

Werner G. Faix/Stefanie Kisgen/Alexander Lau
Annette Schulten/Tassilo Zywietz

Praxishandbuch Außenwirtschaft

Werner G. Faix/Stefanie Kisgen/Alexander Lau
Annette Schulten/Tassilo Zywietz

Praxishandbuch Außenwirtschaft

Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft



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

1. Auflage November 2006

Alle Rechte vorbehalten

© Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2006

Lektorat: Ulrike M. Vetter

Der Gabler Verlag ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.

www.gabler.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

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.

Umschlaggestaltung: Nina Faber de.sign, Wiesbaden

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Wilhelm & Adam, Heusenstamm

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN-10 3-8349-0248-9

ISBN-13 978-3-8349-0248-1

Vorwort

Die wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands in den letzten Jahren zeigt, dass sich das verstärkte Auslandsengagement der Unternehmen als tragende Säule der Konjunktur erwiesen hat. Dabei ist es vor allem dem Pioniergeist und der Innovationsfähigkeit der deutschen Unternehmen zu verdanken, dass sich die deutsche Wirtschaft im weltweiten Wettbewerb so gut behauptet. Hervorzuheben sind dabei insbesondere die schätzungsweise 400.000, in der überwiegenden Zahl mittelständischen deutschen Unternehmen¹, die sich in ganz unterschiedlichen Branchen, Aktivitätsformen und Zielmärkten im Auslandsgeschäft behaupten.

Der deutsche Export macht inzwischen einen Anteil von ca. 25 % an unserem Bruttoinlandsprodukt aus. Fast 9 Millionen, also knapp ein Viertel unserer Arbeitsplätze, hängen von der Exportwirtschaft ab. Doch wir sind nicht nur Exportnation, da unser Wohlstand auch ganz entscheidend von den Importen sowie von den Kapitalverflechtungen mit dem Ausland abhängt. Durch die Internationalisierung ihrer Wertschöpfungsketten bleiben die deutschen Unternehmen auf den heimischen und den internationalen Märkten wettbewerbsfähig und sichern damit auch hierzulande Beschäftigung und schaffen Ausbildungsplätze.

Die robuste Außenwirtschaftskonjunktur liefert konstante Wachstumsbeiträge, ohne die sich Deutschland seit Jahren in einer tiefen Rezession befände. Zur Einbindung in die Weltwirtschaft gibt es keine Alternative. Internationalisierung ist für unsere Wirtschaft überlebenswichtig. Gerade weil die erfolgreichen Verflechtungen der deutschen Unternehmen auf den Weltmärkten der Konjunkturmotor unserer Volkswirtschaft sind, müssen wir weitere Anstrengungen unternehmen, um diese Position zu halten oder gar weiter auszubauen. Um Wohlstand und Arbeitsplätze in Deutschland zu sichern, müssen insbesondere kleine und mittlere Unternehmen die Globalisierungschancen intensiver nutzen.

Denn trotz aller bisherigen Erfolge liegt in der Erschließung neuer Märkte noch viel Potenzial. Dieses Potenzial können neben den bereits in der Außenwirtschaft aktiven Unternehmen auch die Unternehmen nutzen, die sich bisher noch nicht auf das internationale Parkett gewagt haben – gefragt sind sowohl die „alten Hasen“ im Auslandsgeschäft als auch die „Newcomer“, die allesamt mit ihren Waren und Dienstleistungen auf den Weltmärkten wettbewerbsfähig sind.

¹ Nach Berechnungen des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn (IfM), Forschungsergebnisse abrufbar z. B. unter „Vorträge“ im Internet: <http://www.ifm-bonn.de>.

Um dieses gesamtwirtschaftliche Ziel zu erreichen, bedarf es unternehmerischer Zielsetzungen und geeigneter Strategien, um für die sich stetig wandelnden Märkte, die zunehmenden Ansprüche der Kunden und die wachsame Konkurrenz gerüstet zu sein.

Wie haben die Unternehmen dies bisher gemacht? Mit dem vorliegenden Werk freuen wir uns, Ihnen eine Hilfestellung aus der Praxis für Ihr Auslandsengagement zu präsentieren. Wie erfolgreich sind Unternehmen auf den Auslandsmärkten, welche Strategien wenden sie dabei an, wie lange dauert die Vorbereitung ihrer Auslandsaktivität, welche Probleme erwarten die Unternehmen dabei? Das sind einige der Fragen, die die bundesweite IHK-Umfrage „Going International 2005“ beantwortet, an der rund 4.400 Unternehmen im Frühjahr 2005 teilgenommen haben. Die Auswertung der Umfrage bietet einen umfassenden Überblick über den Stand und die Perspektiven des internationalen Geschäfts deutscher Unternehmen.

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung des Auslandsengagements für die deutsche Wirtschaft wollen wir mit dieser ersten Auflage ein Standardwerk für die Außenwirtschaft begründen, in dem Bestreben, dieses auf der Basis der Erfahrungen der Unternehmen und der Außenwirtschaftsexperten in den Industrie- und Handelskammern, den deutschen Auslandshandelskammern und in der Steinbeis-Hochschule aktuell zu halten.

Wir danken allen Unternehmen und Industrie- und Handelskammern, die sich an der Umfrage beteiligt und damit auch dieses Praxishandbuch erst ermöglicht haben, dabei insbesondere den Mitgliedern des Redaktionsteams zur Studie „Going International 2005“: Frau Sylvie Taboré-Straub, Herrn Volkmar Herr, Herrn Philipp Gläser, Herrn Hans-Werner Dickmann, Frau Cornelia Kahl, Herrn Prof. Dr. Bodo Risch, Frau Dr. Karin Zeni, Herrn Dr. Manfred Gößl, Frau Regina Straub, Herrn Christian Treichel, Frau Dr. Gabriele Rose, Herrn Dr. Volker Treier, Frau Friederike Ehrke und Frau Diana Effinger. Unser Dank gebührt zudem Herrn Ludwig Georg Braun, Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertages, Herrn Michael Pfeiffer, Bereichsleiter Internationales des Deutschen Industrie- und Handelskammertages, sowie Prof. Dr. Dr. h.c. Johann Löhn, Präsident der Steinbeis-Hochschule Berlin. Für die zuverlässige Mitarbeit am Praxishandbuch danken wir zudem Frau Isabell Bott, Frau Nadine Buschhaus, Frau Meike Drexler, Herrn Oliver Kettner, Frau Marie Kreipe, Herrn Alexander Sproedt und Frau Kerstin Stark.

Berlin/Herrenberg/Stuttgart, im Juli 2006

Werner G. Faix, Stefanie Kisgen,
Alexander Lau, Annette Schulten
& Tassilo Zywiets

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Abbildungsverzeichnis	17
Abkürzungsverzeichnis	33
Einleitung	41
Teil I: Einführung in die Außenwirtschaft	45
<i>Globalisierung – ein neues Phänomen?</i>	47
<i>Volkswirtschaftliche Erklärungsansätze</i>	49
<i>Internationalisierung von Unternehmen</i>	52
1. Dynamische Unternehmensentwicklung	52
2. Entscheidung zur Internationalisierung und Internationalisierungsprozess	55
3. Marktselektion	58
3.1 Verfahren zur Marktselektion	58
3.2 Ein möglicher Weg der Marktselektion	59
3.2.1 Vorauswahl: Länder mit Marktpotenzial	60
3.2.2 Checkliste	61
3.2.3 Portfolios	62
3.2.4 Endauswahl mittels Gesamtportfolio	64
3.3 Primäre Marktanalyse	65
4. Aktive Außenwirtschaft	66
Teil II: Going International	69
<i>Einleitung</i>	71
<i>Auslandsengagement – Gründe, Formen und Erfolgsbilanz</i>	74
1. Gründe und Motive für das Auslandsengagement	75
2. Zielerreichung und Erfolgsbilanz der Befragten	77
3. Formen des Auslandsengagements	79

<i>Zielmärkte</i>	89
1. Erfolgsquoten der Zielmärkte	91
2. Bewertung der Geschäftsbeziehungen nach Zielländern	92
<i>Vorbereitung des Auslandsengagements</i>	97
1. Geschäftsstrategien	97
2. Geschäftsanbahnung der Auslandsaktivitäten	100
3. Formen der Markterkundung	103
4. Produktpassung auf Auslandsmärkten.....	106
5. Personalpolitik auf Auslandsmärkten.....	108
5.1 Rekrutierung.....	109
5.2 Besetzung der Führungspositionen	112
5.3 Im Fokus – General Manager bei Tochterunternehmen im Ausland	113
5.4 Besetzungskriterien für Manager im Auslandsgeschäft	114
6. Unterstützung und Förderung	119
6.1 Finanzielle Außenwirtschaftsförderung.....	119
6.2 Institutionelle Außenwirtschaftsförderung	121
<i>Geschäftsentwicklung und Erfolg des Auslandsengagements</i>	123
1. Festigung und Ausbau des Engagements – im Fokus	125
1.1 Auslandsinvestitionen	126
1.1.1 Höhe der Auslandsinvestitionen	126
1.1.2 Gründe für das Auslandsengagement (bei auslandsaktiven Unternehmen, die im Ausland investieren)	128
1.2 Produktionsverlagerung	130
1.2.1 Ausmaß der Produktionsverlagerungen.....	131
1.2.2 Gründe für das Auslandsengagement (bei auslandsaktiven Unternehmen, die die Produktion verlagern)	132
1.2.3 Produktionsverlagerungen nach Zielregionen	133
1.3 FuE-Verlagerung aktuell und zukünftig	135
1.3.1 Gründe für Verlagerungen von FuE-Aktivitäten ins Ausland	136
1.3.2 FuE-Verlagerung nach Zielregionen.....	138
1.3.3 Rückverlagerung von FuE.....	138
1.4 Beteiligungen aus dem Ausland	139
2. Erfolgsquoten der Aktivitäten	141
3. Zielerreichung der auslandsaktiven Unternehmen	143
3.1 Unternehmensentwicklung mit dem Auslandsgeschäft.....	143
3.2 Unternehmensentwicklung bei Auslandsinvestitionen.....	145
3.3 Unternehmensentwicklung bei Produktionsverlagerung.....	147
4. Prognosen für das Auslandsgeschäft.....	149
<i>Hauptprobleme der Außenwirtschaftsaktivitäten</i>	152
1. Generelle Probleme im Auslandsgeschäft.....	152
2. K.-o.-Probleme im Auslandsgeschäft.....	154
3. Große Probleme im Auslandsgeschäft	156

4. Häufige Probleme beim Auslandsgeschäft	158
5. Gelegentliche Probleme.....	160
6. Im Fokus – Probleme ex- und importierender Unternehmen	161
<i>Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft</i>	164
1. Erfolgsfaktoren: „Produktqualität“/„Technologievorsprung“	165
2. Erfolgsfaktoren: „Richtiger Geschäftspartner“/„Gründliche Marktkennntnisse“	166
3. Erfolgsfaktor: „Preis“	167
4. Erfolgsfaktor: „Qualifizierte Mitarbeiter“	167
5. Erfolgsfaktor: „Service“	168
6. Erfolgsfaktor: „Die Nähe zum Kunden“	168
7. Erfolgsfaktor: „Früher Markteintritt“	169
8. Erfolgsfaktor: „Geschäftskonzept“	169
<i>Fazit</i>	171
Teil III: Zielmärkte	175
<i>Einleitung</i>	177
Exkurs: Außenwirtschaftsbarometer der IHK Region Stuttgart	179
<i>Länderübersicht – die wichtigsten Kennzahlen im Vergleich</i>	183
<i>Zielregion „Bisherige EU-15/EFTA“</i>	189
1. Der europäische Einigungsprozess	189
1.1 Entwicklungsgeschichte	189
1.2 Andauernder Einigungsprozess	191
2. Bedeutung der EU für den Welthandel und für Deutschland.....	192
3. Die Zielregion „Bisherige EU-15/EFTA“ im Fokus: Ergebnisse der Studie ...	195
3.1 Größenklassen der Unternehmen.....	195
3.2 Branchenverteilung.....	196
3.3 Gründe und Motive für das Engagement.....	197
3.4 Formen des Engagements.....	199
3.5 Erfolg in der Region	200
3.6 Einschätzung der Geschäftssituation in den Zielländern	201
3.7 Vorbereitungszeit für das Engagement	202
3.8 Produktpassung.....	204
3.9 Besetzung der Führungspositionen.....	205
3.10 Probleme.....	206
3.11 Erfolgsfaktoren	207
3.12 Kernaussagen.....	208
4. Belgien	209
5. Dänemark	215

6. Finnland	221
7. Frankreich	232
8. Griechenland	243
9. Großbritannien/Vereinigtes Königreich	249
10. Italien	261
11. Luxemburg	272
12. Niederlande	277
13. Österreich	283
14. Schweden	289
15. Schweiz	300
16. Spanien	306
<i>Zielregion „Zehn neue EU-Mitgliedstaaten“</i>	<i>312</i>
1. Einleitung zur Region	312
1.1 Der Erweiterungsprozess	312
1.2 Ökonomische Betrachtung	313
1.3 Bedeutung der EU-Erweiterung für Deutschland	315
2. Die Zielregion „Zehn neue EU-Mitgliedstaaten“ im Fokus: Ergebnisse der Studie	317
2.1 Größenklassen der Unternehmen	317
2.2 Branchenverteilung	319
2.3 Gründe und Motive für das Engagement	320
2.4 Formen des Engagements	321
2.5 Erfolg in der Region	322
2.6 Geschäftssituation	323
2.7 Vorbereitungszeit für das Engagement	325
2.8 Produktpassung	326
2.9 Besetzung der Führungspositionen	327
2.10 Probleme	328
2.11 Erfolgsfaktoren	329
2.12 Kernaussagen	330
3. Polen	332
4. Tschechische Republik	344
5. Ungarn	356
<i>Zielregion „EU-Bewerberländer, Russland, GUS“</i>	<i>367</i>
1. Die Staaten der Region	367
1.1 EU-Bewerberländer	367
1.2 Russland, GUS	369
2. Die Bedeutung der Region für die deutsche Wirtschaft	370
3. Die Zielregion „EU-Bewerberländer, Russland, GUS“ im Fokus: Ergebnisse der Studie	373
3.1 Größenklassen der Unternehmen	373
3.2 Branchenverteilung	375

3.3	Gründe und Motive für das Engagement.....	376
3.4	Formen des Engagements.....	378
3.5	Erfolg in der Region.....	379
3.6	Einschätzung der Geschäftssituation in den Zielländern.....	380
3.7	Vorbereitungszeit für das Engagement.....	381
3.8	Produktanpassung.....	382
3.9	Besetzung der Führungspositionen.....	383
3.10	Probleme.....	384
3.11	Erfolgsfaktoren.....	385
3.12	Kernaussagen.....	387
4.	Bulgarien.....	388
5.	Rumänien.....	394
6.	Russland.....	406
7.	Türkei.....	418
	<i>Zielregion „Asien/Pazifik“.....</i>	<i>430</i>
1.	Das asiatisch-pazifische Jahrhundert?.....	430
2.	Die Bedeutung der Region für die deutsche Wirtschaft.....	434
3.	Zielregion „Asien/Pazifik“ im Fokus: Ergebnisse der Studie.....	435
3.1	Größenklassen der Unternehmen.....	435
3.2	Branchenverteilung.....	437
3.3	Gründe und Motive für das Engagement.....	438
3.4	Formen des Engagements.....	439
3.5	Erfolg in der Region.....	440
3.6	Einschätzung der Geschäftssituation in den Zielländern.....	441
3.7	Vorbereitungszeit für das Engagement.....	443
3.8	Produktanpassung.....	444
3.9	Besetzung der Führungspositionen.....	445
3.10	Probleme.....	446
3.11	Erfolgsfaktoren.....	447
3.12	Kernaussagen.....	449
4.	Australien.....	451
5.	China.....	457
6.	Indien.....	470
7.	Japan.....	482
8.	Korea (Republik Korea, Südkorea).....	494
	<i>Zielregion „Nordamerika (USA/Kanada)“.....</i>	<i>500</i>
1.	Nordamerika heute und morgen.....	500
2.	Die Bedeutung der Region für die deutsche Wirtschaft.....	503
3.	Die Zielregion „Nordamerika (USA/Kanada)“ im Fokus: Ergebnisse der Studie.....	504
3.1	Größenklassen der Unternehmen.....	504
3.2	Branchenverteilung.....	506

3.3	Gründe und Motive für das Engagement.....	507
3.4	Formen des Engagements.....	508
3.5	Erfolg in der Region.....	509
3.6	Einschätzung der Geschäftssituation in den Zielländern.....	510
3.7	Vorbereitungszeit für das Engagement.....	512
3.8	Produktanpassung	513
3.9	Besetzung der Führungspositionen	514
3.10	Probleme	515
3.11	Erfolgsfaktoren.....	516
3.12	Kernaussagen	518
4.	Kanada	519
5.	USA	531
	<i>Zielregion „Lateinamerika“</i>	<i>543</i>
1.	Region im Aufbruch.....	543
2.	Die Bedeutung der Region für die deutsche Wirtschaft.....	546
3.	Die Zielregion „Lateinamerika“ im Fokus: Ergebnisse der Studie	548
3.1	Größenklassen der Unternehmen	548
3.2	Branchenverteilung	549
3.3	Gründe und Motive für das Engagement.....	550
3.4	Formen des Engagements.....	552
3.5	Erfolg in der Region.....	553
3.6	Einschätzung der Geschäftssituation in den Zielländern.....	554
3.7	Vorbereitungszeit für das Engagement.....	555
3.8	Produktanpassung	556
3.9	Besetzung der Führungspositionen	557
3.10	Probleme	558
3.11	Erfolgsfaktoren.....	559
3.12	Kernaussagen	561
4.	Brasilien	563
5.	Mexiko	574
	<i>Zielregion „Afrika“</i>	<i>586</i>
1.	Das postkoloniale Afrika.....	586
2.	Die Bedeutung der Region für die deutsche Wirtschaft.....	589
3.	Die Zielregion „Afrika“ im Fokus: Ergebnisse der Studie.....	590
3.1	Größenklassen der Unternehmen	590
3.2	Branchenverteilung	592
3.3	Gründe und Motive für das Engagement.....	593
3.4	Formen des Engagements.....	594
3.5	Erfolg in der Region.....	595
3.6	Einschätzung der Geschäftssituation in den Zielländern.....	596
3.7	Vorbereitungszeit für das Engagement.....	597
3.8	Produktanpassung	599

3.9 Besetzung der Führungspositionen	600
3.10 Probleme	601
3.11 Erfolgsfaktoren	602
3.12 Kernaussagen	603
4. Südafrika	605
<i>Zielregion „MENA“</i>	<i>611</i>
1. Ölgetriebener Wachstumsrausch	611
2. Die Bedeutung der Region für die deutsche Wirtschaft	615
3. Geschäftssituation in Nah- und Mittelost: Ergebnis der Studie „Going International“	617
Teil IV: Branchen	619
<i>Einleitung</i>	<i>621</i>
<i>Branche Maschinenbau</i>	<i>623</i>
1. Branchenbeschreibung	623
1.1 Branchenskizze	623
1.2 Aktuelle Entwicklungen	624
2. Ergebnisse der Studie „Going International“	624
2.1 Grad der Internationalisierung	624
2.2 Unternehmensentwicklung im Auslandsgeschäft	625
2.3 Gründe und Motive für das Engagement	626
2.4 Zielmärkte für den Maschinenbau	627
2.5 Geschäftssituation in den Zielländern	629
2.6 Auslandsinvestitionen	631
2.7 Aktivitäten und Erfolg	632
2.8 Probleme	633
2.9 Erfolgsfaktoren	634
2.10 Kernaussagen	635
<i>Branche Metallindustrie</i>	<i>637</i>
1. Branchenbeschreibung	637
1.1 Branchenskizze	637
1.2 Aktuelle Entwicklungen	637
2. Ergebnisse der Studie „Going International“	638
2.1 Grad der Internationalisierung	638
2.2 Unternehmensentwicklung im Auslandsgeschäft	639
2.3 Gründe und Motive für das Engagement	640
2.4 Zielmärkte für die Metallindustrie	642
2.5 Geschäftssituation in den Zielländern	643
2.6 Auslandsinvestitionen	645

2.7	Aktivitäten und Erfolge.....	646
2.8	Probleme	647
2.9	Erfolgsfaktoren.....	648
2.10	Kernaussagen	649
<i>Branche Chemische und Kunststoffindustrie</i>		651
1.	Branchenbeschreibung	651
1.1	Branchenskizze	651
1.2	Aktuelle Entwicklungen.....	652
2.	Ergebnisse der Studie „Going International“	652
2.1	Grad der Internationalisierung.....	652
2.2	Unternehmensentwicklung im Auslandsgeschäft.....	653
2.3	Gründe und Motive für das Engagement.....	654
2.4	Zielmärkte der Chemischen und Kunststoffindustrie	655
2.5	Geschäftssituation in den Zielländern	657
2.6	Auslandsinvestitionen	659
2.7	Aktivitäten und Erfolge.....	660
2.8	Probleme	661
2.9	Erfolgsfaktoren.....	662
2.10	Kernaussagen	663
<i>Branche EDV, Elektrotechnik</i>		665
1.	Branchenbeschreibung	665
1.1	Branchenskizze	665
1.2	Aktuelle Entwicklungen.....	665
2.	Ergebnisse der Studie „Going International“	666
2.1	Grad der Internationalisierung.....	666
2.2	Unternehmensentwicklung im Auslandsgeschäft.....	667
2.3	Gründe und Motive für das Engagement.....	668
2.4	Zielmärkte für EDV, Elektrotechnik.....	669
2.5	Geschäftssituation in den Zielländern	671
2.6	Auslandsinvestitionen	673
2.7	Aktivitäten und Erfolge.....	674
2.8	Probleme	675
2.9	Erfolgsfaktoren.....	676
2.10	Kernaussagen	677
<i>Branche Feinmechanik, Optik</i>		678
1.	Branchenbeschreibung	678
1.1	Branchenskizze	678
1.2	Aktuelle Entwicklungen.....	678
2.	Ergebnisse der Studie „Going International“	679
2.1	Grad der Internationalisierung.....	679
2.2	Unternehmensentwicklung im Auslandsgeschäft.....	680
2.3	Gründe und Motive für das Engagement.....	681

2.4	Ziell�m�rkte für die Feinmechanik und Optik.....	682
2.5	Geschäftssituation in den Zielländern.....	684
2.6	Auslandsinvestitionen.....	686
2.7	Aktivitäten und Erfolge	687
2.8	Probleme.....	688
2.9	Erfolgsfaktoren	689
2.10	Kernaussagen.....	690
	<i>Branche Handel.....</i>	<i>692</i>
1.	Branchenbeschreibung	692
1.1	Branchenskizze.....	692
1.2	Aktuelle Entwicklungen	692
2.	Ergebnisse der Studie „Going International“.....	693
2.1	Grad der Internationalisierung.....	693
2.2	Unternehmensentwicklung im Auslandsgeschäft	694
2.3	Gründe und Motive für das Engagement.....	695
2.4	Ziell�m�rkte für den Handel.....	697
2.5	Geschäftssituation in den Zielländern.....	699
2.6	Auslandsinvestitionen.....	700
2.7	Aktivitäten und Erfolge	701
2.8	Probleme.....	703
2.9	Erfolgsfaktoren	704
2.10	Kernaussagen.....	705
	<i>Branche Dienstleistungen.....</i>	<i>707</i>
1.	Branchenbeschreibung	707
1.1	Branchenskizze.....	707
1.2	Aktuelle Entwicklungen	708
2.	Ergebnisse der Studie „Going International“.....	708
2.1	Grad der Internationalisierung.....	708
2.2	Unternehmensentwicklung im Auslandsgeschäft	709
2.3	Gründe und Motive für das Engagement.....	710
2.4	Ziell�m�rkte für Dienstleistungsunternehmen.....	712
2.5	Geschäftssituation in den Zielländern.....	713
2.6	Auslandsinvestitionen.....	715
2.7	Aktivitäten und Erfolge	716
2.8	Probleme.....	717
2.9	Erfolgsfaktoren	718
2.10	Kernaussagen.....	719
	Teil V: Checkliste	721
	<i>Checkliste – Internationaler Gesch�ftsaufbau</i>	<i>723</i>

Literaturverzeichnis	729
Anhang.....	741
Stichwortverzeichnis	743
Autoren	753

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Entwicklung des deutschen Außenhandels 1991-2006	41
Abb. 2:	Fünf Faktoren der ökonomischen Entwicklung nach Schumpeter (1934/1997)	53
Abb. 3:	Ziele der Internationalisierung der Geschäftstätigkeit	54
Abb. 4:	Exportunternehmen in Deutschland.....	55
Abb. 5:	Die Unternehmensentwicklung.....	56
Abb. 6:	Übersicht über den Ablauf des Managementprozesses Company 2new:market	57
Abb. 7:	Zentrale Verfahren der Marktselektion	58
Abb. 8:	Marktselektion	59
Abb. 9:	Vorgehensweise bei der Auswahl von Zielmärkten.....	60
Abb. 10:	Eine einfache Checkliste als Hilfestellung bei der Auswahl von Märkten.....	61
Abb. 11:	Das Marktattraktivitäts-Marktrisiko-Portfolio	62
Abb. 12:	Das Marktattraktivitäts-Wettbewerbspositions-Portfolio.....	63
Abb. 13:	Bewertungswürfel zur Auswahl von Ländermärkten.....	64
Abb. 14:	Größenklassen der befragten Unternehmen nach Umsatz.....	71
Abb. 15:	Branchenverteilung der befragten Unternehmen	72
Abb. 16:	Gründe und Motive für das Auslandsengagement	76
Abb. 17:	Gründe und Motive für das Auslandsengagement: Erwartungen erfüllt/nicht erfüllt.....	78
Abb. 18:	Formen des Auslandsengagements – gesamt.....	82
Abb. 19:	Formen des Auslandsengagements: Export	83
Abb. 20:	Formen des Auslandsengagements: Sourcing/Einkauf	83
Abb. 21:	Formen des Auslandsengagements: Repräsentanz/Vertriebsbüro	84
Abb. 22:	Formen des Auslandsengagements: Import	84
Abb. 23:	Formen des Auslandsengagements: Lose Kooperationspartner	85

Abb. 24:	Formen des Auslandsengagements: Tochterunternehmen	85
Abb. 25:	Formen des Auslandsengagements: Forschung & Entwicklung.....	86
Abb. 26:	Formen des Auslandsengagements: Joint Venture/Allianz	86
Abb. 27:	Formen des Auslandsengagements: E-Commerce.....	87
Abb. 28:	Formen des Auslandsengagements: Einkaufsbüro	87
Abb. 29:	Zielregionen für das Auslandsgeschäft.....	90
Abb. 30:	Erfolg nach Zielregionen.....	91
Abb. 31:	Einschätzung der aktuellen Geschäftssituation (Index).....	94
Abb. 32:	Einschätzung der Geschäftsperspektive (Index).....	95
Abb. 33:	Einschätzung der Dynamik der Geschäftsentwicklung	96
Abb. 34:	Vorbereitungszeit für erfolgreiche Vorhaben im Ausland.....	101
Abb. 35:	Vorbereitungszeit für erfolgreiche Vorhaben im Ausland: exportierende Unternehmen	102
Abb. 36:	Vorbereitungszeit für erfolgreiche Vorhaben im Ausland: Tochterunternehmen	102
Abb. 37:	Bevorzugte Methoden der Markterkundung.....	105
Abb. 38:	Anpassung von Gütern/Dienstleistungen an den ausländischen Markt	107
Abb. 39:	Fachliche, methodische und soziale Kompetenz	110
Abb. 40:	Wege der Mitarbeitersuche.....	111
Abb. 41:	Herkunft der rekrutierten Führungskräfte.....	111
Abb. 42:	Herkunft der General Manager bei Tochterunternehmen	113
Abb. 43:	Wichtige Eigenschaften der Führungskräfte – General Manager	115
Abb. 44:	Wichtige Eigenschaften der Führungskräfte – Leiter Finanzen.....	116
Abb. 45:	Wichtige Eigenschaften der Führungskräfte – Leiter Einkauf.....	116
Abb. 46:	Wichtige Eigenschaften der Führungskräfte – Leiter Marketing & Vertrieb.....	117
Abb. 47:	Wichtige Eigenschaften der Führungskräfte – Leiter Produktion.....	117
Abb. 48:	Wichtige Eigenschaften der Führungskräfte – Leiter FuE.....	118
Abb. 49:	Wichtige Eigenschaften der Führungskräfte – Leiter Admin/Personal.....	118
Abb. 50:	Beantragung von Fördermitteln.....	119
Abb. 51:	Einrichtungen, bei denen Fördermittel beantragt wurden	120

Abb. 52:	Unterstützung beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen (Institutionen, Instrumente).....	122
Abb. 53:	Der Unternehmensentwicklungs-Prozess.....	123
Abb. 54:	Ansoff-Matrix	124
Abb. 55:	Höhe der Auslandsinvestitionen der letzten 5 Jahre.....	126
Abb. 56:	Unternehmen, die Auslandsinvestitionen tätigen, nach Wirtschaftszweigen geordnet	127
Abb. 57:	Gründe für das Auslandsengagement (bei Auslandsinvestitionen)	129
Abb. 58:	Produktionsverlagerung ins Ausland (erfolgt/geplant).....	131
Abb. 59:	Gründe für das Auslandsengagement (bei Produktionsverlagerung ins Ausland)	132
Abb. 60:	Zielregionen für Produktionsverlagerung	134
Abb. 61:	Planung von Rückverlagerungen bei Produktion sowie FuE	135
Abb. 62:	Unternehmen mit FuE-Aktivitäten im Ausland – Verlagerung erfolgt bzw. geplant	136
Abb. 63:	Gründe für die Verlagerung von FuE-Aktivitäten ins Ausland (bei FuE-aktiven Unternehmen).....	137
Abb. 64:	Zielregionen für die Verlagerung von FuE-Aktivitäten.....	138
Abb. 65:	Beteiligungen aus dem Ausland in den letzten 5 Jahren	140
Abb. 66:	Beteiligungen aus dem Ausland – Herkunft der Investoren.....	141
Abb. 67:	Erfolg nach Aktivitäten	142
Abb. 68:	Auslandsengagement und Unternehmenserfolg – Unternehmensentwicklung im Inland	144
Abb. 69:	Auslandsengagement und Unternehmenserfolg bei Auslandsinvestitionen – Unternehmensentwicklung im Inland.....	145
Abb. 70:	Auslandsengagement und Unternehmenserfolg bei Auslandsinvestitionen – Unternehmensentwicklung im Ausland.....	146
Abb. 71:	Auslandsengagement und Unternehmenserfolg bei Produktionsverlagerung ins Ausland – Unternehmensentwicklung im Inland.....	147
Abb. 72:	Auslandsengagement und Unternehmenserfolg bei Produktionsverlagerung ins Ausland – Unternehmensentwicklung im Ausland.....	149
Abb. 73:	Grad der Internationalisierung – ausländische Anteile Umsatz, Markt, Produktion, Vorprodukte.....	150
Abb. 74:	Probleme beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen – generelle Probleme	153

Abb. 75:	Probleme beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen – K.-o.-Kriterien.....	155
Abb. 76:	Probleme beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen – große Probleme	157
Abb. 77:	Probleme beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen – häufige Probleme	159
Abb. 78:	Probleme beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen – exportierende Unternehmen	162
Abb. 79:	Probleme beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen – importierende Unternehmen.....	163
Abb. 80:	Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft.....	164
Abb. 81:	IHK-Außenwirtschaftsbarometer: Aktuelle Geschäftsbeziehungen	180
Abb. 82:	IHK-Außenwirtschaftsbarometer: Zukünftige Geschäftsbeziehungen	181
Abb. 83:	Rangfolge der größten Exporteure 2004	192
Abb. 84:	Finanzierungsbeiträge der einzelnen Mitgliedstaaten zum EU-Haushalt 2005.....	193
Abb. 85:	Die wichtigsten Handelspartner der Bundesrepublik Deutschland 2005.....	194
Abb. 86:	Bedeutung der Region „Bisherige EU-15/EFTA“ für die deutschen Unternehmen.....	196
Abb. 87:	Bedeutung der Region „Bisherige EU-15/EFTA“ für die Branchen	197
Abb. 88:	Gründe und Motive für das Engagement in der Region „Bisherige EU-15/EFTA“.....	198
Abb. 89:	Formen des Auslandsengagements: Bisherige EU-15/EFTA	199
Abb. 90:	Erfolg in der Region „Bisherige EU-15/EFTA“	200
Abb. 91:	Einschätzung der Geschäftssituation in der Region „Bisherige EU-15/EFTA“	201
Abb. 92:	Vorbereitungszeit für erfolgreiche Vorhaben in der Region „Bisherige EU-15/EFTA“.....	203
Abb. 93:	Durchschnittliche Vorbereitungszeit für erfolgreiche Exportaktivitäten in der Region „Bisherige EU-15/EFTA“	203
Abb. 94:	Anpassung von Gütern/Dienstleistungen an den Markt „Bisherige EU-15/EFTA“	204
Abb. 95:	Besetzung der Führungspositionen in der Region „Bisherige EU-15/EFTA“	205
Abb. 96:	Probleme beim Aufbau von Geschäftsbeziehungen in der Region „Bisherige EU-15/EFTA“: Top 10.....	206

Abb. 97:	Erfolgsfaktoren in der Region „Bisherige EU-15/EFTA“	207
Abb. 98:	Belgien.....	209
Abb. 99:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Belgien	212
Abb. 100:	Entwicklung des deutsch-belgischen Außenhandels.....	213
Abb. 101:	Dänemark.....	215
Abb. 102:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Dänemark	218
Abb. 103:	Entwicklung des deutsch-dänischen Außenhandels.....	219
Abb. 104:	Finnland.....	221
Abb. 105:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Finnland	225
Abb. 106:	Entwicklung des deutsch-finnischen Außenhandels	227
Abb. 107:	Hauptabnehmerländer Finnlands 2005	227
Abb. 108:	Hauptlieferländer Finnlands 2005.....	228
Abb. 109:	Außenwirtschaftsbarometer Finnland	230
Abb. 110:	Frankreich.....	232
Abb. 111:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Frankreich	235
Abb. 112:	Hauptlieferländer Frankreichs 2005.....	237
Abb. 113:	Hauptabnehmerländer Frankreichs 2005	238
Abb. 114:	Entwicklung des deutsch-französischen Außenhandels	238
Abb. 115:	Außenwirtschaftsbarometer Frankreich.....	240
Abb. 116:	Griechenland.....	243
Abb. 117:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Griechenland	245
Abb. 118:	Entwicklung des deutsch-griechischen Außenhandels.....	247
Abb. 119:	Großbritannien/Vereinigtes Königreich	249
Abb. 120:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Großbritannien	253
Abb. 121:	Entwicklung des deutsch-britischen Außenhandels	255
Abb. 122:	Hauptlieferländer Großbritanniens 2005.....	255
Abb. 123:	Hauptabnehmerländer Großbritanniens 2005	256
Abb. 124:	Außenwirtschaftsbarometer Großbritannien.....	258
Abb. 125:	Italien.....	261
Abb. 126:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Italien	265
Abb. 127:	Hauptlieferländer Italiens 2004.....	267

Abb. 128:	Hauptabnehmerländer Italiens 2004	267
Abb. 129:	Entwicklung des deutsch-italienischen Außenhandels	268
Abb. 130:	Außenwirtschaftsbarometer Italien	269
Abb. 131:	Luxemburg	272
Abb. 132:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Luxemburg	275
Abb. 133:	Niederlande	277
Abb. 134:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in den Niederlanden.....	279
Abb. 135:	Entwicklung des deutsch-niederländischen Außenhandels	281
Abb. 136:	Österreich	283
Abb. 137:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Österreich	285
Abb. 138:	Entwicklung des deutsch-österreichischen Außenhandels	287
Abb. 139:	Schweden	289
Abb. 140:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Schweden.....	293
Abb. 141:	Hauptabnehmerländer Schwedens 2005.....	295
Abb. 142:	Hauptlieferländer Schwedens 2005.....	295
Abb. 143:	Entwicklung des deutsch-schwedischen Außenhandels	296
Abb. 144:	Außenwirtschaftsbarometer Schweden	297
Abb. 145:	Schweiz	300
Abb. 146:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in der Schweiz	302
Abb. 147:	Entwicklung des deutsch-schweizerischen Außenhandels	304
Abb. 148:	Spanien.....	306
Abb. 149:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Spanien	308
Abb. 150:	Entwicklung des deutsch-spanischen Außenhandels.....	310
Abb. 151:	Die neuen EU-Mitgliedstaaten im Vergleich: Wachstum des Bruttoinlandsproduktes 2004	314
Abb. 152:	Handelsbeziehungen Deutschlands 2005	315
Abb. 153:	Bedeutung der Region „Zehn neue EU-Mitgliedstaaten“ für die deutschen Unternehmen	318
Abb. 154:	Bedeutung der Region „Zehn neue EU-Mitgliedstaaten“ für die Branchen.....	319
Abb. 155:	Gründe und Motive für das Engagement in der Region „Zehn neue EU-Mitgliedstaaten“	320

Abb. 156:	Formen des Auslandsengagements: Zehn neue EU-Mitgliedstaaten	322
Abb. 157:	Erfolg in der Region „Zehn neue EU-Mitgliedstaaten“	323
Abb. 158:	Einschätzung der Geschäftssituation in der Region „Zehn neue EU-Mitgliedstaaten“	324
Abb. 159:	Vorbereitungszeit für erfolgreiche Vorhaben in der Region „Zehn neue EU-Mitgliedstaaten“	325
Abb. 160:	Durchschnittliche Vorbereitungszeit für erfolgreiche Exportaktivitäten in der Region „Bisherige EU-15/EFTA“	326
Abb. 161:	Anpassung von Gütern /Dienstleistungen an den Markt „Zehn neue EU-Mitgliedstaaten“	326
Abb. 162:	Besetzung der Führungspositionen in der Region „Zehn neue EU-Mitgliedstaaten“	327
Abb. 163:	Probleme beim Aufbau von Geschäftsbeziehungen in der Region „Zehn neue EU-Mitgliedstaaten“: Top 10.....	328
Abb. 164:	Erfolgsfaktoren in der Region „Zehn neue EU-Mitgliedstaaten“	329
Abb. 165:	Polen	332
Abb. 166:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Polen	336
Abb. 167:	Hauptabnehmerländer Polens 2004	337
Abb. 168:	Hauptlieferländer Polens 2004.....	338
Abb. 169:	Entwicklung des deutsch-polnischen Außenhandels.....	339
Abb. 170:	Außenwirtschaftsbarometer Polen	341
Abb. 171:	Tschechische Republik.....	344
Abb. 172:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Tschechien.....	348
Abb. 173:	Hauptabnehmerländer Tschechiens 2004.....	350
Abb. 174:	Hauptlieferländer Tschechiens 2004	350
Abb. 175:	Entwicklung des deutsch-tschechischen Außenhandels.....	351
Abb. 176:	Außenwirtschaftsbarometer Tschechien	353
Abb. 177:	Ungarn	356
Abb. 178:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Ungarn.....	360
Abb. 179:	Entwicklung des deutsch-ungarischen Außenhandels.....	362
Abb. 180:	Hauptlieferländer Ungarns 2005.....	362
Abb. 181:	Hauptabnehmerländer Ungarns 2005.....	363
Abb. 182:	Außenwirtschaftsbarometer Ungarn	365

Abb. 183:	BIP-Veränderung in der Region im Vergleich	370
Abb. 184:	BIP Osteuropa 2005 im Vergleich (in Mrd. US\$).....	372
Abb. 185:	BIP pro Kopf 2005: Osteuropa im Vergleich.....	372
Abb. 186:	Bedeutung der Region „EU-Bewerberländer, Russland, GUS“ für die deutschen Unternehmen	374
Abb. 187:	Bedeutung der Region „EU-Bewerberländer, Russland, GUS“ für die Branchen.....	375
Abb. 188:	Gründe und Motive für das Engagement in der Region „EU-Bewerberländer, Russland, GUS“	377
Abb. 189:	Formen des Auslandsengagements: EU-Bewerberländer, Russland, GUS	378
Abb. 190:	Erfolg in der Region „EU-Bewerberländer, Russland, GUS“	379
Abb. 191:	Einschätzung der Geschäftssituation in der Region „EU-Bewerberländer, Russland, GUS“	380
Abb. 192:	Vorbereitungszeit für erfolgreiche Vorhaben in der Region „EU-Bewerberländer, Russland, GUS“	381
Abb. 193:	Durchschnittliche Vorbereitungszeit für erfolgreiche Exportaktivitäten in der Region „EU-Bewerberländer, Russland, GUS“	382
Abb. 194:	Anpassung von Gütern/Dienstleistungen an den Markt „EU-Bewerberländer, Russland, GUS“	383
Abb. 195:	Besetzung der Führungspositionen in der Region „EU-Bewerberländer, Russland, GUS“	384
Abb. 196:	Probleme beim Aufbau von Geschäftsbeziehungen in der Region „EU-Bewerberländer, Russland, GUS“: Top 10.....	385
Abb. 197:	Erfolgsfaktoren in der Region „EU-Bewerberländer, Russland, GUS“	386
Abb. 198:	Bulgarien	388
Abb. 199:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Bulgarien	391
Abb. 200:	Entwicklung des deutsch-bulgarischen Außenhandels	392
Abb. 201:	Rumänien	394
Abb. 202:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Rumänien.....	398
Abb. 203:	Entwicklung des deutsch- rumänischen Außenhandels	400
Abb. 204:	Hauptabnehmerländer Rumäniens 2004.....	400
Abb. 205:	Hauptlieferländer Rumäniens 2004.....	401
Abb. 206:	Außenwirtschaftsbarometer Rumänien/Bulgarien.....	403

Abb. 207:	Russland.....	406
Abb. 208:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Russland.....	410
Abb. 209:	Hauptlieferländer Russlands 2005	412
Abb. 210:	Hauptabnehmerländer Russlands 2005	413
Abb. 211:	Entwicklung des deutsch-russischen Außenhandels	413
Abb. 212:	Außenwirtschaftsbarometer Russland.....	415
Abb. 213:	Türkei.....	418
Abb. 214:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in der Türkei.....	422
Abb. 215:	Entwicklung des deutsch-türkischen Außenhandels	424
Abb. 216:	Hauptlieferländer der Türkei 2004.....	425
Abb. 217:	Hauptabnehmerländer der Türkei 2004	425
Abb. 218:	Außenwirtschaftsbarometer Türkei.....	427
Abb. 219:	BIP der Asien-Pazifik-Länder 2005 im Vergleich.....	431
Abb. 220:	BIP-Veränderung in den Ländern der Region „Asien/Pazifik“ im Vergleich.....	432
Abb. 221:	Bedeutung der Region „Asien/Pazifik“ für die deutschen Unternehmen.....	436
Abb. 222:	Bedeutung der Region „Asien/Pazifik“ für die Branchen.....	437
Abb. 223:	Gründe und Motive für das Engagement in der Region „Asien/Pazifik“.....	438
Abb. 224:	Formen des Auslandsengagements: Asien/Pazifik.....	440
Abb. 225:	Erfolg in der Region „Asien/Pazifik“	441
Abb. 226:	Einschätzung der Geschäftssituation in der Region „Asien/Pazifik“	442
Abb. 227:	Vorbereitungszeit für erfolgreiche Vorhaben in der Region „Asien/Pazifik“	443
Abb. 228:	Durchschnittliche Vorbereitungszeit für erfolgreiche Export- aktivitäten in der Region „Asien/Pazifik“.....	444
Abb. 229:	Anpassung von Gütern/Dienstleistungen an den Markt „Asien/Pazifik“.....	445
Abb. 230:	Besetzung der Führungspositionen in der Region „Asien/Pazifik“.....	446
Abb. 231:	Probleme beim Aufbau von Geschäftsbeziehungen in der Region „Asien/Pazifik“: Top 10.....	447
Abb. 232:	Erfolgsfaktoren in der Region „Asien/Pazifik“.....	448
Abb. 233:	Australien.....	451
Abb. 234:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Australien	454

Abb. 235:	Entwicklung des deutsch-australischen Außenhandels.....	455
Abb. 236:	China	457
Abb. 237:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in China	461
Abb. 238:	Entwicklung des deutsch-chinesischen Außenhandels	463
Abb. 239:	Hauptlieferländer Chinas 2004.....	464
Abb. 240:	Hauptabnehmerländer Chinas 2004	464
Abb. 241:	Deutsche Direktinvestitionen in China.....	466
Abb. 242:	Außenwirtschaftsbarometer China	467
Abb. 243:	Indien	470
Abb. 244:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Indien.....	474
Abb. 245:	Entwicklung des deutsch-indischen Außenhandels	476
Abb. 246:	Hauptlieferländer Indiens 2004/2005	477
Abb. 247:	Hauptabnehmerländer Indiens 2004/2005	477
Abb. 248:	Außenwirtschaftsbarometer Indien	479
Abb. 249:	Japan.....	482
Abb. 250:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Japan.....	486
Abb. 251:	Hauptlieferländer Japans 2004	488
Abb. 252:	Hauptabnehmerländer Japans 2004	488
Abb. 253:	Deutsch-japanischer Außenhandel	489
Abb. 254:	Außenwirtschaftsbarometer Japan.....	491
Abb. 255:	Korea.....	494
Abb. 256:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in der Republik Korea.....	496
Abb. 257:	Entwicklung des deutsch-koreanischen Außenhandels	498
Abb. 258:	Bruttoinlandsprodukte im Vergleich.....	500
Abb. 259:	BIP pro Kopf 2005	501
Abb. 260:	Anteile von Deutschland, Japan, China und den USA an den Weltexporten (in %)	502
Abb. 261:	Bedeutung der Region „Nordamerika (USA/Kanada)“ für die deutschen Unternehmen	505
Abb. 262:	Bedeutung der Region „Nordamerika (USA/Kanada)“ für die Branchen	506
Abb. 263:	Gründe und Motive für das Engagement in der Region „Nordamerika (USA/Kanada)“	507

Abb. 264:	Formen des Auslandsengagements: Nordamerika (USA/Kanada).....	509
Abb. 265:	Erfolg in der Region „Nordamerika (USA/Kanada)“	510
Abb. 266:	Einschätzung der Geschäftssituation in der Region „Nordamerika (USA/Kanada)“.....	511
Abb. 267:	Vorbereitungszeit für erfolgreiche Vorhaben in der Region „Nordamerika (USA/Kanada)“	512
Abb. 268:	Durchschnittliche Vorbereitungszeit für erfolgreiche Exportaktivitäten in der Region „Nordamerika (USA/Kanada)“.....	513
Abb. 269:	Anpassung von Gütern/Dienstleistungen an den Markt „Nordamerika (USA/Kanada)“.....	513
Abb. 270:	Besetzung der Führungspositionen in der Region „Nordamerika (USA/Kanada)“.....	514
Abb. 271:	Probleme beim Aufbau von Geschäftsbeziehungen in der Region „Nordamerika (USA/Kanada)“: Top 10.....	516
Abb. 272:	Erfolgsfaktoren in der Region „Nordamerika (USA/Kanada)“.....	517
Abb. 273:	Kanada	519
Abb. 274:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Kanada	523
Abb. 275:	Hauptlieferländer Kanadas 2004.....	525
Abb. 276:	Hauptabnehmerländer Kanadas 2004	526
Abb. 277:	Entwicklung des deutsch- kanadischen Außenhandels	526
Abb. 278:	Außenwirtschaftsbarometer Kanada	528
Abb. 279:	USA	531
Abb. 280:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in den USA.....	535
Abb. 281:	Hauptlieferländer der USA 2004.....	537
Abb. 282:	Hauptabnehmerländer der USA 2004	537
Abb. 283:	Entwicklung des deutsch-amerikanischen Außenhandels.....	538
Abb. 284:	Außenwirtschaftsbarometer USA	540
Abb. 285:	BIP Lateinamerikas 2005 im Vergleich.....	544
Abb. 286:	Veränderung des BIP in der Region im Vergleich.....	545
Abb. 287:	Bedeutung der Region „Lateinamerika“ für die deutschen Unternehmen ...	548
Abb. 288:	Bedeutung der Region „Lateinamerika“ für die Branchen.....	549
Abb. 289:	Gründe und Motive für das Engagement in der Region „Lateinamerika“ ...	551
Abb. 290:	Formen des Auslandsengagements: Lateinamerika	552

Abb. 291:	Erfolg in der Region „Lateinamerika“	553
Abb. 292:	Einschätzung der Geschäftssituation in der Region „Lateinamerika“	554
Abb. 293:	Vorbereitungszeit für erfolgreiche Vorhaben in der Region „Lateinamerika“	555
Abb. 294:	Durchschnittliche Vorbereitungszeit für erfolgreiche Exportaktivitäten in der Region „Lateinamerika“	556
Abb. 295:	Anpassung von Gütern/Dienstleistungen an den Markt „Lateinamerika“	557
Abb. 296:	Besetzung der Führungspositionen in der Region „Lateinamerika“	557
Abb. 297:	Probleme beim Aufbau von Geschäftsbeziehungen in der Region „Lateinamerika“: Top 10	559
Abb. 298:	Erfolgsfaktoren in der Region „Lateinamerika“	560
Abb. 299:	Brasilien	563
Abb. 300:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Brasilien.....	567
Abb. 301:	Hauptlieferländer Brasiliens 2004	569
Abb. 302:	Hauptabnehmerländer Brasiliens 2004.....	569
Abb. 303:	Entwicklung des deutsch-brasilianischen Außenhandels	570
Abb. 304:	Mexiko	574
Abb. 305:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Mexiko	578
Abb. 306:	Hauptlieferländer Mexikos 2004	580
Abb. 307:	Hauptabnehmerländer Mexikos 2004.....	580
Abb. 308:	Entwicklung des deutsch-mexikanischen Außenhandels	581
Abb. 309:	Außenwirtschaftsbarometer Mexiko	583
Abb. 310:	BIP-Veränderung in den Ländern der Region „Afrika“ im Vergleich	588
Abb. 311:	Bedeutung der Region „Afrika“ für die deutschen Unternehmen	591
Abb. 312:	Bedeutung der Region „Afrika“ für die Branchen	592
Abb. 313:	Gründe und Motive für das Engagement in der Region „Afrika“	593
Abb. 314:	Formen des Auslandsengagements: Afrika.....	595
Abb. 315:	Erfolg in der Region „Afrika“	596
Abb. 316:	Einschätzung der Geschäftssituation in der Region „Afrika“	597
Abb. 317:	Vorbereitungszeit für erfolgreiche Vorhaben in der Region „Afrika“	598
Abb. 318:	Durchschnittliche Vorbereitungszeit für erfolgreiche Exportaktivitäten in der Region „Afrika“	598

Abb. 319:	Anpassung von Gütern/Dienstleistungen an den Markt „Afrika“	599
Abb. 320:	Besetzung der Führungspositionen in der Region „Lateinamerika“	600
Abb. 321:	Probleme beim Aufbau von Geschäftsbeziehungen in der Region „Afrika“: Top 10	601
Abb. 322:	Erfolgsfaktoren in der Region „Afrika“	603
Abb. 323:	Südafrika.....	605
Abb. 324:	Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes in Südafrika	608
Abb. 325:	Entwicklung des deutsch-südafrikanischen Außenhandels	609
Abb. 326:	BIP in der MENA-Region 2005 im Vergleich	611
Abb. 327:	BIP pro Kopf 2005.....	612
Abb. 328:	Veränderung des BIP in der MENA-Region	613
Abb. 329:	Einschätzung der Geschäftssituation in „Nah- und Mittelost“	617
Abb. 330:	Grad der Internationalisierung der auslandsaktiven Unternehmen in der Maschinenbauindustrie	625
Abb. 331:	Auslandsengagement und Unternehmenserfolg der Maschinen- bauindustrie	626
Abb. 332:	Gründe und Motive für das Auslandsengagement in der Maschinen- bauindustrie	627
Abb. 333:	Erfolge nach Zielregionen in der Maschinenbauindustrie	628
Abb. 334:	Zielregionen für das Auslandsengagement der Maschinenbauindustrie	629
Abb. 335:	Aktuelle Geschäftssituation und Perspektiven in den Zielländern der Maschinenbauunternehmen, geordnet nach den Top 10 der Perspektiven.....	630
Abb. 336:	Dynamik der Geschäftsentwicklung – Maschinenbauunternehmen, geordnet nach den Top 10 der Perspektiven.....	631
Abb. 337:	Höhe der Auslandsinvestitionen der Maschinenbauindustrie.....	632
Abb. 338:	Erfolge nach Aktivitäten in der Maschinenbauindustrie	633
Abb. 339:	Probleme beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen in der Maschinenbauindustrie	634
Abb. 340:	Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft der Maschinenbauindustrie	635
Abb. 341:	Grad der Internationalisierung der auslandsaktiven Unternehmen der Metallindustrie	639
Abb. 342:	Auslandsengagement und Unternehmenserfolg in der Metallindustrie	640
Abb. 343:	Gründe und Motive für das Auslandsengagement in der Metallindustrie	641

Abb. 344:	Zielregionen für das Auslandsengagement der Metallindustrie.....	642
Abb. 345:	Erfolge nach Zielregionen in der Metallindustrie.....	643
Abb. 346:	Aktuelle Geschäftssituation und Perspektiven in den Zielländern der Metallindustrie, geordnet nach den Top 10 der Perspektiven.....	644
Abb. 347:	Dynamik der Geschäftsentwicklung – Metallindustriunternehmen.....	645
Abb. 348:	Höhe der Auslandsinvestitionen in der Metallindustrie.....	646
Abb. 349:	Erfolge nach Aktivitäten in der Metallindustrie	647
Abb. 350:	Probleme beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen in der Metallindustrie	648
Abb. 351:	Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft für die Metallindustrie	649
Abb. 352:	Grad der Internationalisierung der auslandsaktiven Unternehmen der Chemischen und Kunststoffindustrie	653
Abb. 353:	Auslandsengagement und Unternehmenserfolg in der Chemischen und Kunststoffindustrie	654
Abb. 354:	Gründe und Motive für das Auslandsengagement in der Chemischen und Kunststoffindustrie	655
Abb. 355:	Zielregionen für das Auslandsgeschäft in der Chemischen und Kunststoffindustrie	656
Abb. 356:	Erfolge nach Zielregionen in der Chemischen und Kunststoffindustrie.....	657
Abb. 357:	Aktuelle Geschäftssituation und Perspektiven in den Zielländern der Chemischen und Kunststoffindustrie, geordnet nach den Top 10 der Perspektiven	658
Abb. 358:	Dynamik der Geschäftsentwicklung – Chemische und Kunst- stoffindustrie	659
Abb. 359:	Höhe der Auslandsinvestitionen der Chemischen und Kunst- stoffindustrie	660
Abb. 360:	Erfolge nach Aktivitäten in der Chemischen und Kunststoffindustrie.....	661
Abb. 361:	Probleme beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen in der Chemischen und Kunststoffindustrie	662
Abb. 362:	Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft der Chemischen und Kunststoffindustrie	663
Abb. 363:	Grad der Internationalisierung von auslandsaktiven Unternehmen der Elektroindustrie	666
Abb. 364:	Auslandsengagement und Unternehmenserfolg von Unternehmen der EDV und Elektrotechnik	667

Abb. 365:	Gründe und Motive für das Auslandsengagement bei Unternehmen der EDV und Elektrotechnik.....	669
Abb. 366:	Zielmärkte für das Auslandsengagement bei Unternehmen der EDV und Elektrotechnik.....	670
Abb. 367:	Erfolge nach Zielregionen bei Unternehmen der EDV und Elektrotechnik.....	671
Abb. 368:	Aktuelle Geschäftssituation und Perspektiven in den Zielländern der Unternehmen der EDV und Elektrotechnik, geordnet nach den Top 10 der Perspektive	672
Abb. 369:	Dynamik der Geschäftsentwicklung bei Unternehmen der EDV und Elektrotechnik.....	672
Abb. 370:	Höhe der Auslandsinvestitionen bei Unternehmen der EDV und Elektrotechnik.....	673
Abb. 371:	Erfolge nach Aktivitäten bei Unternehmen der EDV und Elektrotechnik ...	674
Abb. 372:	Probleme beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen bei Unternehmen der EDV und Elektrotechnik	675
Abb. 373:	Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft bei Unternehmen der EDV und Elektrotechnik.....	676
Abb. 374:	Grad der Internationalisierung der auslandsaktiven feinmechanischen und optischen Industrieunternehmen	679
Abb. 375:	Auslandsengagement und Unternehmenserfolg der Branche Feinmechanik, Optik.....	680
Abb. 376:	Gründe und Motive für das Auslandsengagement der Branche Feinmechanik, Optik.....	682
Abb. 377:	Zielregionen für das Auslandsgeschäft der Branche Feinmechanik, Optik	683
Abb. 378:	Erfolge nach Zielregionen der feinmechanischen und optischen Industrie.....	684
Abb. 379:	Aktuelle Geschäftssituation und Perspektiven in den Zielländern der Branche Feinmechanik, Optik, geordnet nach den Top 10 der Perspektiven.....	685
Abb. 380:	Dynamik der Geschäftsentwicklung – Branche Feinmechanik, Optik.....	685
Abb. 381:	Höhe der Investitionen der feinmechanischen und optischen Industrie	686
Abb. 382:	Erfolge nach Aktivitäten der Branche Feinmechanik, Optik.....	687
Abb. 383:	Probleme beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen für die Branche Feinmechanik und Optik.....	688
Abb. 384:	Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft der Branche Feinmechanik, Optik....	689

Abb. 385:	Grad der Internationalisierung des im Ausland aktiven Handels.....	694
Abb. 386:	Auslandsengagement und Unternehmenserfolg im Handel.....	695
Abb. 387:	Gründe und Motive für das Auslandsengagement der Handelsbranche	696
Abb. 388:	Zielregionen für das Auslandsgeschäft der Handelsbranche	697
Abb. 389:	Erfolge nach Zielregionen des Handels.....	698
Abb. 390:	Geschäftssituation in den Zielländern der Handelsbranche, geordnet nach den Top 10 der Perspektiven	699
Abb. 391:	Dynamik der Geschäftsentwicklung – Handelsbranche	700
Abb. 392:	Höhe der Auslandsinvestitionen des Handels.....	701
Abb. 393:	Erfolge nach Aktivitäten der Handelsunternehmen	702
Abb. 394:	Probleme beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen im Handel...	703
Abb. 395:	Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft der Handelsunternehmen	704
Abb. 396:	Grad der Internationalisierung der auslandsaktiven Dienstleistungs- unternehmen.....	709
Abb. 397:	Auslandsengagement und Unternehmenserfolg der Dienstleistungs- branche	710
Abb. 398:	Gründe und Motive für das Auslandsengagement der Dienstleistungs- branche	711
Abb. 399:	Zielregionen für das Auslandsgeschäft in der Dienstleistungsbranche.....	712
Abb. 400:	Erfolge nach Zielregionen in der Dienstleistungsbranche	713
Abb. 401:	Aktuelle Geschäftssituation und Perspektiven in den Zielländern der Dienstleistungsunternehmen, geordnet nach den Top 10 der Perspektiven	714
Abb. 402:	Dynamik der Geschäftsentwicklung – Branche Dienstleistungen.....	715
Abb. 403:	Höhe der Auslandsinvestitionen der Dienstleistungsbranche	716
Abb. 404:	Erfolge nach Aktivitäten in der Dienstleistungsbranche.....	717
Abb. 405:	Probleme beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen in der Dienstleistungsbranche.....	718
Abb. 406:	Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft der Dienstleistungsbranche.....	719

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
ADB	Asian Development Bank, Asiatische Entwicklungsbank
AHK	Deutsche Auslandshandelskammern
ALADI	Organisation zur wirtschaftlichen Integration der lateinamerikanischen Staaten
ANZUS	Australia-New Zealand-United States Security Treaty
APEC	Pazifische Wirtschaftsorganisation
ARF	ASEAN Regional Forum, ein Regionalforum über Sicherheitspolitik der ASEAN (Südostasiatische Staatengemeinschaft)
AU	Afrikanische Union
BdB	Bundesverband deutscher Banken
BDI	Bundesverband der Deutschen Industrie
BENELUX	Belgien, Niederlande und Luxemburg
BGA	Bundesverband des deutschen Groß- und Außenhandels
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BITD	The International Customs Tarifs Bureau
BIZ	Bank für internationalen Zahlungsausgleich
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
BNDS	Entwicklungsbank/Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
BRD	Bundesrepublik Deutschland
BSEC	Schwarzmeer-Wirtschaftskooperation, Organisation of the Black Sea Economic Cooperation
CACO	Zentralasiatische Wirtschaftskooperation
CCC	Zollabkommen über Behälter
CEFTA	Zentraleuropäisches Freihandelsabkommen, Central European Free Trade Agreement

CENCOOP	multinationales Kooperationsprogramm für friedensunterstützende Operationen, Central European Nations' Cooperation in Peace Support
CERN	Europäische Organisation für Kernforschung
Chem.	Chemisch
CIPM	Comité International des Poids et Mesures
d.h.	das heißt
DIE	Deutsches Institut für Entwicklungspolitik
DIHK	Deutscher Industrie- und Handelskammertag
DIW	Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
DK	Internet Society
EAG	Europäische Atomgemeinschaft
EBRD	Internationale Bank für Wiederaufbau und Entwicklung, International Bank for Reconstruction and Development
ECE	Economic Commission for Europe
EDV	Elektronische Datenverarbeitung
EEA	European Environment Agency
EFTA	Europäische Freihandelsvereinigung, European Free Trade Association
EG	Europäische Gemeinschaft
EGKS	Europäische Gemeinschaft für Kohle und Stahl
EhWR	Einheitlicher Wirtschaftsraum von Russland, Weißrussland, Ukraine und Kasachstan (noch in Planung)
ESA	Europäische Raumfahrtorganisation, European Space Agency
ESCAP	Wirtschafts- und Sozialkommission für Asien und den Pazifik
EU	Europäische Wirtschafts- und Währungsunion
EURATOM	Europäischen Atomgemeinschaft
EUREKA	Europäisches Netzwerk für anwendungsorientierte und grenzüberschreitende Forschung
Eurocontrol	Europäische Organisation zur Sicherung der Luftfahrt
Eurostat	Statistisches Amt der Europäischen Gemeinschaften
EUTELSAT	European Telecommunications Satellite Organization
EWG	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
EWU	Europäische Wirtschafts- und Währungsunion

FAO	Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen, Food and Agriculture Organization of the United Nations
FICCI	Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry
FPDA	Fünf-Mächte-Verteidigungsabkommen
FuE	Forschung und Entwicklung
GATT	Allgemeines Zoll- und Handelsabkommen, General Agreement on Tariffs and Trade
GCC	Golf-Kooperationsrat, Gulf Cooperation Council
gg.	gegenüber
GKV	Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie
GUS	Gemeinschaft unabhängiger Staaten
HELCOM	Helsinki Commission, Baltic Marine Environment Protection Commission
HIV	Humanes Immundefizienz-Virus
Hj.	Halbjahr
Hrsg.	Herausgeber
IADB	Inter-American Development Bank
IAEA/ IAEO	International Atomic Energy Agency/Internationale Atomenergieorganisation
IAO	Internationale Arbeitsorganisation
IATA	Dachorganisation internationaler Fluglinienbetreiber
IBRD	Internationale Bank für Wiederaufbau und Entwicklung
IBSFC	International Baltic Sea Fishery Commission
ICAO	International Civil Aviation Organisation, Sonderorganisation der Vereinten Nationen für die Planung des zivilen Luftverkehrs
ICC	Internationaler Strafgerichtshof
ICFTU	Internationaler Bund der Freien Gewerkschaften
ICRM	Internationale Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung
IDA	Internationale Entwicklungsorganisation
i. d. R.	in der Regel
IEA	Internationale Energie-Agentur
IFAD	Internationaler Fonds für Landwirtschaftliche Entwicklung
IFC	Internationale Finanz-Corporation

IfM	Institut für Mittelstandsforschung Bonn
IFRCS	Internationale Föderation der Rotkreuz- und Rothalbmond-Gesellschaften
IHK	Industrie- und Handelskammer
IHO	Internationale Hydrographische Organisation
ILO	Internationale Arbeitsorganisation, International Labour Organization
IMCO	Internationale Seeschiffahrts-Organisation; International Maritime Organization
IMO	International Maritime Organization
Inmarsat	Internationale Maritime Satelliten-Organisation
Intelsat	Internationale Telekommunikations-Satelliten-Organisation
INTERSPUTNIK	Internationale Satellitenorganisation
IOM	International Organization for Migration, Internationale Seeschiffahrts-Organisation
IPU	Interparlamentarische Union
ISO	Internationales Normungsgremium
IT	Informationstechnologie
ITU	Internationale Fernmeldeunion, International Telecommunication Union
IWF/IMF	Internationale Währungsfonds, International Monetary Fund
Jg.	Jahrgang
k. A.	keine Angaben
Kap.	Kapitel
KfW	Kreditanstalt für Wiederaufbau
KSZE	Konferenz für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa
MENA	Middle East and North Africa, Naher und Mittlerer Osten und Nordafrika
MERCOSUR	Gemeinsamer Markt des Südens, Mercado Común del Sur. Die portugiesische Bezeichnung lautet MERCOSUL für Mercado Comum do Sul.
MIGA	Multilateral Investment Guarantee Agency
MOFCOM	Handelsministerium der Volksrepublik, Ministry of Commerce of the People's Republic of China
MPFSEE	multinationale Friedenstruppe für Südosteuropa, Multinational Peace Forces South East Europe
Mrd.	Milliarde
NAFTA	Nordamerikanische Freihandelsabkommen; North American Free Trade

NAM	Bewegung der blockfreien Staaten
NATO	Nordatlantikvertrag-Organisation, North Atlantic Treaty Organisation
NE-Metallwirtschaft	Nicht-Eisen-Metallwirtschaft
NEA	Nuklear-Energie-Agentur
NORAD	Nordamerikanisches Luftverteidigungsabkommen
NSG	Organisation der nuklearen Lieferländer
NVV	Atomwaffensperrvertrag; Treaty on the Non-proliferation of Nuclear Weapons
OAS	Organisation der Amerikanischen Staaten
OAU	Organisation für Afrikanische Einheit, Organisation of African Unity
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, Organisation for Economic Cooperation and Development
OEZE	Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa
OIC	Organisation Islamische Konferenz
OIML	International Organisation of Legal Metrology
OPANAL	Organisation zum Verbot von Kernwaffen in Lateinamerika und Karibik
OPCW	Organisation für das Verbot von Chemiewaffen
OSShD	Organisation for cooperation of railways
OSCE/OSZE	Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa
p	Prognose
p. a.	pro anno, pro Jahr
PCA	Ständiger Schiedshof in Den Haag für die Beilegung internationaler Konflikte
PfP	Partnerschaft für den Frieden, Partnership for Peace
PIF	Pacific Islands Forum
PPP	Public Private Partnership
Qrt.	Quartal
Rep.	Republik
RUS	Russland
s	Schätzung
SAARC	„South Asian Association for Regional Cooperation“, Südasiatische Wirtschaftsgemeinschaft

SADC	Entwicklungsgemeinschaft des südlichen Afrika
SCO	Shanghaier Organisation für Zusammenarbeit
SECI	Stabilitätspakt für Südosteuropa, South East European Cooperation Initiative
SEECF	Südosteuropäischer Kooperationsprozess, South-East European Cooperation Process
SELA	Lateinamerikanisches Wirtschaftssystem
Sparteca	South Pacific Regional Trade and Economic Cooperation Agreement
SPC	Sekretariat der Pazifischen Gemeinschaft
SPECTARIS	Deutscher Industrieverband für optische, medizinische und mechatronische Technologien
St.	Stück
UMTS	Universal Mobile Telecommunications Systems
UN	Vereinte Nationen, United Nations
UNCCD	Übereinkommen der Vereinten Nationen zur Bekämpfung der Wüstenbildung, United Nations Convention to Combat Desertification
UNCTAD	Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung, United Nations Conference on Trade and Development
UNDP	United Nations Development Programme, Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen
UNESCO	Organisation der Vereinten Nationen für Bildung, Wissenschaft und Kultur United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNEP	Umweltprogramm der Vereinten Nationen, United Nations Environment Programme
UNHCR	Der Hohe Flüchtlingskommissar der Vereinten Nationen, United Nations High Commissioner for Refugees
UNICEF	Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen, United Nations International Children's Emergency Fund
UNIDO	United Nations Industrial Development Organization, Organisation der Vereinten Nationen für industrielle Entwicklung
UNITAR	Ausbildungs- und Forschungsinstitut der VN
UNO	United Nations Organisation, Vereinte Nationen
UPOV	Internationaler Verband zum Schutz von Pflanzenzüchtungen
UPU	Weltpostverein, Universal Postal Union
VAE	Vereinigte Arabische Emirate

VCI	Verband der Chemischen Industrie
VDMA	Verband deutscher Maschinen- und Anlagenbau
Vj.	Vorjahr
VN	Vereinte Nationen, United Nations
VR China	Volksrepublik China
WEU	Westeuropäische Union
WFTU	Weltgewerkschaftsbund
WHO	Weltgesundheitsorganisation, World Health Organization
WIPO	World Intellectual Property Organization, Weltorganisation für geistiges Eigentum
WMO	World Meteorological Organization, Spezialorganisation der Vereinten Nationen für Meteorologie, Hydrologie und damit verbundene Geophysik
WPU	World Postal Union
WTO	Welthandelsorganisation, World Trade Organization
ZC	Zangger Komitee zur Nichtverbreitung von Atomwaffen
ZVEI	Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie