

Aktuelle internationale Herausforderungen

In diesem Abschnitt lernen Sie

- internationale Chancen und Risiken und
 - die Verbindung von wirtschaftlichen mit politischen Entscheidungen kennen.
-

Auch heute noch gibt es Gefahren für einen freien Welthandel und somit auch für eine weiter fortschreitende Internationalisierung unternehmerischer Tätigkeiten, die vor allem in politischen Unwägbarkeiten begründet liegen. Weltpolitische Lagerbildungen, politischer Extremismus bzw. Terrorismus, aber auch neue Bevölkerungswanderungswellen werden Einfluss auf die zukünftigen Internationalisierungsentwicklungen haben.

Handelssanktionen gegen politisch unliebsame Staaten, Kartellierungstendenzen bei wichtigen Rohstoffen (z.B. OPEC) oder internationale Finanzierungs- und Zahlungsschwierigkeiten insbesondere bei Entwicklungs- und Schwellenländern bergen neue Risiken. Die im Jahr 2003 gescheiterte Welthandelsrunde verdeutlicht, dass selbstbewusster werdende Entwicklungsländer auf einer Chancenverbesserung im internationalen Handel bestehen.

Die Rückbesinnung auf regionale oder kulturelle Eigenheiten und Besonderheiten führen im Gegensatz zu den vielfach zu beobachtenden wirtschaftlichen und politischen Staatenzusammenschlüssen auch wieder zu staatlichen Vereinzelungen (z.B. ehem. UdSSR oder Jugoslawien) bzw. neu entstehenden Regionalstaaten (z.B. Ost-Timor) als Teilnehmer an der Weltwirtschaft.

Angesichts einer verstärkten internationalen Handelsliberalisierung sowie verbesserter Transport- und Kommunikationsmöglichkeiten ist es für Unternehmen leichter geworden, die Vorteile unterschiedlicher Weltregionen in Bezug auf internationale Absatzchancen, eine internationale Ressourcenbeschaffung oder Humanpotenziale zu nutzen, was allerdings z.T. auch mit neuen oder steigenden Risiken verbunden ist. Risikopotenziale entstehen auch im Internet, nämlich durch die Bereitstellung falscher oder fehlerhafter Informationen, das sog. „Hacking“ oder durch Gewaltanwendung via Internet.

Wenn man sich die Strategie internationaler oder multinationaler Unternehmen vor Augen führt, geht es diesen zumeist um die Erschließung neuer oder die Sicherung bestehender Absatz- und Beschaffungsmärkte. Es ist notwendig, dabei zwischen dem „Going international“ und dem „Being international“ im Sinne einer sorgfältigen Vorbereitung eines neuen Markteintritts bzw. einer kontinuierlichen oder verbesserten Marktbearbeitung zu unterscheiden. Beide Strategiephasen erfordern unterschiedlich hohe Internationalisierungsanstrengungen von den Unternehmen, sowohl bei den Export- oder Absatzaktivitäten, als auch der Erschließung von internationalen Ressourcenmärkten. Dazu gehören beispielsweise die Erschließung ausländischer Wissens- (Knowledge seeking) und Finanzquellen ebenso wie die Umsetzung von Effizienzstrategien, deren vorrangiges Ziel in einer Kostensenkung der Produktionen liegt. Die Chancen einer Internationalisierung sind auch angesichts derzeit stockender Liberalisierungstendenzen noch bei weitem nicht von allen Unternehmen ausgeschöpft und gerade KMU und Dienstleistungsunternehmen werden in Zukunft noch stärker von der Internationalisierung von Unternehmensaktivitäten sowie der Liberalisierung der Kapitalmärkte profitieren.