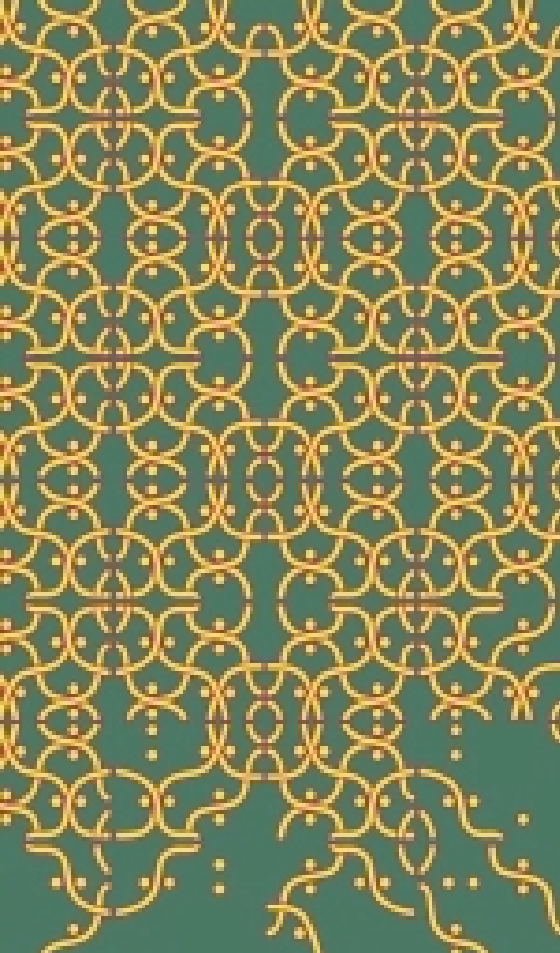




Beziehungen deutscher Unternehmen mit der Islamischen Republik Iran

Unter besonderer
Berücksichtigung
standortspezifischer
Rahmenbedingungen

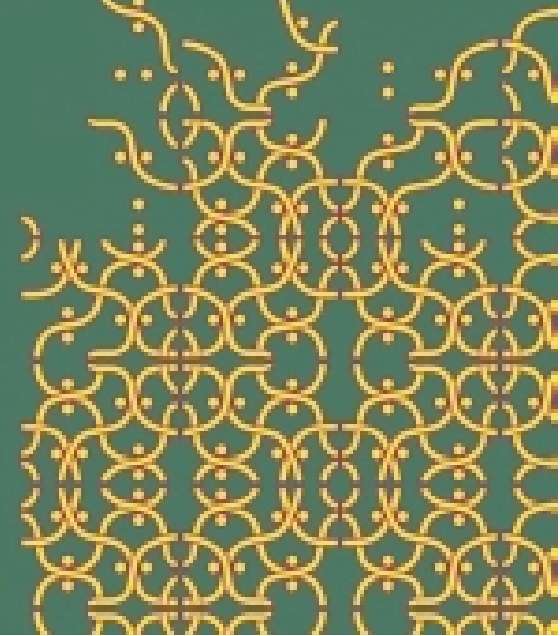
von Afschin Mechkat

Handel und
Direktinvestitionen
mit Iran



PETER LANG

Internationaler Verlag der Wissenschaften



Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis.....	XIX
Glossar	XXI
1 Einleitung	1
2 Historischer Überblick über Iran und dessen Beziehungen zu deutschen Unternehmen.....	9
2.1 Geschichte Irans	9
2.1.1 Altiran	9
2.1.2 Islamische Zeit	10
2.1.3 Iran zu Beginn des 20. Jahrhunderts	11
2.1.4 Demokratische Bewegung in Iran - Regierung Mossadegh....	13
2.1.5 Islamische Revolution in Iran	14
2.1.5.1 Voraussetzungen für die Revolution	14
2.1.5.2 Postrevolutionäre Phase.....	17
2.2 Beziehungen deutscher Unternehmen mit Iran	19
2.2.1 Weimarer Republik	19
2.2.2 Drittes Reich	22
2.2.3 Bundesrepublik Deutschland 1949-1979	24
2.2.4 Islamische Republik Iran	26
2.2.4.1 Kriegsjahre 1980-1990	26
2.2.4.2 Präsidentschaft Rafsandjani.....	28
2.2.4.3 Präsidentschaft Khatami.....	29
2.3 Gegenwärtige Situation und Zusammenfassung	32
3 Politische, rechtliche und religiöse Strukturen in Iran	37
3.1 Verfassungsmodell von Ajatollah Chomeini	37
3.1.1 Schiitischer Staat und seine Entstehung.....	37
3.1.2 Bedeutung des islamischen Klerus	40
3.1.3 Prinzip des Welajat-e fagih.....	41
3.1.4 Wächterrath	44
3.1.5 Präsident, Parlament und Volk.....	46
3.2 Islamisches Recht und seine Quellen	48

3.2.1	Koran, Sunna und Scharia.....	48
3.2.2	Islamisches Recht als oberster Bezugspunkt der iranischen Wirtschaftsordnung.....	52
3.3	Prinzipien des schiitischen Wirtschaftsrechts	53
3.3.1	Homo islamicus.....	53
3.3.2	Wirtschaftsethik	56
3.3.2.1	Prinzip der verschiedenen Formen des Eigen- tums	56
3.3.2.2	Prinzip der wirtschaftlichen Freiheit	58
3.3.2.3	Prinzip der sozialen Gerechtigkeit.....	58
3.3.2.4	Zins-, „Riba“-Verbot im Rahmen des Prinzips der Nicht-Schädigung	59
3.4	Reformbewegung und Reformislam	61
3.4.1	Reformbewegung	61
3.4.2	Reformislam.....	63
3.5	Zusammenfassung.....	64
4	Theorien des Handels und der Direktinvestitionen und ihre Determinan- ten	67
4.1	Ziele und Motive unternehmerischer Tätigkeit.....	67
4.2	Stufen internationaler Unternehmenstätigkeit.....	68
4.2.1	Export.....	68
4.2.2	Lizenzvergabe	69
4.2.3	Direktinvestition.....	70
4.3	Theorien der internationalen Aktivitäten von Unternehmen.....	73
4.3.1	Außenhandelstheorien.....	73
4.3.2	Theorien der Direktinvestitionen	75
4.3.2.1	Theorie des monopolistischen Vorteils	75
4.3.2.2	Produktlebenszyklus-Theorie	78
4.3.2.3	Theorie des oligopolistischen Parallelverhaltens ...	79
4.3.2.4	Internalisierungstheorie	80
4.3.2.5	Standorttheorie nach Tesch	83
4.3.2.6	Behavioristische Theorie	85
4.4	Eklektische Theorie von Dunning.....	87
4.5	Ziele internationaler Wirtschaftsbeziehungen.....	92
4.5.1	Ziele internationaler Wirtschaftsbeziehungen.....	92
4.5.2	Wirtschaftliche Ziele und Determinanten	94
4.5.2.1	Absatzmarktorientierte Ziele und Determinanten ..	94

4.5.2.2	Beschaffungsmarktorientierte Ziele und Determinanten	96
4.5.2.3	Kostenorientierte Ziele und Determinanten	97
4.5.2.4	Wettbewerbsvorteile	98
4.5.3	Politische Determinanten und Investitionsanreize	99
4.6	Zusammenfassung	103
5	Standortfaktoren in Iran	105
5.1	Wirtschaftliche Standortfaktoren	105
5.1.1	Geographische Lage und regionale Bedeutung	105
5.1.2	Bevölkerungsstruktur	106
5.1.3	Bildungsstand	108
5.1.4	Arbeitsmarkt	109
5.1.5	Größe und Wachstum des Marktes	113
5.1.6	Rohstoffsituation	115
5.1.7	Erdölsektor	117
5.1.7.1	Bedeutung der Erdölindustrie für Iran	117
5.1.7.2	Iran als Erdölpensionär	119
5.1.8	Infrastruktur	121
5.1.8.1	Straßen, Schifffahrt, Bahn- und Flugverbindungen	121
5.1.8.2	Telekommunikation und Energieversorgung	124
5.1.9	Wirtschafts- und Unternehmensstruktur	126
5.1.9.1	Wirtschaftsstruktur	126
5.1.9.2	Private Unternehmen	128
5.1.9.3	Islamische Stiftungen	129
5.1.9.4	Staatliche Unternehmen	130
5.1.9.5	Privatisierung von Staats- bzw. staatsnahen Unternehmen	131
5.1.10	Bank- und Finanzwesen	132
5.1.10.1	Bankensystem	132
5.1.10.2	Zinslose Banktechniken	134
5.1.11	Handelsvolumen und Direktinvestitionen	137
5.1.11.1	Handel	137
5.1.11.2	Direktinvestitionen	141
5.1.12	Wirtschaftszonen	142
5.1.12.1	Gesamtwirtschaftsraum	142
5.1.12.2	Freihandelszonen	143
5.1.12.3	Sonderwirtschaftszonen	146
5.1.13	Firmengründung und Unternehmensrechtsform	147
5.1.13.1	Private Unternehmen	147
5.1.13.2	Joint-Ventures	148

5.1.13.3	Zweigniederlassung, Vertretung und Repräsentanz.....	150
5.1.13.4	Lizenzvereinbarungen und Partnerschaften.....	151
5.2	Politische und rechtliche Standortfaktoren	152
5.2.1	Rechtsstaat und Rechtssicherheit	152
5.2.2	Gesetze und Investitionsabkommen.....	153
5.2.3	Rechtspraxis	156
5.2.4	Schutz vor Verstaatlichung und Privatisierung.....	159
5.2.5	Vertragswesen	161
5.2.6	Unternehmenssteuer	162
5.3	Zusammenfassung	163
6	Branchenspezifische Möglichkeiten des Engagements für ausländische Unternehmen in Iran	165
6.1	Erdöl, Erdgas, Petrochemie.....	165
6.2	Anlagen- und Maschinenbau.....	168
6.3	Kfz- und Nutzfahrzeugindustrie.....	171
6.4	Nahrungsmittelindustrie und Handel	174
6.5	Bank- und Versicherungswesen	175
6.6	Dienstleistungssektor	177
6.7	Zusammenfassung	179
7	Erfahrungen Deutscher Unternehmen beim Irangeschäft – eine empirische Fallstudie.....	181
7.1	Forschungsmethodik und Datenbasis der empirischen Erhebung.....	181
7.1.1	Zielsetzung der Erhebung	181
7.1.2	Datenerhebung und Verlauf der Untersuchung.....	182
7.1.3	Beschreibung der Auswertung	185
7.2	Darstellung der befragten Unternehmen und ihrer Merkmale	186
7.2.1	Branchenschwerpunkt	186
7.2.2	Unternehmensgröße	189
7.2.3	Formen des Engagements	191
7.3	Ziele deutscher Unternehmen beim Irangeschäft und die Bewertung der Standortfaktoren	195
7.3.1	Entwicklung der Fragestellung und Hypothesenbildung	195
7.3.2	Überprüfung der Hypothese: „Deutsche Unternehmen verfolgen bei Ihrem Engagement in Iran markt- und absatzorientierte Ziele.“	196

7.3.2.1	Erwartungen deutscher Unternehmen an das Engagement in Iran.....	196
7.3.2.2	Markt- und absatzorientierte Ziele	198
7.3.2.3	Kosten- und ertragsorientierte Ziele	202
7.3.3	Überprüfung der Hypothese: Iran verfügt über geeignete Standortfaktoren für das Engagement deutscher Unternehmen.....	205
7.3.3.1	Überblicke über wirtschaftliche Standortfaktoren	205
7.3.3.2	Überblicke über rechtliche Standortfaktoren.....	214
7.3.3.3	Differenzierte Bedeutung der wirtschaftlichen und rechtlichen Standortfaktoren.....	217
7.3.4	Überprüfung der Hypothese: „Die iranische Regierung unterstützt Aktivitäten deutscher Unternehmen.“	221
7.4	Wahrnehmung Irans bei deutschen Unternehmen	226
7.4.1	Entwicklung der Fragestellung und Hypothesenbildung	226
7.4.2	Überprüfung der Hypothese I: Die islamisch geprägte Wirtschaft in Iran erschwert das Engagement deutscher Unternehmen.....	227
7.4.3	Überprüfung der Hypothese II: Die Wahrnehmung Irans führt zur Zurückhaltung seitens deutscher Unternehmen beim Irangeschäft.	231
7.4.3.1	Allgemeine Wahrnehmung Irans.....	231
7.4.3.2	Unterschiede in der allgemeinen Wahrnehmung Irans	233
7.4.3.3	Exkurs: Wahrnehmung des Atomkonflikts	237
7.5	Vorbereitung und Erfahrung deutscher Unternehmen	240
7.6	Antizipation von Problemen.....	247
8	Schlussbetrachtung.....	251
Anhang.....		255
A.1.	Entwicklung der Erdölwirtschaft	255
A.2.	Weißer Revolution	257
A.3.	Weiterführende Hinweise	261
A.4.	Anschreiben Fragebogen	265
A.5.	Fragebogen.....	266
Literaturverzeichnis		283