

INHALT

	Seite
Abkürzungsverzeichnis	7
Verzeichnis der Schaubilder	12
Tabellenverzeichnis	13
Vorwort	15
1. Einleitung	17
2. Die deutsche Weltmarktposition in Stabilisierung und Krise	30
2.1. Die Entwicklung des Welthandels	30
2.2. Die Entwicklung des Außenhandels und der Konkur- renzsituation Deutschlands auf dem Weltmarkt	52
2.2.1. Die Wert- und Volumenbewegung des Außen- handels und die deutsche Handelsbilanz	52
2.2.2. Die regionale Struktur des deutschen Außenhandels	60
2.2.3. Zur Bedeutung des Außenmarktes für die deutsche Industrie	67
2.2.4. Die Konkurrenzlage deutscher Exportindu- strien auf dem Weltmarkt	73
2.3. Zur Bedeutung des Kapitalexports in der Zeit zwischen den Weltkriegen	114
2.4. Resümee	137
3. Weltmarktstrategien deutscher Industrieunternehmen - Krisenmanagement und langfristige Konzeptionen	140
3.1. Unternehmensorganisation und Verkaufsstrategien in der Weltwirtschaftskrise	140
3.1.1. Konzernstrukturen zwischen Reorganisa- tion und Tradition in den zwanziger Jahren	140
3.1.2. Allgemeine Auswirkungen der Weltwirt- schaftskrise auf die Geschäftsentwick- lung der großen Unternehmen	148
3.1.3. Handelspolitische Schwierigkeiten	161
3.1.4. Währungsprobleme und Kompensations- geschäfte	164
3.1.5. Organisatorische Reaktionen auf die Strukturveränderungen des Weltmarkts in den dreißiger Jahren	180
3.1.6. Geschäftliche Strategien gegenüber der Sowjetunion	184
3.1.7. Zusammenfassung	191

	Seite
3.2. Wissenschaft und Technologie als Mittel der Marktbeherrschung	233
3.2.1. Die Rolle wissenschaftlich-technologischer Forschung für die Weltmarktposition der chemischen Industrie	233
3.2.2. Zur Bedeutung der Technologie in anderen exportorientierten Industriezweigen - besonders der Elektrotechnik	256
3.2.3. Zusammenfassung	266
3.3. Internationale Kartelle als Instrument der Marktregulierung unter Krisenbedingungen	290
3.3.1. Zur Bedeutung internationaler Kartelle für die deutsche Industrie	290
3.3.2. Fallstudien	295
3.3.2.1. Das europäische Farbenkartell	295
3.3.2.2. Die internationale Stickstoff-Konvention	313
3.3.2.3. Konkurrenzkampf und Verständigung auf dem internationalen Telefonmarkt	331
3.3.3. Zusammenfassung	341
3.4. Die Rolle der Auslandsinvestitionen für die deutsche Industrie	384
3.4.1. Struktur und Finanzierung deutscher industrieller Auslandsinvestitionen unter den politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Zwischenkriegszeit	384
3.4.2. Der Wiederaufbau und die Ausweitung "traditioneller" Auslandsinteressen in den zwanziger und dreißiger Jahren	401
3.4.2.1. IG Farbenindustrie AG	401
3.4.2.2. Siemens und die AEG	414
3.4.3. Neue Auslandsinvestitionen als Strategie der Marktsicherung in den zwanziger und dreißiger Jahren	422
3.4.4. Zusammenfassung	448
4. Schlußbetrachtung	504
Tabellen 1 bis 28	516
Quellen- und Literaturverzeichnis	543