
Handel und Wettbewerb auf globalen Märkten

Karl Morasch · Florian Bartholomae

Handel und Wettbewerb auf globalen Märkten

2., aktualisierte und erweiterte Auflage

 Springer Gabler

Karl Morasch
Institut für Ökonomie und Recht der globalen
Wirtschaft
Universität der Bundeswehr München
Neubiberg, Deutschland

Florian Bartholomae
Institut für Ökonomie und Recht der globalen
Wirtschaft
Universität der Bundeswehr München
Neubiberg, Deutschland

ISBN 978-3-658-16043-2
DOI 10.1007/978-3-658-16044-9

ISBN 978-3-658-16044-9 (eBook)

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

Springer Gabler

1. Auflage: erschienen unter dem Titel „Internationale Wirtschaft: Handel und Wettbewerb auf globalen Märkten“, UVK Lucius, 2011

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2011, 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, 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. Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Strasse 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Vorwort zur zweiten Auflage

Für die zweite Auflage wurde der Text komplett durchgesehen, aktualisiert und ergänzt. Insbesondere wurden alle Daten in Kap. 1 auf den aktuellen Stand gebracht, in Kap. 12 ein Abschnitt zu Konsumentenheterogenität angefügt und Kap. 18 erweitert. Zudem haben wir die Struktur etwas überarbeitet, um unsere beabsichtigte Ausrichtung noch besser sichtbar zu machen. Einen Überblick zum Aufbau des Lehrbuchs und Empfehlungen zur Auswahl der Inhalte für verschiedene Hörerkreise finden Sie im folgenden Vorwort zur ersten Auflage.

In der ersten Auflage hatte das Buch den Obertitel „Internationale Wirtschaft“, den wir bei dieser zweiten Auflage bewusst weggelassen haben, um den eigentlichen Fokus des Buches bereits im Titel klarer zum Ausdruck zu bringen. Diese erste Auflage erschien 2011 in der Lehrbuchreihe WISU-Texte bei UVK Lucius. Wir möchten uns an dieser Stelle für die gute Zusammenarbeit bedanken, insbesondere bei Herrn Rainer Berger, der uns bei der Rechteübertragung an Springer unterstützt hat.

Im Laufe der Zeit erreichten uns viele Korrekturen von Studierenden und Kollegen, die geholfen haben, das Buch verständlicher und fehlerfreier zu machen. Insbesondere möchten wir Frau Kirsten Johannemann, M.Sc. danken, die den Text akribisch auf Rechtschreib-, Grammatik- und inhaltliche Fehler durchforstet hat. Selbstverständlich sind wir für die verbliebenen Fehler verantwortlich.

München, im Oktober 2016

Karl Morasch und Florian Bartholomae

Vorwort zur ersten Auflage: Motivation und Überblick

Es existiert eine Vielzahl guter Lehrbücher zum Bereich internationale Wirtschaft. Warum also noch ein Buch zu diesem Thema? Warum sollten Sie als Studierende sich gerade für unser Lehrbuch entscheiden? Was spricht für Sie als Dozent oder Dozentin dafür, diesen Text als Grundlage für Ihre Veranstaltung zu wählen oder es den Studierenden zur Lektüre empfehlen?

Eine zentrale Motivation für die Verfassung dieses Lehrbuchs war für uns die Orientierung an einem nicht rein volkswirtschaftlich orientierten **Leserkreis**: Unser Buch wendet sich nicht nur an Volkswirte, sondern insbesondere auch an Studierende der Betriebswirtschaft in Bachelor-, Master- und MBA-Studiengängen, für die Kenntnisse über Handel und Wettbewerb auf globalen Märkten sehr wichtig sind.

Vor diesem Hintergrund stellen wir den Zusammenhang zwischen Wettbewerbssituation und Außenhandel sowie die Unternehmen als zentrale Akteure im Außenhandel stärker in den Fokus der Analyse. Damit wird auch die enge Beziehung zwischen der volkswirtschaftlichen Analyse internationaler Wirtschaftsbeziehungen und dem betriebswirtschaftlichen Thema des internationalen Managements verdeutlicht.

Die Orientierung an diesem erweiterten Leserkreis bedingt eine im Vergleich zu rein volkswirtschaftlichen Texten weniger formale Darstellung mit vielen Graphiken und Anwendungsbeispielen. Um den Gesamtumfang des Buches in Grenzen zu halten, steht der Erweiterung der Analyse auf Wettbewerbsaspekte und die Unternehmensperspektive eine thematische Beschränkung gegenüber: Wir konzentrieren uns auf die realwirtschaftliche Analyse des Außenhandels und die Handelspolitik und verzichten auf eine Behandlung der Aspekte Währung und internationale Makroökonomik.

Warum haben wir bei einem Lehrbuch zur realen Außenwirtschaft den Aspekt **Wettbewerb** durch die Berücksichtigung im Titel besonders betont? Dies liegt darin begründet, dass sowohl die Erklärung der Handelsstruktur als auch die Gründe für die Vorteilhaftigkeit des Außenhandels sich in Abhängigkeit von der Wettbewerbssituation grundlegend unterscheiden:

- In den klassischen Modellen zur Erklärung des Handels und zur Analyse der Handelspolitik wird vollkommener Wettbewerb unterstellt, also eine Situation mit einer Vielzahl von Wettbewerbern, die ein homogenes Produkt mit konstanten Skalenerträ-

gen herstellen. Unter diesen für die meisten Märkte eher unrealistischen Voraussetzungen wird Handel durch Unterschiede der Länder und daraus resultierende komparative Kostenvorteile bei der Herstellung bestimmter Güter erklärt. Handelspolitische Interventionen führen in diesem Modellrahmen grundsätzlich zu einer Verringerung der Wohlfahrt, es sei denn, ein großes Land verfügt als Ganzes über Marktmacht auf den Weltmärkten. Wird realistischerweise von Mehr-Faktoren-Modellen ausgegangen, so führen Handel und Handelspolitik zu ausgeprägten Verteilungseffekten.

- Werden die Annahmen homogener Produkte und konstanter Skalenerträge aufgehoben, so befinden wir uns in einer Situation mit monopolistischer Konkurrenz. Unter diesen Umständen ist die Aufnahme von Außenhandel auch zwischen vollkommen identischen Volkswirtschaften vorteilhaft, da der größere Absatzmarkt den Zielkonflikt zwischen Realisierung von Skalenerträgen und Gewährleistung einer möglichst großen Produktvielfalt abschwächt. Solange die Volkswirtschaften sich sehr ähnlich sind, treten hier bei Aufnahme von Handel kaum Verteilungseffekte auf.
- Sind Skalenerträge sehr ausgeprägt oder beschränken andere Formen von Markteintrittsbarrieren die Anzahl der Wettbewerber in einem Markt, so stellen die in solchen Märkten realisierbaren (Monopol-)Renten einerseits einen zusätzlichen Anreiz für die Aufnahme von Außenhandel dar und andererseits können durch Handelspolitik Renten ins Inland umgelenkt werden, womit die inländische Wohlfahrt prinzipiell erhöht wird.

Wie haben wir den **Unternehmensblickwinkel** in unserem Lehrbuch konkret berücksichtigt? Wichtig ist dabei zunächst der Ausgangspunkt: Trotz der stärkeren Betonung des Unternehmensaspekts handelt es sich von der Methodik her um ein volkswirtschaftliches Buch, das auf dem aktuellen Stand der realen Außenwirtschaftstheorie argumentiert. Wir behandeln jedoch zum einen die aus Unternehmenssicht besonders interessanten Themen wie ausländische Direktinvestitionen oder Oligopolwettbewerb in globalen Märkten besonders ausführlich. Zum anderen betrachten wir die Ergebnisse der volkswirtschaftlichen Analyse immer wieder aus dem Unternehmensblickwinkel, dem der abschließende fünfte Teil zudem explizit gewidmet ist.

Damit Sie das Buch möglichst gewinnbringend nutzen können, möchten wir nun kurz den **Aufbau** erläutern. Da die einzelnen Teile des Buches aufeinander aufbauen, sollten sie grundsätzlich auch in dieser Reihenfolge behandelt werden. Wir weisen jedoch auf einige volkswirtschaftlich anspruchsvollere Kapitel bzw. Abschnitte hin, die gegebenenfalls auch übersprungen werden können.

- Thema von **Teil I** (Kap. 1 bis 4) ist die wirtschaftliche Bedeutung des Außenhandels. Dabei geht es zunächst darum, zentrale empirische Fakten aufzuzeigen, die die Analyse in den folgenden Teilen des Buches motivieren können. Zudem betrachten wir das Thema Handelskosten, das für Unternehmensentscheidungen sehr wichtig ist, in der Handelstheorie jedoch weitgehend vernachlässigt wird. Die grundlegenden Anreize zur Aufnahme von Außenhandel und die Implikationen für Produzenten und Konsumenten werden zunächst in Kap. 3 mit Hilfe des Angebot-Nachfrage-Diagramms für

einen einzelnen Markt analysiert, bevor diese Aspekte in Kap. 4 in einem allgemeinen Gleichgewichtsmodell genauer betrachtet werden. Da Kap. 4 vertiefte ökonomische Kenntnisse voraussetzt, kann in nicht für Volkswirte ausgelegten Kursen darauf verzichtet werden.

- In **Teil II** (Kap. 5 bis 9) beschäftigen wir uns mit der traditionellen Handelstheorie, die Außenhandel im Kontext vollkommenen Wettbewerbs erklärt und bei der die Länder und Produktionsfaktoren im Mittelpunkt der Analyse stehen. Wir haben diesen Teil als „Länderanalyse“ bezeichnet, da aufgezeigt wird, wie einzelne Länder sich hinsichtlich ihrer Standortfaktoren unterscheiden und wie diese sich auf die komparativen Kosten und damit die Wettbewerbsvorteile der ansässigen Unternehmen auswirken können. Grundlegend für das Verständnis sind dabei die Kap. 5 und 6. In den Kap. 7 bis 9 liefern wir eine detaillierte und vertiefte Darstellung der Konzepte im Kontext der allgemeinen Gleichgewichtstheorie. In einer eher für Betriebswirte ausgerichteten Veranstaltung kann auf eine Behandlung dieser theoretisch etwas anspruchsvolleren Teile auch verzichtet werden.
- **Teil III** (Kap. 10 bis 13) führt dann in die neueren Ansätze zu Handel bei unvollkommenem Wettbewerb ein, bei denen die Unternehmen als Wettbewerber stärker im Fokus stehen. Um die Inhalte auch für Studierende ohne entsprechende Vorkenntnisse in der Monopol- und Oligopoltheorie zugänglich zu machen, beginnt Kap. 10 mit einer Einführung in die für die Außenhandelsmodelle relevanten Aspekte. Während Kap. 11 sich bei der Erklärung des intra-industriellen Handels auf die Grundidee der dahinter stehenden Modellierung beschränkt, geht Kap. 12 stärker in die Tiefe und diskutiert auch die aktuellen Modelle mit heterogenen Firmen und Mehrproduktunternehmen. Prinzipiell kann das anspruchsvollere Kap. 12 analog zu den entsprechenden Kapiteln in Teil II auch übersprungen werden. Da die Analyse mit heterogenen Firmen (Abschn. 12.3) auch in den Kap. 13 und 19 im Zusammenhang mit Direktinvestitionen wieder aufgegriffen wird, sollte jedoch zumindest dieser Abschnitt auf jeden Fall behandelt werden.
- Wie Nationen und internationale Institutionen ihre außenwirtschaftlichen Aktivitäten mittels Handelspolitik beeinflussen können ist Thema von **Teil IV** (Kap. 14 bis 17). Da wir besonders auf Wettbewerbsaspekte eingehen möchten, wird vor allem die Handelspolitik bei Monopol, Oligopol und fragmentierten Produktionsprozessen detailliert behandelt. Kap. 16 enthält zu Beginn eine kurze Einführung in spieltheoretische Konzepte, die für die Analyse strategischer Handelspolitik und des Optimalzolls mit Vergeltung in Kap. 17 die notwendigen Grundlagen schaffen. Etwas anspruchsvoller sind in diesem Teil die Abschn. 16.3 und 16.4 sowie 17.4 und 17.5.
- **Teil V** (Kap. 18 bis 20) nimmt schließlich explizit die Unternehmensperspektive in den Blick, aus der Handel sowohl als Chance als auch als Bedrohung der eigenen Wettbewerbssituation wahrgenommen werden kann. Kap. 18 fasst dabei die aus Unternehmenssicht besonders relevanten Ergebnisse der bisherigen Analyse zusammen. Kap. 19 vertieft dann die Analyse der Direktinvestitionsentscheidung auf Grundlage des Transaktionskostenansatzes. Kap. 20 erläutert schließlich die Tätigkeit globaler In-

termediäre vor dem Hintergrund der Intermediationstheorie und diskutiert, auf welcher Grundlage die Entscheidung über eine globale Wettbewerbsstrategie erfolgen sollte.

Die folgende Tabelle soll zum einen aufzeigen, welche Kapitel für den Kenntnisstand der Studierenden in den jeweiligen Studiengängen am besten geeignet sind und zum anderen Anregung geben, welche Kapitel für Veranstaltungen in den verschiedenen Studienrichtungen genutzt werden können.

Kapitel	VWL	BWL		MBA
	Bachelor	Bachelor	Master	
1	✓	✓	✓	✓
2	✓	2.2	✓	2.2
3	✓	✓	✓	✓
4	✓	—	—	—
5	5.1, 5.2	5.1	5.1, 5.2	5.1
6	✓	6.1	✓	6.1–6.3
7	7.1, 7.2	—	7.1	—
8	✓	—	✓	—
9	9.1, 9.2	9.1.3	9.1.3, 9.2	9.1.3, 9.2
10	✓	10.1	✓	10.1, 10.2
11	✓	✓	✓	✓
12	12.3	12.3	12.3–12.5	12.3–12.5
13	—	13.1	13.1–13.3.1	13.1–13.3.1
14	14.1–14.3	14.1, 14.6	14.1, 14.5, 14.6	14.1, 14.5, 14.6
15	✓	—	15.2	15.2
16	—	—	✓	✓
17	17.1, 17.2, 17.6	17.6	17.2, 17.3, 17.6	17.2, 17.3, 17.6
18	—	✓	✓	✓
19	—	19.1–19.3	✓	✓
20	—	—	✓	✓

Folgende **didaktische Elemente** sollen Sie bei der Erarbeitung des Stoffes unterstützen:

- Zu Beginn jedes Kapitels haben wir in einer grauen Box die zentralen Themen bzw. Fragestellungen des Kapitels stichpunktartig angegeben. Dem steht die Box „Was haben wir gelernt?“ am Ende des Kapitels gegenüber, in der die wesentlichen Ergebnisse

kurz zusammengefasst werden. Im Anschluss daran finden Sie Hinweise zu ergänzender und weiterführender Literatur sowie einige Kontrollfragen und Übungsaufgaben zur weiteren Vertiefung.

- Das Verständnis der ökonomischen Zusammenhänge wird durch zahlreiche Abbildungen und Tabellen erleichtert. Insbesondere in den grundlegenden Kapiteln veranschaulichen wir die Inhalte auch durch Zahlenbeispiele. Die Boxen im Text dienen zum einen der Erläuterung ökonomischer Grundkonzepte und zum anderen liefern sie als Exkurse interessante praktische, empirische oder konzeptionelle Ergänzungen.
- Durch Fettschrift haben wir zum einen wichtige Schlagworte markiert und zum anderen an einigen Stellen versucht, die inhaltliche Struktur des Textes optisch zu unterstützen. Englischsprachige Fachausdrücke haben wir zur besseren Unterscheidung kursiv gesetzt.

Zum Abschluss möchten wir denjenigen danken, die uns bei der Fertigstellung dieses Lehrbuchs unterstützt haben. Dabei ist zuerst Herr Martin Hofmann, M. A. zu nennen, der die Daten für den Empirieteil gesammelt und aufbereitet hat, uns bei der Erstellung des Index zur Seite stand und darüber hinaus Vorarbeiten für Teil I und V geleistet hat. Für die Korrekturarbeit des Manuskripts möchten wir Frau Dr. Beate Sauer und Frau Dipl.-Volkswirtin Gergana Höckmayr danken, die uns geholfen haben, den Text verständlicher und fehlerärmer zu machen.

München, im Juni 2011

Karl Morasch und Florian Bartholomae

Inhaltsverzeichnis

Teil I Außenhandel: Wirtschaftliche Bedeutung und Motivation

1	Ausmaß und Struktur der Globalisierung	3
1.1	Begriffe und Maßgrößen	4
1.2	Entwicklung und Struktur des Welthandels	6
1.2.1	Bedeutung des Welthandels im Zeitablauf	6
1.2.2	Außenwirtschaftsverflechtung im internationalen Vergleich	8
1.2.3	Regionalstruktur des Welthandels	10
1.2.4	Welthandelsstruktur nach Warengruppen	11
1.3	Entwicklung und Struktur des deutschen Außenhandels	13
1.3.1	Deutschlands Außenhandel im Zeitablauf	13
1.3.2	Handelspartner Deutschlands	14
1.3.3	Warenstruktur des deutschen Außenhandels	15
1.4	Struktur und Entwicklung ausländischer Direktinvestitionen	16
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	20
	Datenquellen und Literatur	21
2	Handelskosten und Gravitationsmodell	23
2.1	Bilaterales Handelsvolumen in einer Welt ohne Handelskosten	24
2.2	Transportkosten, Zölle und andere Handelskosten	25
2.2.1	Abgrenzung, Messung und Bedeutung von Handelskosten	26
2.2.2	Politische Handelsbarrieren und Anteil am Welthandel	28
2.2.3	Transportkosten und Unternehmensentscheidungen	30
2.3	Gravitationsmodell	31
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	34
	Ergänzende und weiterführende Literatur	35
3	Vollkommener Wettbewerb und Handelsvorteile	37
3.1	Wohlfahrtsanalyse im Angebot-Nachfrage-Diagramm	38
3.2	Außenhandel im Partialmodell	40

3.3	Handelskosten und Wechselkurs	43
3.4	Außenhandel aus Unternehmensperspektive	46
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	48
	Ergänzende und weiterführende Literatur	49
4	Außenhandel im Allgemeinen Gleichgewicht	51
4.1	Handelsvorteile im Tauschmodell	52
4.2	Handelsvorteile im Produktionsmöglichkeitendiagramm	55
4.3	Gewinner und Verlierer beim Außenhandel	58
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	60
	Ergänzende und weiterführende Literatur	61
Teil II Länderanalyse: Standortfaktoren und komparative Vorteile		
5	Komparative Vorteile durch Technologieunterschiede	65
5.1	Absolute und komparative Kostenvorteile	66
5.2	Annahmen und formale Analyse des Ricardo-Modells	73
5.3	Handelsmuster und Neo-Ricardo-Modell	78
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	83
	Ergänzende und weiterführende Literatur	85
6	Komparative Vorteile durch Faktorausstattungsunterschiede	87
6.1	Faktorausstattung und Faktorintensität	88
6.2	Annahmen des Heckscher-Ohlin-Samuelson-Modells	90
6.3	Relative Faktorausstattung und Handelsmuster	91
6.4	Faktorpreisausgleich	92
6.5	Empirie des HOS-Modells	94
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	96
	Ergänzende und weiterführende Literatur	98
7	Faktorinhalt und Lerner-Diagramm	99
7.1	Güterhandel als indirekter Handel der Faktoren	100
7.2	Das Lerner-Diagramm	101
7.3	Aussagen des HOS-Modells im Lerner-Diagramm	107
7.3.1	Heckscher-Ohlin-Theorem	107
7.3.2	Faktorpreisausgleich und vollständige Spezialisierung	110
7.3.3	Erweiterung: Mehr als zwei Länder und mehr als zwei Güter	111
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	113
	Ergänzende und weiterführende Literatur	113

8	Kurz- und langfristige Verteilungseffekte	115
8.1	Langfristige Verteilungseffekte: Stolper-Samuelson-Theorem	116
8.1.1	Beweis mit Isokostenkurven	116
8.1.2	Beweis im Lerner-Diagramm	119
8.2	Kurzfristige Verteilungseffekte: Spezifische Faktoren	120
8.2.1	Spezifische Faktoren und Wertgrenzprodukt-Diagramm	121
8.2.2	Güterpreisänderung und reale Faktorentlohnungen	123
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	126
	Ergänzende und weiterführende Literatur	127
9	Wachstum und Faktorwanderung	129
9.1	Wachstum der Faktorausstattung	130
9.1.1	Darstellung im Produktionsmöglichkeitendiagramm	131
9.1.2	Beweis des Rybczynski-Theorems im Lerner-Diagramm	132
9.1.3	<i>Terms-of-Trade</i> -Effekte des Wachstums	135
9.1.4	Wachstum im Modell mit sektorspezifischen Faktoren	138
9.2	Faktorwanderung	141
9.3	Wachstum durch technischen Fortschritt	143
9.4	Auswirkung von Wachstum auf das Produktspektrum	145
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	149
	Ergänzende und weiterführende Literatur	150

Teil III Marktanalyse: Unternehmen und Wettbewerb

10	Außenhandel und unvollkommener Wettbewerb	153
10.1	Monopol und Preisdiskriminierung	154
10.1.1	Monopolpreisbildung und Wohlfahrt	154
10.1.2	Nachfrageelastizität und Marktmacht	156
10.1.3	Steigende Skalenerträge und natürliches Monopol	159
10.1.4	Monopolistische Preisdiskriminierung	160
10.2	Oligopolwettbewerb	162
10.2.1	Homogenes Duopol mit Mengenstrategien	163
10.2.2	Cournot-Oligopol mit Kostenheterogenität	166
10.3	Außenhandel bei unvollkommenem Wettbewerb	168
10.3.1	Außenhandel bei inländischem Monopol	168
10.3.2	Dumping als monopolistische Preisdiskriminierung	170
10.3.3	Beidseitiger Handel im homogenen Cournot-Duopol	173
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	177
	Ergänzende und weiterführende Literatur	179

11	Beidseitiger Handel innerhalb einer Branche	181
11.1	Begriff und Messung des intra-industriellen Handels	182
11.2	Intra-industrieller Handel als statistisches Artefakt	185
11.3	Arten des intra-industriellen Handels	187
11.4	Monopolistische Konkurrenz und intra-industrieller Handel	191
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	194
	Ergänzende und weiterführende Literatur	195
12	Produktdifferenzierung, Produktivitätsunterschiede und Handel	197
12.1	Intra-industrieller Handel im allgemeinen Gleichgewicht	198
12.2	Integration von inter- und intra-industriellem Handel	203
12.2.1	Integration differenzierter Produkte in den HOS-Kontext	203
12.2.2	Endogene Wachstumstheorie: Wachstum durch Handel?	205
12.3	Unternehmen mit heterogenen Kosten	207
12.4	Mehrproduktunternehmen	212
12.5	Heterogene Konsumenten	213
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	215
	Ergänzende und weiterführende Literatur	216
13	Direktinvestitionen, Fragmentierung und multinationale Unternehmen	217
13.1	Begriffsklärung und Konzepte	218
13.2	Markterschließung durch horizontale Direktinvestitionen	222
13.2.1	Kostenbetrachtung: Export oder Direktinvestition?	222
13.2.2	Direktinvestitionen bei heterogener Kostenstruktur der Firmen	224
13.2.3	Wirkung von Direktinvestitionen: Kapitalexport und Diffusion technischen Wissens	226
13.3	Fragmentierung, Outsourcing und vertikale Direktinvestitionen	228
13.3.1	Fragmentierung, Outsourcing und Offshoring	228
13.3.2	Fragmentierung und komparativer Vorteil im HOS-Kontext	232
13.3.3	Wirkung von Offshoring auf die Faktorlöhne	234
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	238
	Ergänzende und weiterführende Literatur	239

Teil IV Handelspolitik: Nationen und Institutionen

14	Instrumente und Wirkung der Handelspolitik	243
14.1	Handelspolitische Instrumente	244
14.2	Importzoll bei Wettbewerb	246
14.3	Kontingent bei Wettbewerb	250
14.4	Zoll und Kontingent bei inländischem Monopol	252
14.4.1	Zollwirkung bei inländischem Monopol	253
14.4.2	Kontingent bei inländischem Monopol	254

14.5	Wirkung bei Fragmentierung und Qualitätsdifferenzierung	255
14.6	Handelspolitik und Unternehmen	257
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	258
	Ergänzende und weiterführende Literatur	259
15	Begründung von Protektion	261
15.1	Zoll als zweitbestes Instrument	262
15.1.1	Erhalt bestimmter Produktionszweige	262
15.1.2	Beeinflussung des Konsumverhaltens	263
15.1.3	Zoll als Mittel zur Erzielung von Staatseinnahmen	264
15.1.4	Protektion und nationale Sicherheit	266
15.2	Erziehungszollargument	266
15.3	Zoll beim großen Land: Optimalzolltheorie	269
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	271
	Ergänzende und weiterführende Literatur	273
16	Exportsubvention und strategische Handelspolitik	275
16.1	Spieltheoretische Grundlagen	275
16.1.1	Matrixspiele	276
16.1.2	Sequentielle Spiele	279
16.2	Wirkung einer Exportsubvention: Airbus-Boeing-Beispiel	282
16.3	Strategische Handelspolitik im Oligopolmodell	285
16.4	Unternehmensstrategien statt strategischer Handelspolitik?	288
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	290
	Ergänzende und weiterführende Literatur	291
17	Institutioneller Rahmen der globalen Wirtschaft	293
17.1	Politische Ökonomie der Handelspolitik	294
17.2	GATT/WTO als institutioneller Rahmen der Handelspolitik	296
17.3	Anti-Dumping-Zölle als endogene Protektion	297
17.4	Optimalzoll und Handelskrieg im Tauschkurvendiagramm	301
17.5	Ökonomie des GATT: Reziprozität und Meistbegünstigung	306
17.6	Regionale Integration: Zollunionen und Freihandelszonen	308
17.6.1	Zollunionen und andere Formen verzerrter Integration	308
17.6.2	Auswirkungen verzerrter Integration	309
17.6.3	Empirie: EU, NAFTA und MERCOSUR	312
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	314
	Ergänzende und weiterführende Literatur	315

Teil V Unternehmen: Handel als Chance und Bedrohung

18	Erkenntnisse für die Unternehmenspraxis	319
18.1	Globalisierung aus Sicht der Unternehmen	320
18.2	Produktion und Beschaffung: Nutzung von Kostenvorteilen	324
18.3	Absatzmarkt: Berücksichtigung der Präferenzen	325
18.4	Langfristiger Erfolg: Dynamische Anpassung und Innovation	329
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	332
	Ergänzende und weiterführende Literatur	333
19	Holdup, unvollständige Verträge und multinationale Unternehmen	335
19.1	Transaktionskostenansatz	336
19.2	Holdup-Problem und optimale Organisationsform	338
19.3	OLI-Ansatz und horizontale Direktinvestitionen	341
19.4	Faktorspezifität und Fragmentierungsentscheidung	344
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	348
	Ergänzende und weiterführende Literatur	349
20	Intermediation in globalen Märkten	351
20.1	Intermediationstheorie und globale Intermediäre	352
20.1.1	Schaffung von Märkten und Preissetzung durch Intermediäre	352
20.1.2	Was macht Intermediation vorteilhaft?	354
20.2	Intermediationsstrategien in globalen Märkten	356
20.2.1	Als globaler <i>Match Maker</i> Marktteilnehmer zusammen bringen	356
20.2.2	Als <i>Market Maker</i> einen weltweiten Markt schaffen	357
20.2.3	Quellen globaler Wettbewerbsvorteile für Intermediäre	358
20.3	Implikationen für globale Wettbewerbsstrategien	359
	Kontrollfragen und Übungsaufgaben	362
	Ergänzende und weiterführende Literatur	363
	Sachverzeichnis	365