

Donald M. Raya

Umwelt- und Marktanalysen in Südostasien

Donald M. Raya

Umwelt- und Marktanalysen in Südostasien

DUV

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Deutsche Bibliothek — CIP-Einheitsaufnahme

Raya, Donald M.:

Umwelt- und Marktanalysen in Südostasien / Donald M. Raya.

(DUV : Wirtschaftswissenschaft)

Zugl.: Berlin, Freie Univ., Diss., 1991

ISBN 978-3-8244-0114-7 ISBN 978-3-663-14539-4 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-663-14539-4

D 188

© Springer Fachmedien Wiesbaden 1992

Ursprünglich erschienen bei Deutscher Universitäts-Verlag GmbH,
Wiesbaden 1992



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Gedruckt auf chlorarm gebleichtem und säurefreiem Papier

ISBN 978-3-8244-0114-7

Meinen Eltern
und
Kirsten

GELEITWORT

Die vorliegende Schrift widmet sich der hoch aktuellen Fragestellung, wie deutsche Unternehmen strategische Erfolgsfaktoren auf südostasiatischen Schwellenmärkten aufbauen können, mit denen sie in der Lage sind, die Vorrangstellung japanischer, einheimischer und teilweise US-amerikanischer Unternehmen zu durchbrechen.

Raya legt entsprechend der Komplexität des Themas seinen Schwerpunkt auf die Analysephase als Voraussetzung für die Ableitung und Implementierung erfolgsversprechender Marktbearbeitungsstrategien, wobei er sich zunächst ausführlich mit globalen Umweltfaktoren auf den einzelnen südostasiatischen Märkten Honkong, Südkorea, Singapur, Taiwan, Malaysia, den Philippinen, Thailand und Indonesien auseinandersetzt. Eine detaillierte Betrachtung markt- und wettbewerbsspezifischer Einflußfaktoren schließt sich an, in der u.a. distributive Möglichkeiten und Grenzen sowie Eigenheiten im Kauf- und Konsumverhalten in einzelnen südostasiatischen Märkten herausgearbeitet werden. Die sich in diesen Märkten abzeichnenden Chancen und Risiken werden dann mit den Stärken und Schwächen deutscher Unternehmen im Vergleich zu Wettbewerbern aus Japan, den USA sowie einheimischen Unternehmen in Beziehung gesetzt, um auf diese Weise die strategische Ausgangssituation für deutsche Unternehmen ableiten zu können.

Raya hat in seiner Schrift eine Fülle von Materialien verarbeitet, um die Analysen empirisch zu fundieren. Er weist zu Recht darauf hin, daß bei Entscheidungen bezüglich so schwieriger und teilweise schwer überschaubarer Auslandsmärkte wie es die südostasiatischen Schwellenmärkte darstellen stärker als bisher marketingstrategische Überlegungen und in diesem Zusammenhang gründliche Umweltanalysen Platz greifen müssen, um eine erfolgreiche Marktbearbeitung zu ermöglichen.

Ich bin der Meinung, daß die vorliegende Arbeit eine Lücke in

der bisher vorliegenden einschlägigen Literatur schließen hilft, und daß die Ausführungen sowohl für Studierende als auch Praktiker von großem Nutzen sind.

Prof. Dr. Günther Haedrich

VORWORT

Wer sich nicht Gedanken über das
macht, was weit weg ist, dem wird
bald viel Schlimmeres nahe sein.

Konfuzius

Die vorliegende Arbeit über die Umwelt- und Marktanalysen auf südostasiatischen Schwellenmärkten geht aus den bisher in den Wirtschaftswissenschaften diskutierten Problembereichen der international zunehmenden Bedeutung dieser Länder und des weltweit verschärften Wettbewerbs hervor. Insbesondere in den letzten Jahren sind in diesen beiden Bereichen gravierende Veränderungen eingetreten, die von nationalen und internationalen Unternehmungen neue Analyse- und Strategiekonzepte erfordern.

Menschen, Unternehmungen und Länder sind durch die zunehmende Internationalisierung und internationalen Geschäftstätigkeiten enger miteinander verbunden, so daß die Teilnahme am internationalen Wettbewerb keine Option, sondern eine zwingende Notwendigkeit darstellt. Diese veränderten Bedingungen stellen grundsätzlich keine Bedrohung dar, sondern die Möglichkeit und Herausforderung, zu den bisherigen Erfahrungen Neues hinzuzulernen und den Ansporn, aus dem internationalen Wettbewerb erfolgreich hervorzugehen.

Die Arbeit soll hierzu einen Beitrag im Bereich der Wirtschaftswissenschaften leisten.

Zu dem Entstehen der vorliegenden Arbeit bin ich einer Vielzahl von Personen, die mich durch vielfältige Anregungen und in ihrer Diskussions- und Gesprächsbereitschaft unterstützt haben, zu großem Dank verpflichtet.

Meine Dankbarkeit gilt vor allem meinem Doktorvater Herrn Prof. Dr. Günther Haedrich, der durch Anregungen, Unter-

stützung und viel Geduld im wesentlichen zum Gelingen dieser Arbeit beitrug.

Zu danken habe ich ferner Herrn Prof. Dr. Klaus Peter Kisker für die Übernahme des Zweitgutachtens.

Herr Roy R. Raya, M.B.A., hat mir bei vielen Fachdiskussionen und der kritischen Durchsicht des Manuskripts entscheidend geholfen.

Weiter möchte ich den Herren Dr. Friedrich v. Kirchbach, Dr. Dietrich Keschull, Dr. Wolfgang Wagner und Dipl. Vw. Rolf Jungnickel danken, die in persönlichen Gesprächen bereit waren, Fragestellungen zu diesem Themenbereich zu erläutern und eingehend zu diskutieren.

Eine praktische Einsicht in die Probleme südostasiatischer Konzerne konnte ich dank eines Interviews mit dem Präsidenten der PT Astra International Inc., Herrn William Soeradjaya, gewinnen.

Mein Dank gilt zuguterletzt auch Frau Ingeborg Falke für die zügige Abwicklung der mühevollen Schreibarbeiten und der Geduld sowie dem Verständnis, das Sie mir entgegengebracht hat.

Donald M. Raya

INHALTSVERZEICHNIS

Geleitwort.....	VII
Vorwort.....	IX
Abbildungsverzeichnis.....	XVII
Tabellenverzeichnis.....	XXI
Abkürzungsverzeichnis.....	XXIII

EINLEITUNG.....	1
1. Einführung in die Problemstellung.....	1
2. Abgrenzung der Arbeit.....	8
3. Aufbau der Arbeit.....	11

ERSTER TEIL: KLÄRUNG DER WICHTIGSTEN BEGRIFFE UND GRUND- SÄTZLICHE ÜBERLEGUNGEN

1. Der Begriff Internationale Analysen.....	13
2. Der Begriff Internationales Marketing und internationale Strategiealternativen.....	18
3. Strategische Marketingplanung im inter- nationalen Bezugsrahmen.....	29
4. Schwellenländer in Südostasien.....	37

ZWEITER TEIL: ZUNEHMENDE INDUSTRIALISIERUNG DER SCHWELLEN- LÄNDER UND DEREN FOLGEN

1. Die Produkt-Zyklus-Theorie des internationalen Handels als Erklärungsansatz für globale Veränderungen zwischen Industrie- und Schwellenländern.....	43
2. Das industrielle Wachstum in Südostasien.....	54
2.1 Industrialisierungsstrategien und Industrie- entwicklung in Südostasien.....	55
2.2 Erhöhung des Anteils der industriellen Fertig- waren am Bruttosozialprodukt.....	60
3. Das gesamtwirtschaftliche Wachstum in Südostasien.....	64

4. Außenwirtschaftliches Wachstum und Veränderungen auf internationalen Absatzmärkten.....	69
4.1 Komparative Kostenvorteile als Voraussetzung für das außenwirtschaftliche Wachstum südostasia- tischer Schwellenländer.....	69
4.2 Ausweitung der südostasiatischen Exporte auf westliche Industriemärkte.....	75
4.3 Ausweitung der südostasiatischen Exporte auf traditionelle Auslandsmärkte deutscher Unternehmungen.....	78
5. Das Wachstum ausländischer Direktinvestitionen.....	81
5.1 Bedeutung und Notwendigkeit ausländischer Direktinvestitionen in Südostasien.....	81
5.2 Vergleich japanischer, US-amerikanischer und deutscher Direktinvestitionen in Südostasien.....	84
6. Zukünftige wirtschaftliche Entwicklung in Süd- ostasien.....	87
6.1 Die Abhängigkeit der wirtschaftlichen Entwicklung Südostasiens von den Industrieländern.....	89
6.2 Zukünftige Entwicklungen auf den Weltmärkten aufgrund struktureller Veränderungen in Südostasien.....	92
7. Der Industrialisierungsprozeß in Südostasien und daraus resultierende Chancen und Risiken für die deutsche Konsumgüterindustrie.....	95
7.1 Industrialisierung und Auswirkungen auf Markt- wachstum und -chancen in Südostasien.....	95
7.2 Risiken auf dem südostasiatischen Absatzmarkt.....	106

DRITTER TEIL: ANALYSE DER GLOBALEN UMWELTFAKTOREN AUF EINZELNEN MÄRKTEN SÜDOSTASIENS

1. Spezifische Probleme bei der Beschaffung globaler, markt- und wettbewerbsrelevanter Informationen auf den Wachstumsmärkten Südostasiens.....	111
---	-----

2.	Analyse der globalen Umwelt auf einzelnen Märkten Südostasiens (Länderanalyse).....	121
2.1	Geographische Lage und natürliche und technische Gegebenheiten Südostasiens.....	127
2.2	Analyse der unterschiedlichen Länderlebenszyklusphasen als Hilfsinstrument bei der internationalen Marktwahl.....	133
2.3	Verschiedene Produkt- und Marktlebenszyklen in Industrie- und Schwellenländern.....	142
2.4	Bevölkerungsgröße, -struktur und -wachstum in Südostasien sowie deren Implikationen auf die Konsumgüternachfrage.....	149
2.5	Pro-Kopf-Einkommen und Einkommensentwicklung in südostasiatischen Schwellenländern.....	156
2.6	Politische Risiken in einzelnen Ländern Südostasiens.....	160
2.6.1	Analyse der allgemeinen politischen Situation und Risiken in Südostasien.....	162
2.6.1.1	Die politischen Rahmenbedingungen in den südostasiatischen Schwellenländern der Gruppe I.....	165
2.6.1.2	Die politischen Rahmenbedingungen in den südostasiatischen Schwellenländern der Gruppe II.....	169
2.7	Das BERI-Informationssystem in Südostasien.....	173
2.7.1	Der BERI-Index als Frühwarnsystem zur Beurteilung einzelner Länderrisiken in Südostasien.....	173
2.7.1.1	Das Geschäftsklima in den südostasiatischen Schwellenländern.....	174
2.7.1.2	Die politische Stabilität in den südostasiatischen Schwellenländern.....	179
2.7.1.3	Das Transfer-Risiko in den südostasiatischen Schwellenländern.....	186

2.7.2 Die Investitionsempfehlung des BERI für die südostasiatischen Schwellenländer.....	189
2.7.3 Die internationale Länderportfolio-Analyse in Südostasien unter Einbeziehung der politischen Risiken.....	191
2.8 Sozio-kulturelle Besonderheiten Südostasiens.....	199
3. Auswirkungen und Implikationen für deutsche Unternehmungen.....	206

VIERTER TEIL: ANALYSE MARKT- UND WETTBEWERBSSPEZIFISCHER FAKTOREN AUF SÜDOSTASIATISCHEN WACHSTUMS- MÄRKTEN

1. Marktrelevante Informationen über den südostasiatischen Wachstumsmarkt.....	209
1.1 Rahmenbedingungen und Charakteristika südostasiatischer Wachstumsmärkte.....	211
1.1.1 Spezifische Marktsituation und technologischer Entwicklungsstand in Südostasien.....	215
1.1.2 Marktpotential und Marktwachstum in Südostasien.....	218
1.2 Markteintrittsbarrieren in Südostasien.....	225
1.3 Distributionsstrukturen und internationale Distributionspolitik in Südostasien.....	233
1.3.1 Traditionelle Distributionsstrukturen in Schwellenländern.....	233
1.3.2 Markteintrittsstrategien und internationale Distributionspolitik in Südostasien.....	235
1.4 Internationale und intranationale Marktsegmentierung unter Einbeziehung des Verbraucherverhaltens und der Zielgruppen in Südostasien.....	246
1.4.1 Segment der Elite.....	251

1.4.2 Segment des Wandels.....	252
1.4.3 Segment der Tradition.....	253
1.4.4 Länderübergreifende Zusammenfassung der Marktsegmente in Südostasien.....	254
2. Wettbewerbsanalyse in Südostasien.....	257
2.1 Allgemeine Wettbewerbsbedingungen auf Schwellenmärkten.....	259
2.2 Identifikation der Wettbewerber in Südostasien.....	264
2.3 Unterscheidungsmerkmale japanischer, einheimischer und US-amerikanischer Unternehmen in Südostasien.....	269
2.3.1 Japanische Unternehmen in Südostasien.....	270
2.3.2 Einheimische Unternehmen in Südostasien.....	278
2.3.3 US-amerikanische Unternehmen in Südostasien.....	284
2.4 Deutsche internationale Unternehmen in Südostasien.....	288
3. Die strategische Bedeutung der südostasiatischen Absatzmärkte für die deutsche Konsumgüterindustrie....	292
SCHLUSSWORT.....	297
Anhang.....	299
Literaturverzeichnis.....	337

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildungen im Text:

Abb.1: Bisherige Wachstumsraten und Prognosen des Bruttoinlandsprodukts pro Jahr in % zwischen Deutschland und den Schwellenländern Südostasiens.....	3
Abb.2: Produktzyklus, Außenhandel und Direktinvestitionen.....	45
Abb.3: Gefährdungs- und Konkurrenzverhältnisse zwischen den Schwellenländern und der deutschen Industrie am Beispiel Personenkraftwagen.....	52
Abb.4: Zusammenhang zwischen Pro-Kopf-Einkommen, Industrieanteil, landwirtschaftlichem Anteil und Dienstleistungsanteil am Bruttosozialprodukt.....	61
Abb.5: Länderlebenszyklen im Vergleich zwischen südostasiatischen "Entwicklungs-", Schwellen- und Industrieländern.....	67
Abb.6: Lieferanteilsentwicklung deutscher und südostasiatischer Unternehmen auf dem US-Markt.....	80
Abb.7: Wachstumsraten des realen Bruttoinlandsprodukts in Entwicklungsländern und Industrieländern von 1961 bis 1985.....	90
Abb.8: Anteile deutscher (europäischer), japanischer und US-amerikanischer Unternehmungen an den Gesamtimporten nach Südostasien.....	102
Abb.9: Schichtenmodell der Umweltdifferenzierung.....	123
Abb.10:Umsystem der Unternehmung im Ausland.....	125
Abb.11:Die Triade mit vier Ecken (Tetrade).....	129
Abb.12:Unterschiedliche Länderlebenszyklusphasen zwischen der Gruppe der Industrie-, Schwellen- und Entwicklungsländer (Länderportfoliomatrix).....	135
Abb.13:Lebenszyklusphasen einzelner südostasiatischer Schwellenländer in der Periode I (1960 - 1975) und der Periode II (1975 - 1985) im Vergleich zur Bundesrepublik Deutschland.....	140

Abb.14:Lebenszyklus eines Produktes auf unterschiedlichen Auslandsmärkten, dargestellt durch die Umsatzkurven (Fiktives Beispiel).....	144
Abb.15:Produktlebenszyklus-Konzept.....	145
Abb.16:Lebenszyklen eines Produktes auf dem Inlandsmarkt und verschiedenen Auslandsmärkten.....	147
Abb.17:Bevölkerungsgröße und durchschnittliches jährliches Bevölkerungswachstum der südostasiati- schen Schwellenländer im Vergleich zur Bundes- republik Deutschland.....	152
Abb.18:Bevölkerungsstruktur in südostasiatischen Schwellenländern im Vergleich zur Bundesrepublik Deutschland.....	154
Abb.19:BERI-Index für die Beurteilung von Länderrisiken....	176
Abb.20:Variablengerüst zur Analyse und Prognose des poli- tischen Risikos.....	182
Abb.21:Internationales Länderportfolio.....	193
Abb.22:Marktvolumen und Marktpotential auf Wachstums- märkten und stagnierenden Märkten.....	213
Abb.23:Protektionistische Maßnahmen ausgewählter Länder.....	227
Abb.24:Generelle Marktattraktivität und Markteintritts- schwierigkeiten in ausgewählten Ländern.....	229
Abb.25:Internationale Markteintrittsstrategien und Absatzwege in Südostasien.....	237
Abb.26:Internationale und intranationale Marktsegmen- tierung in Schwellenländern.....	248
Abb.27:Marktsegmente auf dem Konsumgütermarkt der südostasiatischen Schwellenländer.....	250
Abb.28:Länderübergreifende Zusammenfassung der Markt- segmente in Südostasien.....	256
Abb.29:Wettbewerbsbedingungen für Konsumgüter.....	260
Abb.30:Globaler Markterschließungspfad japanischer Unternehmungen.....	271

Abb.31:Die Rolle der südostasiatischen Schwellenländer im globalen Marketingnetzwerk japanischer Unternehmungen.....	277
Abb.32:Markterschließungspfad südostasiatischer Unter- nehmungen.....	280
Abb.33:Tetrade: Europa, USA, Japan und Südostasien.....	296

ABBILDUNGEN IM ANHANG:

Abb.A-1: Länderprofil in Südostasien.....	318
Abb.A-2: Gegenüberstellung der Importe südostasiatischer Schwellenländer und Exporte ausgewählter Industrieländer in diese Region.....	322
Abb.A-3: Lebenszyklen von Baumwollstoff auf unterschied- lichen Auslandsmärkten im Zeitraum von 1956 - 1980.....	324
Abb.A-4: Projektion der zeitlich verschobenen Produkt- lebenszyklen zwischen Europa, USA, Asien und Afrika am Beispiel Baumwollstoff.....	325

TABELLENVERZEICHNIS

Tabellen im Text:

Tab.1:	Durchschnittliches jährliches Wachstum der Industrie in Südostasien im Zeitraum von 1965 bis 1984.....	59
Tab.2:	Anteile der verarbeitenden Industrie am Brutto-sozialprodukt sowie Wachstum der industriellen Produktion in Südostasien.....	62
Tab.3:	Vergleich des gesamtwirtschaftlichen Wachstums von 1965 bis 1985 nach Ländergruppen.....	66
Tab.4:	Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate der Aus-fuhren nach Ländergruppen unterteilt.....	71
Tab.5:	Zunahme der Schwellenländerexporte auf den Märkten der Industrieländer im Vergleich.....	73
Tab.6:	Prozentuale Anteile der Schwellenländer in aus-gewählten Branchen.....	76
Tab.7:	Amerikanische, japanische und deutsche Direkt-investitionen in Südostasien.....	85
Tab.8:	Größenverhältnis der deutschen, amerikanischen und japanischen Direktinvestitionen in den ASEAN-Ländern.....	86
Tab.9:	Bevölkerungsgröße, Pro-Kopf-Einkommen sowie durch-schnittliche jährliche Wachstumsraten der Importe in Südostasien.....	98
Tab.10:	Gegenüberstellung des durchschnittlichen Import-wachstums der südostasiatischen Schwellenländer und des Exportwachstums der Industrieländer.....	104
Tab.11:	Bevölkerungsgröße, Pro-Kopf-Einkommen sowie Einkommensentwicklung südostasiatischer Schwellen-länder im Vergleich zur Bundesrepublik Deutschland.....	157
Tab.12:	Marktwachstumsmodell für Südostasien und der Bundesrepublik Deutschland 1987 - 1993.....	222

Tabellen im Anhang:

Tab.A-1:Jährliche Wachstumsraten und Prognosen des Brutto- sozialprodukts in Deutschland und den Schwellen- ländern Südostasiens.....	326
Tab.A-2:Industrielle Produktion in Südostasiens.....	327
Tab.A-3:Exporte der südostasiatischen Schwellenländer nach Warengruppen untergliedert.....	328
Tab.A-4:Gesamtwirtschaftliches Wachstum in den Schwellen- ländern Südostasiens.....	329
Tab.A-5:Entwicklung südostasiatischer Exporte in die Industrieländer.....	330
Tab.A-6:Exporte der acht südostasiatischen Schwellen- länder in die Industrieländer.....	331
Tab.A-7:Lieferanteilsentwicklung deutscher und asiatischer Unternehmen auf Auslandsmärkten.....	332
Tab.A-8:Anteilsverluste deutscher Exporte auf Auslands- märkten.....	333
Tab.A-9:Pro-Kopf-Einkommen der südostasiatischen Schwellenländer für 1975 und 1985.....	334
Tab.A-10:Importe der südostasiatischen Schwellenländer und Exporte ausgewählter Industrieländer in diese Region.....	335
Tab.A-11:Bevölkerungsgröße, -wachstum sowie Prognosen bis zum Jahr 2000.....	336

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

Aufl.	Auflage
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations
Bd.	Band
BERI	Business Environment Risk Information
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BSP	Bruttosozialprodukt
CJoWB	Columbia Journal of World Business
Diss.	Dissertation
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
HBR	Harvard Business Review
HM	Harvard Manager
Ill.	Illinois
IMF	International Monetary Fund
IMR	International Marketing Review
Jg.	Jahrgang
JOIBS	Journal of International Business Studies
LDC	Less Developed Countries
LRP	Long Range Planning
Mass.	Massachusetts
MM	Manager Magazin
NIC	Newly Industrialising Countries
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development
o.J.	ohne Jahresangabe
o.O.	ohne Ortsangabe
o.V.	ohne Verfasserangabe
RKW	Rationalisierungs-Kuratorium der Deutschen Wirtschaft
RWI	Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
UNO	United Nations Organisation
UNIDO	United Nations Industrial Development Organisation

Vol.
ZfB
ZfbF

Volume
Zeitschrift für Betriebswirtschaft
Zeitschrift für betriebswirtschaftliche
Forschung