204	1,2
20. Schweiz	200	1,2	20. Türkei	202	1,2

* Bezogen auf den gesamten Weltexport (inkl. Re-Exporte und Re-Importe) 2008 (16.070 Mrd. US-\$).
 ** Bezogen auf den gesamten Weltimport (inkl. Re-Exporte und Re-Importe) 2008 (16.422 Mrd. US-\$).

Abb. 1-13: Die führenden Welthandelsländer
 Quelle: Daten aus WTO (2009b), S. 12.

Dass neben den USA, Deutschland, China und Japan auch die Flächenstaaten Frankreich, das Vereinigte Königreich, Italien und Kanada zu den führenden Welthandelsländern gehören, dürfte – unter anderem angesichts deren Größe – nicht verwundern. Zu beachten ist allerdings, dass auch kleinere Staaten, wie etwa Belgien, die Niederlande oder Singapur, im Welthandel nicht zu vernachlässigen sind. Vor allem gemessen an ihrer Wirtschaftskraft – als Indikator lässt sich etwa das Bruttoinlandsprodukt heranziehen – weisen diese Staaten beachtliche **Export- und Importquoten** auf.

Eine Analyse der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), welche die Exporte ausgewählter europäischer Länder, der USA und Japans mit dem jeweiligen Bruttoinlandsprodukt in Beziehung setzt, kann dies verdeutlichen. Die Analyse zeigt, dass – neben China – Deutschland, die USA und Japan zwar bei einer absoluten Betrachtung als „**Exportweltmeister**“ gelten, bei einer relativen Betrachtung aber deutlich hinter andere Länder zurückfallen. Aus Abbildung 1-14 wird deutlich, dass Belgien, Ungarn, die Tschechische Republik, Irland und die Niederlande besonders exportorientierte Staaten sind. Doch auch viele skandinavische Länder sowie die Schweiz und Österreich weisen eine sehr hohe Exportabhängigkeit auf. Ein ähnliches Bild ergibt sich, wenn man die Exporte einzelner Länder mit deren Bevölkerung vergleicht und damit die Exportleistung pro Kopf berechnet (vgl. dazu z.B. IDW 1999, S. 23).

Die Analyse der OECD enthält hauptsächlich europäische Länder, die USA und Japan, d.h. die sogenannten Märkte der **Triade** (vgl. zur Bedeutung der Triade im Allgemeinen Ohmae 1985). Aus anderen Quellen wird jedoch ersichtlich, dass in manchen Entwicklungs- und Schwellenländern Exporte etwa 30% des Bruttoinlandsprodukts ausmachen (→ zur Problematik der Einteilung von Entwicklungs- und Schwellenländern auch Abschnitt 5.6 in diesem Kapitel). Länder wie Ägypten, Indonesien, die Philippinen oder Venezuela übertreffen damit die USA oder Japan, wo die Auslandsabhängigkeit je nach Jahr nur ca. 10%-18% des Bruttoinlandsprodukts beträgt, deutlich, sobald man eine relative Betrachtung anstellt (vgl. auch Siebert 2000, S. 12). In den meisten Golfstaaten sind Exporte in ähnlicher Weise für einen hohen Anteil der Wirtschaftsleistung verantwortlich. Im Fall von Saudi-Arabien, den Vereinigten Arabischen Emiraten, Kuwait oder Katar ist jedoch zu berücksichtigen, dass der Rohstoff Erdöl allein für einen Großteil der Exporte (und auch der Wirtschaftsleistung) sorgt.

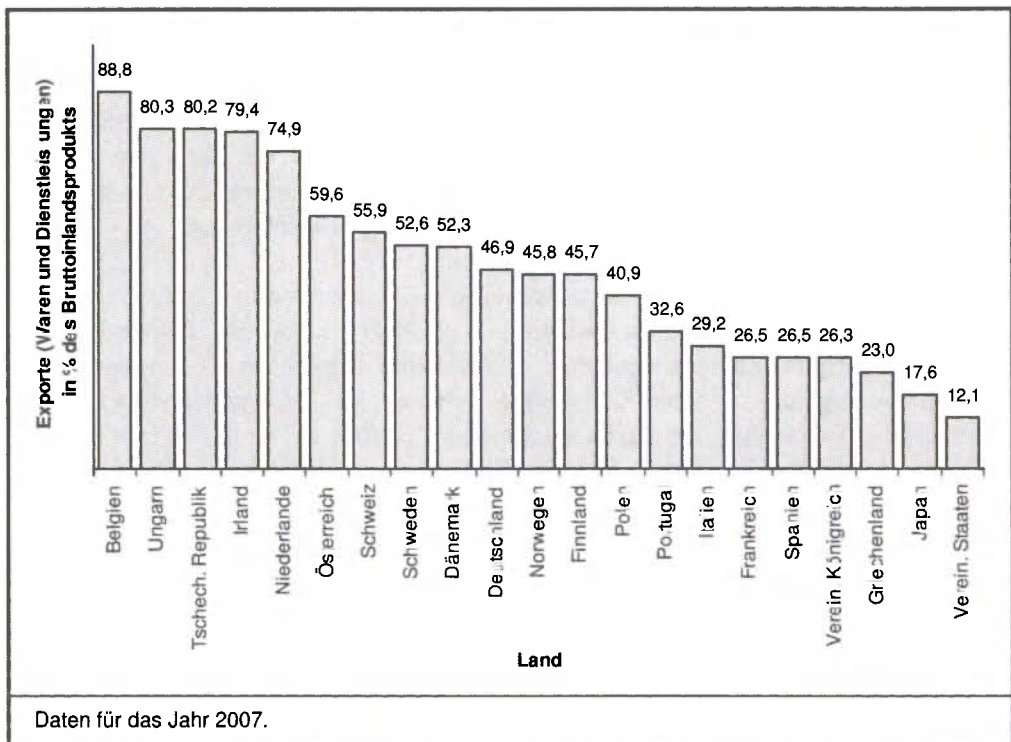


Abb. 1-14: Unterschiede in der Exportorientierung von Ländern

Quellen: Daten aus OECD (2009), S. 23, 33, 53, 63, 73, 83, 93, 103, 113, 133, 143, 153, 193, 213, 223, 233, 263, 273, 253, 293, 303 sowie eigene Berechnungen.

Wir hatten oben bereits die wichtigsten Exportnationen innerhalb der Weltwirtschaft aufgeführt. Neben dem aktuellen Status Quo wird in Abbildung 1-15 auch die zeitliche Entwicklung der Weltmarktanteile für die Jahre 1997 bis 2008 dokumentiert. Ersichtlich wird daran, dass sich die Weltmarktanteile einzelner Länder im Zeitablauf doch deutlich verändern (können). Während China (einschließlich Hongkong) seinen Weltmarktanteil um mehr als 30% ausbauen konnte, lässt sich für die USA eine Abnahme von über 36% verzeichnen (vgl. zum Wirtschaftspartner China z.B. Kutschker 1997, Hrsg.).

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
USA	12,6%	12,7%	12,8%	12,3%	11,9%	10,7%	9,6%
Deutschland	9,4%	10,1%	9,8%	8,7%	9,3%	9,5%	10,0%
Japan	7,7%	7,2%	7,6%	7,5%	6,6%	6,5%	6,3%
China (inkl. Hongkong)	6,8%	6,7%	6,7%	7,1%	7,4%	8,1%	8,8%
Frankreich	5,3%	5,7%	5,5%	4,7%	5,2%	5,1%	5,2%
Vereinigtes Königreich	5,2%	5,1%	4,9%	4,5%	4,4%	4,3%	4,1%
Italien	4,4%	4,5%	4,2%	3,7%	3,9%	3,9%	3,9%
Russische Föderation	1,6%	1,4%	1,4%	1,7%	1,7%	1,7%	1,8%
	2004	2005	2006	2007	2008	Veränderung 1997-2008	
USA	8,9%	8,7%	8,6%	8,3%	8,0%	–	36,5%
Deutschland	10,0%	9,3%	9,3%	9,5%	9,1%	–	3,2%
Japan	6,2%	5,7%	5,4%	5,1%	4,9%	–	36,4%
China (inkl. Hongkong)	9,4%	10,1%	10,7%	8,7%	8,9%	+	30,9%
Frankreich	4,9%	4,4%	4,1%	4,0%	3,8%	–	28,3%
Vereinigtes Königreich	3,8%	3,7%	3,7%	3,1%	2,9%	–	44,2%
Italien	3,8%	3,5%	3,4%	3,5%	3,3%	–	25,0%
Russische Föderation	2,0%	2,3%	2,5%	2,5%	2,9%	+	81,3%

Abb. 1-15: Weltmarktanteile einzelner Länder im Exportgeschäft

Quellen: Daten von 1997-1999 aus United Nations (2000b), S. 23, 26, 27, 29, 32, 34, Daten von 2000-2008 aus WTO (2001), S. 21, (2002), S. 25, (2003), S. 21, (2004), S. 19, (2005), S. 21, (2006), S. 17, (2007), S. 12, (2008), S. 12 und (2009b), S. 12 sowie eigene Berechnungen.

2.2.2.2 Betrachtung der europäischen Situation

Es wird immer wieder argumentiert, dass die europäischen Länder sehr intensive Handelsverflechtungen mit ihren europäischen Nachbarländern unterhalten und sie vor allem aufgrund des intra-europäischen Handels zu den wichtigsten Welthandelsländern gehören. Würde man die europäischen Staaten tatsächlich in ihrer Gesamtheit betrachten und den Handel zwischen den europäischen Staaten (**Intra-Europa-Handel**) ausklammern, so ergäbe sich ein Bild, in dem Europas Dominanz im Welthandel abnähme. Inzwischen werden etwa 25% des gesamten Welthandels innerhalb der EU-27 abgewickelt (vgl. WTO 2009b, S. 12, 18). Bevor man allerdings die Stellung Europas „vorschnell“ relativiert, sollte man eine differenziertere Betrachtung vornehmen:

(1) Einerseits hat für alle europäischen Länder – mit Ausnahme Maltas – tatsächlich der **intra-europäische Handel** eine größere Bedeutung als der Handel mit Ländern aus anderen Kontinenten (**Extra-Europa-Handel**). Dies wird zunächst in Abbildung 1-16 verdeutlicht, in welcher der Anteil der intra-europäischen Exporte am Gesamtvolumen der Exporte einzelner Länder abgetragen wird.

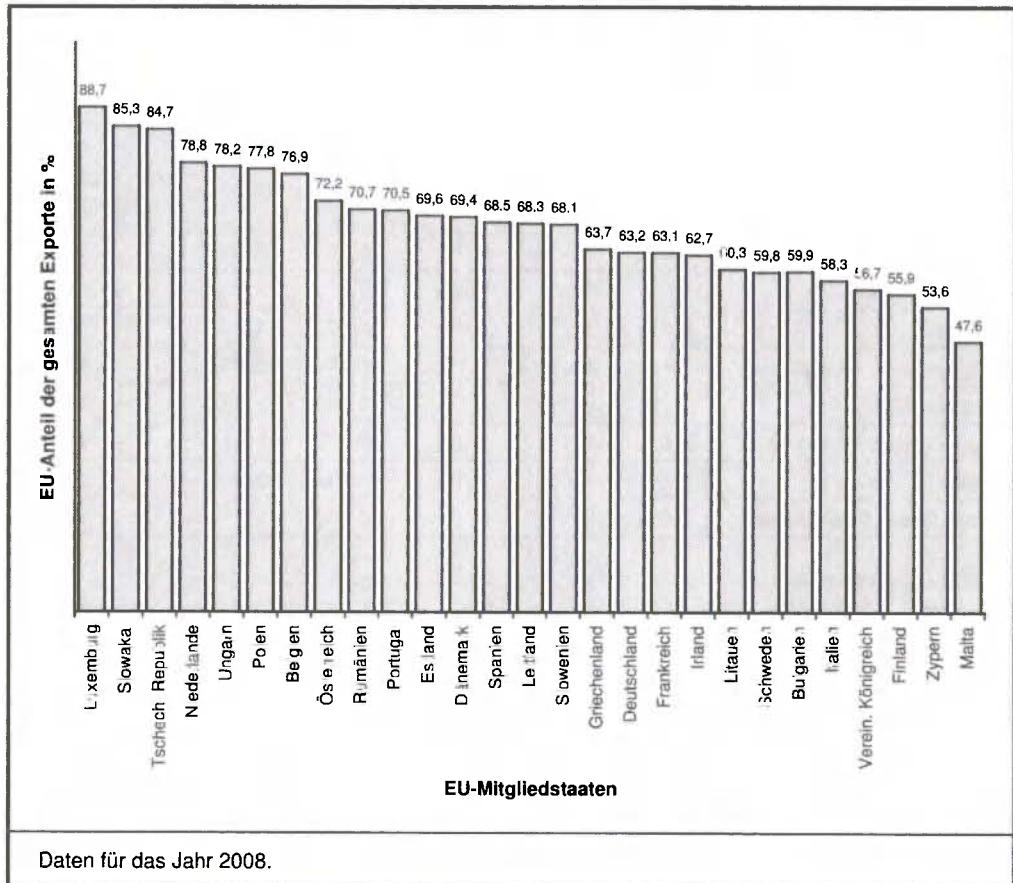


Abb. 1-16: Anteil der Exporte an EU-Länder an den gesamten Exporten
 Quellen: Direktauskunft von Eurostat, Januar 2010 und eigene Berechnungen.

Besonders hoch ist der Anteil der EU-Exporte am Gesamtvolumen der Exporte in Luxemburg, der Slowakei und der Tschechischen Republik, wo weniger als ein Fünftel der Ausfuhren Länder außerhalb der EU als Ziel haben. Doch auch für fast alle anderen EU-Länder machen die EU-Exporte einen beträchtlichen Anteil an den Gesamtexporten aus. Selbst in den EU-Ländern mit der geringsten Abhängigkeit vom Intra-EU-Handel,

d.h. in Malta, Zypern oder Finnland, fließt etwa die Hälfte der Exporte in andere EU-Länder.

Abbildung 1-16 gibt allerdings nur Aufschluss darüber, welcher Anteil des Exports eines EU-Mitgliedslandes in die Gesamtheit der anderen EU-Länder fließt. In den Abbildungen 1-17 und 1-18 finden sich Angaben, welche die **Exportströme der einzelnen EU-Mitgliedstaaten in die anderen EU-Länder** weiter differenzieren. In diesen Abbildungen wird zunächst noch einmal das gesamte Exportvolumen einzelner EU-Länder dem Exportvolumen des jeweiligen Landes in die anderen EU-Länder gegenübergestellt. Darüber hinaus wird in den Abbildungen 1-17 und 1-18 das EU-Exportvolumen nach einzelnen Zielländern aufgespaltet.

Aus Gründen der Übersichtlichkeit werden in Abbildung 1-17 eine absolute Betrachtung (Exportströme in die EU sowie Exportströme in die einzelnen EU-Mitgliedsstaaten in Mrd. US-\$) und in Abbildung 1-18 eine relative Betrachtung (Exportströme in die EU in Prozent des gesamten Exportvolumens sowie Exportströme in die einzelnen EU-Mitgliedsstaaten in Prozent des gesamten Exportvolumens) vorgenommen. Aus den Abbildungen 1-17 und 1-18 lässt sich damit erkennen, zwischen welchen europäischen Ländern besonders starke Verflechtungen existieren.

(2) Andererseits ist das Außenhandelsvolumen der meisten europäischen Länder im Vergleich zu vielen anderen Ländern so groß, dass trotz der Bedeutung, die der Handel mit den europäischen Nachbarn einnimmt, auch **beachtliche Export- und Importbeziehungen zu außereuropäischen Ländern** unterhalten werden. So lässt sich zeigen, dass die Handelsverflechtungen der europäischen Länder auch dann noch sehr intensiv sind, wenn man den intra-europäischen Handel ausklammert. Sieht man von den Exportströmen ab, die zwischen den EU-27-Ländern fließen, so entfallen im Jahr 2007 im Gebiet der EU-27-Länder immerhin noch ca. 10,0% des Bruttoinlandsprodukts auf Exporte (Direktauskunft Eurostat), während Exporte beispielsweise in den USA 12,1% des Bruttoinlandsprodukts ausmachen (vgl. Abb. 1-14).

Die World Trade Organization ermittelte zudem, dass – unter Ausschluss des Intra-EU-Handels – die Exporte der gesamten EU an Drittstaaten (Extra-EU-Handel) immer noch einen Weltmarktanteil von 12,2% aufweisen. Damit ist die EU als Staatengemeinschaft „Weltmarktführer“. Erst hinter der EU rangieren China und die USA mit 8,9% bzw. 8,0% Weltmarktanteil (vgl. Abbildung 1-13, Abbildung 1-15, WTO 2009a, S. 13 und eigene Berechnungen).

Export-land	Gesamt- exporte weltweit in Mrd. €	Davon Gesamt- exporte in die EU in Mrd. €	Exporte in die einzelnen EU-Mitgliedstaaten in Mrd. €												
			AT	BE	BU	CY	CZ	DE	DK	ES	EE	FR	FI	GB	
AT	123,3	89,0	-	1,8	1,0	0,1	4,9	36,3	0,9	2,9	0,1	4,6	0,6	3,9	
BE	320,8	246,6	3,2	-	0,5	0,2	3,0	63,4	2,8	10,5	0,3	56,0	2,3	23,2	
BU	15,2	9,1	0,3	0,9	-	0,1	0,1	1,4	0,0	0,3	0,0	0,6	0,0	0,3	
CY	1,1	0,6	0,0	0,0	0,0	-	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	
CZ	99,8	84,6	4,7	2,7	0,5	0,0	-	30,5	0,8	2,3	0,1	5,4	0,6	4,8	
DE	983,3	621,6	54,6	49,9	2,8	0,8	27,6	-	16,0	42,6	1,5	93,7	9,6	64,1	
DK	79,3	55,0	0,6	1,2	0,1	0,1	0,7	14,2	-	2,2	0,2	3,7	2,0	6,4	
ES	191,4	131,1	1,5	5,7	0,3	0,3	1,5	20,2	1,4	-	0,1	35,1	0,6	13,6	
EE	8,5	5,9	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,4	0,3	0,1	-	0,1	1,6	0,2	
FR	408,8	258,1	3,7	31,2	0,7	0,3	3,4	59,2	2,9	34,1	0,3	-	1,9	31,8	
FI	65,6	36,6	0,4	1,6	0,1	0,2	0,4	6,6	1,4	1,9	1,4	2,3	-	3,6	
GB	312,5	177,3	1,8	16,5	0,3	0,7	1,9	35,9	3,2	12,7	0,3	23,6	2,4	-	
GR	17,2	11,0	0,1	0,2	1,2	1,1	0,1	1,8	0,1	0,5	0,0	0,7	0,1	0,8	
HU	73,8	57,7	3,6	1,2	0,8	0,0	2,9	19,6	0,5	2,1	0,1	3,5	0,4	3,4	
IT	365,8	213,3	8,6	9,9	1,9	1,1	4,0	46,6	2,7	23,9	0,4	41,0	1,7	19,2	
IE	85,5	53,6	0,4	12,5	0,1	0,0	0,3	5,9	0,5	3,6	0,0	5,0	0,3	15,7	
LU	17,2	15,3	0,3	1,7	0,0	0,0	0,2	3,7	0,2	0,9	0,0	3,0	0,1	1,1	
LT	6,9	4,7	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,5	0,3	0,1	0,9	0,1	0,2	0,2	
LV	16,1	9,7	0,0	0,3	0,0	0,0	0,1	1,2	0,8	0,3	0,9	0,8	0,2	0,7	
MT	1,9	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2	
NL	433,7	341,9	6,0	59,5	0,6	0,4	5,4	110,6	5,4	14,9	0,4	38,7	3,9	38,3	
PT	38,0	26,8	0,2	0,9	0,0	0,0	0,2	4,8	0,3	9,7	0,0	4,2	0,2	2,0	
PL	115,9	90,1	2,3	3,0	0,5	0,1	6,6	29,0	2,2	2,9	0,6	7,2	1,0	6,7	
RO	33,6	23,8	0,8	0,6	1,4	0,1	0,5	5,5	0,1	0,8	0,0	2,5	0,1	1,1	
SE	124,7	74,5	1,3	5,5	0,1	0,2	0,8	12,9	9,2	2,9	0,9	6,1	7,9	9,1	
SI	23,2	15,8	1,7	0,2	0,2	0,0	0,7	4,3	0,2	0,3	0,0	1,3	0,1	0,5	
SK	48,3	41,2	2,8	0,8	0,2	0,0	6,3	9,6	0,4	1,1	0,0	3,2	0,7	2,3	
AT (Österreich)		DK (Dänemark)		GR (Griechenland)		LT (Litauen)		PL (Polen)							
BE (Belgien)		ES (Spanien)		HU (Ungarn)		LV (Lettland)		RO (Rumänien)							
BU (Bulgarien)		EE (Estland)		IT (Italien)		MT (Malta)		SE (Schweden)							
CY (Zypern)		FR (Frankreich)		IE (Irland)		NL (Niederlande)		SI (Slowenien)							
CZ (Tschechische Rep.)		FI (Finnland)		LU (Luxemburg)		PT (Portugal)		SK (Slowakei)							
DE (Deutschland)		GB (Verein. Königreich)													
Aufgrund von Rundungsdifferenzen kommt es bei der Addition von Einzelwerten zu Gesamtwerten in einigen Fällen zu marginalen Diskrepanzen. Daten für das Jahr 2008.															

Abb. 1-17: Die Export-Verflechtung der EU-Länder (absolute Betrachtung) (Teil 1)

Export-land	Exporte in die einzelnen EU-Mitgliedstaaten in Mrd. €																
	GR	HU	IT	IE	LU	LT	LV	MT	NL	PT	PL	RO	SE	SI	SK		
AT	0,8	4,5	10,5	0,3	0,2	0,2	0,1	0,0	2,2	0,4	3,5	2,5	1,3	2,7	2,7		
BE	2,3	1,8	15,0	2,0	6,0	0,5	0,2	0,1	39,2	2,0	5,2	1,1	4,5	0,5	0,9		
BU	1,5	0,1	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,3	1,1	0,1	0,1	0,1		
CY	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
CZ	0,4	2,8	4,6	0,2	0,1	0,3	0,2	0,0	3,9	0,3	6,4	1,4	1,8	0,6	9,1		
DE	7,7	17,4	61,9	5,5	5,3	2,4	1,4	0,4	65,6	8,1	40,7	9,0	20,1	4,3	8,7		
DK	0,5	0,5	2,6	1,0	0,0	0,4	0,3	0,1	3,8	0,4	1,9	0,2	11,5	0,1	0,2		
ES	2,6	1,1	15,4	0,9	0,2	0,3	0,1	0,1	6,0	17,4	2,8	1,1	1,7	0,5	0,5		
EE	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,5	0,8	0,0	0,2	0,0	0,2	0,0	1,2	0,0	0,0		
FR	3,7	2,8	35,8	2,7	2,1	0,5	0,2	0,5	17,0	5,2	6,8	2,7	5,5	1,2	2,1		
FI	0,3	0,4	2,2	0,3	0,0	0,4	0,4	0,0	3,4	0,3	2,1	0,2	6,6	0,1	0,1		
GB	2,0	1,2	11,8	23,4	0,3	0,4	0,2	0,6	24,4	2,0	3,7	0,9	6,4	0,3	0,6		
GR	-	0,1	2,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,4	0,1	0,2	0,8	0,2	0,2	0,0		
HU	0,5	-	4,0	0,3	0,1	0,2	0,1	0,0	2,1	0,4	2,9	3,9	0,7	0,9	3,5		
IT	7,6	3,6	-	1,4	0,5	0,7	0,3	1,2	8,6	3,5	9,6	5,8	4,0	3,8	2,0		
IE	0,4	0,2	3,0	-	0,1	0,0	0,0	0,0	3,0	0,4	0,7	0,2	0,9	0,0	0,1		
LU	0,1	0,1	1,2	0,0	-	0,0	0,0	0,0	1,0	0,2	0,4	0,1	0,6	0,0	0,1		
LT	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	-	1,1	0,0	0,2	0,0	0,2	0,0	0,4	0,0	0,0		
LV	0,0	0,1	0,3	0,0	0,0	1,9	-	0,0	0,5	0,0	0,9	0,0	0,5	0,0	0,0		
MT	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
NL	3,2	3,3	22,4	3,7	1,4	0,6	0,5	0,2	-	3,1	8,1	1,8	7,2	0,7	1,6		
PT	0,1	0,1	1,4	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	1,2	-	0,3	0,2	0,4	0,0	0,1		
PL	0,6	3,2	6,9	0,5	0,3	1,9	0,8	0,0	4,7	0,4	-	1,8	3,7	0,4	2,8		
RO	0,6	1,7	5,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,1	0,7	-	0,2	0,2	0,4		
SE	0,6	0,5	3,9	0,7	0,1	0,5	0,4	0,0	6,4	0,7	3,1	0,3	-	0,2	0,2		
SI	0,1	0,9	2,7	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,4	0,1	0,9	0,5	0,2	-	0,6		
SK	0,3	3,0	2,8	0,1	0,0	0,1	0,2	0,0	1,6	0,2	3,2	0,9	0,7	0,4	-		
AT (Österreich)			DK (Dänemark)			GR (Griechenland)			LT (Litauen)			PL (Polen)					
BE (Belgien)			ES (Spanien)			HU (Ungarn)			LV (Lettland)			RO (Rumänien)					
BU (Bulgarien)			EE (Estland)			IT (Italien)			MT (Malta)			SE (Schweden)					
CY (Zypern)			FR (Frankreich)			IE (Irland)			NL (Niederlande)			SI (Slowenien)					
CZ (Tschechische Rep.)			FI (Finnland)			LU (Luxemburg)			PT (Portugal)			SK (Slowakei)					
DE (Deutschland)			GB (Verein. Königreich)														
Aufgrund von Rundungsdifferenzen kommt es bei der Addition von Einzelwerten zu Gesamtwerten in einigen Fällen zu marginalen Diskrepanzen. Daten für das Jahr 2008.																	

Abb. 1-17: Die Export-Verflechtung der EU-Länder (absolute Betrachtung) (Teil 2)
 Quellen: Direktauskunft von Eurostat, Januar 2010 und eigene Berechnungen.

Export-land	Gesamt- exporte weltweit In Mrd. €	Davon Gesamt- exporte in die EU in %	Exporte in die einzelnen EU-Mitgliedstaaten in % des Gesamtvolumens											
			AT	BE	BU	CY	CZ	DE	DK	ES	EE	FR	FI	GB
AT	123,3	72,2	-	1,4	0,8	0,1	3,9	29,5	0,7	2,4	0,1	3,7	0,5	3,2
BE	320,8	76,9	1,0	-	0,1	0,1	0,9	19,8	0,9	3,3	0,1	17,5	0,7	7,2
BU	15,2	59,9	2,1	5,9	-	0,6	0,9	9,1	0,3	2,2	0,0	4,1	0,2	2,1
CY	1,1	53,6	0,5	1,3	0,5	-	1,0	6,0	0,4	1,9	0,1	1,0	0,3	10,5
CZ	99,8	84,7	4,7	2,7	0,5	0,0	-	30,5	0,8	2,3	0,1	5,4	0,6	4,8
DE	983,3	63,2	5,6	5,1	0,3	0,1	2,8	-	1,6	4,3	0,2	9,5	1,0	6,5
DK	79,3	69,4	0,8	1,6	0,2	0,1	0,8	17,9	-	2,8	0,3	4,7	2,6	8,1
ES	191,4	68,5	0,8	3,0	0,2	0,2	0,8	10,5	0,8	-	0,1	18,3	0,3	7,1
EE	8,5	69,6	0,4	1,2	0,0	0,0	0,5	5,0	3,3	0,7	-	1,4	18,3	2,6
FR	408,8	63,1	0,9	7,6	0,2	0,1	0,8	14,5	0,7	8,3	0,1	-	0,5	7,8
FI	65,6	55,9	0,6	2,5	0,1	0,3	0,5	10,0	2,1	2,9	2,2	3,5	-	5,5
GB	312,5	56,7	0,6	5,3	0,1	0,2	0,6	11,5	1,0	4,1	0,1	7,6	0,8	-
GR	17,2	63,7	0,8	1,3	7,0	6,3	0,6	10,5	0,6	2,9	0,0	3,9	0,7	4,7
HU	73,8	78,2	4,9	1,7	1,0	0,1	4,0	26,5	0,7	2,8	0,1	4,7	0,5	4,7
IT	365,8	58,3	2,3	2,7	0,5	0,3	1,1	12,8	0,7	6,5	0,1	11,2	0,5	5,3
IE	85,5	62,7	0,5	14,7	0,1	0,0	0,4	6,9	0,6	4,2	0,1	5,8	0,4	18,4
LU	17,2	88,7	1,5	10,0	0,2	0,1	1,3	21,8	1,3	5,0	0,1	17,4	0,8	6,5
LT	6,9	68,3	0,4	0,9	0,1	1,0	0,6	7,6	4,3	1,4	13,1	1,7	2,8	3,4
LV	16,1	60,3	0,3	1,7	0,2	0,0	0,7	7,2	4,7	1,6	5,7	4,8	1,4	4,6
MT	1,9	47,6	0,4	0,4	0,1	0,3	0,1	14,1	0,7	0,6	0,0	12,3	1,0	8,8
NL	433,7	78,8	1,4	13,7	0,1	0,1	1,2	25,5	1,2	3,4	0,1	8,9	0,9	8,8
PT	38,0	70,5	0,5	2,4	0,1	0,1	0,5	12,7	0,7	25,6	0,0	11,1	0,6	5,3
PL	115,9	77,8	2,0	2,5	0,4	0,1	5,7	25,0	1,9	2,5	0,5	6,2	0,9	5,8
RO	33,6	70,7	2,3	1,7	4,2	0,3	1,6	16,5	0,2	2,3	0,1	7,4	0,2	3,3
SE	124,7	59,8	1,0	4,4	0,1	0,1	0,7	10,4	7,4	2,3	0,7	4,9	6,3	7,3
SI	23,2	68,1	7,5	0,9	0,8	0,1	2,9	18,7	0,8	1,2	0,1	5,7	0,3	2,1
SK	48,3	85,3	5,9	1,8	0,5	0,1	13,1	20,0	0,9	2,4	0,1	6,7	1,4	4,7
AT (Österreich)		DK (Dänemark)		GR (Griechenland)		LT (Litauen)		PL (Polen)						
BE (Belgien)		ES (Spanien)		HU (Ungarn)		LV (Lettland)		RO (Rumänien)						
BU (Bulgarien)		EE (Estland)		IT (Italien)		MT (Malta)		SE (Schweden)						
CY (Zypern)		FR (Frankreich)		IE (Irland)		NL (Niederlande)		SI (Slowenien)						
CZ (Tschechische Rep.)		FI (Finnland)		LU (Luxemburg)		PT (Portugal)		SK (Slowakei)						
DE (Deutschland)		GB (Verein. Königreich)												
Aufgrund von Rundungsdifferenzen kommt es bei der Addition von Einzelwerten zu Gesamtwerten in einigen Fällen zu marginalen Diskrepanzen. Daten für das Jahr 2008.														

Abb. 1-18: Die Export-Verflechtung der EU-Länder (relative Betrachtung) (Teil 1)

Export-land	Exporte in die einzelnen EU-Mitgliedstaaten in % des Gesamtvolumens														
	GR	HU	IT	IE	LU	LT	LV	MT	NL	PT	PL	RO	SE	SI	SK
AT	0,6	3,7	8,6	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	1,8	0,3	2,8	2,0	1,1	2,2	2,2
BE	0,7	0,5	4,7	0,6	1,9	0,2	0,1	0,0	12,2	0,6	1,6	0,3	1,4	0,2	0,3
BU	9,9	0,9	8,4	0,1	0,0	0,2	0,1	0,1	1,4	0,2	1,9	7,3	0,5	0,8	0,7
CY	20,6	0,1	3,3	0,7	0,0	0,2	0,1	0,4	1,5	0,1	0,2	1,9	0,9	0,1	0,1
CZ	0,4	2,8	4,6	0,2	0,1	0,3	0,2	0,0	3,9	0,3	6,4	1,4	1,8	0,6	9,1
DE	0,8	1,8	6,3	0,6	0,5	0,2	0,1	0,0	6,7	0,8	4,1	0,9	2,0	0,4	0,9
DK	0,7	0,6	3,2	1,2	0,1	0,5	0,3	0,2	4,8	0,5	2,4	0,3	14,5	0,1	0,3
ES	1,4	0,6	8,1	0,5	0,1	0,1	0,1	0,1	3,2	9,1	1,4	0,6	0,9	0,3	0,2
EE	0,2	0,2	1,2	0,2	0,0	5,7	10,0	0,0	2,3	0,1	1,9	0,1	13,8	0,1	0,2
FR	0,9	0,7	8,8	0,7	0,5	0,1	0,1	0,1	4,2	1,3	1,7	0,7	1,3	0,3	0,5
FI	0,5	0,5	3,3	0,5	0,1	0,6	0,6	0,0	5,1	0,5	3,2	0,3	10,1	0,2	0,2
GB	0,7	0,4	3,8	7,5	0,1	0,1	0,1	0,2	7,8	0,6	1,2	0,3	2,1	0,1	0,2
GR	-	0,6	11,5	0,4	0,1	0,1	0,1	0,3	2,3	0,7	1,2	4,4	0,9	1,4	0,3
HU	0,6	-	5,4	0,4	0,1	0,3	0,2	0,0	2,9	0,5	4,0	5,3	1,0	1,2	4,7
IT	2,1	1,0	-	0,4	0,1	0,2	0,1	0,3	2,3	1,0	2,6	1,6	1,1	1,0	0,5
IE	0,4	0,2	3,5	-	0,2	0,0	0,0	0,0	3,5	0,5	0,9	0,3	1,0	0,0	0,1
LU	0,8	0,5	7,0	0,3	-	0,2	0,1	0,0	6,0	0,9	2,3	0,5	3,4	0,3	0,5
LT	0,1	0,3	1,6	1,0	0,0	-	15,3	0,0	2,2	0,0	3,4	0,3	6,1	0,1	0,5
LV	0,1	0,3	1,6	0,3	0,2	11,6	-	0,0	3,4	0,3	5,8	0,2	3,4	0,1	0,2
MT	0,2	0,4	5,4	0,4	0,0	0,0	0,0	-	1,1	0,3	0,7	0,0	0,3	0,0	0,0
NL	0,7	0,8	5,2	0,8	0,3	0,1	0,1	0,0	-	0,7	1,9	0,4	1,7	0,2	0,4
PT	0,4	0,4	3,7	0,6	0,1	0,0	0,0	0,1	3,1	-	0,8	0,4	1,2	0,1	0,1
PL	0,5	2,8	6,0	0,5	0,2	1,6	0,7	0,0	4,0	0,3	-	1,5	3,2	0,4	2,4
RO	1,8	5,1	15,5	0,3	0,0	0,1	0,1	0,1	2,9	0,4	2,0	-	0,6	0,5	1,3
SE	0,5	0,4	3,1	0,5	0,1	0,4	0,3	0,0	5,1	0,5	2,5	0,3	-	0,1	0,2
SI	0,4	3,7	11,7	0,1	0,1	0,3	0,1	0,0	1,6	0,2	3,8	2,0	0,8	-	2,4
SK	0,6	6,3	5,8	0,2	0,1	0,2	0,3	0,0	3,2	0,4	6,6	1,9	1,5	0,8	-
AT (Österreich)		DK (Dänemark)			GR (Griechenland)			LT (Litauen)			PL (Polen)				
BE (Belgien)		ES (Spanien)			HU (Ungarn)			LV (Lettland)			RO (Rumänien)				
BU (Bulgarien)		EE (Estland)			IT (Italien)			MT (Malta)			SE (Schweden)				
CY (Zypern)		FR (Frankreich)			IE (Irland)			NL (Niederlande)			SI (Slowenien)				
CZ (Tschechische Rep.)		FI (Finnland)			LU (Luxemburg)			PT (Portugal)			SK (Slowakei)				
DE (Deutschland)		GB (Verein. Königreich)													
Aufgrund von Rundungsdifferenzen kommt es bei der Addition von Einzelwerten zu Gesamtwerten in einigen Fällen zu marginalen Diskrepanzen. Daten für das Jahr 2008.															

Abb. 1-18: Die Export-Verflechtung der EU-Länder (relative Betrachtung) (Teil 2)

Quellen: Direktauskunft von Eurostat, Januar 2010 und eigene Berechnungen.

2.3 Der Außenhandel Deutschlands

Für Deutschland spielt der Außenhandel traditionell eine wichtige Rolle. Dies wurde bereits aus unseren Ausführungen über die wichtigsten Akteure im Welthandel deutlich (→ Abschnitt 2.2.2.1 in diesem Kapitel, vgl. auch Dichtl/Issing 1992, Hrsg.). In Abschnitt 2.3 wenden wir uns daher dem deutschen Außenhandel zu. Wir beginnen mit einem Überblick über die **Entwicklung des Außenhandels Deutschlands** (Abschnitt 2.3.1), um anschließend die **Struktur des deutschen Außenhandels** aufzuzeigen. Dabei gehen wir auf eine Systematisierung nach Bundesländern (Abschnitt 2.3.2), nach Warengruppen (Abschnitt 2.3.3) sowie nach Regionen (Abschnitt 2.3.4) ein. Abbildung 1-19 gibt Ihnen einen Überblick darüber, was Sie in Abschnitt 2.3 erwartet.

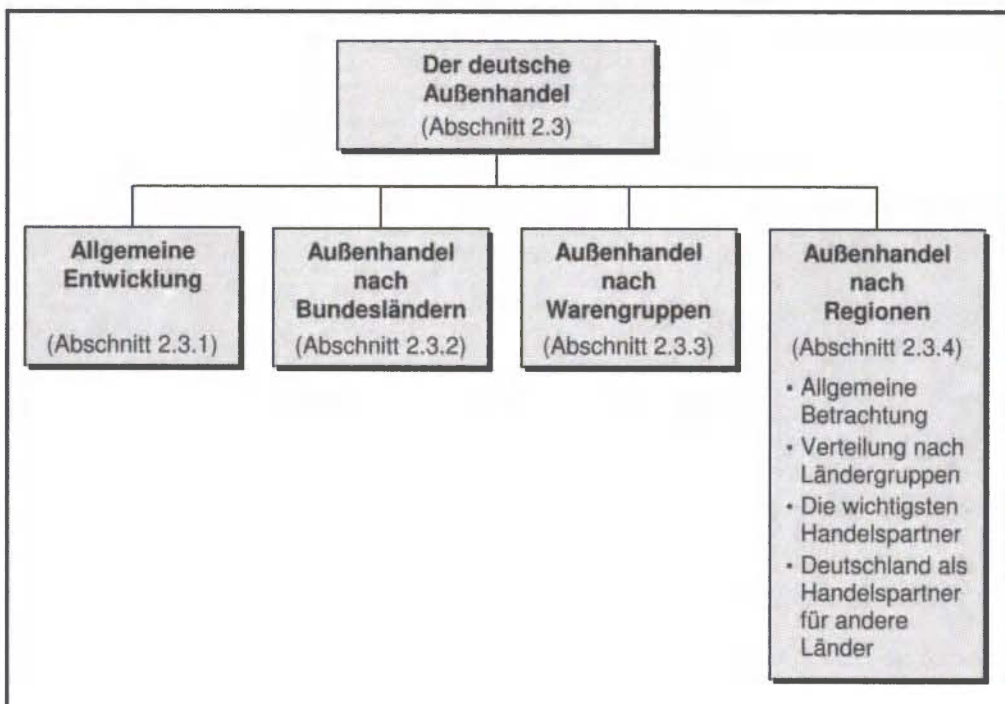


Abb. 1-19: Strukturübersicht über die Betrachtungen zum Außenhandel Deutschlands

Wenn wir nachfolgend die Entwicklung des deutschen Außenhandels skizzieren und anschließend auch weitere Differenzierungen vornehmen, so ist dabei zu beachten, dass die dargestellten Daten aus der Außenhandelsstatistik stammen und damit lediglich den grenzüberschreitenden Warenverkehr, aber nicht den grenzüberschreitenden Verkehr mit Dienstleistungen und die in den Dienstleistungen enthaltenen Transaktionen mit geistigem Eigentum erfassen (vgl. Statistisches Bundesamt 2009a, S. 468).

2.3.1 Die Entwicklung des Außenhandels Deutschlands

In Abbildung 1-20 wird die Entwicklung des deutschen Außenhandels seit 1980 illustriert. Dabei werden sowohl die Ausfuhren als auch die Einfuhren betrachtet. Wir behandeln Ausfuhren und Einfuhren separat, um die Möglichkeit zu geben, das Volumen der Ausfuhr- und Einfuhrströme zu vergleichen. Alternativ wird zuweilen die Summe aus Ausfuhr- und Einfuhrströmen gebildet, was als **Außenhandelsumsatz** bezeichnet wird (vgl. Kuhn 1998, S. 400). Der Außenhandelsumsatz ermöglicht jedoch keine differenzierte Betrachtung hinsichtlich der Richtung der Handelsströme, so dass wir in weiteren Ausführungen nicht auf den Außenhandelsumsatz, sondern einzeln auf Exporte und Importe eingehen werden.

Wie aus Abbildung 1-20 ersichtlich wird, sind die **deutschen Exporte** seit 1980 – mit Ausnahme der Jahre 1986 und 1993 – von Jahr zu Jahr gestiegen. Die Zunahme der Exporte folgte allerdings keineswegs einer gleichmäßigen Entwicklung: So waren die jährlichen Steigerungen in den Jahren 1987, 1990, 1991 und 1992 äußerst moderat, während sich die Zuwächse – nach dem Einbruch von 1992 auf 1993 – ab 1994 beschleunigten, um dann vor allem 1997 geradezu zu explodieren. Nach vergleichsweise moderatem Exportwachstum zwischen 1998 und 1999 kam es dann erneut im Jahr 2000 zu einem großen Schub, bevor sich das Wachstum bis zum Jahr 2003 abschwächte. Seit dem Jahr 2004 zog das Exportwachstum wieder deutlich stärker an.

Bei den **deutschen Importen** ist eine stärkere „Volatilität“ als bei den Exporten erkennbar. Zwischen 1980 und 1985 stiegen die Importe jährlich an. 1986 sanken die Importe wie auch die Exportvolumina, und erst 1989 wurde das 1985 erzielte Importvolumen wieder erreicht. Zwischen 1989 und 1991 zogen die Importe dann deutlich an, um sich in den Jahren 1992 und 1993 erneut zu reduzieren. Die Importe erhöhten sich dann 1994; doch erst 1995 wurde das Importvolumen aus dem Jahr 1991 wieder übertroffen. In den Jahren 1996 bis 1998 nahmen die Importe ebenso wie die Exporte deutlich zu. Mit der Verlangsamung des Exportwachstums ab dem dritten Quartal 1998 setzte auch eine Verringerung des Importwachstums ein (vgl. Kombert-Engelhard 1999). Vor allem die Verteuerung der Ölimporte führte im Laufe des Jahres 1999 zu einer wertmäßigen Zunahme der Einfuhren. Im Jahr 2000 kam es schließlich zu einer besonders starken Zunahme der Importe. Nach einer moderaten Steigerung im Jahr 2001 und kurzem Rückgang im Jahr 2002 ist das Importvolumen bis 2008 vergleichsweise stetig angewachsen.

Es würde den Rahmen dieses Lehrbuchs sprengen, alle Gründe für die Entwicklung der Export- und Importströme zu erforschen. Wir möchten lediglich kurz klären, warum es Anfang der neunziger Jahre sowohl auf der Export- als auch auf der Importseite in Deutschland zu einem Sondereinfluss kam. Anfang der neunziger Jahre war es primär die deutsche Wiedervereinigung, deren Effekte die stagnierenden Exporte und die steigenden Importe erklären lassen (vgl. Deutsche Bundesbank 1996). Die Exporte ver-

harrten auf dem bisherigen Niveau, da Güter aus Westdeutschland teilweise nicht mehr ins Ausland exportiert wurden, sondern in Ostdeutschland abgesetzt wurden. Auf der Importseite kam es nach dem Boom zwischen 1989 und 1991 ab 1992 zu einer Abschwächung, die sich unter anderem aufgrund gewisser Sättigungstendenzen ergab.

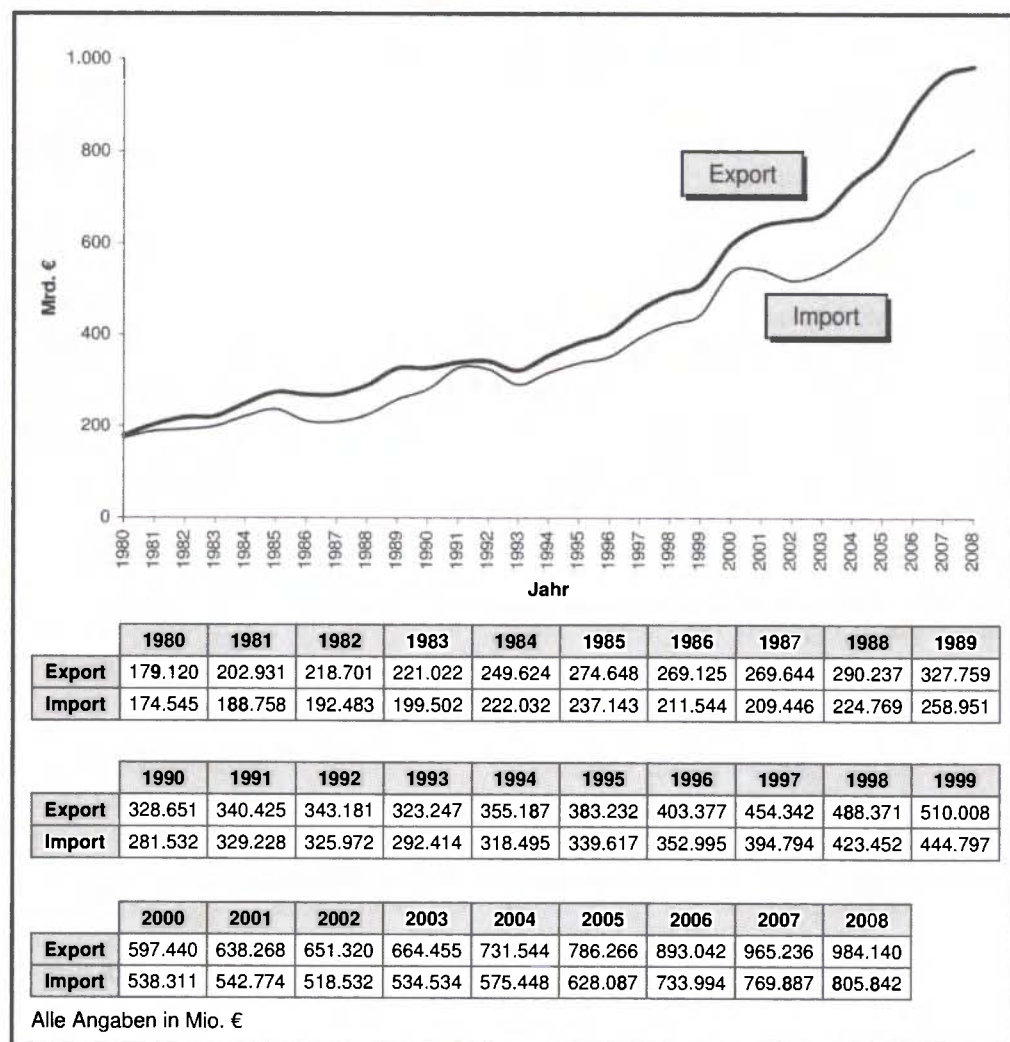


Abb. 1-20: Der deutsche Außenhandel seit 1980

Quellen: Daten aus Statistisches Bundesamt (1998), S. 269, Statistisches Bundesamt (2009a), S. 466 sowie Statistisches Bundesamt (2010), S. 1.

Als Fazit unserer kurzen Betrachtung wollen wir drei Punkte festhalten:

- Erstens weisen im Jahr 2008 die Exporte mit ca. 984 Mrd. € ein historisches „Allzeit-hoch“ auf – ebenso ist das wertmäßige Importvolumen nach einem Rückgang im Jahr 2002 wieder stetig bis auf einen Höchststand von ca. 806 Mrd. € im Jahr 2008 angewachsen.
- Zweitens ist trotz einiger Ausnahmejahre in der Vergangenheit ein grundsätzlicher Trend zu einer deutlichen Steigerung der wertmäßigen Export- und Importvolumina zu erkennen.
- Drittens zeigt sich prinzipiell eine gewisse Parallelbewegung bei Exporten und Importen, die allerdings von etwas größeren Schwankungen bei den Importen begleitet wird.

Wie man ebenfalls Abbildung 1-20 entnehmen kann, überstiegen die Ausfuhren in der jüngsten Vergangenheit immer die Einfuhren. Deutschland wies damit regelmäßig einen **Ausfuhrüberschuss** im Warenhandel auf. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wollen wir den bereits aus Abbildung 1-20 ersichtlichen Ausfuhrüberschuss nochmals in einer eigenen graphischen Darstellung visualisieren. Obwohl in Deutschland im Zeitraum von 1980 bis 2008 immer ein positiver Saldo erzielt wurde, lassen sich durch die graphische Darstellung in Abbildung 1-21 erhebliche Schwankungen in den Ausfuhrüberschüssen erkennen.

Während etwa im Jahr 1980 nur ein Ausfuhrüberschuss von ca. 4,6 Mrd. € erzielt wurde, konnten in den Jahren 2002 bis 2008 positive Salden von 130 bis 195 Mrd. € pro Jahr erreicht werden, die die Salden der erfolgreichsten Jahre zwischen 1980 und 2000 um das bis zu 2,5fache übertreffen (vgl. für die Entwicklung von 1987 bis 1997 auch Kuhn 1998, S. 398). Man sollte allerdings nicht verkennen, dass der positive Außenhandelssaldo in manchen Jahren auch auf die schlechte Binnenkonjunktur – und damit auch auf eine Stagnation bei den Importen – zurückzuführen ist. Wie kann man nun die zum deutschen Außenhandel referierten Zahlen in einen größeren Zusammenhang einordnen? Wir werden versuchen, die Zahlen abschließend mit anderen wesentlichen Eckdaten in Relation zu bringen. Die Betrachtung wird dabei für das Jahr 2001 bzw. bis zum Jahr 2008 angestellt.

- Einem Bruttoinlandsprodukt von 2.492 Mrd. € stehen 2008 Exporte in Höhe von 984 Mrd. € und Importe in Höhe von 806 Mrd. € gegenüber (vgl. Statistisches Bundesamt 2009a, S. 631 sowie Statistisches Bundesamt 2010, S. 1). Dies heißt: Die **Exporte** betragen rund **39% des Bruttoinlandsprodukts**. Setzt man die Importe mit dem Bruttoinlandsprodukt in Relation, so ergibt sich eine **Importquote** von etwa **32%**. Dies sind die bislang zweithöchsten Werte für die Bundesrepublik, die nur im Jahr 2007 (40% bzw. 33%) übertroffen wurden.

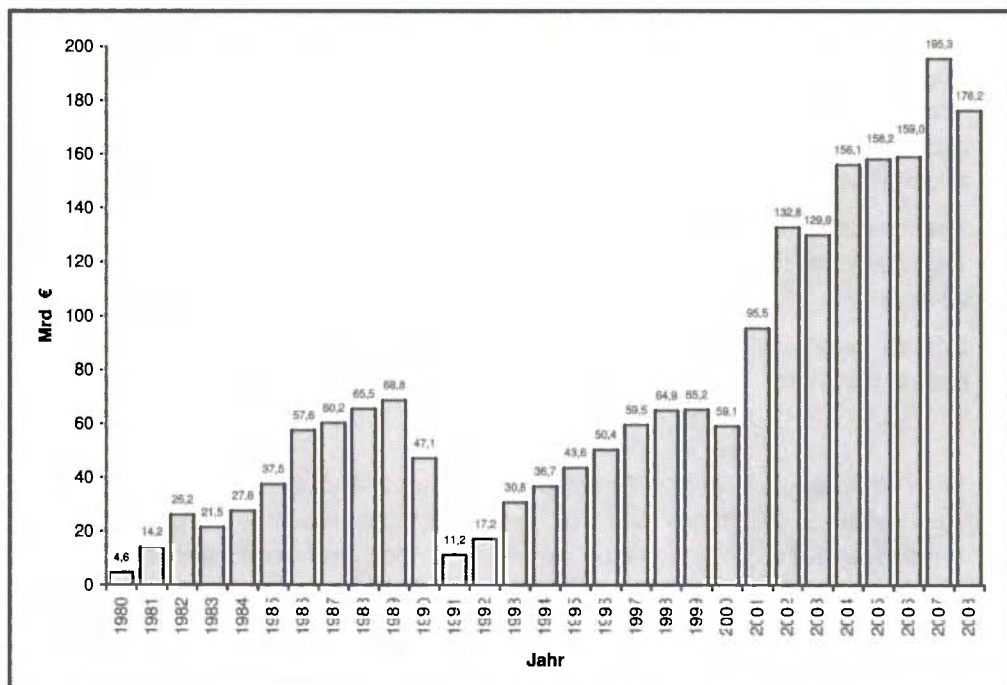


Abb. 1-21: Ausführüberschüsse im deutschen Außenhandel seit 1980

Quellen: Daten aus Statistisches Bundesamt (1998), S. 269, Statistisches Bundesamt (2009a), S. 466 und Statistisches Bundesamt 2010, S. 1.

- Der im Jahr 2008 durch die Differenz von Exporten und Importen erzielte **Außenhandelsüberschuss** von 178 Mrd. € entspricht **7,1% des deutschen Bruttoinlandsprodukts**. Dieser Wert stellt – nachdem im Jahr 2007 (8,1%) ein neuer Rekordwert erreicht wurde – den bis dato zweithöchsten Wert dar.
- Aktuell erzielt Deutschland einen **Anteil am Welthandel** von **9,1%** (vgl. WTO 2009b, S. 12). Dieser Wert ist zwar bedeutend; allerdings war der deutsche Anteil am Welthandel in der jüngsten Vergangenheit bereits einmal höher. So hatte Deutschland Ende der achtziger Jahre einen Anteil am Welthandel von fast 12%. Der Rückgang ist jedoch nicht auf fallende Exporte Deutschlands, sondern vielmehr auf eine stärkere Zunahme des gesamten Welthandelsvolumens im Vergleich zur Zunahme des deutschen Exportvolumens zurückzuführen. Der wachsende Export aus Schwellenländern sowie aus ehemals planwirtschaftlich organisierten und für den Außenhandel lange Zeit weitgehend unbedeutenden Ländern wie China oder Russland wird dabei als wesentlicher Erklärungsfaktor angeführt. Blickt man noch weiter in die Geschichte zurück, so mag der etwa „10%ige“ Anteil Deutschlands am Welthandelsvolumen noch weniger spektakulär klingen: Vor dem Ersten Weltkrieg soll der Anteil einmal bei fast 20% gelegen haben (vgl. Kitson/Michie 1997, S. 24-25).

Zu betonen bleibt in diesem Zusammenhang nochmals, dass die genannten Prozentangaben nur die Exporte und Importe von Waren umfassen, nicht aber den Außenhandel mit Dienstleistungen. Deutschland ist seit Jahren, wie wir später im Zusammenhang mit unseren Ausführungen zur Zahlungsbilanz noch detaillierter erläutern werden (→ Abschnitt 4 in diesem Kapitel), ein größerer Importeur als Exporteur von Dienstleistungen (vgl. Deutsche Bundesbank 2010a, S. 20-21). Für das Jahr 2008 hat Deutschland Dienstleistungen im Wert von 182,7 Mrd. € aus dem Ausland bezogen, denen Dienstleistungsexporte im Wert von 170,0 Mrd. € gegenüberstehen. Auch wenn Deutschland damit nach wie vor ein Netto-Dienstleistungsimporteur ist, hat sich der negative Saldo von 49,9 Mrd. € im Jahr 2001 auf nunmehr 7 Mrd. € im Jahr 2008 sukzessive verringert. Zu den Dienstleistungsbranchen, bei denen die Importe die Exporte übersteigen, zählen traditionell der Reiseverkehr sowie der Handel mit Patenten und Lizenzen. Anders sieht es bei den Finanzdienstleistungen und auch bei der Forschung aus – hier sind die Einnahmen durch Exporte höher als die Ausgaben durch Importe aus dem Ausland (vgl. Deutsche Bundesbank 2010a, S. 20-25).

Der Exportanteil am Bruttoinlandsprodukt ist allerdings nicht mit der **Exportquote in bestimmten Wirtschaftszweigen oder Branchen** zu verwechseln. In der Wirtschaftspresse lassen sich zuweilen Exportquoten finden, die zum Teil noch deutlich über 40% liegen (vgl. Engelke 1997, S. 59-60). So beträgt die Exportquote des Verarbeitenden Gewerbes über 43% (vgl. Statistisches Bundesamt 2009a, S. 379). Für einzelne Branchen oder für einzelne Produktkategorien können die Werte noch deutlich höher veranschlagt werden. So wird im Bereich der Kraftwagen und Kraftwagenteile eine Exportquote von mehr als 60% erzielt, bei der Herstellung von Maschinen für Druck- und Papiertechnik sogar bis zu 80% (vgl. Statistisches Bundesamt 2009a, S. 379, VDMA 2009). Die Exportquoten ausgewählter Branchen sind aus Abbildung 1-22 ersichtlich.

Nachdem wir die Entwicklung des deutschen Außenhandels skizziert haben, wollen wir noch einen kurzen Blick darauf werfen, wie sich die Exporte und die Importe auf die einzelnen Bundesländer verteilen. Wie bereits bei den obigen Daten werden auch nachfolgend Dienstleistungen (einschließlich geistiges Eigentum) ausgeblendet.

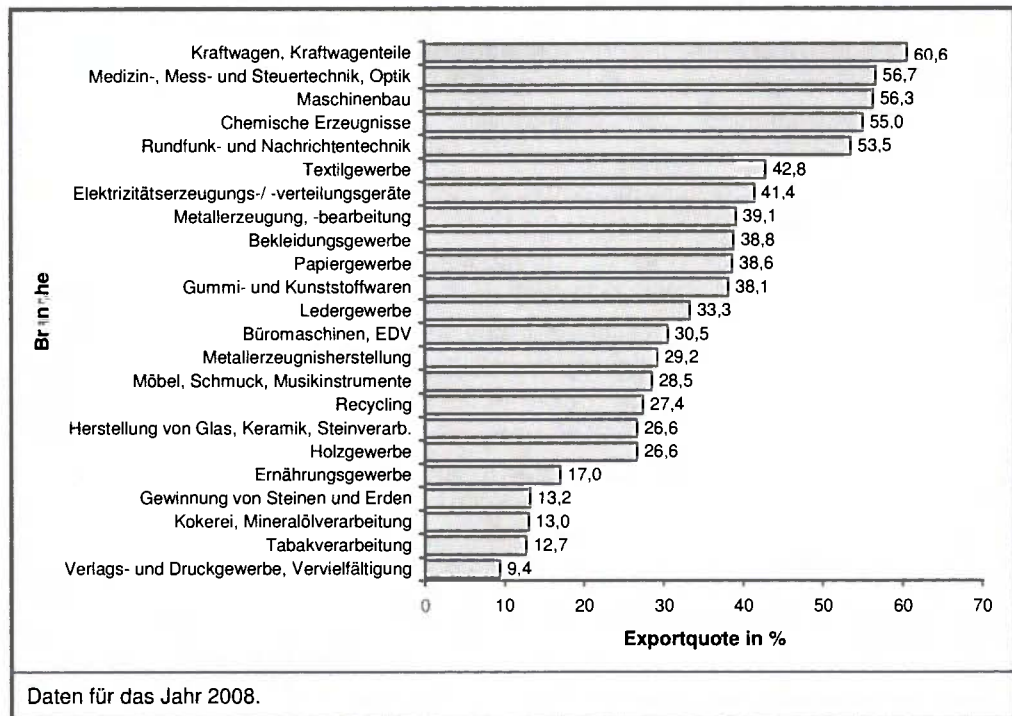


Abb. 1-22: Die Exportquoten ausgewählter Branchen

Quelle: Daten aus Statistisches Bundesamt (2009a), S. 379.

2.3.2 Der Außenhandel Deutschlands nach Bundesländern

Das Statistische Bundesamt liefert Informationen darüber, wie sich das aktuelle Export- und Importvolumen gemäß Regionalprinzip auf die einzelnen Bundesländer verteilt (vgl. zum Regional- im Vergleich zum Sitzprinzip Kuhn 1999).

Abbildung 1-23 ist zu entnehmen, dass ein **Großteil der deutschen Exporte und Importe** auf die Bundesländer **Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg** entfällt. Diese drei Bundesländer, die zusammen 56% des deutschen Bruttoinlandsprodukts erzielen (Statistisches Bundesamt 2009a, S. 661), sind auch für knapp **die Hälfte der deutschen Exporte und Importe** verantwortlich. In absoluten Zahlen ist Nordrhein-Westfalen sowohl beim Export als auch beim Import das „aktivste“ deutsche Bundesland. Entscheidender als die absoluten Export- und Importvolumina erscheint uns aber der Beitrag der einzelnen Bundesländer zum deutschen Außenhandelsüberschuss. Und hier zeigt sich die Spitzenstellung von Bayern: Das Bundesland weist ein starkes Exportvolumen auf, welches das Importvolumen um ca. 26 Mrd. € übersteigt und 15% des deutschen Außenhandelsüberschusses von rund 172 Mrd. € trägt. Dicht

gefolgt wird Bayern von Baden-Württemberg, das in den vergangenen Jahren die Spitzenstellung inne hatte und eine Außenhandelsdifferenz von etwa 21 Mrd. € aufweist. Auch der Anteil von Rheinland-Pfalz am deutschen Außenhandelsüberschuss ist erwähnenswert: Mit über 18 Mrd. € sorgt Rheinland-Pfalz noch für mehr als 10% des deutschen Außenhandelsüberschusses. Ca. 38% des deutschen Außenhandelsüberschusses werden damit von drei Bundesländern erwirtschaftet.

	Export- volumen absolut in Mio. €	Exporte in % des gesamten dt. Export- volumens	Import- volumen absolut in Mio. €	Importe in % des gesamten dt. Import- volumens	Differenz Exporte – Importe in Mio. €	Differenz in % des Außen- handels- über- schusses
Nordrhein-Westfalen	172.087	17,3	189.589	23,0	– 17.502	– 10,2
Bayern	155.730	15,7	129.934	15,8	+ 25.796	+ 15,0
Baden-Württemberg	151.229	15,2	130.323	15,8	+ 20.906	+ 12,2
Niedersachsen	76.729	7,7	74.794	9,1	+ 1.935	+ 1,1
Hessen	51.352	5,2	70.762	8,6	– 19.410	– 11,3
Rheinland-Pfalz	45.034	4,5	26.835	3,3	+ 18.199	+ 10,6
Hamburg	32.379	3,3	61.966	7,5	– 29.587	– 17,2
Sachsen	23.205	2,3	15.351	1,9	+ 7.854	+ 4,6
Schleswig-Holstein	18.403	1,8	21.581	2,6	– 3.178	– 1,9
Saarland	14.191	1,4	11.511	1,4	+ 2.680	+ 1,6
Bremen	13.553	1,4	12.830	1,6	+ 723	+ 0,4
Sachsen-Anhalt	12.810	1,3	11.804	1,4	+ 1.006	+ 0,6
Brandenburg	11.877	1,2	14.099	1,7	– 2.222	– 1,3
Berlin	11.484	1,2	8.466	1,0	+ 3.018	+ 1,8
Thüringen	11.076	1,1	7.199	0,9	+ 3.877	+ 2,3
Mecklenburg-Vorpommern	5.973	0,6	4.385	0,5	+ 1.588	+ 0,9
Saldo	187.690 ¹	18,9	31.681 ²	3,8	-	-
Deutschland Gesamt³	994.802 ³	100,0	823.110 ³	100,0	171.692 ³	

¹ Aus Deutschland ausgeführte Waren, die in anderen als den genannten Ländern hergestellt oder gewonnen wurden (z.B. Rückwaren) oder deren Ursprungsland nicht festgestellt werden konnte.

² Nicht aufgliederbares Intrahandelsresultat und Zuschätzungen für Befreiungen.

³ Dieser Wert differiert von den in früheren und späteren Abbildungen genannten Werten aufgrund von Differenzen im Statistischen Jahrbuch.

Vorläufige Daten für das Jahr 2008.

Abb. 1-23: Der deutsche Außenhandel differenziert nach Bundesländern

Quellen: Daten aus Statistisches Bundesamt (2009a), S. 467 und eigene Berechnungen.

Die dargestellten Daten können allerdings nur bedingt auf die Auslandsorientierung der Wirtschaft in einem bestimmten Bundesland hinweisen. Setzt man die Exporte einzelner Bundesländer mit deren gesamter Wirtschaftsleistung in Beziehung, so ergibt sich ein

anderes Bild. Mit Abbildung 1-24 wollen wir den Blick auf die **Gewerbliche Wirtschaft** richten, da deren Auslandsorientierung besonders hoch ist. Damit werden wir die Frage beantworten, welcher Teil des Gesamtumsatzes, den das Verarbeitende Gewerbe in einem bestimmten Bundesland erzielt, auf Exportumsatz beruht.

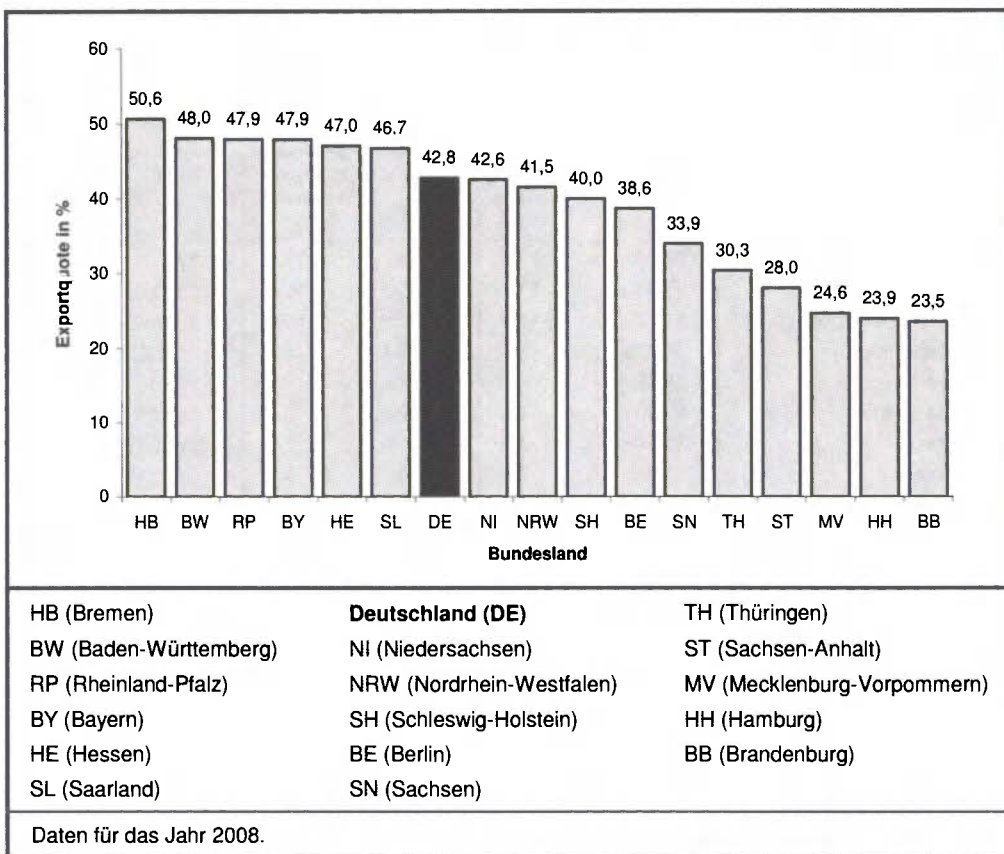


Abb. 1-24: Der Anteil des Exportumsatzes am Gesamtumsatz des Verarbeitenden Gewerbes und des Bergbaus nach Bundesländern

Quellen: Daten aus Statistisches Bundesamt (2009a), S. 366 und eigene Berechnungen.

Zu beachten gilt, dass das Statistische Bundesamt die Daten für das **Verarbeitende Gewerbe** zusammen mit den Daten des Bergbaus und der Gewinnung von Steinen und Erden ausweist. Eine Analyse der Daten zeigt, dass die Exportquote für die betrachteten Branchen im Bundesdurchschnitt bei rund 43% liegt (vgl. Statistisches Bundesamt 2009a, S. 366). Wurden in den Jahren 1991 bis 1993 jeweils nur Exportquoten von ca. 26,5% erzielt, so hat sich die Exportquote ab 1994 kontinuierlich erhöht und inzwischen ca. 43% erreicht. Die einzelnen Bundesländer streuen allerdings beträchtlich um diesen

Wert. Neben Berlin und Hamburg weisen vor allem die Neuen Bundesländer eine sehr niedrige Exportquote auf. Wie bekannt ist, wurden in der dortigen Wirtschaft in den ersten Jahren nach der Wiedervereinigung ohnehin vor allem Investitionen im Handels- und Dienstleistungsbereich und geringe Investitionen im Industriebereich getätigt. Unsere Daten verdeutlichen darüber hinaus, dass innerhalb der dortigen Gewerblichen Wirtschaft bisher eine geringe Auslandsorientierung festzustellen ist.

Wir wissen bereits, wie sich der deutsche Außenhandel entwickelt hat und wie sich die Exporte auf Bundesländer verteilen. Aber wie lässt sich das aktuelle Außenhandelsvolumen weiter untergliedern? Darauf geben die folgenden Abschnitte eine Antwort.

2.3.3 Der Außenhandel Deutschlands nach Warengruppen

Das Statistische Bundesamt unterscheidet beim Außenhandel die Warengruppen „Ernährungswirtschaft“ und „Gewerbliche Wirtschaft“. Aufgrund der besonderen Bedeutung soll die Gewerbliche Wirtschaft in Anlehnung an die amtliche Statistik hier nochmals in die Warengruppen Rohstoffe, Halbwaren und Fertigwaren (mit den Untergruppen Vorerzeugnisse und Enderzeugnisse) aufgespalten werden. Für das Jahr 2008 ergibt sich die aus Abbildung 1-25 ersichtliche Aufteilung der deutschen Exporte und Importe.

	Exporte	Importe
Absolutes Volumen	995 Mrd. €	819 Mrd. €
davon		
• Ernährungswirtschaft	5,0%	7,2%
• Gewerbliche Wirtschaft	90,1%	84,8%
davon		
• Rohstoffe	0,9%	12,0%
• Halbwaren	5,8%	8,8%
• Fertigwaren	83,4%	64,0%
davon		
• Vorerzeugnisse	12,5%	10,7%
• Enderzeugnisse	70,9%	53,3%
Aufgrund von Rückwaren, Ersatzlieferungen und andere nicht aufgliederbare Warenverkehre addieren sich die Prozentangaben nicht zu 100%. Ferner sind bei den Angaben Rundungsdifferenzen zu berücksichtigen. Vorläufige Daten für das Jahr 2008.		

Abb. 1-25: Der deutsche Außenhandel differenziert nach Warengruppen

Quelle: Daten aus Statistisches Bundesamt (2009a), S. 473.

Aus Abbildung 1-25 lassen sich unter anderem folgende Hauptaussagen herauslesen:

- Die **Ernährungswirtschaft** spielt eine deutlich größere Rolle bei den Importen nach Deutschland als bei den Exporten aus Deutschland. Über 7% des gesamten Importwertes fallen in den Bereich der Ernährungswirtschaft, während bei den Exporten nur 5% des gesamten deutschen Exportwertes aus diesem Sektor stammen.
- Innerhalb der **Gewerblichen Wirtschaft** zeigen sich ebenfalls Unterschiede zwischen der Importstruktur und der Exportstruktur:

Deutschland ist ein wichtiger Importeur von **Rohstoffen**: Rohstoffe machen 12% des Importwertes aus, während nur knapp 1% des gesamten Exportwertes auf Rohstoffe zurückzuführen sind. Etwa 84% der gesamten Rohstoffimporte gehen dabei auf Erdöl- und Erdgasimporte zurück (Statistisches Bundesamt 2009a, S. 473, 474). Doch auch andere Rohstoffe müssen eingeführt werden, da Deutschland über die meisten Rohstoffe nicht verfügt. Dies wird aus Abbildung 1-26 ersichtlich, in der die Importabhängigkeit Deutschlands bei zentralen Rohstoffen aufgezeigt wird.

Rohstoff	Importanteil in %	Hauptsächliche Verwendung	Rohstoff	Importanteil in %	Hauptsächliche Verwendung
Aluminium	100	Flugzeugbau	Tantalum	100	Stahl
Asbest	100	Bremsen	Titan	100	Flugzeugbau
Baumwolle	100	Stoffe	Vanadium	100	Stahl
Chrom	100	Stahl	Wolfram	100	Elektro
Kobalt	100	Computer	Zinn	100	Blech
Mangan	100	Stahl	Kupfer	99	Kabel
Molybdän	100	Stahl	Silber	98	Fotochemie
Nickel	100	Stahl	Eisenerz	98	Auto-, Schiffbau
Phosphat	100	Dünger	Erdöl	96	Energie
Quecksilber	100	Chemie, Elektro	Blei	92	Batterien

Abb. 1-26: Die Importabhängigkeit Deutschlands bei zentralen Rohstoffen
Quelle: in Anlehnung an Altmann (1993), S. 4.

Ebenso wie Rohstoffe sind **Halbwaren** innerhalb der deutschen Importe (8,8% des Importvolumens) deutlich wichtiger als innerhalb der deutschen Exporte (5,8% des Exportvolumens) (vgl. Statistisches Bundesamt 2009a, S. 473). Innerhalb der Importkategorie Halbwaren machen nach Angaben des Statistischen Bundesamtes im Jahr 2008 insbesondere Mineralölerzeugnisse, Eisen, Stahl Aluminium, Kupfer und Nickel einschließlich ihrer Legierungen, Abfälle und Schrotte, sowie Halbstoffe aus zellulosehaltigen Faserstoffen die größten Einzelposten aus (vgl. Statistisches Bundesamt 2009b sowie eigene Berechnungen).

- **Fertigwaren** sind nun sowohl bei den Importen als auch bei den Exporten für den „Löwenanteil“ der außenwirtschaftlichen Transaktionen verantwortlich. Allerdings zeichnen Fertigwaren innerhalb der Importe „nur“ für 64% des wertmäßigen Gesamtvolumens verantwortlich, während sie bei den Exporten mehr als 83% des Gesamtvolumens innehaben.

Deutschland ist sowohl ein großer Exporteur als auch ein großer Importeur von **Fertigwaren**. Der Anteil, welcher Produkten der Ernährungswirtschaft (Nahrungsmitteln) und Rohstoffen innerhalb der Einfuhren zukommt, ist insgesamt vergleichsweise niedrig. Darüber hinaus lässt sich ergänzend festhalten, dass der Anteil der Nahrungsmittel- und Rohstoffimporte an den gesamten Importen im Zeitablauf deutlich gesunken ist – von etwa 60% im Jahr 1955 auf etwa 33% im Jahr 1975 auf etwa 15% im Jahr 1995 (vgl. Kuhn 1997, S. 235). 2008 betrug der Importanteil rund 17% (vgl. Statistisches Bundesamt 2009a, S. 474). Dies liegt primär nicht daran, dass der in absoluter Größe betrachtete Gesamtwert der eingeführten Nahrungsmittel und Rohstoffe im Zeitablauf abgenommen hat, sondern daran, dass vor allem Fertigwaren von immer höherem Gesamtwert die Grenzen überschreiten. Aus diesem Grund ist der prozentuale Anteil der Nahrungsmittel- und Rohstoffimporte im Zeitablauf gesunken. Zumindest innerhalb der Rohstoffimporte hat sich in den letzten Jahren allerdings auch ein gegenläufiger Trend ergeben, der die Energieimporte betrifft. Betrachtet man den Anteil des Energieimports (Kohle, Torf, Erdöl, Erdgas, Kokereierzeugnisse, Mineralölerzeugnisse, Spalt- und Brutstoffe sowie elektrischen Strom) am Gesamtimport, so stellt man fest, dass dieser seit 1998 um über 150%, von 5,3% im Jahre 1998 auf 13,6% im Jahre 2008 angestiegen ist (vgl. Deutsche Bundesbank 2007a, S. 74 und Statistisches Bundesamt 2009a, S. 474).

Bisher haben wir uns an die Einteilung des Statistischen Bundesamtes in die Waren(unter)gruppen Ernährungswirtschaft und gewerbliche Wirtschaft, aufgesplittet in Rohstoffe, Halbwaren und Fertigwaren, gehalten. Aber welche Branchen tragen besonders zum deutschen Export bei? In welchen Industriezweigen weist Deutschland besonders hohe Importe auf? Antworten auf diese Fragen liefert Abbildung 1-27.

Zwar ist zu beachten, dass die Abgrenzung von Branchen und die Zuordnung mancher Warenkategorien zu Branchen ein schwieriges Unterfangen darstellt, doch abgesehen von dieser Problematik können Ihnen unsere Ausführungen verdeutlichen, dass häufig die gleichen Branchen – wenn auch in unterschiedlicher Reihenfolge – die exportstärksten und importstärksten Bereiche der deutschen Wirtschaft darstellen (vgl. auch Kombert-Engelhard 1999). Dies unterstreicht die Existenz von umfangreichen **intra-industriellen Handelsverflechtungen**. Wie für viele andere Industrieländer ist auch für Deutschland der intra-industrielle Handel heute von weitaus größerer Bedeutung als der inter-industrielle Handel (→ zur theoretischen Erklärung des intra-industriellen Handels gegenüber dem inter-industriellen Handel v.a. Abschnitte 1.2.3, 1.2.4 und 1.3.3 in Kapitel 3).

Export	Exportvolumen in Mrd. €	Anteil in % des gesamten Warenexports
Kraftwagen, Kraftwagenteile	174,14	17,5
Maschinen	146,93	14,8
Chemische Erzeugnisse	137,95	13,9
Metalle, Metallerzeugnisse	95,93	9,6
Geräte der Elektrizitätserzeugung	52,03	5,2
Import	Importvolumen in Mrd. €	Anteil in % des gesamten Warenimports
Chemische Erzeugnisse	94,84	11,6
Metalle, Metallerzeugnisse	83,49	10,2
Erdgas, Erdöl	82,26	10,0
Kraftwagen, Kraftwagenteile	74,01	9,0
Maschinen	58,33	7,1
Vorläufige Daten für das Jahr 2008.		

Abb. 1-27: Die wichtigsten Produktkategorien für den deutschen Außenhandel
 Quelle: Daten aus Statistisches Bundesamt (2009a), S. 474.

Auch durch andere Analysen wird die Bedeutung des intra-industriellen Handels bestätigt. In zahlreichen Branchen liegen die Import- und Exportquoten auf ähnlichem Niveau, wie wir in Abbildung 1-28 für ausgewählte Branchen zeigen. Als **Exportquote** gilt dabei der Anteil des Exports am Gesamtumsatz der Branche. Als **Importquote** ist der Anteil des Imports am Umsatz im Inland einschließlich Importvolumen und abzüglich Exportvolumen definiert (vgl. Müller/Kornmeier 2002b, S. 101-102).

Interessant ist auch die Analyse einzelner Branchen im Zeitablauf. Dabei lässt sich etwa feststellen, dass Deutschland zum Beispiel bei Büro- und Datenverarbeitungsmaschinen inzwischen von einem Nettoexporteur zu einem Nettoimporteur geworden ist (vgl. Müller-Merbach 1994).