

Enjo

Coca-Cola



Einleitung

Die Weltwirtschaft ist im Umbruch begriffen, was für viele Firmen großartige neue Chancen bietet und zugleich neue Gefahren birgt. Nur wenn man die Globalisierung in allen Facetten versteht, kann man angemessen reagieren. Fatal wäre es, die Öffnung der Märkte und die Liberalisierung des Welthandels einfach zu ignorieren.

Das vorliegende Buch ist eine Momentaufnahme der Geschichte, der Einflussfaktoren und der Herausforderungen des Globalisierungsprozesses. Es soll Führungskräften helfen, sich einen Überblick über diese Entwicklungen zu verschaffen und Ansatzpunkte zum Handeln zu finden – von der Kommunikation und der Standortsuche bis zu Beschaffung, Herstellung, Service, Vertrieb, Marketing und Personalwesen. Nur wer die Situation kennt, kann die sich bietenden Möglichkeiten nutzen.

Nach Vorhersagen der Weltbank könnte die globale Wirtschaft von 35 Billionen US-Dollar im Jahr 2005 auf 72 Billionen US-Dollar im Jahr 2030 wachsen. Um erfolgreich zu sein, müssen die Unternehmen mehr über die Marktkräfte wissen und bei der Anpassung an die Veränderung immer wettbewerbsorientierter, agiler und schneller werden. Die potenziellen Globalisierungsvorteile sind groß – aber auch das Risiko und die Verantwortung. Dieses Buch möchte Ihnen einen Überblick zur Globalisierung bieten, damit Sie die globale Zukunft erfolgreich angehen können.

Kapitel 1

Was ist Globalisierung?

Während die Globalisierung die Wirtschaft der Gegenwart bestimmt, waren Reisen und Handel historisch genauso wichtig wie die Eroberung fremder Länder. Die Geschichte weltweiter wirtschaftlicher Beziehungen kann uns dabei helfen, die Wirtschaft von heute zu verstehen.

Definition von »Globalisierung«

»Globalisierung« wird heute meist als wirtschaftliches Phänomen verstanden: als Entstehen eines Weltmarkts in den 1980er-Jahren, der von multinationalen Unternehmen dominiert wird und durch den freien Kapitalfluss über Ländergrenzen charakterisiert ist.

Deregulierung der Märkte

»Globalisierung« wurde zum Schlagwort des späten 20. Jahrhunderts, einer Zeit, in der sich der internationale Handel und internationale Investitionen massiv ausweiteten. Der Hauptfaktor beim Wandel war die umfassende Deregulierung – der Abbau staatlicher Regelungen und die Aufhebung von Wettbewerbsbeschränkungen überall auf der Welt. Unternehmen, Güter, Dienstleistungen und Kapital begannen Grenzen zu überschreiten; die veränderte Erwartungshaltung der Verbraucher und ihr Engagement in den Finanzmärkten beschleunigten die Entwicklung.

Geteilte Meinungen

Die positive Interpretation des Worts »Globalisierung« (früher sprach man von »Amerikanisierung«, also von der globalen Macht und dem Einfluss der USA) beinhaltet vor allem die Ausdehnung von Handels- und Investitionsmöglichkeiten. Die Vertreter dieser positiven Sichtweise sprechen von einem Trickle-down-Effekt*, bei dem Kapital von den Reichen in die ärmeren Länder »durchsickert«, was schließlich zu einer demokratischeren und friedlicheren Welt führen würde.

Die Globalisierungsgegner hingegen warnen davor, dass die Nationalstaaten die Kontrolle über ihre Wirtschaft verlieren, aber auch davor, dass sich entwickelnde Märkte ausgebeutet und anderen Kulturen westliche Wertvorstellungen übergestülpt werden.

* Trickle-down-Effekt –

Durchsickern des Wohlstands. Umstrittene Theorie, dass Gutverdiener härter arbeiten würden, wenn man ihnen einen Anreiz gibt; dies führe zur Schaffung von Arbeitsplätzen, wovon Geringverdiener und Menschen ohne Einkommen profitierten. Die Gegenbehauptung lautet, dass nur die profitieren, die bereits wohlhabend sind.

Globale Produkte kaufen

Für den Verbraucher bedeutet Globalisierung zunehmend, dass ein Produkt in einem Land entworfen, in einem zweiten Land hergestellt wird, und zwar aus Materialien oder Komponenten aus einem dritten Land, über ein Callcenter in einem vierten Land vermarktet sowie in eine beliebige Zahl weiterer Länder ausgeliefert und dort genutzt wird. Insofern haben Angaben zum Ursprungsland eindeutig keine Bedeutung mehr.

1990 gab es 35.000 multinationale* Konzerne mit 150.000 Tochtergesellschaften im Ausland, und die ausländischen Direktinvestitionen betragen weltweit 1,7 Billionen US-Dollar. Man nimmt an, dass es heute 60.000 solcher Konzerne gibt. Das sind jedoch nicht immer Großkonzerne. Neue Technologien und Managementinnovationen fördern eher unternehmerische Wendigkeit als Größe; insofern hat sich eine neue Größe multinationaler Unternehmen herausgebildet: die »micromultinational enterprises« (mMNEs).

* Multinational –

ein Unternehmen, das in mindestens zwei Ländern Produktionsstätten hat oder Dienstleistungen erbringt. In den USA gilt ein Unternehmen auch dann als multinational, wenn ein ausländischer Investor mindestens 10 Prozent der Aktien daran hält.

Die frühesten globalen Händler

Die ersten Vorläufer der globalen Marktwirtschaft sind überregionale Handelsrouten, Märkte und Wanderungsbewegungen, die sich zum Teil über Hunderte, wenn nicht Tausende von Jahren zurückverfolgen lassen.

Aufbau früher Handelsverbindungen

Vor mehr als 4000 Jahren legten Händler mit kostbaren Gütern die riesigen Entfernungen zwischen Mesopotamien (heute Irak) und Indien zurück.

Die Zeit von 1600 bis 600 v. Chr. war von Machtkämpfen um die Kontrolle über Syrien gekennzeichnet. Hier kreuzten sich die Handelsrouten nach Mesopotamien, nach Kleinasien und zur Ägäis sowie nach Ägypten.

Ähnliche Kämpfe wurden über die Geschichte hinweg in vielen Teilen der Welt ausgetragen; politische und militärische Großmächte entstanden, durch die zuvor getrennte Königreiche miteinander vereint wurden.

Die ersten Kaiserreiche

China entstand als Kaiserreich 221 v. Chr. und hatte mehr als 2000 Jahre Bestand. In der Han-Dynastie trieb China über die Karawanenwege nach Sibirien, Indien, Persien und zum Mittelmeer Handel mit Seide und Jade. Dann bildeten sich weitere Reiche heraus. Im 1. Jahrhundert v. Chr. folgte das römische Reich auf das griechische als Hauptmacht der Mittelmeerregion. Es entstand ein Imperium, das zeitweise den größten Teil Europas und Nordafrikas umfasste; man handelte mit China und Indien, dem Baltikum und Irland.





Aufgrund ihrer Zusammenballung von militärischer und wirtschaftlicher Macht waren diese frühen Reiche stark zentralisiert; viele hatten im gesamten Staatsgebiet eine gemeinsame Währung. Der Missionarisierungsdrang war – vor allem in Buddhismus, Christentum und später im Islam – auch ein Motiv zur Expansion. Bis etwa 1350 wurde die Wirtschaft sowohl in Europa als auch im Mittleren Osten durch das afrikanische Gold angekurbelt.

Export der Marktwirtschaft

Als sich Anfang des 16. Jahrhunderts das Machtzentrum zum westlichen Europa hin verlagerte, entwickelte sich der globale Handel sprunghaft weiter. Technische Fortschritte bei der Schifffahrt läuteten das »Zeitalter der Entdeckungen« ein. Die europäische Expansion nach Übersee wurde durch militärische Macht und Finanzinstitutionen gestützt, vor allem durch das sich in Italien herausbildende Bankensystem. So entwickelte sich allmählich der Welthandel, aber auch die Missionierung, die Sklaverei und die Kolonisierung. Zu diesen Reichen gehörten dann große Teile Amerikas, Afrikas, Australiens und Indiens – die kapitalistische Marktwirtschaft* breitete sich aus. Zu seinen Hochzeiten herrschte das britische Königreich über ein Viertel der Welt.

* Kapitalistische Marktwirtschaft –

Wirtschaftssystem, bei dem die Produktionsmittel ganz oder überwiegend im Privatbesitz sind und Angebot und Nachfrage den Markt regeln.



IM FOKUS ... DIE ERSTEN MULTINATIONALEN KONZERNE?

Die 1600 in London gegründete East India Company agierte schon früh global. Sie hatte ihre eigene Privatarmee, kaufte riesige Territorien und errichtete Handelsposten in Surat, Madras, Bombay (heute Mumbai) und Kalkutta. Hier wurden Edelmetalle, Blei, Quecksilber und

Wollwaren gegen Kattun, Diamanten, Arzneimittel, Porzellan, Salpeter, Seide und Gewürze getauscht. In den Niederlanden gab es ebenfalls eine Ostindien-Kompanie; diese hatte ein Monopol auf die teuersten Gewürze und gab als erstes Unternehmen Aktien aus.

Massenmärkte

Für den weltweiten Handel mit Gütern müssen einige Voraussetzungen erfüllt sein. Erstens muss es ein Überangebot an Gütern für den Inlandsmarkt geben, zweitens eine Nachfrage nach diesen Gütern auf ausländischen Märkten und drittens eine Transportinfrastruktur für die Auslieferung der Güter an den Verbraucher.

Industrielle Revolution

Die ersten Industrien waren die Kohle-, die Eisen- und die Textilindustrie. Die industrielle Revolution hatte ihre Wurzeln im frühen 19. Jahrhundert in England, Deutschland, Belgien und Wales. Spinnmaschine, Webmaschine, Elektromotor und -generator sowie die Dampfeisenbahn waren die Erfindungen, die Gewerbe, Handel und Industrie verändern sollten. Die Industrialisierung breitete sich über ganz Europa aus; durch ein Netz von Eisenbahnrouen und Kanälen griff sie auf Sibirien, den Nahen und den Fernen Osten über.

In dieser Zeit verzeichnete die Wirtschaft der USA ein massives Wachstum. Verstärkt wurde es durch das Bevölkerungswachstum, das wiederum maßgeblich auf die Immigration und die neuen Eisenbahnrouen zurückzuführen war. Am Ende des 19. Jahrhunderts war das Schienennetz der USA größer als das des gesamten Europa.



Eine neue Supermacht

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts waren die USA zum reichsten Land der Welt geworden. Zu verdanken hatten sie dies den Unternehmern und Immigranten, neuen Siedlungsgebieten, Investitionen aus Europa und einer sehr guten Transportinfrastruktur. Die Niederlage Deutschlands im Ersten Weltkrieg trug dazu bei, Amerikas Position zu festigen.

Die Kosten des Krieges waren für alle Länder hoch. Dies galt in besonderem Maße für Europa, das Zentrum des Konflikts. Mit Handel und Märkten ging es bergab. Die USA übernahmen die Rolle eines globalen Finanzzentrums und begannen ein Programm mit internationalen Direktinvestitionen. Ihr Finanzkapitalismus kann als moderne Variante der Reichsbildung betrachtet werden. Neben der puren Größe und der florierenden Binnenwirtschaft war dies ein zusätzlicher Faktor für die Entwicklung Amerikas zur Weltmacht.



IM FOKUS ...

DER BEGINN DER MASSENPRODUKTION

Die USA waren das erste Land, in dem sich die Massenproduktion durchsetzte, sodass auch Menschen mit bescheidenerem Einkommen Produkte kaufen konnten, die einst den Reichen vorbehalten waren. Sears, Roebuck & Co. war das erste Versandhaus, von dem man sich 1891 zunächst Uhren, dann Nähmaschinen, Fahrräder, Öfen und viele andere Produkte zuschicken lassen konnte. Bei Haushaltsgeräten war der amerikanische Markt der übrigen Welt um einiges voraus. Die amerikanischen Erfolge bei Innovationen, Vertrieb, Marketing und Werbung wurden später exportiert: mit frühen Produkten wie Coca-Cola® (1886 auf dem Markt, 1926 erstmals exportiert), Frigidaire (1918 auf dem Markt, in den 1920er-Jahren exportiert) und Hoover (1908, exportiert 1919) – und bei allen wurde die Marke zu einer Gattungsbezeichnung.

