

Jutta Müschen

Markterschließungsstrategien
in Mittel- und Osteuropa

Deutscher Wissenschafts-Verlag
(DWV)

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	13
Tabellenverzeichnis.....	15
Abkürzungsverzeichnis.....	17
1 Erschließung mittel- und osteuropäischer Märkte.....	21
1.1 Bedeutung der mittel- und osteuropäischen Märkte für Westeuropa.....	21
1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit.....	26
2 Markterschließungsstrategien, Transformationsprozeß und	
Länderrisiken in Mittel- und Osteuropa.....	31
2.1 Entscheidungsrahmen einer Markterschließungsstrategie.....	31
2.2 Analyse der Transformationsprozesse in Mittel- und Osteuropa.....	35
2.2.1 Ursachen des Zusammenbruchs der planwirtschaftlichen Systeme....	37
2.2.2 Zerstörung der alten und Aufbau der neuen Wirtschaftssysteme.....	38
2.2.3 Wandel der institutionellen Rahmenbedingungen.....	41
2.3 Analyse der Länderrisiken in Mittel- und Osteuropa.....	45
2.3.1 Transferrisiken in Mittel- und Osteuropa.....	48
2.3.2 Dispositionsrisiken in Mittel- und Osteuropa.....	50
2.3.3 Enteignungsrisiken in Mittel- und Osteuropa.....	53
2.3.4 Länderrisikobeurteilung für Mittel- und Osteuropa.....	54
2.4 Bedeutung von Länderrisiken für die Markterschließungsform.....	58
2.5 Zusammenfassung.....	60
3 Kooperation als Eintrittsstrategie in mittel- und osteuropäische Märkte....	63
3.1 Überblick über internationale Markteintrittsformen.....	63
3.1.1 Marktliche Koordination der Auslandstätigkeit	
über Export-Geschäfte.....	66
3.1.2 Hierarchische Koordination des Auslandsgeschäfts	
über Direktinvestitionen.....	69
3.1.3 Kooperative Koordination des Auslandsgeschäfts.....	74

3.2	Kooperative Markteintrittsformen zwischen Markt und Unternehmung	79
3.2.1	Definition und Bedeutung strategischer Kooperationen.....	80
3.2.2	Formen strategischer Kooperationen.....	83
3.2.2.1	Strategische Allianzen.....	85
3.2.2.2	Strategische Netzwerke.....	86
3.2.3	Motive und Ziele von Ost-West-Kooperationen.....	87
3.2.3.1	Motive der westlichen Partnerunternehmen.....	88
3.2.3.2	Motive der Ost-Partei.....	90
3.2.3.3	Zusammenfassung der Motive.....	92
3.2.4	Stabilitäts- und Erfolgsbedingungen strategischer Kooperationen in Mittel- und Osteuropa.....	93
3.2.4.1	Konfliktpotentiale.....	95
3.2.4.2	Effektivitäts- und Effizienzüberlegungen aus Sicht der Spieltheorie.....	99
3.2.4.3	Bedeutung von Reputation und Vertrauen.....	102
3.3	Zusammenfassung.....	104
4	Theoretische Analyse von Markterschließungsstrategien in Mittel- und Osteuropa.....	107
4.1	Darstellung der partiellen Theoriebausteine im Überblick.....	107
4.2	Transformationstheorien.....	113
4.2.1	Vorläufer zu den Transformationstheorien.....	116
4.2.1.1	Ansatz von Schumpeter.....	118
4.2.1.2	Ansatz von Mises und Hayek.....	120
4.2.2	Theorien zur Transformation von Wirtschaftssystemen.....	125
4.2.2.1	Euckens ordnungstheoretischer Beitrag zur System- transformation.....	125
4.2.2.2	Koevolutionstheoretischer Ansatz.....	128
4.2.3	Theorien zur Transformation von Unternehmen.....	132
4.2.3.1	Netzwerkanalyse des Transformationsprozesses nach Albach.....	133
4.2.3.2	Netzwerkbetrachtung des Transformationsprozesses nach Swaan.....	135

4.3 Theorien der internationalen Unternehmenstätigkeit.....*	140
4.3.1 Partialanalytische Ansätze zur Internationalisierung	141
4.3.1.1 Systematisierung partialanalytischer Ansätze.....	141
4.3.1.2 Theorien zu länderspezifischen Vorteilen.....	147
4.3.1.2.1 Außenhandelstheorien.....	147
4.3.1.2.2 Theorien der internationalen Kapitalbewegungen: Zinssatztheorie und Währungsraumansatz	160
4.3.1.2.3 Standorttheorien.....	162
4.3.1.3 Theorien über unvollkommenen Wettbewerb und unternehmensspezifische Wettbewerbsvorteile	164
4.3.1.3.1 Makroökonomische Theorie ausländischer Direktinvestitionen.....	165
4.3.1.3.2 Theorien über unvollkommenen Wettbewerb auf- grund von Skalen- und Lernkurveneffekten	168
4.3.1.3.3 Theorie des oligopolistischen Parallel Verhaltens....	172
4.3.1.3.4 Theorie der technologischen Lücke und Produktlebenszyklustheorie.....	173
4.3.1.3.5 Hymers „Theory of International Operations" (Monopoltheorie).....	178
4.3.2 Integrative Erklärungsansätze zur Internationalisierung.....	182
4.3.2.1 Konzeptioneller Bezugsrahmen zum International Business Management von Fayerweather.....	183
4.3.2.2 Strategische Ansätze von Porter.....	187
4.3.2.2.1 Globalisierungsmodell.....	187
4.3.2.2.2 Wettbewerbsmodell für Nationen.....	195
4.3.2.3 Eklektischer Ansatz von Dunning.....	208
4.3.2.3.1 Eklektisches Paradigma internationaler Unternehmensaktivitäten.....	209
4.3.2.3.2 Kritische Beurteilung des Eklektischen Ansatzes...	216
4.4 Internalisierungstheorien.....	219
4.4.1 Transaktionskostenansatz.....	220
4.4.2 Weiterentwicklungen des Transaktionskostenansatzes auf internationaler Ebene.....	228

4.4.3	Transaktionskostentheoretische Analyse von Markteintrittsformen in Mittel- und Osteuropa.....	234
4.4.4	Beurteilung des transaktionskostentheoretischen Erklärungsbeitrags.....	239
4.5	Zusammenfassung.....*	242
5	Zusammenwirken der Theorieelemente: Bezugsrahmen für Markteintrittsstrategien in Mittel- und Osteuropa.....	245
6	Empirische Untersuchung zu Markteintrittsstrategien in Mittel- und Osteuropa.....	251
6.1	Untersuchungsaufbau und Stichprobenstruktur.....	251
6.1	Internationales Engagement der befragten Unternehmen.....	255
6.3	Unternehmenssituation, Markt und Wettbewerb in Mittel- und Osteuropa.	256
6.4	Beurteilung von Länderrisiken in Mittel- und Osteuropa.....	262
6.5	Motive des Markteintritts in Mittel- und Osteuropa.....	276
6.6	Markteintrittsform.....	282
6.6.1	Übersicht über die gewählten Markteintrittsformen.....	283
6.6.2	Kooperationen und Fallbeispiel Medien-Gruppe.....	285
6.6.3	Einfluß der Motive des Mittel-und Osteuropa-Engagements auf die Markteintrittsformenwahl.....	292
6.6.4	Zusammenhang zwischen Risikobetroffenheit und Markteintrittsformenwahl.....	296
6.7	Zusammenfassung.....	308
7	Abschließende Thesen zur Markterschließung in Mittel- und Osteuropa.....	311
	Anhang: Fragebogen.....	317
	Quellenverzeichnis.....	339