

Betriebswirtschaftslehre des Außenhandels und der Klein- und Mittelbetriebe – Geschichte und theoretische Begründung eines wechselseitigen Bedarfs

Josef Mugler

Der Außenhandel in der Geschichte der Wirtschaftsuniversität Wien

Die Exportschwäche der Wirtschaft der österreichisch-ungarischen Monarchie war einer der Hauptgründe für die Etablierung eines Spitzen-Ausbildungsinstituts für Exportkaufleute (Feilbogen 1899, S. 126): der Exportakademie des k.k. österreichischen Handelsmuseums, die im Herbst 1898 in Wien ihren Betrieb aufnahm. Auch der ab 1919 verwendete Name „Hochschule für Welthandel“ bringt diese Ausrichtung zum Ausdruck. Der explizite Bezug auf den Welthandel trat zwar mit der Umbenennung aller österreichischen Hochschulen in Universitäten durch das Universitätsorganisationsgesetz 1975 in den Hintergrund, doch führte die Wirtschaftsuniversität Wien in Klammer den Zusatz „Hochschule für Welthandel“ weiter. Erst mit dem Universitätsgesetz 2002 ging auch dieser Zusatz verloren. Im Gefolge der Neuorganisation auf der Basis dieses Gesetzes entschloss sich die Wirtschaftsuniversität jedoch, ein Department für Welthandel als eines von sechs betriebswirtschaftlichen Departments einzurichten. Für die Forschung und Lehre dieses Departments erarbeitete die Departmentkonferenz im Verlauf des Jahres 2006 eine Leitlinie mit den tragenden Begriffen „Internationale Wettbewerbsfähigkeit und Internationalisierung von Klein- und Mittelbetrieben“ (Moser und Mugler 2007, S. 155).

Im Verlauf dieser Geschichte der Wirtschaftsuniversität Wien kam es – neben anderen Schwerpunkten – von Anfang an immer wieder zur Ausgestaltung und zum Ineinandergreifen von zwei betriebswirtschaftlichen Hauptarbeitsbereichen (Mugler 1998, S. 48): Produktion und Handel; oder Leistungserstellung und Leistungsverwertung; oder Betriebslehre und Verkehrslehre. Vodrazka (2000, S. 212) betont dazu: „... als österreichische Besonderheit die starke Entwicklung der Verkehrslehre“ – mit besonderer Aufmerksamkeit auf den Außenhandel bzw. den (namensgebenden) Welthandel.

J. Mugler (✉)

Institut für KMU-Management, Wirtschaftsuniversität Wien,
Augasse 2–6, 3. Stock, Kern A, 1090 Wien, Österreich
E-Mail: josef.mugler@wu.ac.at

Der Außenhandel über die Grenzen des Vielvölkerstaates hinaus war gegen Ende des 19. Jahrhunderts hinter jenem anderer europäischer Großmächte deutlich zurückgeblieben. Es gab auch keine Kolonien auf anderen Kontinenten und der bescheidene Überseehandel wurde vor allem über zwei Häfen abgewickelt: über Hamburg und über das zwar emotional geschätzte, aber als wenig effizient geltende Triest. Weder die für die Adria-Anrainerstaaten besonders günstige Öffnung des Suezkanals 1869 noch der Fernost-„Hype“ im Gefolge der Wiener Weltausstellung 1873 noch der Aufbau leistungsfähiger Schiffsverbindungen in den Mittleren und Fernen Osten (Österreichischer Lloyd u. a.) vermochten den Fernhandel mit diesen Regionen entscheidend zu beleben, obwohl man (schon damals) gerade dort für Österreich-Ungarn enormes Potenzial sah.

Vor diesem Hintergrund sind die frühen Anstrengungen der Exportakademie und der Hochschule für Welthandel um die Verbesserung der Kompetenzen im Fernhandel zu würdigen. Nicht unerwähnt soll auch bleiben, dass schon vor der Gründung der Exportakademie Versuche einer Spitzen-Handelsausbildung unternommen worden waren: 1815–1865 am Polytechnischen Institut (Vorgänger der Technischen Universität Wien), von 1873–1877 an der Handelsakademie in Wien und ab 1877 in Triest (Schmid 1916, S. 12). Aus der Literatur dieser Vorläuferzeit ragen Sonnleithners „Lehrbuch der Handelswissenschaft“ (Sonnleithner 1819) und besonders Sonndorfers „Technik des Welthandels“ (Sonndorfer 1889) heraus. Grundlegend für die folgenden Jahrzehnte wurde aber erst das „System der Welthandelslehre“ des ersten einschlägigen Professors an der Exportakademie Josef Hellauer (1910), das in einer Schmalenbach zugeschriebenen Rezension (o. V. 1911/1912, S. 165) als „Grundlage für die Vorlesung über die Technik des Warenverkehrs, eine bessere, als wir sie bisher besaßen“ vorgestellt wurde.

Wegen Hellauers Berufung nach Berlin im Jahr 1912 übernahm dessen Assistent Karl Oberparleiter die Verantwortung für die Welthandelslehre an der Exportakademie. Mit einer Untersuchung der Funktionen des Handels im neunzehnten Jahrbuch der Exportakademie (Oberparleiter 1918) gelang es ihm, die ökonomischen Funktionen des Handels (und danach auch deren Risiken; Oberparleiter 1925, 1930, 1955) theoretisch zu begründen und damit die Kritiken zu entkräften, dass Handel entweder nur eine Technik oder eine nicht zu rechtfertigende Bereicherung zu Lasten Dritter (Kettenhandel) sei (Bouffier 1934, S. 153; Vodrazka 1999, S. 61).

Oberparleiters Lehrstuhl und das Institut für Welthandelslehre (heute: Institut für Marketing-Management) übernahmen in der Folge Demetre Kalussis und danach Fritz Scheuch. 1952 wurde auf Initiative von Willy Bouffier, der damals bereits das Institut für Industriebetriebslehre (!) leitete, eine Arbeitsgemeinschaft für Handelsforschung mit dem Ziel der Generierung empirischen Datenmaterials gegründet. 1955 folgte eine Professur für Warenhandel (samt Institut – heute Institut für Handel und Marketing), die in chronologischer Reihenfolge mit Demetre Kalussis, Gottfried Theuer und Peter Schnedlitz besetzt wurde. Dazu kam ab 1988 (ähnlich dem Beginn der Geschichte der Exportakademie mit massiver Unterstützung der Interessenvertretung der Wirtschaft) ein Institut für Betriebswirtschaftslehre des Außenhandels, das bis heute von Reinhard Moser geleitet wird. Nicht unerwähnt bleiben soll auch die Einrichtung eines Exportlehrgangs als Ausbildungsangebot

außerhalb des ordentlichen Studiums ab 1969, der zuletzt unter der Leitung von Edgar Topritzhofer stand, mittlerweile aber eingestellt wurde.

Klein- und Mittelbetriebe in der Geschichte der Wirtschaftsuniversität

Nach dem Zerfall der Monarchie stand die österreichische Wirtschaft vor neuen Herausforderungen. Das nach Abtretung großer Gebiete im Friedensvertrag von Saint Germain verbleibende „Restösterreich“ war gezwungen, mit den auf seinem Staatsgebiet verbliebenen, „amputierten“ Gliedern der Wirtschaft einen überlebensfähigen Kleinstaat zu etablieren. Viele produzierende Wirtschaftseinheiten befanden sich nun im Ausland, während die dazugehörigen Verwaltungszentralen ihren Sitz in oder nahe Wien hatten. Die wichtigsten Wirtschaftszweige waren neben der nach wie vor bedeutenden Land- und Forstwirtschaft die klein- und großgewerbliche Produktion (Industrie), der Handel und junge Dienstleistungen, darunter auch der Tourismus. Diese Wirtschaftsleistungen wurden vor allem in einer Vielzahl von Klein- und Mittelbetrieben sowie wenigen und relativ kleinen Großbetrieben erstellt. Nach Auffassung der damals führenden Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik handelte es sich dabei um keine erfolgsversprechende Wirtschaftsstruktur. Neu aufkommende Großtechnologien und Massenmärkte förderten die These von der generellen ökonomischen Überlegenheit von Großbetrieben.

Die Ausbeutung von Arbeitskräften und die damit verbundenen sozialen Katastrophen (schon des 19. Jahrhunderts) führten zusammen mit den Folgen des Ersten Weltkriegs zu Diktaturen extremer linker und rechter Prägung, die mit allen Mitteln um die Vorherrschaft in Europa und darüber hinaus kämpften. Die österreichische Variante dazu war der Ständestaat ab 1933, der jedoch 1938 von der nationalsozialistischen Diktatur abgelöst wurde. Die Wirtschaftspolitik des Ständestaats versuchte die vorhandenen Klein- und Mittelbetriebe zu stärken, auch um dadurch im Mittelstand Sympathien zu gewinnen. In diesem Umfeld entstand auch der erste Lehrstuhl für das Kleingewerbe an der Hochschule für Welthandel im Jahr 1936. Die wissenschaftliche Befassung mit Klein- und Mittelbetrieben lag damals noch so sehr außerhalb des „Mainstreams“ der Betriebswirtschaftslehre, dass dieser Lehrstuhl viele Jahre der einzige dieser Ausrichtung nicht nur im gesamten deutschen Sprachraum, sondern wahrscheinlich sogar weltweit blieb.

In seiner Antrittsrede am 13.11.1936 vertrat der erste Inhaber dieses Lehrstuhls Willy Bouffier die Auffassung, „dass der Großbetrieb die Quelle fast aller sozialen Übelstände ist“, und kam zu dem Schluss: „Der Großbetrieb, als Wegbereiter des Bolschewismus, ist der stärkste Feind einer ständischen Ordnung. Unsere Fragestellung kann daher nicht mehr lauten: Großbetrieb oder Kleinbetrieb?, sie muss heißen: Wo sind die wirtschaftlichen Vorteile des Großbetriebes für die Gesamtheit derart überwiegend, dass sie seine sozialen Nachteile überkompensieren.“ (Bouffier 1936, S. 15). Bouffier wurde im Zuge der nationalsozialistischen Machtergreifung in Österreich vom Dienst suspendiert, der Lehrstuhl aber weitergeführt.

Mit der Wiederverselbständigung Österreichs nach dem Zweiten Weltkrieg stand zwar zunächst der industrielle (Wieder-)Aufbau im Vordergrund des wirtschafts-politischen Interesses und führte zu entsprechenden Schwerpunktbildungen auch an der Hochschule für Welthandel. Da sich aber die Außenhandelsituation nicht wesentlich anders als nach dem Ersten Weltkrieg darstellte, bildeten Welthandelslehre und Industriebetriebslehre wesentliche Kernbereiche der Ausbildung. Angesichts der immer noch „kleinen“ Großbetriebe und der immer noch großen Masse an Klein- und Mittelbetrieben besann sich die Hochschule für Welthandel nicht zuletzt auf Betreiben des für Politische Ökonomie zuständigen Lehrstuhlinhabers Walter Heinrich bald wieder ihrer Vorreiterrolle für eine Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe und richtete zunächst 1951 das Institut für Gewerbeforschung (heute: KMU Forschung Austria) in Kooperation mit Wirtschaftsministerium und Wirtschaftskammer ein, das sich vor allem um die Schaffung empirischer Datengrundlagen bemühte. 1956 wurde auch wieder ein quasi neuer Lehrstuhl samt Institut mit der Bezeichnung „Betriebswirtschaftslehre des Gewerbes und der Klein- und Mittelbetriebe“ etabliert, den bis 1981 Erich Hruschka und von 1982 bis 2010 Josef Mugler innehatte.

Herausforderungen durch die Öffnung der Märkte

Für Industrie und Gewerbe stellte sich im Verlauf der ersten Jahrzehnte nach dem Zweiten Weltkrieg auch die Herausforderung, aus dem (für viele Gewerbetreibenden nicht unbequemen) System einer staatlich gelenkten bzw. geschützten Wirtschaft herauszutreten und den Anforderungen einer zunehmend freier werdenden Marktwirtschaft zu entsprechen. Während im österreichischen Binnenmarkt der Nachkriegszeit in vielen Branchen noch die Kalkulation kostendeckender Preise das betriebswirtschaftliche Denken beherrschte, fanden sich im internationalen Wettbewerb stehende Betriebe zunehmend mit der Preisbildung auf Märkten konfrontiert, welche auf die Kostenstrukturen einzelner Anbieter wenig Rücksicht nahmen. Statt die eigenen Kosten zu verteidigen, entstand immer mehr die Herausforderung, die eigene Leistung für Kunden insgesamt attraktiv zu gestalten, diese wirtschaftlich zu erstellen und dadurch auch international wettbewerbsfähig zu sein.

Der Abbau von Marktgrenzen – von der Schaffung eines europäischen Binnenmarktes bis zur sogenannten Globalisierung – hat diese Herausforderungen noch verschärft, damit aber auch die Chancen – neben den Bedrohungen – erhöht (Springer 2007, S. 25). Ein bedeutender Anteil der österreichischen Wirtschaft nimmt diese Herausforderungen erfolgreich an: Immerhin entstehen über 50% der österreichischen Wirtschaftsleistung heute durch Warenlieferungen und Dienstleistungen im Ausland – durch Klein- und Mittelbetriebe sowie durch im internationalen Maßstab nach wie vor kleine Großbetriebe.

Dadurch wird der Bedarf an einer Kombination von Wissen über die Führung von Klein- und Mittelbetrieben und über die Gestaltung von internationalen Austauschbeziehungen auch in Zukunft aufrecht bleiben. Die bis auf die Gründerzeit

der Hochschule zurückreichende Tradition einer im Angebotsspektrum stark vertretenen Außenhandelslehre sollte bei Klein- und Mittelbetrieben, die selbst keine internationalen oder gar globalen Strukturen aufbauen können oder wollen, auch in Zukunft auf massiven Bedarf stoßen.

Dass Klein- und Mittelbetriebe die Betriebswirtschaftslehre des Außenhandels dringend benötigen, ergibt sich aber nicht nur aus dem Faktum der starken Außenorientierung der österreichischen Wirtschaft, sondern kann auch theoretisch begründet werden. Als Ausgangspunkt dafür können die Stärken und Schwächen der Klein- und Mittelbetriebe dienen, wobei hier das Hauptaugenmerk auf die ökonomischen Stärken und Schwächen, nicht auf die metaökonomischen (Mugler 2008, S. 56) zu legen ist.

Stärken und Schwächen der Klein- und Mittelbetriebe in einer globalisierten Wirtschaft

Klein- und Mittelbetriebe entstehen durch Unternehmer, die Angebote für einen ungewissen Bedarf entwickeln. Ob sich Klein- und Mittelbetriebe auch langfristig behaupten können, hängt davon ab, ob sie ihr spezielles Know-how und innovatives Potenzial erhalten (Frank 2009) und sich entweder durch immer wieder neue, von den Nachfragern auch akzeptierte Angebote oder durch Senkung der Kosten gegenüber Konkurrenten Vorteile verschaffen können.

Hinsichtlich der Kosten spielt die Verteilung zwischen fixen und variablen Kosten für Klein- und Mittelbetriebe eine besonders wichtige Rolle. Diese Verteilung wird durch Skalen- und Verbundeffekte, auch „Economies of Scale“ und „Economies of Scope“ genannt, geprägt. Dadurch können große Produzenten nicht nur billiger produzieren, sondern ihre Leistungen in großem Maßstab auch noch auf großen Märkten, im Extremfall weltweit, anbieten. Nicht nur in der Produktion, sondern auch im Marketing können Skalen- und Verbundeffekte, zum Beispiel durch Marken- und Medienwerbung erzielt werden. Diesen Vorteilen der Großbetriebe stehen in Klein- und Mittelbetrieben die Vorteile geringerer Komplexität und damit geringerer Organisationskosten sowie auf den Märkten die (nicht immer genutzte) Chance der besseren Kenntnis lokaler Marktgegebenheiten gegenüber.

Diese Argumentation kann auch auf der Basis der Neuen Institutionenökonomik geführt werden, insbesondere unter Verwendung des Transaktionskosten-Denkmodells (Rössl 2006, S. 25). Klein- und Mittelbetriebe haben dort Transaktionskostenvorteile, wo sie über gute Marktkenntnisse (mit entsprechend niedrigeren Kundensuch- und -beeinflussungskosten) verfügen und geringe Transaktionsrisiken bestehen, was oft auf lokalen Märkten oder spezialisierten Nischenmärkten der Fall ist. Großbetriebe können daher – nicht zuletzt unter Ausnutzung von Fixkostendegressionen, zum Beispiel im Einsatz breit gestreuter Marketinginstrumente – Transaktionsvorteile auf großen, auch weit entfernten und unsicheren Märkten lukrieren. Dabei darf allerdings nicht übersehen werden, dass es unter den Klein- und Mittelbetrieben auch Transaktionsspezialisten gibt (zum Beispiel in der Marktfor-

schung oder Logistik oder Rechtsberatung), deren Leistung gerade in der Senkung der Transaktionskosten für andere besteht. Auch Kooperationen können transaktionskostensenkend eingesetzt werden, ohne dass Kernbereiche der Selbstständigkeit aufgegeben werden. Wirtschaftstheoretisch erklärbare Vorteile von Klein- und Mittelbetrieben sind potenzielle Vorteile, die in der Realität natürlich nicht immer genutzt werden, weil aus metaökonomischen Gründen nicht immer nach der ökonomischen Rationalität gehandelt wird.

Standardisierung statt Individualisierung der Bedürfnisse als gesellschaftliches Phänomen schmälert in der Regel das typische Erfolgspotenzial von Klein- und Mittelbetrieben. Je höher die Kaufkraft in einer Volkswirtschaft ist, desto größer sind aber auch die Chancen, dass sich neben der Nachfrage nach Massengütern auch eine individualisierte Nachfrage entwickelt, die Klein- und Mittelbetriebe mit individualisierten Angeboten nützen können. Klein- und Mittelbetriebe mit speziellem Know-how können auf kaufkräftigen Konsumentenmärkten oft durch innovative Angebote reüssieren, denn Innovationen sind in vielen Fällen zunächst einmal individuell für oder mit Pionierkunden entwickelte Leistungen. Klein- und Mittelbetriebe haben dadurch auch gute Chancen, von speziellem Bedarf in Großbetrieben zu profitieren: In großtechnischen Leistungsprozessen können kleine Spezialisten oft wertvolle Beiträge zu Problemlösungen – und das sehr rasch und flexibel – leisten. Daher haben kleine Anbieter nicht nur auf dem Konsumentenmarkt Chancen, wenn es dort individualisierte Nachfrage gibt, sondern auch auf dem Zuliefermarkt, wo „kleine“ Problemlösungen „große“ positive Wirkungen haben können.

Auch die Faktoren Zeit und Ort des Angebots können von Klein- und Mittelbetrieben neben der speziellen Produktgestaltung zum eigenen Vorteil genutzt werden, indem Leistungen zeitnah und ortsnahe zum Bedarf angeboten werden und nicht mit Verzögerung, die oft durch großbetrieblich bedingte bürokratische Abläufe oder räumliche Ferne des Anbieters bedingt ist. Hinsichtlich der Dimensionen der Individualisierung des Angebots, die sich Klein- und Mittelbetriebe zunutze machen können, ergibt sich daher eine gedankliche Verbindung an die von Oberparleiter erstmals 1918 vorgetragenen Funktionen des Handels.

Klein- und Mittelbetriebe und Außenhandel: ein wechselseitiger Bedarf

Leistungsprozesse mit geringen Skalen- und Verbundeffekten, Spezialisierung und Bedarfsnähe sind – auf eine Kurzformel gebracht – die wichtigsten (einander überschneidenden) rein ökonomischen Erfolgsfaktoren für Klein- und Mittelbetriebe. Dazu kommen hier nicht weiter behandelte Faktoren aus der Überlappung von ökonomischer und metaökonomischer (meist mikrosozialer) Sphäre. Insbesondere das rein ökonomische Erfolgspotenzial kann durch Vergrößerung der Reichweite, die in kleinen Ländern sehr rasch zur Überschreitung der Landesgrenzen führt, vergrößert werden. Dazu bedarf es allerdings der Übernahme von Funktionen, die durch

Klein- und Mittelbetriebe tendenziell selbst nicht bewältigt oder durch Großbetriebe effektiver und effizienter erfüllt werden können. Klein- und Mittelbetriebe sind selten in der Lage, die gesamte Palette der Instrumente, die heute im internationalen Leistungsaustausch gefordert werden, zu beherrschen, haben also einerseits Spezialisierungsdefizite bezüglich der Anforderungen der internationalen Handelstätigkeit (wenn dies nicht ihre ureigene Spezialisierung ist) und sind andererseits Betrieben unterlegen, die durch größere Leistungsvolumina Skalen- und Verbundeffekte realisieren können.

Die Verfügbarkeit von Außenhandelswissen bzw. von Spezialisten, die im Sinne einer ökonomisch fruchtbaren Arbeitsteilung Funktionen des Außenhandels übernehmen können, ist daher bei rasch zunehmender Komplexität im internationalen Umfeld und ebenso rasch wachsender Aktionsradien (bis hin zur Globalisierung) für Klein- und Mittelbetriebe wichtig. Dabei geht es in erster Linie um die Bewältigung des Leistungsaustausches (in der älteren Terminologie: des Leistungsverkehrs) zwischen Betrieben an zum Teil sowohl geografisch als auch „psychologisch“ weit voneinander entfernten Standorten und erst in zweiter Linie um den innerbetrieblichen Leistungsaustausch zwischen Betriebsteilen ein und desselben Betriebes an verschiedenen Standorten (Niederlassungen, Tochtergesellschaften). Anders ausgedrückt: Für Klein- und Mittelbetriebe ist das Know-how des Außenhandels zunächst wichtiger als das internationale Management (Kutschker und Schmid 2007, S. 807), das erst mit der Entwicklung vom Mittel- zum internationalen Großbetrieb an Bedeutung gewinnt. Das betrifft grundsätzlich auch den Typ der sogenannten „born internationals“ oder „born globals“, die von Anfang an eine Positionierung in einer internationalen (globalen) Wertschöpfungskette anstreben (Moser und Ninan 2009, S. 414).

Dieser Gedanke stand mehrfach Pate in verschiedenen Entwicklungsprozessen von der Exportakademie über die Hochschule für Welthandel bis zur Wirtschaftsuniversität Wien mit ihrem Department für Welthandel – dem neben anderen die Institute für Betriebswirtschaftslehre des Außenhandels und für Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe zugeordnet wurden. Klein- und Mittelbetriebe brauchen international orientierte Handelsbetriebe, aber auch umgekehrt: Außenhandelsbetriebe brauchen Klein- und Mittelbetriebe – viel mehr als Großbetriebe. Denn Großbetriebe brauchen – lapidar formuliert – wegen der geografischen Streuung ihrer Betriebsteile bzw. Teilbetriebe eher Binnenorganisationsspezialisten für die interne, aber im Extremfall weltweite Koordination und Binnenhandelsspezialisten für den Zugang zum regionalen Angebot und zur regionalen Nachfrage im Umfeld ihrer jeweiligen weltweiten Standorte.

Insofern macht das Design eines Departments für Welthandel in einer Wirtschaftsuniversität in Weiterführung der identitätsstiftenden Idee aus der Vergangenheit auch heute Sinn, wenn es auf folgende drei Säulen gestellt wird:

1. auf Klein- und Mittelbetriebe mit ihren innovativen, Weltmarktnischen ausfüllenden oder aktiv schaffenden Spezialisierungsvorteilen, also auf Betriebe, die aus der Rolle lokaler Bedarfsdecker herausgetreten sind oder heraustreten wollen,

2. auf den Außenhandel, der die Defizite der Klein- und Mittelbetriebe im internationalen Leistungsaustausch kompensieren kann und dadurch die Konzentration auf jene Leistungen erlaubt oder sogar zu fördern vermag, für die Spezialisierungsvorteile bestehen, und
3. auf die Internationalisierung von Betrieben im Zuge der Entwicklungsverläufe von Kleinbetrieben zu Mittelbetrieben bzw. von Mittelbetrieben zu Großbetrieben, in welchen sich letztlich die Internationalität von zwischenbetrieblichen Beziehungen sukzessive und tendenziell auf innerbetriebliche Beziehungen verlagert.

Literatur

- Bouffier, W. (1934) Die Stellung des Handels in der Wirtschaft. BBl 5: 153–157
- Bouffier, W. (1936) Das Handwerk in der Betriebswirtschaftslehre. Wien
- Feilbogen, S. (1899) Werdegang der Akademie. In: Jahrbuch der Export-Akademie des k.k. österreichischen Handelsmuseums. Erstes Studienjahr 1898/99. Wien, S. 115–145
- Frank, H. (2009) Corporate Entrepreneurship. In: Frank, H. (Hrsg.) Corporate Entrepreneurship. 2. Aufl., Wien, S. 9–39
- Hellauer, J. (1910) System der Welthandelslehre. Ein Lehr- und Handbuch des internationalen Handels. Erster Band: Allgemeine Welthandelslehre, 1. Teil. Berlin (3.–8. Aufl.: 1920)
- Kutschker, M., Schmid, S. (2007) Internationales Management. In: Handwörterbuch der Betriebswirtschaft. 6. Aufl., Stuttgart, S. 807–818
- Moser, R., Mugler J. (Hrsg.) (2007) Die Herausforderung der globalen Vernetzung. Forschungsreaktionen aus dem Department für Welthandel der Wirtschaftsuniversität Wien. Wien
- Moser, R., Ninan, S. (2009) Corporate Entrepreneurship und Unternehmensinternationalisierung. In: Frank, H. (Hrsg.) Corporate Entrepreneurship. 2. Aufl., Wien, S. 399–419
- Mugler, J. (1998) Die Wiener Schule der Betriebswirtschaftslehre. JfB 48: 45–87
- Mugler, J. (2008) Grundlagen der BWL der Klein- und Mittelbetriebe, 2. Aufl. Wien
- Oberparleiter, K. (1918) Die Funktionen des Handels. Wien. Separatum aus: 19. Jahrbuch der k.k. Exportakademie. Neunzehntes Studienjahr 1916/17. Wien, S. 21–55
- Oberparleiter, K. (1925) Zur Risikenlehre des Warenverkehrs. ZfB 2: 105–114
- Oberparleiter, K. (1930) Funktionen und Risikenlehre des Warenverkehrs. Berlin
- Oberparleiter, K. (1955) Funktionen und Risiken des Warenhandels. 2. Aufl. (von „Funktionen- und Risikenlehre des Warenverkehrs). Wien
- o.V. (Schmalenbach, E.?) (1911/1912) Rezension von: Hellauer, J.: System der Welthandelslehre, Berlin 1910. ZfhF 6: 165–168
- Rössl, D. (2006) Relationship-Management mit Beiträgen aus Wissenschaft und Praxis. Wien
- Schmid, A. (1916) Geschichte der k.k. Exportakademie. In: Die k.k. Exportakademie in Wien. Wien, S. 11–34
- Sonnendorfer, R. (1889) Technik des Welthandels. Wien (2. Aufl. 1900)
- Sonnleithner, I. von (1819) Lehrbuch der Handelswissenschaft zum Gebrauche der Schüler des k.k. polytechnischen Institutes in Wien. Wien
- Springer, R. (2007) Globalisierung als Herausforderung für das internationale Marketing. In: Moser, R., Mugler, J. (Hrsg.) Die Herausforderung der globalen Vernetzung. Wien, S. 21–34
- Vodrazka, K. (1999) Die Schule, die angeblich keine war, und ihr „fragwürdige(r) Leistungsbe-griff“. Eine Stellungnahme zum vorstehenden Beitrag von Dieter Schneider. JfB 49: 60–65
- Vodrazka, K. (2000) Betriebswirtschaftslehre. In: Acham, K. (Hrsg.) Geschichte der österreichischen Humanwissenschaften, Band 3.2: Menschliches Verhalten und gesellschaftliche Institutionen: Wirtschaft, Politik und Recht. Wien, S. 207–236

Außenhandel im Wandel

Festschrift zum 60. Geburtstag von Reinhard Moser

Puck, J.F.; Leitl, C. (Hrsg.)

2011, XXXIII, 385 S. 58 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-7908-2727-9

A product of Physica-Verlag Heidelberg