

# Inhaltsverzeichnis

## Teil I Außenhandel: Wirtschaftliche Bedeutung und Motivation

<b>1</b>	<b>Ausmaß und Struktur der Globalisierung</b>	<b>3</b>
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
<b>2</b>	<b>Handelskosten und Gravitationsmodell</b>	<b>23</b>
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
<b>3</b>	<b>Vollkommener Wettbewerb und Handelsvorteile</b>	<b>37</b>
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
<b>4</b>	<b>Außenhandel im Allgemeinen Gleichgewicht . . . . .</b>	<b>51</b>
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
 <b>Teil II Länderanalyse: Standortfaktoren und komparative Vorteile</b>		
<b>5</b>	<b>Komparative Vorteile durch Technologieunterschiede . . . . .</b>	<b>65</b>
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
<b>6</b>	<b>Komparative Vorteile durch Faktorausstattungsunterschiede . . . . .</b>	<b>87</b>
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
<b>7</b>	<b>Faktorinhalt und Lerner-Diagramm . . . . .</b>	<b>99</b>
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

<b>8</b>	<b>Kurz- und langfristige Verteilungseffekte</b>	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
<b>9</b>	<b>Wachstum und Faktorwanderung</b>	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	Terms-of-Trade-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

<b>10</b>	<b>Außenhandel und unvollkommener Wettbewerb</b>	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

<b>11</b>	<b>Beidseitiger Handel innerhalb einer Branche</b>	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
<b>12</b>	<b>Produktdifferenzierung, Produktivitätsunterschiede und Handel</b>	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
<b>13</b>	<b>Direktinvestitionen, Fragmentierung und multinationale Unternehmen</b>	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**

<b>14</b>	<b>Instrumente und Wirkung der Handelspolitik</b>	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
<b>15</b>	<b>Begründung von Protektion . . . . .</b>	<b>261</b>
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
<b>16</b>	<b>Exportsubvention und strategische Handelspolitik . . . . .</b>	<b>275</b>
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
<b>17</b>	<b>Institutioneller Rahmen der globalen Wirtschaft . . . . .</b>	<b>293</b>
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**

<b>18</b>	<b>Erkenntnisse für die Unternehmenspraxis</b>	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
<b>19</b>	<b>Holdup, unvollständige Verträge und multinationale Unternehmen</b>	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
<b>20</b>	<b>Intermediation in globalen Märkten</b>	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
	<b>Sachverzeichnis</b>	365