

Inhaltsverzeichnis

1.	Zielsetzung und konzeptioneller Hintergrund	9
2.	Anmerkungen zur Untersuchungsmethode	10
3.	Ausgewählte Ergebnisse	12
3.1	Russland	12
3.1.1	Stichprobe	12
3.1.2	Schattenwirtschaftliche Aktivitäten	14
3.1.3	Geschäftsbeziehungen	14
3.1.4	Kreditbeziehungen	17
3.1.5	Intraorganisationale Beziehungen	18
3.1.6	Beziehungen zu Behörden	19
3.2	Estland	20
3.2.1	Stichprobe	20
3.2.2	Schattenwirtschaftliche Aktivitäten	20
3.2.3	Geschäftsbeziehungen	21
3.2.4	Kreditbeziehungen	23
3.2.5	Intraorganisationale Beziehungen	23
3.2.6	Beziehungen zu Behörden	24
3.3	Deutschland	24
3.3.1	Stichprobe	24
3.3.2	Geschäftsbeziehungen	25
3.3.3	Kreditbeziehungen	28
3.3.4	Intraorganisationale Beziehungen	29
3.3.5	Sozioökonomisches Umfeld	30
3.4	Italien.	31
3.4.1	Industriebezirk Prato	31
3.4.2	Intraorganisationale Beziehungen	32
3.4.3	Beziehungen zu bezirksexternen Kunden	32
3.4.4	Beziehungen zwischen <i>final firms</i> und <i>phase firms</i>	33

3.4.5	Institutionelles Umfeld	36
3.5	Großbritannien	37
4.	Schlussfolgerungen	39
	Literaturverzeichnis.	41

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1:	Russische Stichprobe	13
Tabelle 2:	Methoden der Kundengewinnung in Russland	14
Tabelle 3:	Kriterien der russischen Unternehmer für die Wahl der Regelung in Geschäftsbeziehungen.	16
Tabelle 4:	Regelung von Kreditbeziehungen in Russland	18
Tabelle 5:	Verantwortlichkeitsbereiche von Managern in russischen Unternehmen	19
Tabelle 6:	Probleme beim Umgang mit Behörden in Russland . . .	19
Tabelle 7:	Gründe für die Teilnahme der estnischen Unternehmen an schattenwirtschaftlichen Tätigkeiten	21
Tabelle 8:	Methoden der Kundengewinnung der estnischen Unter- nehmen	22
Tabelle 9:	Entscheidungskriterien von estnischen Unternehmen bei neuen Geschäften.	23
Tabelle 10:	Probleme beim Umgang mit Behörden in Estland	24
Tabelle 11:	Kennziffern der Stichprobe für Deutschland	25
Tabelle 12:	Methoden der Kundengewinnung von deutschen Unter- nehmen	26
Tabelle 13:	Regelung von Kunden- und Lieferantenbeziehungen in Deutschland.	27
Tabelle 14:	Kriterien bei der Entscheidung deutscher Unternehmen über die Regelunart.	28
Tabelle 15:	Kreditgeber der Unternehmen in Deutschland.	28
Tabelle 16:	Verantwortlichkeiten der Manager und Einstellungskri- terien für Mitarbeiter bei deutschen Unternehmen . . .	29

Tabelle 17:	Unterstützungsquellen deutscher Unternehmer bei allgemeinen Geschäftsproblemen	30
Tabelle 18:	Kooperative Relationen innerhalb des Unternehmens in Prato	32
Tabelle 19:	Einschätzungen von <i>final firms</i> in Prato bezüglich ihrer bezirksexternen Kunden	33
Tabelle 20:	Wichtigkeit von Faktoren bei der Entwicklung von Vertrauen in Prato	34
Tabelle 21:	Kompetenzvertrauen, Wohlwollensvertrauen und Risiko von Opportunismus in den Beziehungen zwischen <i>final firms</i> und <i>phase firms</i> in Prato	35
Tabelle 22:	Von Unternehmen in Prato in Anspruch genommene Dienstleistungen von Verbänden	37