

Thomas Burger

Internationalisierung von Dienstleistungen aus Sicht der Außenhandelstheorie

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2007 Diplom.de
ISBN: 9783836603560

Internationalisierung von Dienstleistungen aus Sicht der Außenhandelstheorie

Thomas Burger

Internationalisierung von Dienstleistungen aus Sicht der Außenhandelstheorie

Thomas Burger

Internationalisierung von Dienstleistungen aus Sicht der Außenhandelstheorie

ISBN: 978-3-8366-0356-0

Druck Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2007

Zugl. Universität Hohenheim, Stuttgart, Deutschland, Diplomarbeit, 2007

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

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

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2007

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	III
Tabellenverzeichnis.....	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
1. Einführung	1
1.1. Relevanz des Themas	3
1.2. Ziele und Aufbau der Arbeit	5
2. Dienstleistungen	8
2.1. Analyseebenen von Dienstleistungen	9
2.1.1. Die institutionelle Perspektive	10
2.1.2. Die funktionale Perspektive	11
2.1.3. Die produktorientierte Perspektive	12
2.2. Begriff und Definitionsansätze	13
2.2.1. Positive Definitionen	13
2.2.2. Enumerative Definitionen	14
2.2.3. Negativdefinitionen	16
2.2.4. Definitionen anhand konstitutiver Merkmale	17
2.2.4.1. Potentialorientierte Ansätze	18
2.2.4.2. Prozessorientierte Ansätze	19
2.2.4.3. Ergebnisorientierte Ansätze	19
2.2.4.4. Konstitutive und weitere Merkmale von Dienstleistungen	20
2.3. Fazit	22
3. Die Internationalisierung von Dienstleistungen	23
3.1. Internationalisierungsformen	23
3.2. Die Internationale Handelbarkeit von Dienstleistungen	25
3.2.1. Kontinuumslösungen	25
3.2.2. Trägermedien und Informations- und Kommunikationstechnologien	27

3.3. Konzeptionelle Ansätze zur Systematisierung der Internationalisierung von Dienstleistungen	29
3.3.1. ‚Splintering‘ und ‚Disembodiment‘ von Dienstleistungen nach Bhagwati	29
3.3.2. Die Sampson - Snape - Box.....	30
3.3.3. Der Ansatz von Stern und Hoekman.....	32
3.3.4. Die Typologie von Dienstleistungen nach Vandermerwe und Chadwick	34
3.3.5. Der St. Gallerer Ansatz	37
3.3.6. Dienstleistungen im General Agreement on Trade and Services	39
3.4. Fazit	41
4. Dienstleistungen in der Außenhandelstheorie	43
4.1. Untersuchungsrahmen.....	44
4.2. Arbeitsproduktivität und Komparativer Vorteil: das Ricardo-Modell	45
4.2.1. Erweiterter Ansatz mit Faktormobilität	46
4.2.2. Erklärungsgehalt für Dienstleistungen	47
4.3. Ressourcen und Außenhandel: das Heckscher-Ohlin-Modell	49
4.3.1. Der Ansatz mit Faktormobilität von Mundell.....	50
4.3.2. Der erweiterte Ansatz von Deardorff.....	51
4.3.3. Der erweiterte Ansatz von Melvin	53
4.3.4. Das Kernmodell für den Außenhandel von Dienstleistungen.....	54
4.3.5. Erklärungsgehalt für Dienstleistungen	55
4.4. Das Gravitationsmodell.....	58
4.4.1. Empirische Evidenz.....	59
4.4.2. Erklärungsgehalt für Dienstleistungen	63
4.5. Fazit	65
5. Komparative Vorteile beim internationalen Handel von Dienstleistungen	68
5.1. Einflussfaktoren auf komparative Vorteile bei Dienstleistungen	68
5.2. Das Konzept des Revealed Comparative Advantage	70
5.3. Ländervergleich anhand des Revealed Comparative Advantage.....	71
5.4. Die Position Deutschlands	86
6. Zusammenfassung der Ergebnisse, Fazit und Ausblick.....	89
Literaturverzeichnis.....	VII

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: In Außenhandelsbilanzen ausgewiesene Exporte, Importe und Salden für den internationalen Güter- und Dienstleistungshandel ausgewählter Staaten im Jahr 2004	1
Abbildung 2: Wertmäßiges Wachstum des Welthandels mit Dienstleistungen von 1995 - 2003	2
Abbildung 3: Wertmäßiges Wachstum des Welthandels mit Dienstleistungen von 2000 - 2005	2
Abbildung 4: Struktur und Zielsetzungen der Arbeit.....	7
Abbildung 5: Gegenüberstellung unterschiedlicher Kriterien zur Einteilung der Volkswirtschaft in drei Sektoren	11
Abbildung 6: Konstitutive Merkmale einer Dienstleistung im phasenbezogenen Zusammenhang	17
Abbildung 7: Kontinuum von Merkmalen für Sach- und Dienstleistungsgüter und Internationalisierungsformen	26
Abbildung 8: Typen internationaler Dienstleistungen: die Sampson-Snape-Box	32
Abbildung 9: Typologie von Dienstleistungen nach Vandermerwe und Chadwick	34
Abbildung 10: Klassischer Zusammenhang zwischen Typen von Dienstleistungen und Formen der Internationalisierung	35
Abbildung 11: Der neue "all-in-one"-Modus der Internationalisierung von Dienstleistungen nach Vandermerwe und Chadwick	37
Abbildung 12: Internationale Dienstleistungsbeziehungen bei nicht-handelbaren Dienstleistungsgütern.....	38
Abbildung 13: Internationalisierungsstrategien bei handelbaren Dienstleistungen.....	38
Abbildung 14: Erbringungsarten internationaler Dienstleistungstransaktionen im GATS	39
Abbildung 15: Das Ricardo-Modell und Dienstleistungen	48
Abbildung 16: Das Heckscher-Ohlin-Modell und Dienstleistungen	57
Abbildung 17: Das Gravitationsmodell und Dienstleistungen	65
Abbildung 18: International handelbare Dienstleistungen und ihre mögliche Erklärung durch die diskutierten Ansätze der Außenhandelstheorie.....	66
Abbildung 19: Revealed Comparative Advantage (RCA) ^a for Trade in Selected Service Sectors of the USA, EU ^b , and Japan ^c , 1989-2000	73
Abbildung 20: Spezialisierungsindex 2002 nach Kronberger und Wörz	74
Abbildung 21: Revealed Comparative Advantage (RCA) ¹ für ausgewählte Dienstleistungs-sektoren in den USA, Deutschland, Großbritannien und Japan, 1991-2002 ..	85
Abbildung 22: Deutschlands Position im internationalen Dienstleistungswettbewerb anhand RCA.....	88

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Konstitutive Merkmale von Dienstleistungen und deren Ausprägung	21
Tabelle 2:	weitere, nicht-konstitutive Merkmale von Dienstleistungen und deren Ausprägung	21
Tabelle 3:	Materielle Trägermedien und elektronische Informations- und Kommunikationstechnologien und ihre Auswirkungen auf die Merkmale von Dienstleistungen.....	28
Tabelle 4:	Internationale Dienstleistungstransaktionen nach GATS	40
Tabelle 5:	RCA-Werte technologischer Dienstleistungen im internationalen Vergleich im Jahr 2002	72
Tabelle 6:	RCA-Werte von Dienstleistungen im internationalen Vergleich	76
Tabelle 7:	RCA-Werte von Technologischen Dienstleistungen im Vergleich	77
Tabelle 8:	Revealed comparative advantages, aggregates (average 2000-2002)	79
Tabelle 9:	Revealed Comparative advantages, detail (average 2000-2002).....	81
Tabelle 10:	Revealed Comparative Advantage, commercial services only (average 2000-2002)	83

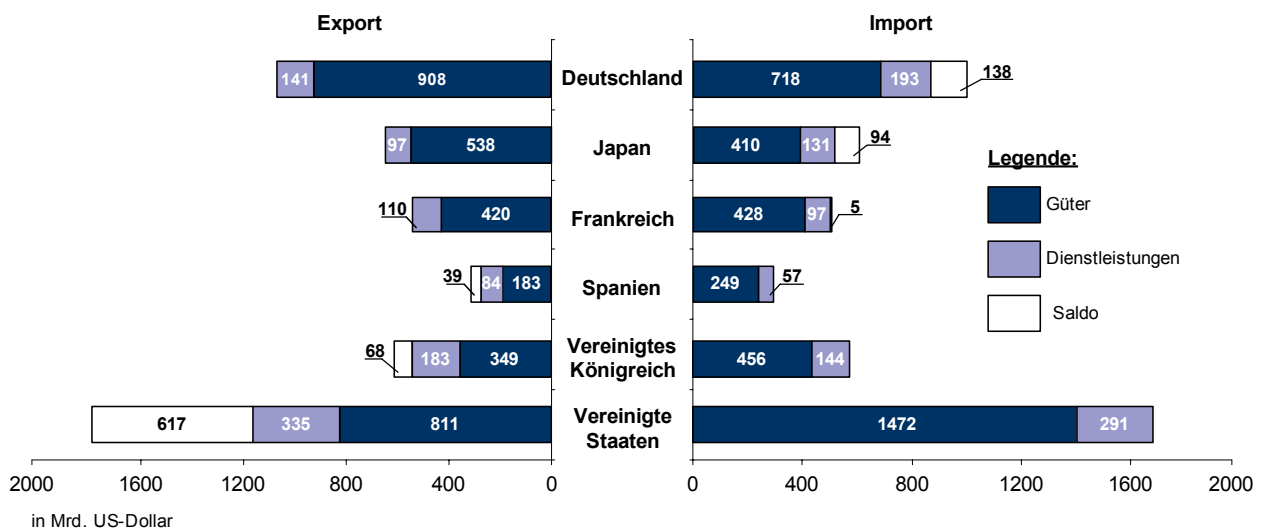
Abkürzungsverzeichnis

BIP	Bruttoinlandsprodukt
ESVG	Europäisches System Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnung
EU	Europäische Union
GATS	General Agreement on Trade in Services
HO-Modell	Heckscher-Ohlin-Modell
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologien
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development, Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
RCA	Revealed Comparative Advantage
SNA	System of National Accounts
USA	Vereinigte Staaten von Amerika
WTO	World Trade Organization, Welthandelsorganisation

1. Einführung

Deutschland ist zum vierten Mal in Folge Exportweltmeister (Lange 2006) - was für Produkte gelten mag, stimmt für Dienstleistungen nur eingeschränkt (Zähringer/Müller/Uhlmann 2006, S. 7). Die Exportspitzenposition bei Dienstleistungen geht traditionell an die Vereinigten Staaten von Amerika (USA) (o. V. 2006). Deutschland ist zwar nach aktuellen Zahlen der Welthandelsorganisation (WTO) zum weltweit drittgrößten Exporteur von Dienstleistungen aufgestiegen (Ganz/Schmied 2006, S. 5), weist im internationalen Vergleich jedoch eine negative Bilanz bezüglich des Handels mit Dienstleistungen auf (Ganz 2007, S. 248). Abbildung 1 stellt die in den Außenhandelsbilanzen ausgewiesenen Exporte, Importe und Salden für den internationalen Güter- und Dienstleistungshandel ausgewählter Staaten im Jahr 2004 dar.

Abbildung 1: In Außenhandelsbilanzen ausgewiesene Exporte, Importe und Salden für den internationalen Güter- und Dienstleistungshandel ausgewählter Staaten im Jahr 2004



Quelle: eigene Darstellung nach OECD 2006, S. 79 ff.

Insgesamt haben die Dienstleistungssektoren führender Volkswirtschaften im Zeitalter zunehmender Globalisierung einen Aufstieg in eine weltwirtschaftlich dominante Stellung erfahren (Ganz/Schmied 2006, S. 5; Henneberger/Graf/Vocke 2000, S. 10) und ihre Gesellschaften sind zu Beginn des 21. Jahrhundert im Dienstleistungszeitalter angekommen (Ganz 2007, S. 224 f.). Der steigende internationale Handel mit Dienstleistungen ist ein Zeichen dieser zunehmenden Tertiarisierung der Weltwirtschaft (Müller/Zähringer 2006, S. 8) und insbesondere die Exportfähigkeit von Dienstleistungen gewinnt auf internationaler Ebene immer mehr an Bedeutung (Ganz 2007, S. 248 f.). Der grenzüberschreitende Handel mit Dienstleistungen in Verbindung mit einem positiven