

Otto-Friedrich-Universität Bamberg
Fakultät für Geistes- und Kulturwissenschaften
Lehrstuhl für Geographie I
HS: Globalisierung als Thema der Wirtschaftsgeographie
Dozent: Prof. Dr. Boris Braun
WS 2007 / 08

„Neuere“ Ansätze der Außenhandelstheorie

Verfasserin:
Ulla Simm
Matrikelnummer: 1438928
Studiengang: LA GS (Geographie, Mathe, Deutsch, Musik)
Semester: 07

Adresse: Heiliggrabstraße 61, 96052 Bamberg
Telefon: 0179-9764498
E-Mail: ulla.simm@web.de

Inhaltsverzeichnis

1. Begründung der Notwendigkeit neuer Ansätze in der Außenhandels- theorie	2
2. „Neuere“ Ansätze zur Erklärung des Außenhandels	3
2.1 Technischer Fortschritt als bestimmender Faktor	3
2.1.1 Theorie der technologischen Lücke (POSNER)	4
2.1.2 Produktlebenszyklustheorie (VERNON)	5
2.2 Skalenvorteile als bestimmender Faktor: Theorie der „economies of scale“	7
2.3 Nachfragestruktur als bestimmender Faktor: Präferenzunterschiede und Produktdifferenzierung	9
2.4 Weitere Erklärungsansätze für intra-industriellen Handel	11
2.4.1 Geographische Distanz	12
2.4.2 Unterschiedliche Produktions- und Nutzungszeiten bei hohen Lagerkosten	12
2.4.3 Eingeschränkte Transparenz	12
2.5 Der staatliche Einfluss als bestimmender Faktor: Strategische Handelspolitik	13
3. Fazit	14
4. Literatur	16
5. Abbildungen	17

1. Begründung der Notwendigkeit neuer Ansätze in der Außenhandelstheorie

Die Frage, warum und in Abhängigkeit welcher Umstände Außenhandel, also „die Grenzen des eigenen Wirtschaftsgebietes überschreitende[r] Warenverkehr, einschl. [...] mit seiner Abwicklung verbundene[r] Maßnahmen bzw. Kosten“ (REINIG 2003 zit. nach NEUMAIR 2006, S. 187) zustande kommt, beschäftigt die Wissenschaft schon seit längerem.

Bereits 1776 formulierte der Schotte Adam Smith seine „Theorie der absoluten Kostenvorteile“. Demnach wird ein Land in einer Zwei-Länder/Zwei-Güterwelt zum Exporteur *des Gutes*, das es absolut kostengünstiger als andere Länder produzieren und somit zu einem niedrigeren Preis als das Ausland anbieten kann. Der Außenhandel hat damit die Funktion, die den Ländern aufgrund von Kostennachteilen jeweils entstehenden Versorgungslücken zu füllen.

Mit der Tatsache, dass Außenhandel auch dann möglich ist, wenn ein Land des Zwei-Länder/Zwei-Gütermodells in der Lage ist, *beide* Güter absolut preiswerter herzustellen als das andere Land (vgl. NEUMAIR 2006, S. 195), beschäftigte sich David Ricardo zu Beginn des 19. Jahrhunderts. Entscheidend waren für ihn nämlich nicht absolute, sondern komparative Kostenvorteile, die sich dann ergeben, wenn „der Faktoraufwand je erzeugter Einheit relativ geringer ist als in anderen Ländern“ (NEUMAIR 2006, S. 195). Auch hier findet aufgrund der -in diesem Fall relativen- Vorteilhaftigkeit eine Spezialisierung der Länder auf jeweils ein Gut statt, wobei der Außenhandel wiederum der Vervollständigung des Angebots in beiden Ländern dient.

Relative Kostendifferenzen zwischen Ländern sind Mitte des 20. Jahrhunderts auch Bestandteil des Faktorproportionstheorems, jedoch führen Heckscher und Ohlin diese nicht wie Ricardo auf Produktivitätsunterschiede, sondern auf Unterschiede in der Ausstattung der Länder mit den Faktoren Kapital und Arbeit zurück. Ein Land wird sich ihrer Ansicht nach auf den Export *des Gutes* konzentrieren, für das der für die Herstellung erforderliche Produktionsfaktor relativ reichlich und daher kostengünstiger vorhanden ist. Demnach kommt es in kapitalreichen Ländern zum Export kapitalintensiver Produkte, während arbeitsintensive Güter importiert werden müssen (vgl. NEUMAIR 2006, S. 198f.).

Diese Annahme wurde jedoch bereits in den 50er Jahren widerlegt, als Leontief durch empirische Überprüfung des Faktorproportionstheorems zu dem Ergebnis kam, dass die kapitalreichen USA mehr arbeits- als kapitalintensive Güter exportierten (vgl. NEUMAIR 2006, S. 199).

Doch nicht nur das sogenannte Leontief-Paradoxon zeigt Diskrepanzen zwischen Modell und Wirklichkeit auf:

Die klassischen und neoklassischen Theorien gehen von einer Spezialisierung unterschiedlicher Länder auf unterschiedliche Güter aufgrund von Vorteilen in Hinblick auf Produktionsbedingungen bzw. Faktorenausstattung aus. Sie können somit keine

Erklärungsansätze für den an Bedeutung zunehmenden Handel zwischen hochentwickelten, sich in Hinblick auf ihre Faktorausstattung sowie die Diversifikation ihrer Produktionsstrukturen stark ähnelnden Industrieländern liefern. Auch der diese Handelsbeziehungen dominierende intra-industrielle Handel, d.h. der gegenseitige Austausch von verwendungsähnlichen bzw. verwendungsgleichen Gütern mit ähnlichen bzw. gleichen Produktionsbedingungen, kann durch die bisher dargestellten Theorien nicht begründet werden (vgl. NEUMAIR 2006, S. 200; ADEBAHR & MAENNIG, S. 88f.).

Abgesehen von einer Vielzahl an „realitätsfremden Prämissen“ (NEUMAIR 2006, S. 200), wie die der fixen Ressourcen- und Faktorausstattung sowie deren vollständige Verwendung, wird ein wesentlicher Nachteil in der Statik der Modelle gesehen: Vor allem die Bedeutung technologischer Entwicklungen und die damit verbundene Abhängigkeit des Wertes eines Unternehmens von Faktoren wie Wissen und Erfahrung, finden in den vorgestellten Erklärungsansätzen noch keine Beachtung (vgl. NEUMAIR 2006, S. 200).

2. „Neuere“ Ansätze zur Erklärung des Außenhandels

Unter Einfluss der modernen betriebswirtschaftlichen Forschung, vor allem im Bereich des Marketings und der betrieblichen Preispolitik, versuchte man ab den 60er Jahren, den neuen Entwicklungen des Außenhandels gerecht zu werden. So entstanden einzelne Ansätze zur prinzipiellen Wirkungsweise sowie zum ungefähren Gewicht weiterer, den Außenhandel beeinflussende Faktoren, die sich jedoch nicht in einer in sich geschlossenen Außenhandelstheorie zusammenfassen lassen (vgl. ADEBAHR & MAENNIG, S. 89; BIRNSTIEL 1982, S. 66).

2.1 Technologischer Fortschritt als bestimmender Faktor

2.1.1 Theorie der technologischen Lücke

Die von den älteren Ansätzen vertretene Annahme, dass Technologien und das damit verbundene Wissen exogen gegeben und somit kostenlos überall gleichzeitig verfügbar sind, wurde 1961 durch den englischen Ökonom Michael V. Posner geschwächt, der auf die zeitliche Verzögerung von industrie-spezifischem Wissen in Hinblick auf dessen Verbreitung hinwies (vgl. APPLEYARD & FIELD 1995, S. 163).

Dadurch können sich Vorteile für *die* Länder ergeben, die sowohl über eine bessere technologische Infrastruktur als auch über das erforderliche Humankapital in Form von „wissenschaftliche[r] und technische[r] Intelligenz [sowie] dynamische[n] und risikobereite[n] Unternehmer[n]“ (BENDER 1999, S. 490f.) verfügen.

Der hierdurch mögliche technische Fortschritt gegenüber Ländern, denen es an entsprechenden Einrichtungen bzw. qualifizierten Fachkräften fehlt, kann sich in drei Formen

äußern: So kann entweder ein Produktionsverfahren verbessert, ein Produkt verändert oder ein neues Produkt eingeführt werden (vgl. ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 94).

Posner unterscheidet zur Erklärung des Außenhandels anhand des technischen Fortschritts die Begriffe „imitation lag“ und „demand lag“.

Die Imitationslücke beschreibt den Zeitraum zwischen dem Markteintritt eines neuen Produktes in einem Land A und dem Zeitpunkt seiner Nachahmung und dem damit verbundenen Produktionsbeginn in einem Land B.

Vorraussetzung der Imitationsprozesse ist jedoch, dass auch im Land B eine Akzeptanz des in Land A entwickelten Produktes gegeben ist. Der Zeitraum zwischen der Einführung eines neuen Produktes in einem Land A und dem Zeitpunkt, zu dem auch im Land B eine Nachfrage nach diesem Produkt einsetzt, wird als Nachfragelücke bezeichnet.

In dem sich anschließenden Zeitraum, der „learning period“, in der sich die Unternehmen in Land B das zur Produktion nötige Wissen und die entsprechenden Technologien aneignen, um auf die einheimische Nachfrage reagieren zu können, hat das Innovatorland A die Möglichkeit, ein Exportmonopol zu errichten.

Hieraus lässt sich die Kravis-Posner-Theorie des „Technological Gap Trade“ ableiten, nach der Außenhandel aufgrund technologischer Lücken stattfindet: Während das Exportland ein technologisches Verfügbarkeitsmonopol besitzt und damit in der Lage ist, einen völlig neuen Markt auszubilden, sind im Importland bestimmte Produkte aufgrund eines technologischen Defizits nicht verfügbar und müssen importiert werden (vgl. NEUMAIR 2006, S. 201f.; BENDER 1999, S. 490; APPELYARD & FIELD 1995, S. 163f.; ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 93ff.).

Abbildung 1 (s. Anhang) veranschaulicht die soeben verwendeten Begrifflichkeiten der Imitations- bzw. Nachfragelücke sowie Lernperiode und stellt durch Produktions- bzw. Exportkurven die entsprechenden Zusammenhänge dar.

Auch wenn die Theorie der technologischen Lücke die empirisch nachweisbare Abhängigkeit der Exportleistungen eines Landes von seinen Aufwendungen für Forschung und Entwicklung (vgl. WILLIAMSON & MILNER 1993, S. 73) und damit den dynamischen Charakter des Außenhandels deutlich machen kann, bleiben manche Fragen offen:

So erklärt die „Theorie der technologischen Lücke“ nicht, wie lange die alleinige Verfügbarkeit über technologische Informationen und das damit verbundene Exportmonopol aufrecht erhalten werden können oder inwiefern sich Außenhandelsbeziehungen durch die internationale Ausbreitung technischen Wissens und die dadurch einsetzenden Imitationsprozesse verändern (vgl. BENDER 1999, S. 491).

2.1.2 Produktlebenszyklustheorie

Antworten auf diese Fragen versucht die 1966 entwickelte „Produktlebenszyklustheorie“ des Amerikaners Raymond Vernon zu geben, die sowohl Erklärungsansätze für Veränderungen der Außenhandelsstrukturen, als auch für die Verlagerung von Produktionsstandorten liefert (vgl. NEUMAIR 2006, S. 203).

Der Grundgedanke dieser Außenhandelstheorie besteht darin, dass jedes Produkt nach seiner Einführung auf dem Markt bestimmte Phasen eines Lebenszyklus durchläuft, die sich hinsichtlich typischer Produktmerkmale sowie Produktions- und Absatzbedingungen unterscheiden:

Während sich in Hinblick auf die Produktionsfunktionen eine Veränderung von hoher Qualifikations- und Kapitalintensität zu hoher Arbeitsintensität vollzieht, kennzeichnen sich die Absatzmärkte im zeitlichen Verlauf durch einen Wandel von Monopol zu steigender Wettbewerbsintensität bzw. von Qualitäts- zu Preiswettbewerb (vgl. BENDER 1999, S. 491).

Eine weitere, die Außenhandel betreibenden Länder betreffende Annahme, besteht darin, dass diese, in Abhängigkeit ihres Entwicklungsniveaus, Unterschiede hinsichtlich ihrer Präferenzstrukturen, Produktionsstrukturen und Faktorausstattungsbedingungen aufweisen. Hierzu zählen die Vorliebe für differenzierte bzw. arbeitszeitsparende Konsumgüter, der Diversifizierungsgrad der Produktionsstrukturen sowie die Ausstattung mit hochqualifizierten, gelernten bzw. ungelernten Arbeitskräften (vgl. BENDER 1999, S. 491).

Des Weiteren berücksichtigt werden müssen Unterschiede in der Mobilität der Faktoren Kapital und Arbeit: Da die Unterschiede der Lohnkosten gegenüber denen der Kapitalkosten international größer sind, kommt es zu einer Ausdifferenzierung der am Außenhandel beteiligten Länder in Hoch- und Niedriglohnländer (vgl. BENDER 1999, S. 492).

Nach Vernon sind Veränderungen der Außenhandelsstrukturen dadurch bedingt, dass jede Ländergruppe in einer bestimmten Phase des Produktzyklus komparative Vorteile besitzt.

Die Innovations- bzw. Einführungsphase, in der ein neues Produkt auf den Markt gebracht wird, kennzeichnet sich durch die hohe Bedeutung, die der Forschung und Entwicklung zukommt. Wie bereits in der „Theorie der technologischen Lücke“ dargestellt, können in dieser Phase des Zyklus die hochentwickelten Länder aufgrund ihrer entsprechenden Faktorausstattung als Innovatoren auftreten.

Nachdem sich Produktion und Konsum aufgrund der vorhandenen inländischen Nachfrage zunächst nur auf das „Ursprungsland“ beschränken, besitzen diese Länder bei einsetzender Nachfrage aus anderen Ländern außerdem das Exportmonopol, welches man durch Marktzutrittsschranken, Größenvorteile und Lerneffekte zu sichern versucht (vgl. NEUMAIR 2006, S. 204; BENDER 1999, S. 492; APPLEYARD & FIELD 1995, S. 164; ADEBAHR & MAENNIG, 1987, S.114f.).

In der Wachstums- bzw. Reifephase des Produktlebenszyklus zeichnet sich ab, welche Produktformen den Präferenzen der Konsumenten am ehesten gerecht werden. Außerdem kann der Produktionsprozess zunehmend vereinfacht und standardisiert werden. Das dadurch geminderte Risiko eines Markteintritts (vgl. NEUMAIR 2006, S. 204), die abnehmende Bedeutung des „bessere[n] technologische[n] Umfeld[s] in den Industrieländern“ (SELL 1991, S. 138) sowie der geringere Bedarf an hochqualifizierten Arbeitskräften, haben mit steigender Nachfrage im Ausland in anderen Industriestaaten, schließlich auch in Schwellen- und Entwicklungsländern einsetzende Imitationsprozesse zur Folge.

Durch die zunehmende Konkurrenz erhalten die Produktionskosten einen höheren Stellenwert. Die zumeist reichliche Ausstattung mit niedrig qualifizierten Arbeitskräften und dem vergleichsweise niedrigen Lohnniveau verschafft vor allem den letztgenannten Ländergruppen hierbei einen wesentlichen Wettbewerbsvorteil gegenüber den Industrieländern (vgl. ADEBAHR & MAENNIG 1987, S.115). Deren Kostennachteile sorgen für ein abnehmendes Export- und Produktionsvolumen in den Ursprungsländern bzw. für die Vergabe von Lizenzen an ausländische Unternehmen sowie Direktinvestitionen in die Niedriglohnländer (vgl. SELL 1991, S. 138).

Nach BENDER (1999, S. 493) ist „die Geschwindigkeit des Abbaus von Monopolrenten der Innovatoren umso höher und die Produktzyklen umso kürzer [...], je häufiger die technologischen Informationen nicht firmenspezifisch, sondern güterspezifisch sind“ und je geringer der Schutz durch entsprechende Patentrechte ausfällt.

Der Prozess der Produktionsverlagerung setzt sich in der Schrumpfungs- bzw. Standardisierungsphase fort. Sowohl Produkt als auch Produktionsverfahren sind mittlerweile vollständig standardisiert und entsprechen dem allgemein zugänglichen technischen Wissen. Da die Innovationsunternehmen mit der Produktion im Hochlohnland nicht mehr konkurrenzfähig sind, während die Niedriglohnländer ihre Marktanteile ausbauen können, wird das ehemalige Exportprodukt zum Importprodukt des „Ursprungslands“. Es kommt zu einem Richtungswechsel der Außenhandelsbeziehungen (vgl. ADEBAHR & MAENNIG 1987, S.115).

Die Verdrängung der Innovatoren vollzieht sich umso früher und rascher „je schärfer die Kostendegression schon bei geringen Produktmengen beginnt, je größer der Binnenmarkt des Imitators ist und je stärker Transportkosten oder andere internationale Handelshemmnisse ins Gewicht fallen“ (BENDER 1999, S. 492).

Da auf diese Weise ein wechselseitiger Ex- und Import von Produkten innerhalb der gleichen Warengruppe, die sich allerdings durch ihren Neuigkeitsgrad unterscheiden, entstehen kann, liefert die „Produktlebenszyklustheorie“ einen Ansatz für die Erklärung des intra-industriellen Handels (vgl. SELL 1991, S. 138).

Abbildung 2 (s. Anhang) zeigt den Verlauf des Produktlebenszyklus unterteilt nach Ländergruppen.

Der zentrale Wert der „Produktlebenszyklustheorie“ liegt darin, dass sie, im Gegensatz zu den statischen klassischen und neoklassischen Außenhandelsmodellen, auf die Dynamik des Außenhandels aufmerksam macht. Der enge Zusammenhang zwischen Exportleistungen eines Landes und dessen Investitionen in die Forschungs- und Entwicklungsarbeit, das Auftreten von ausländischen Imitatoren oder der Wandel der Produktionsbedingungen eines Gutes im Laufe seiner Existenz auf dem Markt, stellen Faktoren dar, die die Vergänglichkeit komparativer Vorteile verdeutlichen.

In der Realität lassen sich für diesen Erklärungsansatz vor allem im Bereich der Textil- und Bekleidungsindustrie, aber auch in der Automobilbranche Beispiele finden, die oben dargestellte Außenhandelsmuster in der Vergangenheit bestätigen (VGL. ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 115f.).

Dennoch schlug Vernon selbst bereits 1979 vor, die „Theorie des Produktlebenszyklus“ abzuändern. In Zeiten multinationaler Unternehmen, die weltweit vertreten sind, könnte ein „neues“ Produkt direkt außerhalb des Hochlohnlandes produziert werden (vgl. APPLEYARD & FIELD, S. 167f.).

Als weitere Gründe, warum die Produktion kapitalintensiver Güter mittlerweile auch in kapitalarmen Ländern angesiedelt ist, werden außerdem Entwicklungsfortschritte in den ehemaligen Entwicklungsländern, die damit in Verbindung stehende Bereitschaft ausländischer Investoren zu Direktinvestitionen oder Kreditgewährung sowie staatliche Fördermaßnahmen gesehen (ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 116f.).

2.2 Skalenvorteile als bestimmender Faktor: Die Theorie der „economies of scale“

Die klassischen und neoklassischen Ansätze zur Erklärung des Außenhandels setzen voraus, dass der Preis pro Produktionseinheit während des gesamten Herstellungszeitraumes konstant bleibt.

Tatsächlich treten jedoch sogenannte Größen- bzw. Skalenvorteile auf, von denen man dann spricht, wenn eine proportionale Erhöhung der Einsatzmengen aller Produktionsfaktoren eine überproportionale Erhöhung der produzierbaren Ausbringungsmenge bei unterproportionaler Erhöhung der Gesamtkosten bewirkt (vgl. NEUMAIR 2006, S. 204f.), d.h. eine Steigerung des Produktionsergebnisses bei sinkenden Durchschnittskosten möglich ist (vgl. SIEBERT 1994, S. 97).

Diese Kostendegression kann sowohl extern bedingt sein, d.h. die Stückkosten sind von der Größe einer Branche abhängig, als auch intern verursacht sein. In letzterem Fall ist die Größe des Unternehmens für die Senkung der Produktionskosten von zentraler Bedeutung.

Erklärt werden die unternehmensintern sinkenden Kosten zum Einen dadurch, dass gewisse Produktionsfaktoren in konstanter Menge verfügbar sind, und sich die durch diesen Faktor verursachten, fixen Kosten auf eine größere Produktmenge verteilen (vgl. LUCKENBACH 2002, S. 81).

Zum anderen spielen Lernkurveneffekte eine Rolle: Skalenvorteile können sich auch aufgrund im Laufe der Zeit gewonnener Erfahrungen über eine effiziente und möglichst fehlerfreie Organisation der Produktion ergeben (vgl. SIEBERT 1994, S. 97).

ADEBAHR und MAENNIG (1987, S. 98f.) führen -in Anlehnung an Grubel und Llyod- als weitere Gründe der Kostensenkung die Anwendung kostensparender Verfahren der Massenproduktion, die Verringerung der Stillstandzeiten der Maschinen, die geringeren Arbeits- und Materialaufwendungen bei der Produktionsumstellung von einem auf das andere Produkt sowie die sinkende Zahl der zu lagernden Teile und Vormaterialien an. Einsparungen finden sich demnach im Bereich der Stillstands-, Umrüst- und Lagerkosten. Auch die Minderung des Organisations- und Verwaltungsaufwands trägt ihren Teil zur Kostendegression bei.

Für Unternehmen, die von den „economies of scale“ profitieren wollen, ist es demnach von Vorteil „ihre Produktion auszuweiten und einen größeren Markt zu bedienen“ (LUCKENBACH 2002, S. 81).

Die Erhöhung des Absatzvolumens kann zum Einen durch die Verdrängung der Konkurrenz, durch die Vergrößerung des Unternehmens über Unternehmenszusammenschlüsse oder das Eindringen in ausländische Absatzmärkte erreicht werden.

Da es Skaleneffekte jedoch weder einem einzelnen Unternehmen noch einem Land ermöglichen, die ganze Produktpalette selbst herzustellen (vgl. KRUGMANN & OBSTFELD 2006, S. 178), kommt es vorwiegend zu einer Bereinigung des Sortiments (vgl. ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 99): Durch die Konzentration auf die Produktion einer geringeren Anzahl verschiedener Güter, kann ein Unternehmen diese in größeren Mengen herstellen und somit von den „economies of scale“ profitieren.

Nach ADEBAHR und MAENNIG (1987, S. 99) kann der durch die Erhöhung der Produktivität erlangte Wettbewerbsvorsprung Exporte ermöglichen, während die Übernahme der durch Spezialisierung „freigewordenen“ Marktanteile durch ausländische Anbieter Importe initiieren kann.

Kosteneinsparungen aufgrund von Skalen- bzw. Größeneffekten haben also im Wesentlichen eine Spezialisierung eines Unternehmens bzw. eines Landes auf verschiedene Produkte bzw. Produktvarianten zur Folge, wobei der Außenhandel dem Ausgleich ungleicher Güterbestände dient.

Die Eingliederung in den internationalen Handel ermöglicht somit eine größere Produktvielfalt zu niedrigeren Preisen (vgl. BENDER 1999, S. 490).

Die Theorie der „economies of scale“ kann sowohl als Erklärungsansatz für inter-industriellen als auch intra-industriellen Handel herangezogen werden, und findet sich in weiteren Ansätzen, wie dem der Produktdifferenzierung, wieder.

Dennoch lässt der Ansatz Antworten auf die Frage vermissen, welches Land sich aus welchen Gründen auf welche Güter spezialisiert.

Auch die Möglichkeit von Größennachteilen aufgrund steigender Informations- und Kontrollkosten bleibt unerwähnt.

Die tatsächliche Bedeutung von Größenvorteilen wird von Unternehmerseite außerdem häufig weit überschätzt. Empirische Untersuchungen im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen zeigten, dass die Durchschnittskosten durch die Fusionen nur selten gesenkt werden konnten (vgl. NEUMAIR 2006, S. 205f.).

2.3 Die Nachfragestruktur als bestimmender Faktor: Präferenzunterschiede und Produktdifferenzierung

Häufig ist zu beobachten, dass bestimmte Ausprägungen eines Produkts anderen Ausprägungen vorgezogen werden (vgl. LUCKENBACH 2002, S. 91).

Die Unterschiede zwischen den Produkten können sowohl bestimmte physikalische oder funktionelle Eigenschaften, wie das verwendete Material oder die technische Ausstattung, als auch ästhetische Aspekte, wie die Form, die Farbe oder das Design betreffen. Auch unterschiedliche symbolische Eigenschaften, wie der Markenname, oder unterschiedliche Zusatzleistungen, z.B. das Angebot eines Kunden- oder Beratungsdienstes, können der Grund für die bewusste Entscheidung für eine bestimmte Produktvariante sein (vgl. NEUMAIR 2006, S. 206f.).

Mit wachsendem Wohlstand scheinen Kaufentscheidungen zunehmend von Preisüberlegungen losgelöst zu sein (vgl. NEUMAIR 2006, S. 207). Stattdessen gewinnt der subjektive Produktnutzen, also die Berücksichtigung des individuellen Geschmacks sowie persönlicher Vor- und Einstellungen an Bedeutung (vgl. ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 106).

Während sich in Ländern mit einem niedrigeren Durchschnittseinkommen Präferenzen für einfachere Konsumgütersortimente mit geringem Diversifikationsgrad zeigen, fällt in Industrieländern mit hohem Pro-Kopf-Einkommen daher vor allem eine relativ ausgeprägte Vorliebe für Produktvielfalt auf (vgl. BENDER 1999, S. 490).

Um diesen Bedürfnissen gerecht zu werden, reagiert die Anbieterseite mit Produktdifferenzierung, d.h. sie versucht das Produkt in mehreren Ausprägungen anzubieten. Hierbei kann zwischen einer horizontalen und einer vertikalen Produktdifferenzierung unterschieden werden.

Von einer horizontalen Produktdifferenzierung spricht man dann, wenn die unterschiedlichen Ausprägungen eines Produkts keine qualitativen Unterschiede aufweisen. Sie betreffen in erster Hinsicht die Äußerlichkeiten, wie etwa Form, Farbe oder Stil, und sind somit Ausdruck des ästhetischen Empfindens der Käufer.

Unterschiede, die sich „messbar und fühlbar auf die Gebrauchseigenschaften des jeweiligen Gutes auswirken“ (ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 103), also Qualitätsunterschiede, bestimmen die vertikale Produktdifferenzierung. Hierbei sind es Kriterien wie Lebensdauer und Haltbarkeit, Bedienungskomfort bzw. Handlichkeit, oder eine bessere Funktionsfähigkeit, die die Entscheidung für ein Produkt beeinflussen. Die vertikale Produktdifferenzierung dient vor allem der Befriedigung der Konsumenten, die sich durch differierende Einkommenshöhen unterscheiden (vgl. LUCKENBACH 2002, S. 91; ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 103).

Produktdifferenzierung kann sich dann auf den Handel auswirken, wenn sich eine Produktvariante möglichst deutlich von der Konkurrenz abhebt, somit einen Teilmarkt mit geringerer Konkurrenz und damit größerem Handlungsspielraum darstellt (vgl. ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 102). Wie bereits in anderen Ansätzen angesprochen, besteht hierdurch die Möglichkeit, eine exportmonopolartige Stellung einzunehmen.

Der schwedische Volkswirt und Politiker Staffan B. Linder betont in seiner, auf Industriegüter beschränkten „Nachfragestrukturhypothese“ 1961, dass für die Auswahl potentiell exportfähiger Güter die Inlandsnachfrage von zentraler Bedeutung ist (vgl. NEUMAIR 2006, S. 207).

Ist diese in Bezug auf ein Produkt besonders groß, können aufgrund des entsprechenden Absatzvolumens Skalenvorteile erzielt werden, was wiederum die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit auch im Ausland ermöglicht (vgl. NEUMAIR 2006, S. 207). Als Exportgüter kommen demnach also nur *die* Produkte eines Landes in Frage, für die bereits ein Binnenmarkt besteht (vgl. LUCKENBACH 2002, S. 92).

Nach Linder ist für das Zustandekommen von Außenhandelsbeziehungen zwischen Ländern die „überlappende Nachfrage“ von Bedeutung. Als Importländer kommen demnach *die* Länder in Betracht, die eine den Exportländern ähnliche Nachfragestruktur aufweisen. Da diese wiederum ein Ausdruck des durchschnittlichen Einkommens ist, lässt sich nachvollziehen, warum das bilaterale Außenhandelsvolumen zweier Länder umso größer ist, je stärker sich das Pro-Kopf-Einkommen dieser Länder ähnelt (vgl. SELL 1991, S. 138).

Durch die bereits oben dargestellte Ausbildung von Teilmärkten, deren Güter verwendungsgleich- oder ähnlich sind, und möglicherweise nur geringe Unterschiede aufweisen, ist die Entstehung eines intra-industriellen Handels möglich.

ADEBAHR UND MAENNIG (1987, S. 106) weisen darauf hin, dass der intra-industrielle Außenhandel zwischen Ländern auch dadurch bedingt sein kann, dass mit einer

zunehmenden Auffächerung der individuellen Präferenzen nationale Verbrauchsgewohnheiten mehr und mehr in den Hintergrund treten. Verstärkt wird diese internationale Angleichung der Präferenzen durch engere politische, wirtschaftliche und kulturelle Beziehungen sowie verbesserte Kommunikationsmöglichkeiten. Dennoch bleiben gewisse Spezialisierungsstrukturen aufgrund von Inlandsvorteilen erhalten, und Richtung und Umfang der Außenhandelsentwicklungen werden maßgeblich von den aufgrund nationaler Präferenzen entstandenen Produktionsstrukturen bestimmt (vgl. ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 106f.).

Manchmal kann aber auch gerade der „internationale Flair“ als zusätzlicher Kaufanreiz bei ausländischen Produkten wirksam werden (vgl. SELL 1991, S. 137).

Eine empirische Überprüfung des Ansatzes gestaltete sich in der Vergangenheit als schwierig, da Länder mit ähnlichem Pro-Kopf-Einkommen, wie es z.B. in Westeuropa der Fall ist, häufig auch beieinander liegen, und ein intensiver Handel somit auch der Ausdruck niedriger Transportkosten oder kultureller Ähnlichkeit sein kann (SELL 1991, S. 138).

Obwohl sich Beispiele, wie das der skandinavischen Möbel, die sowohl auf dem Binnenmarkt, als auch über die skandinavischen Grenzen hinaus Absatz finden, nennen lassen, wird die komplexe Wahrheit von diesem Erklärungsmuster nur teilweise abgedeckt (vgl. ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 107).

In der Literatur werden Präferenzen weiterhin auch von der Angebotsseite her betrachtet, da sie nach Meinung mancher Autoren bei den Konsumenten bewusst herbeigeführt werden können. Die Entwicklung und Durchsetzung neuer Produktvarianten ist damit nicht mehr von nationalen Käuferpräferenzen, sondern von unternehmerischer Findigkeit und Risikobereitschaft abhängig (vgl. NEUMAIR 2006, S. 206; ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 107). Weiterhin sind Stil- und Geschmacksaspekte, die für die horizontale Produktdifferenzierung ausschlaggebend sind, in einem großen Bereich der Nicht-Konsumgüter von untergeordneter Bedeutung (vgl. ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 108).

Nicht außer Acht zu lassen ist heutzutage ferner, dass mit dem Wachstum des internationalen Handels und des Kommunikationswesens, bewusste Reaktionen auf den ausländischen Markt und dessen Nachfrage wesentlich einfacher sind (vgl. WILLIAMSON & MILNER 1993, S. 77f.).

2.4 Weitere Erklärungsansätze für den intra-industriellen Handel

Im Folgenden sollen weitere Ansätze skizziert werden, die versuchen, den Handel mit Gütern, die sich in Hinblick auf ihre Produktionsbedingungen und Verwendung stark ähneln bzw. homogen sind, zu erklären.

2.4.1 Geographische Distanz

Der Ansatz der geographischen Distanz berücksichtigt die von den klassischen und neoklassischen Theorien ausgeklammerten Transportkosten als einen, den Außenhandel bedingenden Faktor. Dieser ist vor allem bei Massengütern, wie Kohle, Kies oder Sand von Bedeutung, deren Wert pro Gewichtseinheit relativ gering ist. Werden Transportkosten in die Kaufentscheidung miteinbezogen, kann es zu sogenanntem Grenzhandel kommen, wenn ein in Grenznähe gelegener ausländischer Produzent, inländische Abnehmer preisgünstiger beliefern kann als weiter entfernt gelegene inländische Produzenten (vgl. ADEBAHR UND MAENNIG 1987, S. 90).

Da jedoch eine strikte Standortgebundenheit der Produktion nur bei wenigen Gütern gegeben ist, macht der Grenzhandel nur einen geringen Teil des Austauschhandels mit homogenen Gütern aus.

2.4.2 Unterschiedliche Produktions- oder Nutzungszeiten bei hohen Lagerkosten

Unterschiedliche Produktionszeiten betreffen vor allem pflanzliche Agrarprodukte, die aufgrund der klimatischen Bedingungen, innerhalb eines Jahres nur in einem bestimmten Zeitraum geerntet werden können. Die Möglichkeit zu Handelsbeziehungen besteht dann, wenn die Erntezeiträume in unterschiedlichen Ländern zeitlich verschoben sind und Exporte bzw. Importe es möglich machen, den Angebotszeitraum zu verlängern.

Auch diese, als saisonaler Außenhandel bezeichnete Form, stellt nur einen geringen Teil des Gesamthandels dar (vgl. ADEBAHR UND MAENNIG 1987, S. 90f.).

Auch Unterschiede in der Konjunkturentwicklung können nach ADEBAHR UND MAENNIG (1987, S. 91) den Ausschlag für die Aufnahme von Handelsbeziehungen geben. Voraussetzung dafür ist ein Rückgang der Inlandsnachfrage bei gleichzeitig steigender Nachfrage im Ausland, die durch den Binnenmarkt nicht mehr abgedeckt werden kann.

2.4.3 Eingeschränkte Transparenz

Neben den Transportkosten finden auch Informationskosten in den klassischen und neoklassischen Modellen keine Beachtung. Sie gehen damit von einer vollständigen Transparenz des Marktes aus.

Doch vor allem dann, wenn der Nutzen der Information diese Informationskosten nicht decken kann, wird die Erlangung und Erhaltung einer völligen Marktübersicht aufgegeben.

Der somit individuell unterschiedliche Informationsstand kann auch bei gleichen Gütern zu unterschiedlichen Kaufentscheidungen führen: „So können z.B. inländische Nachfrager die teureren Auslandswaren kaufen (Import), während besser informierte Ausländer das preisgünstigere Inlandsprodukt wahrnehmen (Export)“ (ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 92).

Auch wenn die Markttransparenz für einen Großteil der international gehandelten Güter, bedingt durch die Verbesserung im Kommunikationswesen, hoch und die Informationskosten somit verhältnismäßig gering sind, lassen sich mit den internationalen Dienstleistungsmärkten, wie dem Transport- und Speditionswesen oder dem Zahlungs- und Kreditverkehr, Ausnahme anführen, für die dieser Ansatz von Relevanz sein kann (vgl. ADEBAHR & MAENNIG 1987, S. 92f.).

2.5 Der staatliche Einfluss als bestimmender Faktor: Strategische Handelspolitik

Im Zusammenhang mit dem technischen Fortschritt, wurde mit den Patentrechten bereits aufgezeigt, dass auch die Rolle des Staates für den Außenhandel entscheidend sein kann.

Unter strategischer Handelspolitik versteht man den „Einsatz protektionistischer Instrumente mit dem Ziel, auf international umkämpften Märkten unvollständiger Konkurrenz Marktanteile zugunsten einer inländischen Unternehmung zu verschieben oder den Markteintritt einer heimischen Firma zu fördern“ (BENDER 1999, S. 509).

Durch gezielte industriepolitische Maßnahmen, im Wesentlichen durch Forschungs- und Exportsubventionen, versucht die Regierung die internationale Wettbewerbsfähigkeit bestimmter Branchen zu fördern bzw. zu initiieren (vgl. NEUMAIR 2006, S. 208). Dabei handelt es sich vorwiegend um Branchen im Bereich der Hochtechnologie, wie der Luft- und Raumfahrttechnik oder der Mikroelektronik.

Da diese Industriezweige stark vom Innovationswettbewerb geprägt sind, kennzeichnen sich ihre Produktionsprozesse durch eine hohe Humankapitalintensität, hohe Aufwendungen für Forschung und Entwicklung, und damit auch durch hohe Fixkosten.

Hinzu kommen die Vorsprungsgewinne von bereits auf dem Markt etablierten Konkurrenten aufgrund von Skaleneffekten sowie dem bereits erworbenen technischen Wissen, die den Marktzugang für potentielle Neuanbieter erschweren (vgl. BENDER 1999, S. 509). Hier kann der Staat verstärkt durch Forschungszuschüsse fördernd eingreifen.

Bereits etablierte Firmen verfügen zwar über monopolistische Spielräume, deren Aufrechterhaltung ist allerdings abhängig davon, ob über den Grenz- und Durchschnittskosten liegende Marktpreise durchgesetzt werden können (vgl. BENDER 1999, S. 509). Um dies zu sichern, subventioniert der Staat Exporte, leistet also in Abhängigkeit einer gewissen Menge oder eines Wertes Zahlungen an Unternehmen oder Einzelpersonen, die ein Gut ins Ausland liefern (vgl. KRUGMANN & OBSTFELD 2006, S. 252).

Die von einer strategischen Handelspolitik im Wesentlichen verfolgten Ziele lassen sich auch unter den Begriffen „rent creation“ und „rent shifting“ zusammenfassen:

Zum Einen versucht der Staat durch die eben vorgestellten Maßnahmen, eine monopolartige Position inländischer Unternehmen zu sichern („rent creation“), zum anderen sollen beim „rent shifting“ durch Schwächung der Position eines ausländischen Unternehmens dessen

Monopolgewinne zugunsten eines inländischen Unternehmens umgelenkt werden (vgl. NEUMAIR 2006, S. 209).

Aufgrund der fehlenden Berücksichtigung verschiedener Sachverhalte, gilt die ökonomische Wirksamkeit der strategischen Handelspolitik jedoch als äußerst umstritten (vgl. NEUMAIR 2006, S. 209f.):

Da Unternehmen häufig nicht vollständig im Inlandsbesitz sind, ist es möglich, dass auch ausländische Kapitaleigner von den unterstützenden Maßnahmen profitieren.

Aufgrund der hohen internationalen Mobilität des technologischen Wissens, sind der staatlichen Förderung hinsichtlich der Forschungs- und Entwicklungsarbeit von Unternehmen weiterhin relativ enge Grenzen gesetzt.

Neben der Gefahr, dass mit staatlichen Fördermitteln verschwenderisch umgegangen werden könnte, wird betont, dass staatliche Fördermaßnahmen eine durchaus kontraktive Wirkung haben können, da sie durch erhöhte Preise oder Abgaben im Inland getragen werden.

Des Weiteren wird befürchtet, dass Gegenmaßnahmen des Auslands in Form von eigenen Schutz- und Fördermaßnahmen, zu Handelskonflikten führen könnten, und somit die Vorteile der internationalen Arbeitsteilung gefährdet wären.

Ein eher organisatorisches Problem stellt die Auswahl der förderungswürdigen, zukunftsweisenden Industrien dar – eine Entscheidung für die keine objektiven Informationsquellen existieren.

3. Fazit

Auch wenn sich an den hier vorgestellten Ansätzen aufgrund ihres modellhaften Charakters und ihres Alters von bis zu 50 Jahren durchaus Kritik äußern lässt, gelingt es ihnen bereits weitaus besser als den klassischen und neoklassischen Theorien die Wirklichkeit abzubilden:

Hier können beispielhaft die Betonung des technischen Fortschritts, die Berücksichtigung von Transport- und Informationskosten, die Orientierung an der Nachfrage oder das Aufzeigen des „Staffellaufs komparativer Vorteile“ durch die Produktlebenszyklustheorie genannt werden.

Wesentlich stärker als bei den älteren Ansätzen wird der dynamische Charakter des Außenhandels deutlich.

Auch die Frage nach dem Zustandekommen des an Bedeutung gewinnenden Handels zwischen ähnlich ausgestatteten Ländern mit ähnlich oder gar identischen Gütern, kann beantwortet werden.

Weiterhin wird das Spektrum an auf den Außenhandel einwirkenden Faktoren vergrößert, so dass die wenn auch nicht mehr ganz so neuen Ansätze, eine bereichernde Erweiterung der klassischen und neoklassischen Erklärungsversuche darstellen.

4. Literatur

- o ADEBAHR, H. & W. MAENNIG (1987): *Außenhandel und Weltwirtschaft. Außenhandel Band II*. Berlin: Duncker und Humblot.
- o APPLEYARD, D.R. & A.J. FIELD (1995²): *International Economics*. Chicago: Richard D. Irwin, INC..
- o BENDER, D. (1999⁷): Außenhandel. In: Bender, D., Berg, H. et al. (Hrsg.): *Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik. Band 1*. München: Verlag Franz Vahlen, S. 455-518.
- o BIRNSTIEL, E. (1982): *Theorie und Politik des Außenhandels*. Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz: Verlag W. Kohlhammer.
- o NEUMAIR, S.-M. (2006): Theorie des Außenhandels. In: Haas, H.-D. & S.-M. Neumair, Hrsg.: *Internationale Wirtschaft. Rahmenbedingungen, Akteure, räumliche Prozesse*. München: Oldenbourg Verlag, S. 187-213.
- o KRUGMANN, P.R. & M. OBSTFELD (2006⁷): *Internationale Wirtschaft. Theorie und Politik der Außenwirtschaft*. München: Pearson Studium.
- o LUCKENBACH, H. (2002): *Volkswirtschaftslehre im Überblick. Band 4: Internationale Wirtschaftsbeziehungen*. München: Vahlen Verlag.
- o SELL, A. (1991): *Einführung in die internationalen Wirtschaftsbeziehungen*. Berlin, New York: Walter de Gruyter.
- o SIEBERT, H. (1994⁶): *Außenwirtschaft*. Stuttgart, Jena: Gustav Fischer Verlag.
- o WILLIAMSON, J. & C. MILNER (1993²): *The World Economy. A Textbook in International Economics*. New York: Harvester Wheatsheaf.

5. Abbildungen

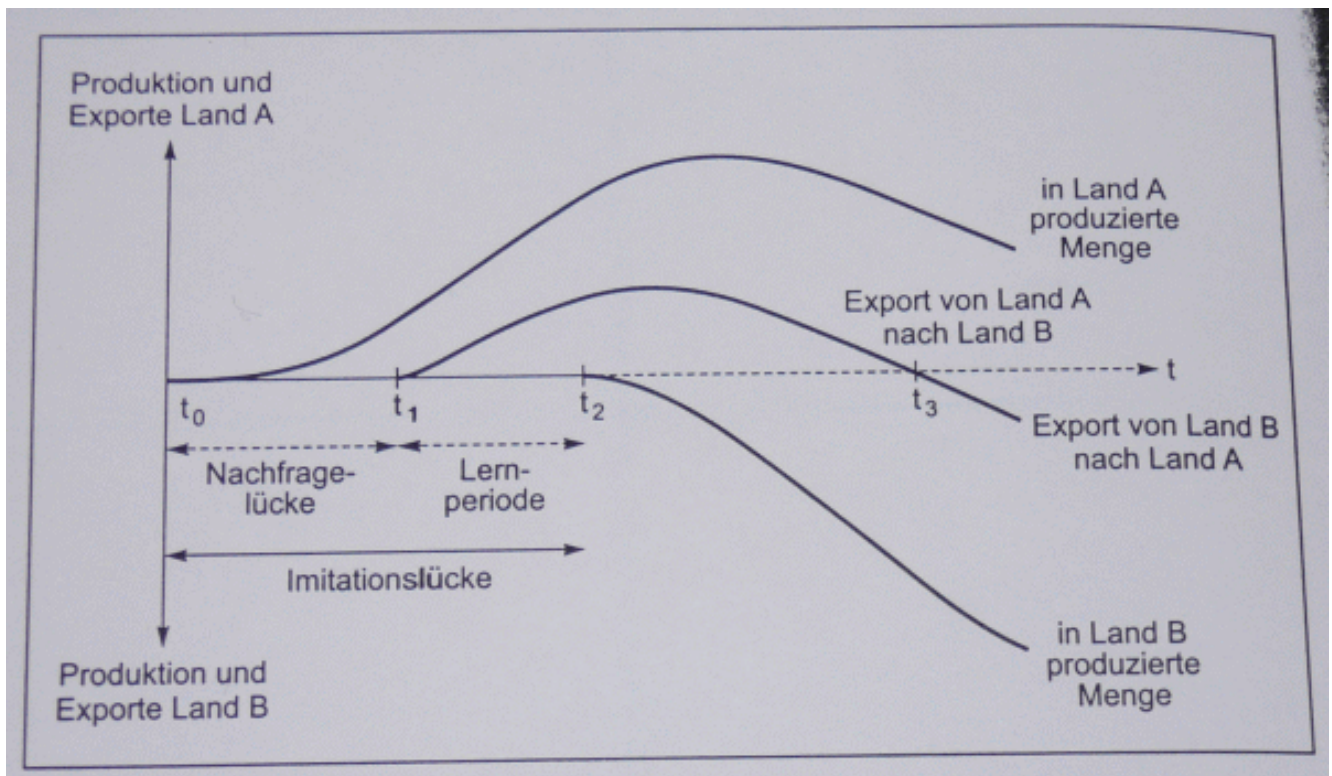


Abbildung 1: Theorie der technologischen Lücke

Quelle: Neumair 2006, 202

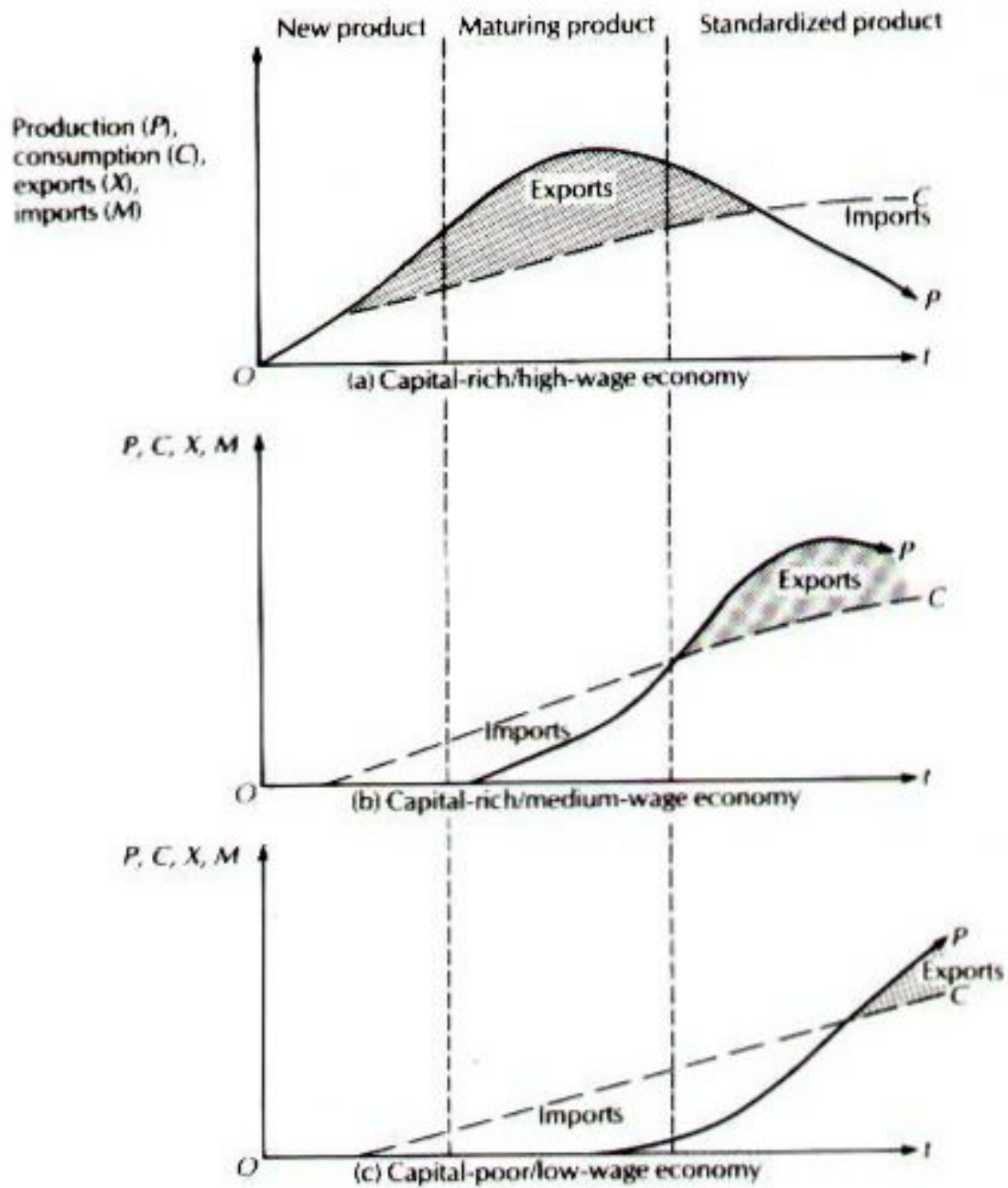


Abbildung 2: Produktlebenszyklus
 Quelle: Williamson & Milner 1993, 75