

Inhalt

1	Einleitung.....	1
2	Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Automobilzulieferer	9
2.1	Ausgangslage.....	9
2.2	Abschätzung der in der Automobilzulieferung Beschäftigten ...	11
2.3	Ergebnisse der Abschätzung.....	12
2.4	Zusammenfassende Bewertung der Ergebnisse.....	16
3	Produktionsverlagerungen und Rückverlagerungen	19
3.1	Produktionsverlagerungen – Chance oder Risiko?	19
3.2	Verlagerungen und Rückverlagerungen im Zeitverlauf.....	22
3.3	Ziel- und Herkunftsregionen.....	25
3.4	Gründe für Produktionsverlagerungen und Rückverlagerungen	27
4	Standortentscheidungsrelevante Zukunftstrends für Automobilzulieferer.....	31
4.1	Eingrenzung des Analysegegenstandes	31
4.2	Standortentscheidungsrelevante Zukunftstrends.....	33
4.2.1	Neue Formen der Arbeitsteilung zwischen Automobilhersteller und Zulieferer	34
4.2.2	Neue Arten der Interaktion zwischen Automobilhersteller und Zulieferer	41
4.2.3	Oligopolistische Abnehmermärkte der Automobilzulieferer.....	50
4.2.4	Globalisierung der Zuliefermärkte.....	53
4.2.5	Strukturelle Veränderungen im Automobilzuliefersektor	57
4.2.6	Technologieveränderungen bei den Produkten in der Automobilindustrie	62
4.2.7	Veränderung von Produktstrategien der OEMs.....	67
4.3	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	70

5	Muster internationaler Produktions- und Standortstrategien	73
5.1	Abgrenzung der Betriebstypen und Leitfragen.....	73
5.2	Quantitative Befunde der drei Automobilzulieferertypen	78
5.3	Standortstrategien bei home based players	84
5.3.1	Unternehmensstrategie und Aufstellung im Markt.....	85
5.3.2	Produktionsstrategien und Standortrollen.....	91
5.3.3	Vorgehen bei Standortentscheidungen und Erfahrungen mit ausländischen Produktionsstandorten ...	95
5.3.4	Perspektiven der deutschen Standorte und anstehende Standortentscheidungen	102
5.4	Standortstrategien bei kostenorientierten Auslandsproduzenten.....	105
5.4.1	Unternehmensstrategie und Aufstellung im Markt.....	105
5.4.2	Produktionsstrategie und Standortrollen.....	108
5.4.3	Vorgehen bei Standortentscheidungen und Erfahrungen mit ausländischen Produktionsstandorten .	112
5.5	Standortstrategien bei kundenorientierten Auslandsproduzenten.....	123
5.5.1	Unternehmensstrategie und Aufstellung im Markt.....	123
5.5.2	Produktionsstrategien und Standortrollen.....	127
5.5.3	Vorgehen bei Standortentscheidungen und Erfahrungen mit ausländischen Produktionsstandorten .	131
5.6	Erkenntnisse und Folgerungen für Standortbewertungsmethoden.....	140
6	Methoden zur fundierten Standortbewertung bei Automobilzulieferern	151
6.1	Standortfaktorenbündel und zukunftsorientierte Gewichtungen	151
6.1.1	Standortfaktoren und Systematiken in der Literatur	151
6.1.2	Zentrale Standortfaktorenbündel für die Standortbewertung	154
6.1.3	Veränderung der Gewichtung von Standortfaktorenbündeln infolge standortrelevanter Zukunftstrends	158
6.1.4	Veränderung der Gewichtung von Standortfaktorenbündeln in unterschiedlichen Zukunftsszenarien	170
6.2	Methoden und Kriterien einer fundierten Standortbewertung .	173
6.2.1	Strukturierte Check- und Frageliste der wesentlichen Standortentscheidungsfaktoren	176
6.2.2	Vollkostenvergleich erwarteter Kostenstrukturen	183

6.2.3	Investitionsrechnung auf Kapitalwertbasis	186
6.2.4	Nutzwertanalyse der erfolgskritischen qualitativen Standortfaktoren.....	189
7	Zusammenfassung und Ausblick.....	197
	Anhang.....	203
	Abbildungsverzeichnis.....	205
	Tabellenverzeichnis	209
	Literatur	211
	Autoren	219

Globale Produktionsstrategien in der
Automobilzulieferindustrie
Erfolgsmuster und zukunftsorientierte Methoden zur
Standortbewertung
Kinkel, S.; Zanker, C.
2007, VII, 220 S., Hardcover
ISBN: 978-3-540-70795-0