

Michael E. Porter

Monale Wettbewerbs- vorteile

*Erfolgreich konkurrieren
auf dem Weltmarkt
Sonderausgabe*



UEBERREUTER

INHALT

Vorwort	11
1 Die Notwendigkeit eines neuen Paradigmas	21
Widersprüchliche Erklärungen	23
Die richtige Frage stellen	25
Klassische Grundprinzipien für Branchenerfolg	31
Die Notwendigkeit eines neuen Paradigmas	32
Auf dem Weg zu einer neuen Theorie vom nationalen Wettbewerbsvorteil	38
Die Untersuchung	41
Erfassen der erfolgreichen Branchen in den Volkswirtschaften	44
Ein umfassender Begriff vom Wettbewerbsvorteil	49
Teil! GRUNDLAGEN	53
2 Der Wettbewerbsvorteil von Unternehmen in globalen Wirtschaftszweigen	55
<i>Die Wettbewerbsstrategie</i>	55
<i>International konkurrieren</i>	75
<i>Die Bedeutung der nationalen Verhältnisse für den Wettbewerbserfolg</i>	90
3 Die Bestimmungsfaktoren des nationalen Wettbewerbsvorteils	93
Bestimmungsfaktoren des nationalen Vorteils	95
Faktorbedingungen	97
Nachfragebedingungen	109
Verwandte und unterstützende Branchen	124
Unternehmensstrategie, Struktur und Konkurrenz	131
Strategie und Struktur der heimischen Unternehmen	132
Die Rolle des Zufalls	148
Die Rolle des Staates	150
Die Bestimmungsfaktoren im Verhältnis zueinander	153
4 Die Dynamik des nationalen Vorteils	155
Beziehungen zwischen den Bestimmungsfaktoren	156
Die Bestimmungsfaktoren als System	168
Cluster-Bildung wettbewerbsfähiger Branchen	172

Die Rolle der geographischen Konzentration	178
Die Entstehung und Entwicklung einer wettbewerbsfähigen Industrie	182
Der Verlust des nationalen Vorteils	190
Der »Diamant« im Vergleich	197

TeilH BRANCHEN 2 0 1

5 Vier Untersuchungen zum nationalen Wettbewerbsvorteil	203
Die deutsche Druckmaschinenindustrie	203
Die amerikanische Industrie für Geräte zur Patientenüberwachung	219
Die italienische Keramikfliesenindustrie	233
Die japanische Roboterindustrie	248
6 Der nationale Wettbewerbsvorteil bei Dienstleistungen	263
Die wachsende Bedeutung der Dienstleistungen in der Volkswirtschaft	264
Internationaler Wettbewerb bei Dienstleistungen	271
Die Beziehung zwischen Dienstleistungen und Produktion	276
Der nationale Wettbewerbsvorteil bei Dienstleistungen	278
Fallstudien in der Entwicklung wettbewerbsfähiger Dienstleistungsbranchen.	291

TeilHI LÄNDER 299

7 Muster des nationalen Wettbewerbsvorteils:	
Die frühen Nachkriegsgewinner	301
Die amerikanische Vorherrschaft nach dem Krieg	307
Die stabile Schweiz	330
Die Möglichkeiten Schwedens	353
Die neue deutsche Dynamik	376
8 Aufstrebende Länder in den 70er und 80er Jahren	405
Der Aufstieg Japans	406
Italien stürmt vorwärts.	443
Der Aufstieg Koreas	475
9 Die Verlagerung des nationalen Vorteils	501
Der Niedergang Großbritanniens	502
Gegenströmungen in Amerika	527
Nachkriegsentwicklung perspektivisch	554
10 Die Wettbewerbsentwicklung der Volkswirtschaften	561
Wirtschaftliche Entwicklung	562
Stadien der Wettbewerbsentwicklung	563
Die Stadien und die Nachkriegswirtschaft der Länder	583
Wirtschaftlicher Fortschritt in der Nachkriegsära im Vergleich	591

TeilIV FOLGERUNGEN.	593
11 Unternehmensstrategie.	595
Der Wettbewerbsvorteil im internationalen Wettbewerb.	596
Der Kontext für den Wettbewerbsvorteil.	602
Das nationale Wettbewerbsumfeld verbessern.	609
Wettbewerb - wo und wie.	616
Selektive Vorteile in anderen Ländern erschließen.	624
Standortbestimmung des heimischen Stützpunkts..	632
Die Rolle der Führung . . . " . ;	633
12 Staatliche Politik	635
Vorbedingungen einer staatlichen Industriepolitik.	637
Staatliche Politik und nationaler Vorteil.	643
Der Einfluß des Staates auf die Faktorbedingungen.	644
Der Einfluß des Staates auf die Nachfragebedingungen.	662
Der Einfluß des Staates auf verwandte und unterstützende Branchen.	672
Der Einfluß des Staates auf Unternehmensstrategie, Struktur und Wettbewerb.	675
Staatliche Politik und die Entwicklungsstadien des Wettbewerbs.	689
Bestimmung	691
Staatliche Politik in Entwicklungsländern.	693
Die Rolle des Staates.	699
13 Die Programme der Länder.	703
Das Programm für Korea	705
Das Programm für Italien..	710
Das Programm für Schweden.	719
Das Programm für Japan.	724
Das Programm für die Schweiz . . . >	732
Das Programm für Deutschland.	735
Das Programm für Großbritannien.	740
Das Programm für die Vereinigten Staaten.	744
Länderprogramme im Ausblick.	754
Nachwort	755
Methoden der Clustergrafiken	759
Ergänzende Daten zu den nationalen Handelsmustern	765
Anmerkungen	795
Bibliographie	843
Register	865