

Hans Kluvich

# EG-Binnenmarkt

## Kooperation und Konkurrenz

**B|**

Verlag Wissenschaft & Praxis  
Ludwigsburg - Berlin

## Gliederung

### GLIEDERUNG

**Verzeichnis der Abkürzungen . . . . . V**

**Verzeichnis der Abbildungen . . . . . VII**

#### **KAPITEL 0: EINFÜHRUNG .**

#### **KAPITEL 1: LANDSCHAFTS- UND PROBLEMBESTIMMUNG**

Expedition in eine "Neue Welt": Die Unternehmenslandschaft der Europäischen Gemeinschaft . . . . .	9
1.1 Der Europäische Binnenmarkt . . . . .	9
1.2 Topographie: Landschaftsbeschreibung zwischen gestern, heute und morgen . . .	16
<b>2. Orientieren: Kompass in der Assoziationslandschaft . . . . .</b>	<b>25</b>
<b>3. Maßstabbestimmung und Aufnahme: Anleitung zur Analyse, Bewertung und Evaluierung der Assoziationsformen und -parteien. . . . .</b>	<b>32</b>
4. Zusammenfassung	

#### **KAPITEL 2: MODELL-UND METHODENGESTÜTZTES ASSOZIATIONSMANAGEMENT. . . 33**

1. Bausteine und Werkzeuge des Assoziationsmanagements . . . . .	33
2. Assoziationsformen-Management für den Europäischen Binnenmarkt . . . . .	44
2.1 Spektrum an Assoziationsformen und Assoziationstypen. . . . .	44
2.1.1 Assoziationsformen-Spektrum. . . . .	44
2.1.2 Assoziationstypen. . . . .	48
2.2 Leitgedanken einer ganzheitlichen Assoziationsgestaltung. . . . .	50
2.3 Interdependenzverhältnisse: Binnenmarktliche Geschäfts- und Wettbewerbsbeziehungen. . . . .	53
2.3.1 Verbundanalyse. . . . .	56
2.3.2 Reziproke Interdependenzen. . . . .	59
2.3.3 (Primär) distributive Interdependenzen. . . . .	66

## Gliederung

2.4	Integrationsverhältnisse: Binnenmarktliche Infrastrukturen und Interessenkonstellationen. . . . .	71
2.4.1	Integrationssektoren. . . . .	72
2.4.2	Integrationsgrad. . . . .	77
2.5	Symmetrieverhältnisse: Binnenmarktliche Machtkonstellationen. . . . .	78
3.	Assoziationsentwicklungen. . . . .	81
3.1	Grundlagen einer dynamischen Assoziationsanalyse. . . . .	81
3.2	Eindimensionale Entwicklungsanalysen. . . . .	85
3.3	Zweidimensionale Entwicklungsanalysen. . . . .	86
3.4	Dreidimensionale Entwicklungsanalyse. . . . .	92
4.	Integrationsmanagement. . . . .	95
4.1	Gestaltungsprozeß und Gestaltungsdomänen des Assoziationsmanagement. . . . .	96
4.2	Integrationserfolg. . . . .	100
4.3	Integrationswerkzeuge. . . . .	101
4.4	Integrationsstufen und -konzepte. . . . .	105
4.5	Integrationszeitpunkt und Stärke der Antriebskräfte. . . . .	107
4.6	Integrationsmix. . . . .	109
5.	Zusammenfassung. . . . .	113
 <b>KAPITEL 3:</b> <b>ASSOZIATIONSKONTEXT EG-BINNENMARKTORIENTIERTER UNTERNEH-</b> <b>MUNGEN. . . . .</b>		
1.	Umweltdifferenzierung. . . . .	115
2.	Die EG im Kontext außenpolitischer Verbindung. . . . .	119
2.1	Die Bedingungen des Außenhandelsregimes. . . . .	119
2.2	Die zukünftige Entwicklung Europas: Neue Partner machen der Zwölfergemeinschaft den Hof. . . . .	122
3.	Die Rahmenbedingungen der Europäischen Gemeinschaft. . . . .	123
3.1	Organisationsrechtliche Einflußsektoren. . . . .	123
3.2	Rechtsbestimmungen der Europäischen Gemeinschaft. . . . .	125
3.2.1	Güterseitige Rechtsnormen. . . . .	127

3.2.2	Assoziationsseitige Rechtsnormen. . . . .	131
3.3	Hemmnisse bei der Implementierung von EG-Rechtsbestimmungen. . . . .	137
3.3.1	Entwicklungshemmnisse bei der EG-Rechtsgebung . . . . .	139
3.3.2	Umsetzungshemmnisse. . . . .	142
3.3.3	Risiken und Chancen einer mangelnden politischen Umsetzung von Rechtsnormen. . . . .	143
4.	Mitgliedsländerspezifische Rahmenbedingungen. . . . .	145
4.1	Startpositionen. . . . .	145
4.2	"Materielle" Beurteilungskriterien der Mitgliedsländer. . . . .	146
4.3	"Kulturelle" Selektionskriterien. . . . .	148
4.4	Länderregionen. . . . .	150
5.	Geschäfts-/ Unternehmensbedingungen. . . . .	157
5.1	Geschäfts-bzw. Branchenbedingungen. . . . .	159
5.1.1	Bestimmung der Standardisierungs- und Regionalisierungs- erfordernisse. . . . .	160
5.1.2	Statische Bedingungen bei der Durchsetzung binnenmarktlicher Strategien. . . . .	162
5.1.3	Dynamische Bedingungen der Strategieplanung . . . . .	166
5.1.4	Bestimmung der strategischen Betroffenheit . . . . .	169
5.2	Unternehmensbedingungen. . . . .	173
5.2.1	Unternehmenstypen. . . . .	173
5.2.2	Wirkungsanalyse: Die Spielarten der Unternehmenstypen. . . . .	176
5.2.3	Programm- und Ressourcenbedingungen. . . . .	179
5.2.4	Strukturbedingungen . . . . .	190
5.2.5	Assoziationskulturelle Grundorientierung . . . . .	194
5.3	Bestimmung des Ressourcenbedarfs und der Transformationsrichtung . . . . .	200
6.	Zusammenfassung. . . . .	204

#### **KAPITEL 4:**

### **KONTEXTGERECHTE AUSWAHL UND GESTALTUNG DER ASSOZIATIONS- FORMEN FÜR DAS AUSLANDSGESCHÄFT. . . . . 207**

1.	Bestimmungsfaktoren des Assoziationsformenentscheids. . . . .	208
1.1	Ressourcenseitige und organisatorische Auswahlkriterien von Verbundformen .	214
1.2	Kultur-, barrieren- und koordinationskostenbezogene Selektionskriterien . . . .	215
1.3	Determinanten der Oberflächenstruktur einer Assoziation . . . . .	218

1.3.1	Die interkulturellen Bestimmungsfaktoren . . . . .	218
1.3.2	Determinanten des Umgangs mit Komplexitäten gegenüber einer Assoziation. . . . .	219
1.3.3	Optimalitätsbedingungen bei der Auswahl einer Assoziationsform . . . . .	221
1.4	Marktbarrieren als Auswahlkriterien. . . . .	222
1.4.1	Determinanten der Assoziationsrisiken. . . . .	223
1.4.2	Determinanten der (ökonomischen) Markteintritts- und Marktaustritts- barrieren. . . . .	232
1.5	Assoziationsrelevante Auswahlkriterien. . . . .	243
1.5.1	Stabilitäts- und Instabilitätsbedingungen von Assoziationen. . . . .	244
1.5.2	Die Koordinationskosten als Auswahlkriterium. . . . .	249
1.6	Modelle zur Auswahl von Assoziationen. . . . .	252
1.6.1	Kostenorientierte Entscheidungsmodelle. . . . .	253
1.6.2	Qualitative Entscheidungsmodelle. . . . .	254
2.	Phasen zur Ausgestaltung von Assoziationen. . . . .	255
2.1	Strategischer Verbundformenentscheid. . . . .	256
2.2	Verbundformenwahl, Partnerwahl. . . . .	256
2.3	Konfiguration der Gesamtstruktur. . . . .	258
2.3.1	Gestaltungsprozeß. . . . .	258
2.3.2	Konstruktion des Leitfadens. . . . .	259
2.4	Management der Interaktion. . . . .	273
3.	Zusammenfassung. . . . .	276

## **KAPITEL 5:**

### **ORGANISATIONSFORMEN FÜR DAS AUSLANDSGESCHÄFT IM EG-BINNEN- MARKT**

**279**

1.	Fokussierungs- und Funktionsanforderungen . . . . .	283
1.1	Fokussierungsanforderungen. . . . .	283
1.2	Funktionsanforderungen. . . . .	284
1.3	Konstruktionsprinzipien. . . . .	285
1.3.1	Segmentierung/Pluralisierung. . . . .	285
1.3.2	Bifunktionale Strukturierungen. . . . .	287
2.	Leitlinien für die Ausgestaltung von Varianten von strategiegerechten Stammhausorganisationsformen. . . . .	291

## Gliederung

3.	Implementierungsstrategien . . . . .	296
4.	Zusammenfassung . . . . .	300
 <b>KAPITEL 6:</b>		
<b>FAZIT: ZUSAMMENFASSENDEN ANMERKUNGEN FÜR DIE ERSCHLIESSUNG DES EG-BINNENMARKTES. . . . .</b>		
<b>303</b>		
1.	Startposition. . . . .	303
2.	Anleitung. . . . .	306
 <b>Literaturverzeichnis. . . . .</b>		
<b>X</b>		