

Chang, Jai Chun

**Working Paper**

**Erfolgsfaktoren für "Internationale Projekte"**

Ordnungspolitische Diskurse, No. 2012-05

**Provided in Cooperation with:**

Ordnungspolitisches Portal (OPO)

*Suggested Citation:* Chang, Jai Chun (2012) : Erfolgsfaktoren für "Internationale Projekte",  
Ordnungspolitische Diskurse, No. 2012-05, Ordnungspolitisches Portal (OPO), s.l.

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/67500>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

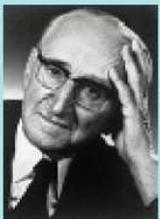
*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*



# Ordnungspolitische Diskurse

## Discourses in Social Market Economy



**Jai Chun Chang**

**Erfolgsfaktoren für “Internationale Projekte”**

**Diskurs 2012 – 5**

**Jai Chun Chang**

## **Erfolgsfaktoren für “Internationale Projekte”**

### **Abstract**

In einer globalisierten Welt ist die internationale und interkulturelle Zusammenarbeit ein Erfolgsgarant für ein kontinuierliches Unternehmenswachstum. Für diese Zusammenarbeit sind drei Faktoren unumgänglich. Erstens ein grundlegendes Verständnis der Kultur und Sitten der einzelnen Länder, Zweitens: eine klare Aufgabenteilung welche Vertrauen schafft und Drittens Technikexzellenzen zu schaffen, welche die Wettbewerbsfähigkeit auf einem globalen Markt erhält. Vorallem verschiedene Koreanische Firmen wie Hyundai und Samsung bewiesen, dass der asiatische Markt ein zukunftssträchtiger Globalplayer in der technischen Industrie wird.

### **Keywords:**

Korea, Asien, Kultur, Technikexzellenzen

**Chang Jai Chun** (Prof. Dr.-Ing.)

Kyung Hee University, College of Mechanical and Industrial System Engineering

303 Haeryung Parkvill, 104-1 Yangjae-Dong, Seocho-Ku, Seoul, Korea

(e-mail: [dricchang@yahoo.co.kr](mailto:dricchang@yahoo.co.kr))

**Jai Chun Chang**

## **Erfolgsfaktoren für “Internationale Projekte”**

### **1. Einleitung**

Im 21. Jahrhundert führte der Fortschritt in den Kommunikationstechnologien zu einer rasanten Übermittlung von Informationen rund um den Globus. So wächst die Welt immer mehr zusammen. Dieses Zusammenwachsen hat den Umgang mit Technik geprägt. Deshalb arbeiten Ingenieure und Wissenschaftler weltweit zusammen, um die menschlichen Gesellschaften stärker zu vereinen. Die Basis hierzu stellen internationale Projekte dar, wobei Voraussetzungen für den Erfolg solcher Projekte im wesentlichen folgende Aspekte sind. Die Kultur der Beteiligten kennen, Vertrauen schaffen und Technikexzellenz bieten. Korea ist ein gutes Beispiel, um dies zu illustrieren.

### **2. Korea in Asien**

Geographisch liegt Korea mit 44 Millionenstädten in Südostasien und ist innerhalb von 4 Stunden Flugzeit von den meisten ostasiatischen Großstädten erreichbar. So sind beispielsweise Bejing und Shanghai (beide China) innerhalb von 1,7 Stunden, Tokyo(Japan): 2,3 Stunden, Wladiwostok (Russland): 2 Stunden, Taipei (Taiwan) und Hong Kong (Volksrepublik China) und Manila (Philippinen): 4 Stunden per Flugzeug zu erreichen. Asien besitzt heute ca. 35% des globalen Bruttonationaleinkommens und entspricht ca. 56% der Weltbevölkerung. Im Vergleich weist Deutschland mit seinen 82 Mio. Einwohnern ein BIP von seinen 3.300 Milliarden US\$ aus und hat Außenhandelsbeziehungen mit Korea von 35.000 Mrd.US\$. Japan mit 128Mio. Einwohnern handelt mit Korea 71 Mrd. US\$ und hat ein BIP von 5.474 US\$. Die Volksrepublik China (inklusive Hong Kong), als aufblühende Wirtschaftsmacht handelte 2010: 98 Mrd. US\$ mit Korea. Und hat auch ein BIP von 5.800 Mrd. US\$ und eine Bevölkerung von 1.300 Mio. Einwohnern. Die Organisation Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) handelte 97 Mrd. US\$ mit Korea und hat ein BIP von 1.800 Mrd. US\$ (bei einer der ASEAN zurechenbaren Bevölkerungsanzahl von 600Mio. Menschen).

Somit zeigt sich, dass Korea ein wichtiger Handelspartner und Global Player geworden ist.

### **3. Kultur**

Durch die zunehmende Globalisierung, wie internationale Produkterstellung und gemeinsame globale Projekte, wird ein Verständnis der unterschiedlichen Kulturen unumgänglich. So sollten die Kulturen stets unter folgenden Aspekten betrachtet werden:

1. mithilfe eines grundlegenden Verständnisses der Unterschiedlichkeit einzelner Kulturen
2. Berücksichtigung einzelner Traditionen
3. gesellschaftliche und politische Hierarchien und Titel
4. die vorherrschenden sozialen Netzwerke und Familienverhältnisse
5. Kommunikationsstrukturen und Unternehmensphilosophien

Diese Aspekte dienen dazu richtige und angepasste Konzepte zur Zusammenarbeit zu entwickeln. Am Beispiel Korea können zwei historische Beispiele, für ein grundlegendes Kulturverständnis aufgeführt werden.

***König Sejong der Große (1397-1450)*** soll hier als erstes Beispiel für die historische Betrachtung Koreas genutzt werden. Sowohl in anthropologischer als auch in naturwissenschaftlicher Betrachtungsweise leistete Sejong einiges für Korea. So betrachtete er den „Menschen als Mittelpunkt“ und entwickelte die koreanische Schrift „Hangul“ welche bis heute in Korea genutzt wird. Diese Schrift besteht ähnlich wie die lateinische Schrift aus 24 Buchstaben. Diese setzt sich aus 13 Konsonanten und 11 Vokalen zusammen. Auch in der Astronomie leistete König Sejong einiges, er entwickelte unter anderem Sternbilder und Sonnenuhren. Auch die naturwissenschaftlichen Erkenntnisse zu König Sejongs Zeiten sind nicht zu vernachlässigen, so leistete die Ingenieurwissenschaft Beiträge zur Entwicklung Koreas, wie beispielsweise Windmesser, Wasseruhren und neue Drucktypen.

**Admiral Yi Sun-Sin (1545 – 1598)** dient zur weiteren Veranschaulichung. So sind die meisten Koreaner davon überzeugt, dass Admiral Yi Sun-Sin der größte Held sei, den Korea hervorgebracht hat. Bekannt war Yi Sun-Sin durch die Entwicklung der s.g. „Geobukseons“ (Schildkrötenschiffe) welche die ersten gepanzerten Kriegsschiffe der Menschheit waren. Diese im 15. Jahrhundert entwickelte Innovation(u.a. Eisenplatten und angebrachten Metallnägeln) verhalfen Korea zu einem Sieg gegen die japanische Übermacht (1592-1598) auf See. Und prägten Korea somit massgeblich.

Lassen Sie mich nun auf die heutige Zeit zurückkommen. Ich möchte Ihnen nun zwei Beispiele aktueller Unternehmensphilosophien darstellen:

### **Die Samsung Group**

Der Samsunggründer Lee Byung-Chul (1910-1987) hat 1954 in der Firma „Cheil Textil Industrie“ begonnen. Sein Erfolgsrezept bestand darin, 80 % seines Lebens damit verbracht zu haben in die Ausbildung von Humanressourcen investiert zu haben. Sein Sohn, Lee Keon-Hee (\*1942) führte das von seinem Vater aufgebaute Unternehmen weiter. Dieser baute auf der Philosophie seines Vaters auf und prägte das Unternehmen massgeblich mit dem Spruch: „Ändere alles, außer deine Frau und Kinder“. Für die Samsung Group bedeutet soziale Verantwortung mithilfe überlegener Produkte und Dienstleistungen die globale Gesellschaft zu verbessern. Unter dieser Unternehmensphilosophie entwickelte die Samsung Group 35 sehr bekannte Produkte wie: Nano D RAM, verschiedene Smart Phones(800 Tausend Smartphones wurden innerhalb eines Monats nach Verkaufsstart verkauft) und Drillship. Die Drillships sind für die Förderung von Rohöl und Rohgas eine große Rechengröße geworden. So können diese in 10.000m Tiefe die fossilen Brennstoffe fördern und sofort auf Schiffe verladen werden. Dies bedeutet quasi schwimmende Raffinerieschiffe. Auch das weltgrößte Gebäude, der „Burykahlifa“ (arabisch: برج خليفة) in Dubai wurde von der Samsung Group errichtet und trägt stolze 828 Meter höhe.

### **Die Hyundai Group**

Eine weiteres weltweit operierendes Unternehmen aus Korea ist die Hyundai Group welche von Ju-Young Chung (1915-2001) gegründet wurde. Dessen Ansicht: „Wenn kein Weg vorhanden ist, suche nach ihm. Findest Du ihn nicht, baue ihn Dir selbst.“

wurde die Unternehmensphilosophie der Hyundai Group. Die Hyundai Group, entwickelte unter Chung und seinen Söhnen: Mong-Koo(\*1938) und Mong-Joon (\*1951) Automobile, technische Konstruktionen, Stahlwerke und Schiffbauindustrie. Ich möchte Ihnen nun die Zahlen der Hyundai Group vorstellen. 2010 wurde Hyundai mit 5,7Mio. weltweit verkaufter Autos zum 4. platzierten Autobauer.

1. Toyota Group: 8.560.000 Einheiten
2. General Motors: 7.140.000 Einheiten
3. Volkswagen AG: 7.140.000 Einheiten
4. Hyundai Group: 5.740.000 Einheiten
5. Ford: 5.131.000 Einheiten

Zusätzlich baut Hyundai umweltfreundliche Stahlwerke welche ca. 4,65 Tonnen im Jahr 2010 produzieren und für das Jahr 2011 8,52 Mio. Tonnen planen. Gleichzeitig bauten sie das größte LPG Transportschiff der Welt und zählen als Schiffbauunternehmen Nummer 1.

#### **4. Unterschiede zwischen Korea und Deutschland**

In Deutschland ist eine Unternehmenshierarchie meist sehr einfach aufgebaut: Sachbearbeiter-Projektleiter-Gruppenleiter-Abteilungsleiter-Direktor (Vizepräsident)-Geschäftsführung(Präsident)-Vorstand(Chairman). Die Hierarchie in Korea ist abstrakter und mehrstufiger: so bspw.: Engineer - Assistant Manager – Manager - General Manager - Direktor-Managing Direktor - executive Director - Vice President – President – Chairman.

Vertrauen spielt ebenso eine sehr wichtige Rolle. Vor allem mit Kunden und der Belegschaft. Dieses Vertrauen kann man erreichen durch:

1. Business-Pläne (Definierte Abläufe und Inhalte)
2. vertrauensbildende Maßnahmen einleiten und umsetzen (um Vertrauen zwischen Kunden und eigenen Mitarbeitern zu schaffen)
3. ein klares Unternehmenskonzept

4. richtige Personalauswahl für Schlüsselpositionen (die nicht nur als Schnittstelle zwischen Stammhaus und Basis haben, sondern auch Vertrauen der lokalen Mitarbeiter genießen)

Vertrauensbildende Maßnahmen sind v.a. das Abläufe und Inhalte definieren, sodass alle Beteiligten (Entwicklung, Einkauf, Produktion bis zum Vertrieb) nach gleichen Qualitätskriterien und Parametern arbeiten, und Missinterpretationen ausräumen.

Als Unternehmensziele sollte folgendes definiert sein:

1. Kundenorientierung
2. Kundenzufriedenheit
3. Afterservice
4. Wettberbsanalysen
5. Projektplanungssicherung
6. Projektplanungstreue

Innerbetriebliche Regelungen zur Vertrauensbildung sind:

1. Kostenmanagement
2. Fortbildungsmöglichkeiten
3. Aufstiegs- und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten schaffen
4. klare Führungsstrukturen und Hierarchien
5. Festlegung von Verantwortlichkeiten
6. Möglichkeiten von Jobsharing
7. effizienter Kommunikationsaustausch
8. und gesicherter Projektablauf (gegenseitiger Besuch oder Videokonferenzen)

## **5. Technische Innovationen**

Nun möchte ich auf ein paar Erfolgsfaktoren für Internationale Projekte eingehen. Die Begriffe „Kultur“ und „Vertrauen schaffen“ sind absolut erforderliche Bestandteile einer Philosophie die umgesetzt werden muss. Doch stellen sie nicht die einzigen Erfolgsparameter dar. Hier kommt der eigentliche Ansatz zum Tragen, nämlich die technische Innovation, welche sich auf dem Markt etablieren möchte bzw. die für ei-

nen vitalen Großkunden für Produkterstellung, sowohl als Teile oder Endprodukte notwendig sind. Zwei Beispiele für diese technischen Innovationen:

**Beispiel 1:**

Ein in Deutschland ansässiger Automobilzulieferer will in einem anderen Land produzieren. Dazu baut er in der Regel als ersten Schritt eine SKD- oder CKD-Montage auf, die sukzessiv in eine „local content productions“ umgewandelt wird. Dazu braucht er die Unterstützung eines einheimischen Zulieferer. Diese stellt selbst Teile her, die verbaut und als lokales Fertigungsteil hergestellt werden. Damit erfüllt er der Automobilhersteller Forderungen nach einem „local content“. Diese Situation impliziert eine Wertschöpfungskette, die es dem Hersteller erlaubt auf dem Markt erfolgreich bestehen zu können. Warum? Wenn sie ein Produkt in einem fremden Land einführen wollen, gibt es neben den nationalen Bestimmungen landesspezifische Besonderheiten in Form von Anforderungen, die es im eigenen Land nicht gibt, d.h. Sie müssen das Produkt an dieses Anforderungen anpassen oder neu ausrichten. Die Umsetzung bedarf einer sauberen, kosteneffizienten und zeitnahen Projektführung, die sich nicht immer mit neuen Zulieferer erreichen lässt. Je geringer die Eigenfertigung ist, desto mehr sind sie auf die Zulieferer angewiesen. Mit einem eingespielten Team ist dies jedoch zu meistern.

**Beispiel 2:**

Sie haben in einem Land einen neuen Kunden gewonnen, können ihr Produkt aber nur verkaufen, wenn sie es in diesem Land auch entwickeln und produzieren. Sie haben ihren Kunden davon überzeugen können, dass ihre Produkt- und Marktführerschaft und ihre technische Kompetenz seine Anforderungen zu erfüllen und sie der geeignete Partner sind. Die Umsetzung erfordert eine Fülle von Maßnahmen, die nicht nur auf den Kunden abgestimmt sein müssen, sondern auch in ihrer Komplexität mehrgleisig und parallel z.B. ein Entwicklungszentrum und eine Produktion aufzubauen und zu steuern bedeuten.

Nur um einige Parameter zu nennen wie effiziente Logistiksteuerung, Qualitätsnormen für Einkauf, Produktion und Lieferungen, ein effektives Kostenmanagement, Vernetzung zwischen mechanischen, elektronischen, analogen und digitalen Abläufe eine interkulturelle Zusammenarbeit durch technische Innovationen ermöglicht. All

diese Punkte müssen in der richtigen Reihenfolge organisiert sein. Eine echte Herausforderung, die sich aus eigener Erfahrung speist und von der man auch überzeugt sein muss, sie meistern zu können. Wichtig ist hier eine richtige Risikoabschätzung und die Entwicklung einer machbaren Strategie zur Umsetzung. Jedoch sollte man nie vergessen, dass eine international erfolgreiche Projektarbeit eine Win-Win-Situation für beide Seiten ist.

Am Ende ist hier die Technikexzellenz zu erwähnen. Ein Auto besteht aus mehr als 20.000 Teilen. Um diese Anzahl verwalten zu können, ist viel Zeit vonnöten. Und auch die Lagerhaltung ist mit enormen Kosten verbunden. Durch Integration kann dieser Aufwand jedoch realisiert werden. Dadurch wird Logistik vereinfacht, an Gewicht gespart und Kosten reduziert. Weiterentwickelte Integration nennt man Modul-konzept. Ein Modul besteht aus mehreren integrierten Teilen. Dadurch werden werden Montagekosten reduziert und die Qualität verbessert. Dies bedeutet Gewinnsteigerung. Weiter ist zu erwähnen, dass mechanische(analoge) Teile in elektronische(digitale) Teile ersetzt werden. Dies hat eine Gewichtsreduktion von bis zu 60% zur Folge. Die Teildicke wird um das 2-3fache dünner und auch die Lebensdauer und Qualität wird erhöht. Dies bedeutet somit auch einen geringeren Stromverbrauch. Und durch die Schaffung solcher hochinnovativen Technikexzellenzen wird Marktführerschaft erreicht. Denn durch eine automatisierte Fertigung werden Kosten gesenkt und effektivere Gewinne erzielt. Dies bedeutet im Umkehrschluss mehr Wettbewerbsfähigkeit.

## **6. Zusammenfassung**

Umsatzgeschwindigkeit ist ein wesentlicher Faktor für die wirtschaftliche Erfolgsgeschichte Asiens. Durch diese Geschwindigkeit werden Veränderungen und Innovationen schneller umgesetzt und entwickelt. Auch hier kann man die Firmen MAN/Wartsila und Hyundai Heavy Industry darstellen. Die Firma MAN/Wartsila ist eine 100jährige Erfolgsgeschichte eines Schiffmotorbauers. Diese Firma hat weltweit einen so hohen Marktanteil genossen, der quasi ein Monopol darstellt. Viele Kunden haben jahrelang beklagt, dass Reparatur, Teilewechslung und die Reinigung aufwendig und schwierig war. Trotz dieser Beschwerden hat die Firma nicht darauf reagiert.

Die Firma Hyundai Heavy Industry (HHI) hat 7 Jahre lang (bis 1993), 26 Mio Euro in Forschung und Entwicklung investiert. Dadurch wurden zwar erst im Jahr 2001 vier Schiffsmotoren im Smart Design entwickelt. Diese Art von Schiffsmotoren wurden durch eine kontinuierliche Auswertung von Beschwerden der Kunden, in der Reparatur, Teilewechslung und Reinigung den Kundenwünschen angepasst. Dies hatte den Effekt, dass im Jahr 2010 1.350 Schiffsmotoren gebaut und innerhalb eines Jahres auf 2.000 erhöht wurde. Durch diese Kundenorientierung konnte die Hyundai Heavy Industry einen Weltmarktanteil von ca. 25% erwarten.

Weiter entwickelte die HHI einen umweltfreundlichen gasbetriebenen Schiffsmotor (H35G) Dieses Innovationsprodukt hat einen Ausstoß um 20% Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>), 97% Stickoxid(NO<sub>X</sub>) reduziert, d.h. den weltweit niedrigsten Ausstoß von 50ppm. Eine höhere Effizienz und höchste Motorleistung von 47% weltweit. (Anwendung von Lean Burn Engine, und die Verringerung von Teilen welche eine Gewichtsreduktion nach sich zog.)

#### **Quellen:**

- (1) [www.mk.co.kr](http://www.mk.co.kr)
- (2) [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
- (3) [www.kama.or.kr](http://www.kama.or.kr)
- (4) [www.joinmsn.com](http://www.joinmsn.com)

# Ordnungspolitische Diskurse

## Discourses in Social Market Economy

- 2007 – 1 Seliger, Bernhard; Wrobel, Ralph – Die Krise der Ordnungspolitik als Kommunikationskrise
- 2007 – 2 Sepp, Jüri - Estland – eine ordnungspolitische Erfolgsgeschichte?
- 2007 – 3 Eerma, Diana; Sepp, Jüri - Competition Policy's Role in Network Industries - Regulation and Deregulation in Estonia
- 2007 – 4 Claphman, Ronald - Welche Bedeutung haben nationale Wirtschaftsordnungen für die Zukunft der EU? Der Beitrag der sozialen Marktwirtschaft
- 2007 – 5 Strunz, Herbert – Staat, Wirtschaften und Governance
- 2007 – 6 Jang Tae-Seok - South Korea's Aid to North Korea's Transformation Process - Social Market Perspective
- 2007 – 7 Libman, Alexander - Big Business and Quality of Institutions in the Post-Soviet Space: Spatial Aspects
- 2007 – 8 Mulaj, Isa - Forgotten Status of Many: Kosovo's Economy under the UN and the EU Administration
- 2007 – 9 Dathe, Uwe - Wettbewerb ohne Wettbewerb? Über die Bedeutung von Reformen im Bildungswesen für die Akzeptanz der Wettbewerbsidee
- 2007 – 10 Noltze, Karl - Die ordnungspolitische Strategie des Landes Sachsen
- 
- 2008 – 1 Seliger, Bernhard - Die zweite Welle – ordnungspolitische Herausforderungen der ostasiatischen Wirtschaftsentwicklung
- 2008 – 2 Gemper, Bodo Rheinische Wegbereiter der Sozialen Marktwirtschaft: Charakter zeigen im Aufbruch
- 2008 – 3 Decouard, Emmanuel - Das „Modèle rhénan“ aus französischer Sicht
- 2008 – 4 Backhaus, Jürgen - Gilt das Coase Theorem auch in den neuen Ländern?
- 2008 – 5 Ahrens, Joachim - Transition towards a Social Market Economy? Limits and Opportunities
- 2008 – 6 Wrobel, Ralph - Sonderwirtschaftszonen im internationalen Wettbewerb der Wirtschaftssysteme: ordnungspolitisches Konstrukt oder Motor institutionellen Wandels?
- 
- 2009 – 1 Wrobel, Ralph - The Double Challenge of Transformation and Integration: German Experiences and Consequences for Korea
- 2009 – 2 Eerma Diana; Sepp, Jüri - Estonia in Transition under the Restrictions of European Institutional Competition
- 2009 – 3 Backhaus, Jürgen - Realwirtschaft und Liquidität
- 2009 – 4 Connolly, Richard - Economic Structure and Social Order Type in Post-Communist Europe
- 2009 – 5 Dathe, Uwe – Wie wird man ein Liberaler? Die Genese der Idee des Leistungswettbewerbs bei Walter Eucken und Alexander Rüstow
- 2009 – 6 Fichert, Frank - Verkehrspolitik in der Sozialen Marktwirtschaft
- 2009 – 7 Kettner, Anja; Rebien, Martina – Job Safety first? Zur Veränderung der Konzessionsbereitschaft von arbeitslosen Bewerbern und Beschäftigten aus betrieblicher Perspektive
- 2009 – 8 Mulaj, Isa – Self-management Socialism Compared to Social Market Economy in Transition: Are there Convergent Paths?

- 2009 – 9 Kochskämper, Susanna - Herausforderungen für die nationale Gesundheitspolitik im Europäischen Integrationsprozess
- 2009 – 10 Schäfer, Wolf – Dienstleistungsökonomie in Europa: eine ordnungspolitische Analyse
- 2009 – 11 Sepp, Jüri – Europäische Wirtschaftssysteme durch das Prisma der Branchenstruktur und die Position der Transformationsländer
- 2009 – 12 Ahrens, Joachim – The politico-institutional foundation of economic transition in Central Asia: Lessons from China
- 2009 – 13 Pitsoulis, Athanassios; Siebel, Jens Peter – Zur politischen Ökonomie von Defiziten und Kapitalsteuerwettbewerb
- 2010 – 01 Seliger, Bernhard – Theories of economic miracles
- 2010 – 02 Kim, GiEun - Technology Innovation & Green Policy in Korea
- 2010 – 03 Reiljan, Janno - Vergrößerung der regionalen Disparitäten der Wirtschaftsentwicklung Estlands
- 2010 – 04 Tsahkna, Anna-Greta, Eerma, Diana - Challenges of electricity market liberalization in the Baltic countries
- 2010 – 05 Jeong Ho Kim - Spatial Planning and Economic Development in Border Region: The Experiences of Gangwon Province, Korea
- 2010 – 06 Sepp, Jüri – Ordnungspolitische Faktoren der menschlichen Entwicklung
- 2010 – 07 Tamm, Dorel - System failures in public sector innovation support measures: The case of Estonian innovation system and dairy industry
- 2010 – 08 Clapham, Ronald - Wirtschaftswissenschaft in Zeiten der Globalisierung
- 2010 – 09 Wrobel, Ralph - Geldpolitik und Finanzmarktkrise: Das Konzept der „unabhängigen Zentralbank“ auf dem ordnungspolitischen Prüfstand
- 2010 – 10 Rutsch, Andreas; Schumann, Christian-Andreas; Wolle, Jörg W. - Postponement and the Wealth of Nations
- 2010 – 11 Ahrens, Joachim; Jünemann, Patrick - Transitional Institutions, Institutional Complementarities and Economic Performance in China: A 'Varieties of Capitalism' Approach
- 2010 – 12 Kolev, Stefan; Der bulgarische Weg seit 1989, Wachstum ohne Ordnung?
- 2011 – 1 Wrobel, Ralph – Energiewende ohne Markt? Ordnungspolitische Perspektiven für den deutschen Stromsektor
- 2011 – 2 Rõigas, Kärt – Linkage between productivity and innovation in different service sectors
- 2011 – 3 Sepp, Jüri – Institutionelle Innovationen im Infrastrukturbereich: Beispiel Post in Estland
- 2011 – 4 Effelsberg, Martin – Measuring absorptive capacity of national innovation systems
- 2011 – 5 Jänsch, Janina – Die Anrechnung natürlicher und anthropogener Effekte auf terrestrische Ökosysteme im Rahmen des Kyoto-Protokolls
- 2011 – 6 Platje, Joost – Institutional Change for Creating Capacity and Capability for Sustainable Development – a club good perspective
- 2011 – 7 Tamm, Dorel; Ukrainski, Kadri – Functional Approach to National Systems of Innovation: The Case of a Small Catching-up Country
- 2011 – 8 Nusser, Michael – Optionen zur Stärkung der Leistungsfähigkeit von Innovationssystemen

- 2012 – 1 Koley, Stefan – Wider die „Après nous le déluge“-Logik. Ordnungspolitik, Innovation und Nachhaltigkeit.
- 2012 – 2 Varblane, Urmas - National Innovation Systems: Can they be copied?
- 2012 – 3 Reiljan, Janno / Paltser, Ingra - Struktur und Zusammenhänge des staatlichen Innovationssystems und der Innovationspolitik
- 2012 – 4 Lenz, Justus - Innovationssystem Internet: Eine institutionenökonomische Analyse der digitalen Revolution
- 2012- 5 Chang Jai Chun - Erfolgsfaktoren für "Internationale Projekte"

## **Herausgeber:**

Prof. Dr. Stefan Kolev - Erfurt

PD Dr. habil. Bernhard Seliger – Seoul

Prof. Dr. Ralph M. Wrobel – Zwickau

**[www.Ordnungspolitisches-Portal.de](http://www.Ordnungspolitisches-Portal.de)**