

Schweizerisches Institut für Aussenwirtschafts-, Struktur- und Regionalforschung
an der Hochschule St. Gallen

Band 35

Kai-Uwe Schanz

Internationale Unternehmensstrategien

in der neuen WTO-Welthandelsordnung

Verlag Rüegger

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	11
1.1 Erkenntnisinteresse und Stellenwert der Fragestellung	11
1.2 Konzeption der Arbeit	12
2. Grundlegende Ausprägungen der unternehmerischen Internationalisierung	15
2.1 Export	17
2.1.1 Indirekter Export	18
2.1.1.1 Die wichtigsten Absatzorgane	18
2.1.1.2 Einschätzung	19
2.1.2 Direkter Export	21
2.1.2.1 Die wichtigsten Absatzorgane	21
2.1.2.2 Einschätzung	23
2.1.3 Determinanten der Absatzkanalentscheidung	25
2.1.3.1 Unternehmensendogene Faktoren	25
2.1.3.2 Unternehmensexogene Faktoren	26
2.2 Internationale Lizenzverträge	27
2.2.1 Grundlagen	27
2.2.2 Die wichtigsten Vertragsformen	28
2.2.2.1 Der Patentlizenzvertrag	29
2.2.2.2 Der Know-how-Lizenzvertrag	29
2.2.2.3 Der Markenlizenzvertrag	32
2.2.2.4 Der urheberrechtliche Lizenzvertrag	32
2.2.3 Die grenzüberschreitende Lizenzvergabe als Strategie zur Auslandsmarkterschliessung und -bearbeitung	33
2.3 Direktinvestitionen im Ausland	38
2.3.1 Intensitätsstufen des Kapitaleinsatzes im Ausland	39
2.3.2 Determinanten der Investitionsentscheidung	40
2.3.3 Kapitalbeteiligungen als Strategie zur Auslandsmarkterschliessung und -bearbeitung	43
2.4 Zusammenfassende Würdigung	46

3. Die für unternehmerische Internationalisierungsentscheidungen relevanten WTO-Abkommen	47
3.1 Investitionsbedingungen (TRIMs)	48
3.1.1 Einzelwirtschaftliche und handelspolitische Aspekte von TRIMs	49
3.1.2 TRIMs als GATT-Verhandlungsgegenstand	58
3.1.3 Das TRIMs-Abkommen	59
3.1.4 Ökonomische Einschätzung	61
3.2 Geistige Eigentumsrechte (TRIPs)	66
3.2.1 Ausgangslage	66
3.2.2 Die wichtigsten Immaterialgüterrechte	67
3.2.3 Einzelwirtschaftliche und handelspolitische Aspekte unzureichenden geistigen Eigentumsschutzes	68
3.2.4 TRIPs als GATT-Verhandlungsgegenstand	70
3.2.5 Das TRIPs-Abkommen	72
3.2.6 Ökonomische Einschätzung	78
3.3 Dienstleistungen (GATS)	84
3.3.1 Ausgangslage	84
3.3.2 Dienstleistungen als Verhandlungsgegenstand der Uruguay-Runde	84
3.3.3 Das WTO-Dienstleistungsabkommen	86
3.3.4 Ökonomische Einschätzung	91
3.4 Marktzugang	96
3.4.1 Ausgangslage	96
3.4.2 Marktzugangserleichterungen der Uruguay-Runde	96
3.4.3 Einschätzung	99

4. Theoretische Ansätze zur Erklärung alternativer Internationalisierungsstrategien	101
4.1 Export versus Direktinvestition	102
4.1.1 Das Modell von Smith	102
4.1.1.1 Annahmen	102
4.1.1.2 Das inländische Unternehmen als Monopolist	103
4.1.1.3 Das inländische Unternehmen als Duopolist	104
4.1.1.4 Der Einfluss der Zollpolitik auf die Marktbearbeitungsstrategie	105
4.1.2 Kritische Anmerkungen	111
4.2 Direktinvestition versus Lizenzvergabe	114
4.2.1 Das Modell von Horstmann/Markusen	114
4.2.1.1 Identische Kostenstrukturen der in- und ausländischen Unternehmung	115
4.2.1.2 Kostenvorteile des Lizenznehmers	118
4.2.2 Kritische Anmerkungen	120
4.3 Komparativ-simultane Erklärungsansätze	124
4.3.1 Das «Eklektische Paradigma» von Dunning	125
4.3.1.1 Dunning's Paradigma als Theorie der Direktinvestition	125
4.3.1.2 Dunning's Paradigma als allgemeine Theorie der Internationalisierung	128
4.3.1.3 Kritische Anmerkungen	133
4.3.2 Allgemeine Modellvarianten der Internationalisierung	137
4.3.2.1 Ausgangspunkt: Der Ansatz von Hirsch	137
4.3.2.2 Zwei verbesserte Modellvarianten	140
4.3.2.2.1 Eine erweiterte Version des Hirsch-Modells	141
4.3.2.2.2 Eine langfristige Version mit strategieabhängigen Erlösen und Abzinsungsfaktoren	145

5. Zusammenfassung und Ausblick	149
5.1 Die unternehmerische Internationalisierung im WTO-Welthandelssystem	149
5.2 Künftige handelspolitische Herausforderungen im Zeitalter der Globalisierung	156
5.2.1 Wettbewerbspolitik	157
5.2.2 Investitionspolitik	158
5.2.3 Schlussfolgerungen	159
 Literaturverzeichnis	 161