

Schriftenreihe Unternehmensführung  
Herausgeber: Prof. Dr. Hartmut Kreikebaum

**Ik-Seung Kim**

# **Strategische Ansätze zur Einführung des Leasings**

– insbesondere aus der Sicht  
südkoreanischer Leasingnehmer

Verlag Wissenschaft & Praxis



## Strategische Ansätze zur Einführung des Leasings

# **Schriftenreihe Unternehmensführung**

Herausgeber: Prof. Dr. Hartmut Kreikebaum

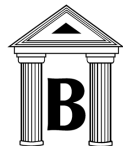
**Band 23**

Ik-Seung Kim

# **Strategische Ansätze zur Einführung des Leasings**

– insbesondere aus der Sicht  
südkoreanischer Leasingnehmer

Verlag Wissenschaft & Praxis



Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

**Kim, Ik-Seung :**

Strategische Ansätze zur Einführung des Leasings – insbesondere aus der Sicht südkoreanischer Leasingnehmer. / Ik-Seung Kim.

– Sternenfels : Verl. Wiss. und Praxis, 2002

(Schriftenreihe Unternehmensführung ; Bd. 23)

Zugl.: Frankfurt (Main), Univ., Diss. 2002

ISBN 3-89673-172-6

ISBN 3-89673-172-6

© Verlag Wissenschaft & Praxis

Dr. Brauner GmbH 2002

Nußbaumweg 6, D-75447 Sternenfels

Tel. 07045/930093, Fax 07045/930094

Alle Rechte vorbehalten

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

Printed in Germany

Gewidmet meinen Eltern (Jin-Soon Sohn & Kyung-Chun Kim) und  
Großeltern (†Jung-Dong Kim & †Jin-gap Kim,  
†Yun-Seag Choi & †Suk-Soo Sohn)



# Geleitwort

Ebenso wie andere asiatische Schwellenländer ist auch Südkorea angesichts wachsender Schwierigkeiten auf den inländischen Kapitalmarkt darauf angewiesen, Leasing in Zukunft noch stärker als bisher als neues Instrument der Finanzierung von technischen Investitionen einzusetzen. Es lag daher nahe, Herrn Dr. Ik-Seung Kim, MBA, mit einer anspruchsvollen Dissertation über strategische Ansätze zur Einführung des Leasings aus der Sicht südkoreanischer Leasingnehmer zu betrauen.

Der Verfasser untersucht dieses Thema am Beispiel des grenzüberschreitenden Leasings von Produktionsanlagen zwischen Industrieunternehmen in Korea und deutschen Leasinggebern. Ausgehend von den besonderen Charakteristika einer Internationalisierung des Leasinggeschäfts schildert er ausführlich und kompetent die speziellen Ausgangsbedingungen der Leasingeinführung in Südkorea. Ik-Seung Kim stützt sich dabei auf eine umfassende Materialbasis. Mit großem Problembewusstsein werden alle Einzelaussagen anhand der neusten Literatur belegt. Dies gilt auch für die von ihm geforderte Verknüpfung der Leasingeinführung mit Wachstums- und Wettbewerbsstrategien sowie für die strategischen Aspekte des Technologietransfers.

Die Originalität der vorliegenden Arbeit kommt sowohl in der Entwicklung einer eigenen Typologie von internationalen Leasinggeschäften als auch in deren Bewertung unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Zukunft Südkoreas zum Ausdruck. Ich wünsche ihr deshalb eine gute Aufnahme in Wissenschaft und betrieblicher Praxis.

Im Juli 2002

Hartmut Kreikebaum





„Man darf nie aufhören, sich die Welt vorzustellen,

wie sie am vernünftigsten wäre.“

(Friedrich Dürrenmatt)

## Vorwort

Diese Arbeit wird versuchen, theoretische und strategische Betrachtungen über die Einführung des Leasings in südkoreanischen Unternehmen anzustellen. Sie soll darüber hinaus Möglichkeiten des Technologietransfers für die eigene technologische Entwicklung der südkoreanischen Industrie aufzeigen.

Meine Ausführungen werde ich hauptsächlich auf das Mobilien-Leasinggeschäft beziehen, d. h. auf Produktionsmaschinen und -anlagen für Industrieunternehmen. Eine Grundannahme der Arbeit ist, dass eingeführte Leasingobjekte mit moderner Technologie und Produktionsverfahren verbunden sind und sich damit eine Technologieführerschaft der Leasingnehmer mindestens in ihrem Land abzeichnen kann. Technologieführerschaft kann - dies meine Grundüberzeugung - jedoch nicht allein technisch und betriebswirtschaftlich fundiert sein, sondern muss sich auch den gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit stellen. Diese sozial-ethische und ökologische Grundhaltung dokumentiert sich in eigenen Ausführungen (z. B. Teil II, Abschnitt 4.2.1 und Teil III, Abschnitt 7), in denen ihre Beziehung zum Leasing reflektiert und diskutiert wird.

In der bisherigen leasingspezifischen Literatur wurden die Probleme hauptsächlich aus der Position des Leasinggebers betrachtet, wohingegen in der vorliegenden Arbeit die Stellung des Leasingnehmers im Vordergrund steht. Das heißt, diese Arbeit ist primär aus Sicht des Leasingnehmers - unter besonderer Berücksichtigung des südkoreanischen Unternehmens - geschrieben. Somit kann sie dazu beitragen, dass dem Leasinggeber, der z. B. auf dem südkoreanischen Markt tätig werden will, eine eigene Strategiefindung (internationale Marketingstrategie) erleichtert wird. Das Verhältnis zwischen einem deutschem Leasinggeber und einem südkoreanischem Leasingnehmer ist als Beispielfall berücksichtigt.

Die vorliegende Arbeit wurde im Sommersemester 2002 von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main als Dissertation angenommen.

Ich möchte an dieser Stelle all jenen danken, die zum Gelingen der Arbeit beigetragen haben. Dank gebührt zuerst Herrn Prof. Dr. Hartmut Kreikebaum, meinem Betreuer. Er war und ist nicht nur mein akademischer Lehrer, sondern auch ein geistiges Vorbild für die wissenschaftliche Arbeit. Während meines Studiums in

Deutschland ist er mir, nicht nur im wissenschaftlichen Bereich, eine wertvollste Hilfe gewesen. Er hat den Glauben nach Gott in mein Herz getragen. Auch ganz besonders danke ich Herrn Prof. Dr. Winfried Mellwig, der die Mühe des Zweitgutachters auf sich genommen hat. Ihm verdanke ich zahlreiche wissenschaftliche Einsichten.

Weitere Anregungen verdanke ich Herrn Prof. Dr. Hi-Young Cho, der als MBA-Vater meinen wissenschaftlichen Werdegang maßgeblich beeinflusst und mich zum Studium in der Bundesrepublik Deutschland ermutigt hat, Herrn Prof. Dr. Hyun Han, Herrn Prof. Dr. Sun-Yong Lee, Herrn Prof. Dr. Chang-Kyu Hwang, Herrn Prof. Dr. Sang-Jong Kim, Herrn Prof. Dr. Sung-Yong Lee und Herrn Prof. Dr. Kyung-Kyu Park, die mir viele notwendige Materialien überlassen und wertvolle Hinweise gegeben haben. Zur Entstehung dieser Arbeit und zum Abschluss des Promotionsstudiums gilt es, einer Reihe weiterer Personen Dank abzustatten: Herrn Prof. Dr. Werner Meißner, Herrn Prof. Dr. Klaus Peter Kaas, Herrn Prof. Dr. Roland Eisen, meinen Freunden Dipl.-Kffr. Claudia Knecht, Dipl.-Kfm Ralf Ruck, Dipl.-Kfm. Michael Pandion und Dipl.-Kffr. Inge Braunshardt, die die Mühe des mehrfachen Korrekturlesens auf sich genommen haben. Für die psychologische Unterstützung schulde ich Familie Prof. Dr. Yong-Kil Chung großen Dank.

Zu besonderem Dank verpflichtet bin ich meinem besten Freund, Herrn Dr. Ralf Antes, der meine Arbeit sprachlich korrigiert und mir wertvolle Hinweise sowie materielle Unterstützung gegeben hat. Die aus meinen intensiven und fruchtbaren Diskussionen mit einem solch kompetenten Gesprächspartner resultierenden Impulse waren immer wieder Motor für weitere und neue produktive Schritte. Und ich danke auch seiner Frau Dr. Uta Kirschten und Familie (Lydia & Artur und Claudia Antes) sowie der Familie Sang-Soon Lee, die mir angenehme Aufenthalte in ihren Haushalten ermöglichten und mich in jeder schwierigen Stunde an ihrer Lebensfreude teilhaben ließen.

Mein größter Dank gilt aber der großen Opferbereitschaft meiner Frau Prof. Hyun-Sook Kim und meinem Sohn Dong-Wook Kim, ohne deren Unterstützung und über lange schwere Jahre in Südkorea während, die Einsamkeit ertragende Geduld diese Arbeit nie zustande gekommen wäre. Mein weiterer Dank gilt meinen Schwiegereltern Kang-Hwa Lee & Jung-Won Kim, meinen Geschwistern Hyun, Hee und Ho-Seung Kim in Seoul/Südkorea dafür, dass sie mich in jeder Hinsicht und zu jeder Zeit vorbildlich unterstützt haben.

Nicht zuletzt möchte ich meiner lieben Mutter Jin-Soon Sohn und meinem lieben Vater Kyung-Chun Kim, denen ich das Buch widme, danken, die ihre vier Kinder aufopferungsvoll großgezogen, und letztlich meine Promotion in Deutschland ermöglicht haben.

Die Hanns-Seidel-Stiftung, die Fazit-Stiftung und insbesondere die „Privat-Stifter“ Familie Antes haben meinen Deutschlandaufenthalt während der Promotion unterstützt – auch dafür danke ich von ganzem Herzen.

Halle (Saale) / Frankfurt am Main, den 7. August 2002

IK-Seung Kim



# Inhaltverzeichnis

<b>Geleitwort</b>	<b>7</b>
<b>Vorwort</b>	<b>9</b>
<b>Gliederung</b>	<b>13</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>21</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>23</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>25</b>
<b>Zusammenfassung</b>	<b>29</b>
<b>Einleitung</b>	<b>33</b>
<b>1. Problemstellung und Zielsetzung</b>	<b>33</b>
<b>2. Aufbau der Untersuchung</b>	<b>41</b>
2.1 Grundannahmen und Eingrenzungen	41
2.2 Gang der Untersuchung	42
<b>3. Begriffliche Abgrenzungen</b>	<b>45</b>
3.1 Leasing	45
3.2 Strategie und strategische Unternehmensplanung	56
<b>4. Entwicklung des Leasings</b>	<b>61</b>
<b>Teil I Grundlagen des Leasings</b>	<b>67</b>
<b>1. Die Vertragsparteien des Leasings</b>	<b>67</b>
1.1 Der Leasinggeber (Lessor, Leasinggesellschaft)	68
1.1.1 Eigenschaften und Hauptpflicht des Leasinggebers (Leasinggesellschaft)	68
1.1.2 Die Aufgabe des Leasinggebers	69

1.1.3	Die funktionellen Rollen des Leasinggebers	69
1.2	Der Leasingnehmer (Leasingkunde)	71
1.2.1	Eigenschaft des Leasingnehmers, seine Rechte und Pflichten	71
1.2.2	Motive des Leasingnehmers	72
1.2.3	Typen von Leasingnehmern	73
<b>2.</b>	<b>Grundformen des Leasings und ihre Charakterisierung</b>	<b>75</b>
2.1	Operate-Leasing und Finanzierungsleasing	76
2.1.1	Operate-Leasing (Operating-Leasing)	76
2.1.2	Finanzierungsleasing (Finance / Financial-Leasing)	78
2.1.2.1	Vollamortisationsverträge (Full-pay-out-Leasing)	79
2.1.2.2	Teilamortisationsverträge (Non-full-pay-out-Leasing)	81
2.2	Sale-and-lease-back-Leasing	84
2.2.1	Der Grundtyp von Sale-and-lease-back-Verfahren	84
2.2.2	Sale-and-lease-back-before-use	87
2.2.3	Sale-and-lease-back-Verfahren mit dem Recht zur Untervermietung	87
2.3	Buy-and-lease-Verfahren	89
2.4	Spezial-Leasing	89
2.5	Angebotsumfang der Serviceleistungen	90
<b>3.</b>	<b>Das Leasingobjekt</b>	<b>91</b>
3.1	Beschaffenheit des Leasingobjektes	91
3.2	Leasing von materiellen Investitionsgütern	92
3.2.1	Mobilien-Leasing	92
3.2.2	Immobilien-Leasing	92
3.2.3	Big-Ticket-Leasing (Plant-Leasing)	93

3.2.4	Leasingfähigkeit von materiellen Investitionsgütern	94
3.3	Leasing von immateriellen Investitionsgütern	95
3.3.1	Personalleasing	95
3.3.2	Leasing von Rechten	97
3.3.3	Leasingfähigkeit von immateriellen Investitionsgütern	98
<b>4.</b>	<b>Die Vor- und Nachteile des Leasings</b>	<b>99</b>
4.1	Leasingvorteile	99
4.1.1	Leasingvorteile aus Sicht des Leasingnehmers	100
4.1.2	Leasingvorteile aus Sicht des Leasinggebers	103
4.1.3	Leasingvorteile aus Sicht des Herstellers und Lieferanten	103
4.2	Leasingnachteile	105
<b>Teil II</b>	<b>Die Einführung des Leasings in Südkorea</b>	<b>109</b>
<b>1.</b>	<b>Die Besonderheiten der Internationalisierung des Leasinggeschäfts</b>	<b>109</b>
<b>2.</b>	<b>Spezielle Aspekte des Leasings in Südkorea</b>	<b>115</b>
2.1	Entwicklung und wirtschaftliche Bedeutung des Leasings	115
2.2	Gesetzliche Regelungen	118
2.3	Institutionelle Besonderheiten	120
2.3.1	Leasinganbieter	120
2.3.2	Praktizierte Leasingformen und Beschränkungen in den Leasinggeschäften	122
2.3.3	Strukturelle Besonderheiten	123
2.3.3.1	Kundenstruktur	123
2.3.3.2	Laufzeit eines Leasingvertrages	125
2.3.3.3	Objektstruktur	126
2.3.4	Sonstige Besonderheiten	128
2.3.4.1	Sicherheiten	128



2.3.4.2	Versicherung des Leasingobjektes Instandhaltungs- und Instandsetzungspflichten	128
2.3.4.3	Kennzeichnung des Eigentümers des Leasingobjektes	128
2.4	Buchhalterische und steuerliche Behandlung des Leasinggeschäftes	129
2.5	Anmeldepflicht für die Einführung des Leasings und Besteuerung des ausländischen Leasinggebers	132
2.5.1	Anmeldepflicht	132
2.5.2	Besteuerung des ausländischen Leasinggebers	133
2.5.3	Möglichkeiten für ein Double-dip-Leasing	134
2.5.4	Einfuhrzollsteuer für Leasingobjekte	136
<b>3.</b>	<b>Ausgangsbedingungen für die Einführung des Leasings in Südkorea</b>	<b>137</b>
3.1	Allgemeine Umweltbedingungen der Industrieunternehmen	137
3.2	Südkoreaspezifische Umweltbedingungen	140
3.2.1	Exportabhängige Wirtschaftsstruktur und Knappheit des Investitionskapitals	140
3.2.2	Finanz- und Währungskrise und die Rolle des internationalen Leasings	142
3.2.3	Wirtschaftsreform und Investitionsklima	147
3.2.3.1	Wirtschaftsreform	147
3.2.3.2	Investitionsklima für die ausländischen Investoren	149
3.2.3.2.1	Liberalisierung und attraktive Rahmenbedingungen	149
3.2.3.2.2	Politische Lage	152
<b>4.</b>	<b>Voraussetzungen für die Einführung des Leasings in südkoreanischen Unternehmen</b>	<b>155</b>
4.1	Externe Voraussetzungen	155

4.1.1	Stabilität und institutionelle Systeme	155
4.1.2	Freier Kapital-, Dienstleistungs- und Warenverkehr	155
4.1.3	Sonstige Voraussetzungen	156
4.2	Unternehmensinterne Voraussetzungen	157
4.2.1	Vertrauen und Kooperationsgeist	158
4.2.2	Informations- und Kommunikationssystem	159
4.3	Leasingkonzeption	160
4.3.1	Grundvoraussetzungen	160
4.3.2	Die Leistungsfähigkeit einer Leasinggesellschaft	161
<b>Teil III</b>	<b>Strategische Überlegungen zur Einführung des Leasings</b>	<b>163</b>
<b>1.</b>	<b>Strategische Ziele und Aufgaben der Leasingeinführung</b>	<b>165</b>
1.1	Die strategischen Funktionen des Unternehmensimage	165
1.2	Zielsetzungen der Leasingeinführung	167
1.2.1	Beschaffungsziele	168
1.2.2	Produktionsziele	169
1.2.3	Wettbewerbs- und Marktziele	170
1.3	Aufgaben und Prozess der Einführungsplanung	174
1.4	Berücksichtigung von Interdependenzen	178
1.5	Strategische Einführungskontrolle	183
<b>2.</b>	<b>Verknüpfung der Leasingeinführung mit einer Global Sourcing-Strategie</b>	<b>187</b>
2.1	Grundverständnis von Global Sourcing	187
2.2	Chancen und Risiken einer Verknüpfung	189
<b>3.</b>	<b>Koppelung der Leasing-Einführungsstrategie mit den Unternehmensstrategien</b>	<b>193</b>

3.1	Leasing als Wachstums- und Wettbewerbsinstrument	193
3.2	Verknüpfung mit Wachstumsstrategien (Produkt-Markt-Strategien)	195
3.3	Koppelung mit Wettbewerbsstrategien	198
<b>4.</b>	<b>Implementierung von Einzelmaßnahmen</b>	<b>209</b>
4.1	PR- und Werbungsaktivitäten	209
4.2	Durchführung von Investitionsrechnungen	212
4.3	Informationsmaßnahmen	216
4.3.1	Rolle der Informationen und Konzeption	216
4.3.2	Einführungsmarktforschung und Informationsquellen	218
4.3.3	Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechnologien	220
4.3.4	Informationen für Leasinggeber	222
<b>5.</b>	<b>Wahl der Leasinggesellschaft</b>	<b>225</b>
5.1	Kriterien für die Auswahl der Leasinggesellschaft	225
5.2	Arten der Leasinggesellschaften und Motive des Leasingnehmers	226
5.3	Geschäftsablauf des Finanzierungsleasing und Serviceleistungen der Leasinggesellschaft	229
5.4	Einsatz des EDV-Systems und Eletronic-Leasinggeschäft	235
<b>6.</b>	<b>Auswahl des Leasingobjektes unter technologischen Aspekten</b>	<b>239</b>
6.1	Technologietransfer- und Innovationseffekte beim Leasingnehmer	239
6.1.1	Das Leasingobjekt als neue Technologie	239
6.1.2	Technologietransfereffekte durch den Einsatz des Leasingobjektes	241
6.1.3	Innovationseffekte	243
6.1.3.1	Begriffliche Merkmale der Innovation	243

6.1.3.2 Zeitliche Aspekte	244
6.2 Technologiediffusion auf die gesamte Volkswirtschaft	247
6.3 Auswahl des Leasingobjektes	251
6.3.1 Auswahlkriterien des Leasingobjektes und Technologiebewertung	251
6.3.2 Betrachtung des Leasingobjektes als System im Rah- men des flexiblen automatisierten Fertigungskonzeptes	253
6.3.2.1 Automatisierungsgrad	254
6.3.2.2 Flexibilität	258
6.3.2.3 Integration	260
6.3.2.4 Modularisierung	261
6.3.3 Organisatorische und personelle Aspekte	263
6.4 Lieferantenauswahl und Serviceleistungen	265
6.4.1 Lieferantenanalyse und Lieferantenauswahl	265
6.4.2 Serviceleistungen	269
<b>7. Ökologische Aspekte der Einführung des Leasings</b>	<b>275</b>
7.1 Die Konzepte des additiven und integrierten Umweltschutzes	275
7.2 Integrierter Umweltschutz als ökologieorientiertes Konzept für die Einführung des Leasings	278
<b>Schlussbetrachtung</b>	<b>285</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>299</b>



## Abbildungsverzeichnis

<b>Nr.</b>	<b>Titel</b>	<b>Seite</b>
1	Rechtliche Einordnung im Leasing	46
2	Hierarchische Zuordnung von Absichten, Strategien, Maßnahmen und Zielen eines divisionalisierten Unternehmens	58
3	Die vier Partner beim indirekten Leasing	67
4	Vertriebsleasing des Herstellers unter einem Operate-Leasing	78
5	Sale-and-lease-back-Leasing (Grundtyp)	86
6	Sale-and-lease-back-Verfahren mit dem Recht zu Untervermietung	88
7	Das Dreieckverhältnis des Personalleasings	96
8	Das Dreiecksverhältnis zwischen Hersteller/Lieferanten, Leasingnehmer und Leasinggeber	109
9	Grundmodell der strategischen Unternehmensplanung	163
10	Ein Konzept der strategischen Einführungsplanung des Leasings	177
11	Beziehung zwischen der Einführungsplanung, dem Produktionsplan und dem Absatzplan	181
12	Ganzheitliche Betrachtung als Anforderung für die strategische Einführungsplanung- und Kontrolle	182
13	Leasing als Wachstums- und Wettbewerbsinstrument	194
14	Verknüpfung von Produkt-Markt-Strategien mit der Einführungsstrategie des Leasingobjektes	197
15	Verknüpfung der Leasing-Einführungsstrategie mit Wettbewerbsstrategien	199
16	Der Gesamtprozess der Bearbeitung und Abwicklung eines Leasingengagements	230
17	Risikomanagement im Überblick	235
18	Technologie- und Innovationsprozess durch den Einsatz des Leasingobjektes	250

19	Economies of Scope versus Economies of Scale und Erfahrungskurveneffekte	257
20	Klassifikation von Umweltschutztechnologien	279

## Tabellenverzeichnis

<b>Nr.</b>	<b>Titel</b>	<b>Seite</b>
1	Wirtschaftswachstum Südkoreas 1962-1999: Bruttonsozialprodukt (BSP) / Bruttoinlandsprodukt (BIP), Wachstumsrate des BIP und Pro-Kopf-Einkommen.	34
2	Spar- und Investitionsrate Südkoreas	36
3	Kategorisierung des grenzüberschreitenden Leasings	50
4	Gründung der ersten Leasinggesellschaft in ausgewählten Ländern	62
5	Schematische Darstellung der Zurechnung von Leasingobjekten beim Finanzierungsleasing	83
6	Leasingvolumen, Wachstumsrate und Klassifikation nach dem Leasingvolumen 1994/1998	116
7	Entwicklung des Leasing und des Anteils des Leasing an den gesamten Ausrüstungsinvestitionen in Südkorea	117
8	Kundenstruktur in Südkorea	124
9	Anteil der kleinen und mittleren Unternehmen an dem gesamten Leasingvolumen	125
10	Laufzeitenstruktur von Leasingverträgen	126
11	Objektstruktur der Leasinginvestitionen in Südkorea	127
12	Herstellerland des Leasingobjektes	127
13	Möglichkeiten für ein Double-dip-Leasing zwischen deutschem Leasinggeber und südkoreanischem Leasingnehmer	135
14	Automatisierungsgrad in den Produktionsverfahren der südkoreanischen kleinen und mittleren Unternehmen	141
15	Entwicklung der Steigerungsrate des durchschnittlichen Monatslohns pro Kopf in der verarbeitenden Industrie Südkoreas	141
16	Wechselkursveränderungen des Won gegenüber dem US-Dollar zwischen 1995 und Februar 2000	142
17	Arbeitslosquote Südkoreas	143



18	Zinssätze in Südkorea	143
19	Außenhandelsbilanz Südkoreas, 1960-1999	145
20	Zinsentwicklung in EU-Ländern und Drittstaaten	146
21	Direktinvestitionen aus dem Ausland	148
22	Argumentebilanz zur Beurteilung neuer Technologien	215
23	Flexibilität der Leistungserstellung	259
24	Kriterien für die Auswahl der Lieferanten	268
25	Serviceleistungen des Lieferanten/Herstellers des Leasingobjektes	272
26	Integrierter Umweltschutz - Definitionsmerkmale	277

# ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

AcP	Archiv für die civilistische Praxis
Abl	Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften
ABS	Asset Backed Securities
AO	Abgabenordnung
APEC	Asia Pacific Economic Cooperation
BB	Zeitschrift Betriebs-Berater
BBl	Betriebswirtschaftliche Blätter
BfuP	Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BGH	Bundesgerichtshof
BGHZ	Entscheidungen des BGH in Zivilsachen
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BI	Bankinformation
Bum	bank und markt
BMF	Bundesministerium der Finanzen
BSP	Brottosozialprodukt
BStBl	Bundessteuerblatt
BZ	Börsenzeitung
CAD	Computer Aided Design
CAM	Computer Aided Manufacturing
CAP	Computer Aided Planning
CAQ	Computer Aided Quality Assurance
Cif-Wert	Cost-insurance-freight
CIM	Computer Integrated Manufacturing
CNC	Computerized Numerical Control
COFACE	Compagnie Francaise d' Assurance pour le Commerce Exterieur
c. p.	ceteris paribus

DB	Zeitschrift Der Betrieb
DBW	Die Betriebswirtschaft
DIN	Deutsches Institut für Normung
Diss.	Dissertation
DLK	Der langfristige Kredit
DStR	Deutsches Steuerrecht
DStZ	Deutsche Steuerzeitung
ECGD	Export Credit and Guarantee Department
EDV	Elektronische Datenverarbeitung
EG	Europäische Gemeinschaft
EN	Europäische Norm
ESIMBANK	Export-Import-Bank
EMAS	European Management Audit Scheme
EU	Europäische Union
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FFS	Flexible Fertigungssysteme
FLF	Finanzierung Leasing Factoring
FR	Finanzrundschau für Einkommensteuer und Körperschaftssteuer
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
GDI	Gottlieb-Duttweiler-Institut für wirtschaftliche und soziale Studien, Schweiz
GI	Geldinstitute
GmbHG	Gesetz betreffend der Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GuV	Gewinn und Verlustrechnung
HB	Handelsblatt
HdFW	Handwörterbuch der Finanzwirtschaft
HWB	Handwörterbuch der Betriebswirtschaftslehre
HWInt	Handwörterbuch Export und Internationale Unternehmung
HWO	Handwörterbuch der Organisation
HWProd	Handwörterbuch der Produktionswirtschaft

Hrsg.	Herausgeber
IASC	International Accounting Standards Committee
IFC	International Finance Corporation
IR	Industrieroboter
ISO	International Organisation for Standardization
IWF	Internationaler Währungsfonds
JfB	Journal für Betriebswirtschaft
KLA	Korea Leasing Association
KNFA	Korea Non-Bank Financing Association
KVP- Prozess	Kontinuierlicher Verbesserungs-Prozess
LRP	Long Range Planning
MDR	Monatsschrift für Deutsches Recht
NAFTA	North American Free Trade Association
NC	Numerical Control
NJW	Neue Juristische Wochenschrift
ÖBA	Österreichisches Bank Archiv
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development
OIGenWe	Blätter für das Genossenschaftswesen
RIW	Recht der internationalen Wirtschaft
SHZ	Schweizerische Handelszeitung
SZ	Süddeutsche Zeitung
SzU	Schriften zur Unternehmensführung
UNEP	United Nations Environment Programme
WFG	Wirtschaftsfördergesellschaft
WiSt	Wirtschaftswissenschaftliches Studium
WiWo	Wirtschaftswoche
WM	Die Wertpapiermitteilungen
WPg	Wirtschaftsprüfung
WTO	World Trade Organisation

WuB	Werkstatt und Betrieb
WZB	Wissenschaftszentrum Berlin
ZAU	Zeitschrift für Angewandte Umweltforschung
ZfB	Zeitschrift für Betriebswirtschaft
ZfbF	Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung
ZfgK	Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen
ZfP	Zeitschrift für Planung
ZIP	Zeitschrift für Wirtschaftsrecht und Insolvenzpraxis
ZVG	Gesetz über die Zwangsversteigerung und die Zwangsverwaltung
ZVglRWiss	Zeitschrift für vergleichende Rechtswissenschaft

## Zusammenfassung

Diese Arbeit wird versuchen, theoretische und strategische Betrachtungen über die Einführung des Leasings in südkoreanischen Unternehmen anzustellen. Sie soll darüber hinaus Möglichkeiten des Technologietransfers für die eigene technologische Entwicklung der südkoreanischen Industrie aufzeigen.

Meine Ausführungen werde ich hauptsächlich auf das Mobilien-Leasinggeschäft beziehen, d. h. auf Produktionsmaschinen und -anlagen für Industrieunternehmen. Eine Grundannahme der Arbeit ist, dass eingeführte Leasingobjekte mit moderner Technologie und Produktionsverfahren verbunden sind und sich damit eine Technologieführerschaft der Leasingnehmer mindestens in ihrem Land abzeichnen kann. Technologieführerschaft kann - dies ist eine Grundüberzeugung des Autors – jedoch nicht allein technisch und betriebswirtschaftlich fundiert sein, sondern muss sich auch den gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit stellen. Diese sozioethische und ökologische Grundhaltung dokumentiert sich in eigenen Ausführungen (z. B. Teil II, Abschnitt 4.2.1 und Teil III, Abschnitt 7), in denen ihre Beziehung zum Leasing reflektiert und diskutiert wird.

In der bisherigen leasingspezifischen Literatur wurde die Probleme hauptsächlich aus der Position des Leasinggebers betrachtet, wohingegen in der vorliegenden Arbeit die Stellung des Leasingnehmers im Vordergrund steht. Das heißt, diese Arbeit ist primär aus Sicht des Leasingnehmers - unter besonderer Berücksichtigung des südkoreanischen Unternehmens - geschrieben. Somit kann sie dazu beitragen, dass dem Leasinggeber, der z. B. auf dem südkoreanischen Markt tätig werden will, eine eigene Strategiefindung (internationale Marketingstrategie) erleichtert wird. Das Verhältnis von deutschem Leasinggeber und südkoreanischem Leasingnehmer ist als Beispielsfall berücksichtigt.

Die Arbeit besteht aus der Einleitung, drei Hauptteilen und der Schlussbetrachtung. **In der Einleitung** werden hauptsächlich die begrifflichen Abgrenzungen von Leasing, Strategie und strategischer Unternehmensplanung vorgenommen. Es folgt eine kurze Darstellung der geschichtlichen Entwicklung des Leasings und seiner Hintergründe.

**Der erste Teil** behandelt die allgemeinen theoretischen Grundlagen des Leasings. Dargestellt werden die Parteien des Leasingvertrages, die wichtigsten Erscheinungsformen und besonderen Vertragskonstruktionen, die einzelnen Leasingobjekte sowie Vor- und Nachteile des Leasings.

**Im zweiten Teil** der Einführung des Leasings in Südkorea werden zunächst die Besonderheiten der Internationalisierung des Leasinggeschäfts (**Kapitel 1**) behan-

delt sowie die Entwicklung des Leasings in Südkorea und seine gesetzlichen und institutionellen Eigenschaften vorgestellt (**Kapitel 2**). In **Kapitel 3** werden die Umweltbedingungen als Einführungshintergründe des Leasings in Südkorea und die Einführungsnotwendigkeiten des Leasings nicht nur aus der betriebswirtschaftlichen, sondern auch aus der volkswirtschaftlichen Perspektive behandelt. Insbesondere sind die Finanz- und Währungskrise am Ende des Jahres 1997 in Südkorea erwähnt und es wird die funktionelle Rolle des Leasings als eine Lösungsalternative vorgestellt. In **Kapitel 4** geht es im wesentlichen um die Voraussetzungen zur Einführung des Leasings, wobei zwischen betriebsexternen und –internen unterschieden wird. Die Leasingkonzeption wird aufgrund ihrer Bedeutung gesondert behandelt.

**Im dritten Teil** werden die strategischen Ansätze zur Einführung des Leasings aus der Sicht der südkoreanischen Leasingnehmer behandelt. In **Kapitel 1** wird ein Zielsystem für die Einführung des Leasings entwickelt. Dieses enthält zum einen als spezielle Absichten Beschaffungs- und Produktionsziele und zum anderen Wettbewerbs- und Wachstumsziele. Ausführungen zur Zielhierarchie thematisieren die Beziehungen zwischen den Zielen, die Frage ihrer Koordinierung und Integration. Noch im gleichen Kapitel werden die Aufgaben und Prozesse der strategischen Einführungsplanung und ihre Interdependenzen geklärt. In **Kapitel 2** wird die Integration der Einführungsstrategie mit einer Global Sourcing-Strategie bearbeitet. **Kapitel 3** zeigt dann auf, welche Rolle die Einführungsstrategie bei der Realisierung der Wachstums- und Wettbewerbsstrategie spielt. Dabei werden auch mögliche positive Auswirkungen der Verknüpfung der Einführungsstrategie mit den Wachstums- und Wettbewerbsstrategien beschrieben. Weitere strategische Einzelmaßnahmen (PR- und Werbung, Investitionsrechnung, Informationsmaßnahmen) werden dann in **Kapitel 4** behandelt. Sie sind als strategische Instrumente für die effiziente Einführung und Realisierung des Leasings nutzbar. In **Kapitel 5** werden – eine strategische Motivation des Leasingnehmers unterstellend – Kriterien für die Auswahl der Leasinggesellschaft abgeleitet. Daran anschließend wird die Nutzungseffizienz des EDV-Systems bei grenzüberschreitenden Leasinggeschäften erörtert. Technologische Aspekte bei der Auswahl des Leasingobjektes und des Lieferanten sind dann Gegenstand von **Kapitel 6**. Unter Berücksichtigung des Nutzens südkoreanischer Unternehmen werden Überlegungen zur Technologie und zur Rechtzeitigkeit der Lieferung angestellt, die beim Abschluss des Leasingvertrags von großer Bedeutung sind. Leasing kann auch als Instrument des Technologietransfers genutzt werden. Der Einsatz des Leasingobjektes in der Produktion bewirkt über den Lern- und Kurationsprozess und internen Diffusionsprozess Innovationseffekte in dem Leasingnehmerunternehmen. Weiterhin wird angenommen, dass solche „Einführungstechnologien“ als Leasingobjekt in südkoreanische Maschinenbauindustrien übertragen und sogar „koreanisiert“

werden können. **Kapitel 7** betrachtet schließlich ökologische Aspekte bei der Einführung des Leasings. Als ökologisches Basiskonzept wird dabei der integrierte Umweltschutz angesehen.

**Die zukünftigen Perspektiven** des Leasinggeschäftes bilden dann den Kern des **Schlusskapitels**. Insbesondere diskutiert werden die Konsequenzen der Globalisierung, ökologische Herausforderungen und Fragen der Kooperation.