

Inhalt

Teil I Management Summary

| | | |
|----------|--|----|
| 1 | Management Summary | 3 |
| | <i>Steffen Kinkel</i> | |
| 1.1 | Produktionsstandort Deutschland – Renaissance oder Auslaufmodell? | 3 |
| 1.2 | Fünf zentrale Fehler in der Standortentscheidungspraxis | 5 |
| 1.2.1 | Stimmigkeit von Wettbewerbs- und Standortstrategie wird nicht geprüft | 6 |
| 1.2.2 | Optimierungspotenziale am bestehenden Standort werden nicht adäquat berücksichtigt | 6 |
| 1.2.3 | Netzwerkbedarfe werden nicht systematisch analysiert ... | 7 |
| 1.2.4 | Statische statt dynamische Standortbewertung: Denken in Szenarien fehlt | 7 |
| 1.2.5 | Anlaufzeiten und Betreuungskosten werden falsch einschätzt | 8 |
| 1.3 | Neue Instrumente zur Standortbewertung tun Not. | 9 |
| 1.4 | Kontakt | 18 |
| | Literatur | 19 |

Teil II Problemfall internationale Standortbewertung oder: Warum neue Lösungen notwendig sind

| | | |
|------------|---|----|
| 2.1 | Ausmaß und Motive von Produktionsverlagerungen und Rückverlagerungen im deutschen Verarbeitenden Gewerbe | 23 |
| | <i>Steffen Kinkel und Spomenka Maloca</i> | |
| 2.1.1 | Produktionsstandort Deutschland quo vadis? | 23 |
| 2.1.2 | Leitfragen und Datenbasis | 24 |
| 2.1.3 | Häufigkeit von Produktionsverlagerungen und Rückverlagerungen | 24 |
| 2.1.4 | Ziel- und Herkunftsländer von Produktionsverlagerungen und Rückverlagerungen | 28 |

| | | |
|-----------------|---|-----------|
| 2.1.5 | Motive für Verlagerungen und Rückverlagerungen | 30 |
| 2.1.6 | Fazit | 33 |
| | Literatur | 33 |
| 2.2 | Problemlage und Zielstellung: ein Vorgehensmodell zur strategiekonformen und dynamischen Standortbewertung | 35 |
| | <i>Steffen Kinkel und Michael Buhmann</i> | |
| 2.2.1 | Problemlage: Zu viele Auslandsengagements sind nicht erfolgreich | 35 |
| 2.2.2 | Stärken und Schwächen traditioneller Standortbewertungsverfahren | 36 |
| 2.2.2.1 | Qualitative Verfahren | 37 |
| 2.2.2.2 | Quantitative Verfahren | 38 |
| 2.2.2.3 | Zusammenfassende Bewertung | 39 |
| 2.2.3 | Das BESTAND Vorgehensmodell einer strategisch fundierten Standortbewertung | 42 |
| 2.2.4 | Aufbau des Buches | 45 |
| | Literatur | 49 |
| Teil III | Die Strategie im Fokus: Erfolgskritische Standortfaktoren für verschiedene Internationalisierungsstrategien | |
| | Das Konzept des Instruments | |
| 3.1 | Erfolgskritische Standortfaktoren ableiten – eine erfahrungsbasierte Auswahlhilfe | 57 |
| | <i>Steffen Kinkel</i> | |
| 3.1.1 | Zentrale Mängel existierender Standortfaktorensystematiken | 57 |
| 3.1.2 | Eine neue Standortfaktorensystematik | 60 |
| 3.1.3 | Eine erfahrungsbasierte Auswahlhilfe zur Ableitung erfolgskritischer Standortfaktoren | 63 |
| 3.1.3.1 | Erfolgskritische Standortfaktoren für die Internationalisierungsstrategie „Markterschließung“ | 66 |
| 3.1.3.2 | Erfolgskritische Standortfaktoren für die Internationalisierungsstrategie „Kostenreduktion“ | 69 |
| 3.1.3.3 | Erfolgskritische Standortfaktoren für die Internationalisierungsstrategie „following customer“ | 72 |
| 3.1.3.4 | Erfolgskritische Standortfaktoren für die Internationalisierungsstrategie „Technologieerschließung“ | 74 |

| | | |
|-------|--|----|
| 3.1.4 | Fazit: Die dargestellten Erfahrungen vorab für die Standortbewertung nutzen | 77 |
| | Literatur | 79 |

Das Instrument in der Praxis

| | | |
|------------|--|-----------|
| 3.2 | Wandel der Einschätzung erfolgskritischer Standortfaktoren für den Produktionsstandort Indien | 83 |
| | <i>Günter Herrmann</i> | |
| 3.2.1 | KOB – Firmenportrait und Produkte | 83 |
| 3.2.2 | Auslöser und strategische Ziele der Auslandsproduktion | 83 |
| 3.2.3 | Kritische Erfolgsfaktoren für die Standortwahl | 86 |
| 3.2.4 | Erfolgskritische Standortfaktoren im operativen Geschäft | 86 |
| 3.2.5 | Änderung der Strategie für den Standort Indien | 89 |
| 3.2.6 | Fazit | 90 |
| 3.3 | Erfolgskritische Standortfaktoren für den Auslandsvertrieb – weltweit aktiv von zu Hause? | 93 |
| | <i>Erich Willimsky, Thomas King und Petra Jung Erceg</i> | |
| 3.3.1 | Das Unternehmen und seine Produkte | 93 |
| 3.3.2 | Ableitung erfolgskritischer Standortfaktoren | 93 |
| | 3.3.2.1 Ausgangssituation und Vorgehensweise | 93 |
| | 3.3.2.2 Identifikation der erfolgskritischen Standortfaktoren | 96 |
| 3.3.3 | Umsetzung der maßgeschneiderten Faktorensystematik bei der Erschließung zukünftiger Auslandsmärkte | 99 |
| 3.3.4 | Zusammenfassung | 100 |

Teil IV Die „Historieninventur“ – ein Wissensmanagement- Instrument für Standortentscheidungen

Das Konzept des Instruments

| | | |
|------------|--|------------|
| 4.1 | Ziele und Aufbau einer „Historieninventur“ für Standortentscheidungen. | 105 |
| | <i>Petra Jung Erceg und Gunter Lay</i> | |
| 4.1.1 | Ausgangslage und Problemstellung | 105 |
| 4.1.2 | Inhalte einer Historieninventur für Standortentscheidungen | 107 |
| 4.1.3 | Vorgehen bei einer Historieninventur für Standortentscheidungen | 110 |

| | | |
|-------|--------------------------|-----|
| 4.1.4 | Fazit und Ausblick | 113 |
| | Literatur | 114 |

Das Instrument in der Praxis

| | | |
|------------|---|-----|
| 4.2 | Marquardts Historie in China und Indien – Erkenntnisse eines international erfahrenen Unternehmens | 119 |
| | <i>Matthias Marquardt und Manfred Gaß</i> | |
| 4.2.1 | Vorstellung der Marquardt-Gruppe | 119 |
| 4.2.2 | Ablauf und Schwerpunkte der „Historieninventur“ | 119 |
| 4.2.3 | Historieninventur für den Standort China | 121 |
| 4.2.3.1 | Entstehung und Ziele der Standortentscheidung | 121 |
| 4.2.3.2 | Vorbereitung, Kriterien und Umsetzung der Standortentscheidung | 121 |
| 4.2.3.3 | Rückblickende Bewertung und Perspektiven | 123 |
| 4.2.4 | Historieninventur für den Standort Indien | 124 |
| 4.2.4.1 | Standortentscheidung und strategischer Hintergrund | 124 |
| 4.2.4.2 | Vorbereitung und Kriterien der Standortentscheidung | 125 |
| 4.2.4.3 | Nachträgliche Beurteilung | 125 |
| 4.2.4.4 | Perspektiven in Indien | 126 |
| 4.2.5 | Fazit: Lernen aus den Standortentscheidungen China und Indien | 127 |
| 4.3 | Lernen aus Erfahrungen in Südkorea und Mexiko – ein Automobilzulieferer berichtet | 129 |
| | <i>Christian Reh</i> | |
| 4.3.1 | Die Firma Behr Thermot–tronik GmbH im Überblick | 129 |
| 4.3.2 | Notwendigkeit einer Historieninventur | 129 |
| 4.3.3 | Historieninventur zur Standortentscheidung für Südkorea | 131 |
| 4.3.3.1 | Strategischer Hintergrund der Standortwahl | 131 |
| 4.3.3.2 | Standortalternativen und Entscheidungskriterien | 131 |
| 4.3.3.3 | Bewertung der Standortbedingungen, Erfahrungen und Perspektiven | 132 |
| 4.3.4 | Historieninventur zur Standortentscheidung für Mexiko | 132 |
| 4.3.4.1 | Strategischer Hintergrund der Standortwahl | 132 |
| 4.3.4.2 | Standortalternativen und Entscheidungskriterien | 132 |
| 4.3.4.3 | Bewertung der Standortbedingungen, Erfahrungen und Perspektiven | 134 |
| 4.3.5 | Bewertung der Historieninventur | 134 |

| | | |
|------------|---|------------|
| 4.4 | Einmal Bulgarien und zurück – Ergebnisse der Historieninventur in einem ostdeutschen Kleinbetrieb. | 137 |
| | <i>Joachim Mertens</i> | |
| 4.4.1 | OPTOTEC und der Ansatz flexibler Produktionskooperationen | 137 |
| 4.4.2 | Die Rolle des Optikstandorts Rathenow. | 138 |
| 4.4.3 | Etappen der Produktionskooperationen von OPTOTEC | 139 |
| 4.4.4 | Historie der Produktionskooperation in Bulgarien. | 140 |
| 4.4.5 | Fazit | 144 |

Teil V Optimierungspotenziale am deutschen Standort bewerten

Das Konzept des Instruments

| | | |
|------------|---|------------|
| 5.1 | Strukturierung und Bewertung betrieblicher Modernisierungsaktivitäten. | 151 |
| | <i>Petra Jung Erceg</i> | |
| 5.1.1 | Warum eine Analyse der Optimierungspotenziale am Standort Deutschland? | 151 |
| 5.1.2 | Instrumente zur Analyse und Bewertung der internen Optimierungspotenziale | 152 |
| 5.1.3 | Maßnahmensuchraster | 153 |
| 5.1.3.1 | Modernisierungsfeld „Technik“ | 156 |
| 5.1.3.2 | Modernisierungsfeld „Personal“ | 159 |
| 5.1.3.3 | Modernisierungsfeld „Organisation“ | 162 |
| 5.1.3.4 | Modernisierungsfeld „Produktgestaltung“ | 165 |
| 5.1.4 | Internetbasiertes Tool zur Bewertung unausgeschöpfter Modernisierungspotenziale am deutschen Standort | 167 |
| 5.1.5 | Workshopkonzept zur unternehmensinternen Analyse der Optimierungspotenziale am deutschen Standort. | 173 |
| 5.1.6 | Fazit | 177 |
| | Literatur | 178 |

Das Instrument in der Praxis

| | | |
|------------|--|------------|
| 5.2 | Erzielte Erfolge und verbleibende Hebel bei der Optimierung des Segmentes „Mechatronik“ | 183 |
| | <i>Heinz-Dieter Lubach, Christian Oldendorf und Jürgen Rehwald</i> | |
| 5.2.1 | Ein Unternehmen stellt sich vor – die Göttinger Sartorius AG mit dem Segment Mechatronik. | 183 |
| 5.2.2 | Innovation und Modernisierung – von der Werkstatt zum Globalisierer | 184 |
| 5.2.3 | Vorgehen zur Bewertung der internen Modernisierungspotenziale – ein Erfahrungsbericht | 187 |

| | | |
|----------------|--|------------|
| 5.2.4 | Theorie und Praxis im Unternehmen – von der Übertragung der Prozessserfahrungen in die betriebliche Praxis. | 190 |
| 5.2.5 | Die Anwendbarkeit des Instruments „Modernisierungspotenziale bewerten“ – ein Instrument für Standortentscheidungen | 193 |
| 5.2.6 | Fazit | 194 |
| 5.3 | Optimierungspotenziale eines Automobilzulieferers in der Nische | 195 |
| | <i>Stefan Kretz und Joachim Schück</i> | |
| 5.3.1 | Vorstellung der Firma alutec. | 195 |
| 5.3.2 | Analyse und Bewertung interner Optimierungspotenziale am Standort Sternenfels | 196 |
| 5.3.3 | Prozess zur Bewertung der internen Modernisierungspotenziale. | 197 |
| 5.3.3.1 | Zusammentragung bereits realisierter Modernisierungsmaßnahmen. | 197 |
| 5.3.3.2 | Modernisierungspotenziale im Technikbereich. | 199 |
| 5.3.3.3 | Modernisierungspotenziale im Organisationsbereich | 200 |
| 5.3.3.4 | Modernisierungspotenziale im Personalbereich | 201 |
| 5.3.4 | Fazit | 202 |
| Teil VI | Den Netzwerkbedarf transparent machen | |
| | Das Konzept des Instruments | |
| 6.1 | Wirkungen regionaler Kooperationen auf heimische Standortfaktoren identifizieren und bewerten. | 209 |
| | <i>Ursula Richter und Michael Buchner</i> | |
| 6.1.1 | Standortfaktoren – eine unveränderbare Gegebenheit? | 209 |
| 6.1.2 | Wirkungen von Unternehmenskooperationen im standörtlichen Kontext | 210 |
| 6.1.2.1 | Standortkonstitution durch kooperierende Akteure | 210 |
| 6.1.2.2 | Operationalisierung für die Kooperation von Unternehmen in der Region | 212 |
| 6.1.3 | Wirkungen regionaler Kooperationen auf Standortfaktoren. | 214 |
| 6.1.3.1 | Der Kooperationsbegriff im Projekt BESTAND. | 214 |
| 6.1.3.2 | Standortfaktoren, die durch Unternehmen in regionaler Kooperation verbessert werden können 9 Beispiele für Wirkungsketten. | 216 |
| 6.1.4 | Wie vorgehen bei der Identifizierung und Bewertung von Kooperationspotenzialen? – eine Handlungshilfe in drei Schritten. | 222 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 6.1.5 | Fazit für die Bewertung inländischer Standortfaktoren | 226 |
| | Literatur | 228 |

Das Instrument in der Praxis

| | | |
|------------|--|-----|
| 6.2 | Potenziale regionaler Netzwerke nutzen – das Beispiel „Measurement Valley“ in Göttingen | 233 |
| | <i>Heinz-Dieter Lubach, Holger Möhwald und Christian Oldendorf</i> | |
| 6.2.1 | Denken und Handeln in Netzwerken – die Globalisierungserfahrungen der Göttinger Sartorius AG | 233 |
| 6.2.2 | Technologiedifferenzierung – mit einem neuen Konzept in ein erfolgreiches globales Netzwerk. | 234 |
| 6.2.3 | Das regionale Netzwerk „Measurement Valley“ – Vorstellung eines Vereins zur Stärkung der regionalen Wirtschaft | 237 |
| 6.2.4 | Bilanzierung der Aktivitäten im „Measurement Valley“ – die Arbeit im Netzwerk und seine systematische Bewertung. | 239 |
| 6.2.5 | Ungenutzte Ressourcen am Beispiel des Measurement Valley – über die Grenzen des Netzwerkgedankens. | 244 |
| 6.2.6 | Fazit | 245 |
| 6.3 | Lokale Netzwerke als Basis für die Markterschließung – Erfahrungen eines kleinen „home based players“ | 247 |
| | <i>Erich Willmsky, Thomas King und Steffen Kinkel</i> | |
| 6.3.1 | Ausgangslage der Firma Scherzinger | 247 |
| 6.3.2 | Strategische Säulen der Markterschließung im Ausland | 248 |
| 6.3.3 | Vorgehen bei der Analyse der lokalen Netzwerkpotenziale | 249 |
| 6.3.4 | Fazit und Ausblick | 252 |
| | Literatur | 254 |
| 6.4 | Regionale Partnerschaften zur Optimierung der Servicebereitschaft eines Investitionsgüterherstellers | 255 |
| | <i>Philipp Kühbauch</i> | |
| 6.4.1 | Einleitung | 255 |
| 6.4.2 | Regionale Partnerschaften zur Optimierung der Servicebereitschaft | 256 |
| 6.4.3 | Fallbeispiel Gießerei als regionaler Partner | 257 |
| 6.4.4 | Fazit | 259 |
| 6.5 | Flexible Produktion und Markterschließung mit regionalen Netzwerken am Optikstandort Rathenow | 261 |
| | <i>Joachim Mertens und Peter Poschmann</i> | |
| 6.5.1 | Historie des Optikstandorts Rathenow | 261 |
| 6.5.2 | Das Kompetenzzentrum Optik Rathenow (KOR) | 262 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 6.5.3 | Potenziale des KOR zur Verbesserung der Standortqualität für seine Unternehmen | 265 |
| 6.5.3.1 | Das Beispiel OPTOTEC: Flexible Produktion in regionaler Kooperation | 267 |
| 6.5.3.2 | Das Beispiel Poschmann: Markterschließung in regionaler Kooperation | 268 |
| 6.5.4 | Fazit | 271 |

Teil VII Internationale Standortalternativen dynamisch bewerten

Das Konzept des Instruments

| | | |
|------------|---|------------|
| 7.1 | Dynamische Standortbewertung – Denken in Szenarien und Optionen. | 279 |
| | <i>Michael Buhmann und Michael Schön</i> | |
| 7.1.1 | Dynamische Entwicklung von Standortfaktoren | 279 |
| 7.1.2 | Lernprozess der Standortbewertung | 280 |
| 7.1.3 | Szenariobasierte Standortbewertung | 282 |
| 7.1.3.1 | Erfolgskritische Standortfaktoren identifizieren | 282 |
| 7.1.3.2 | Ursache-Wirkungszusammenhänge analysieren | 283 |
| 7.1.3.3 | Prognose von Umfeld- und Performanceentwicklungen | 284 |
| 7.1.3.4 | Konsistenzprüfung | 290 |
| 7.1.3.5 | Überführung in die Wirtschaftlichkeitsbetrachtung | 290 |
| 7.1.4 | Bewertung strategischer Optionen | 293 |
| 7.1.4.1 | Strategisches Management und Realloptionen. | 293 |
| 7.1.4.2 | Verfahren der realoptionsbasierten Investitionsbewertung | 294 |
| 7.1.4.3 | Anwendbarkeit des Realoptionsansatzes auf Standortentscheidungen. | 295 |
| 7.1.5 | Zusammenfassung und Ausblick | 298 |
| | Literatur | 298 |

Das Instrument in der Praxis

| | | |
|------------|--|------------|
| 7.2 | Dynamische Bewertung des Produktionsstandorts China | 303 |
| | <i>Matthias Marquardt und Manfred Gaß</i> | |
| 7.2.1 | Kurze Vorstellung der Marquardt-Gruppe | 303 |
| 7.2.2 | Dynamische und kritische Entscheidungskriterien. | 304 |
| 7.2.2.1 | Markt, Kunden und Wettbewerber. | 304 |
| 7.2.2.2 | Rechtssicherheit und Standortrisiko | 304 |
| 7.2.2.3 | Steuern und Finanzen | 304 |

| | | |
|------------|---|------------|
| 7.2.2.4 | Standortkosten | 305 |
| 7.2.2.5 | Personalressourcen | 305 |
| 7.2.3 | Performanceentwicklung am Standort China | 306 |
| 7.2.3.1 | Produktivität | 306 |
| 7.2.3.2 | Fertigungstiefe | 306 |
| 7.2.3.3 | Markt | 307 |
| 7.2.4 | Umfeldentwicklungen am Standort China | 307 |
| 7.2.4.1 | Wechselkurs | 308 |
| 7.2.4.2 | Personalkosten | 308 |
| 7.2.4.3 | Zölle | 309 |
| 7.2.4.4 | Wasser und Energie | 310 |
| 7.2.4.5 | Steuerbelastung | 311 |
| 7.2.5 | Fazit und Wertung | 312 |
| 7.3 | Dynamische Bewertung der Auslandsproduktion in Indien | 315 |
| | <i>Günter Herrmann</i> | |
| 7.3.1 | Ausgangslage und Ziele des KOB-Engagements in Indien | 315 |
| 7.3.2 | Kostenentwicklung am Standort Indien | 316 |
| 7.3.3 | Strategische Handlungsoptionen für den Standort Indien | 317 |
| 7.3.3.1 | Handlungsoption 1: Umsatzausweitung des Produktionswerks in Indien durch Erschließung neuer Märkte in Indien bzw. Asien | 317 |
| 7.3.3.2 | Handlungsoption 2: Umsatzausweitung des Produktionswerks in Indien durch stärkere Produktionsverlagerung von Wolfstein nach Indien | 318 |
| 7.3.4 | Szenariobasierte Wirtschaftlichkeitsbetrachtung der beiden Handlungsoptionen | 318 |
| 7.3.5 | Fazit | 321 |
| 7.4 | Szenarien und Optionen in Mexiko – Entscheidungsprozesse eines Automobilzulieferers | 323 |
| | <i>Christian Reh</i> | |
| 7.4.1 | Die Firma Behr Thermot–tronik GmbH im Überblick | 323 |
| 7.4.2 | Ausgangsposition für die Notwendigkeit einer Standortentscheidung im NAFTA-Raum | 323 |
| 7.4.3 | Drei Standortalternativen im NAFTA-Raum in einer dynamischen Investitionsrechnung | 325 |
| 7.4.4 | Erläuterungen zur Standortentscheidung und aktuelle Entwicklung | 327 |
| 7.4.5 | Handlungsoptionen und szenariobasierte Wirtschaftlichkeitsbetrachtung für den Standort Mexiko | 329 |
| 7.4.5.1 | Handlungsoptionen am Standort Mexiko | 329 |

| | | |
|------------------|--|------------|
| 7.4.5.2 | Szenariobasierte Wirtschaftlichkeitsbetrachtung . . . | 330 |
| 7.4.6 | Fazit | 333 |
| 7.5 | Bewertung strategischer Handlungsoptionen bei Standortentscheidungen | 335 |
| | <i>Michael Buhmann und Michael Schön</i> | |
| 7.5.1 | Das Beispiel Behr TT: Ausstieg als flexible Handlungsoption bei Standortentscheidungen | 335 |
| 7.5.2 | Bewertung einer Handlungsoption | 336 |
| 7.5.2.1 | Investitionsbewertung der High-Invest-Variante . . . | 337 |
| 7.5.2.2 | Investitionsbewertung der Low-Invest-Variante . . . | 338 |
| 7.5.2.3 | Investitionsbewertung der Low-Invest-Variante unter Berücksichtigung einer Ausstiegsoption und von Mietzahlungen | 339 |
| 7.5.3 | Schlussbetrachtung | 341 |
| | Literatur | 342 |
| Teil VIII | Einmal richtig, immer richtig? Strategisches Standortcontrolling und –monitoring | |
| | Das Konzept des Instruments | |
| 8.1 | Location Control Scorecard (LCSC) und Szenario-Technik als Instrumente für das strategische Standortcontrolling und –monitoring | 347 |
| | <i>Steffen Kinkel</i> | |
| 8.1.1 | Herausforderung Standortcontrolling | 347 |
| 8.1.2 | Die Balanced Scorecard (BSC) als möglicher Ansatz für ein strategisches Standortcontrolling | 349 |
| 8.1.3 | Eignung der Balanced Scorecard für ein strategisches Standortcontrolling | 351 |
| 8.1.4 | Eine Location Control Scorecard (LCSC) für das strategische Standortcontrolling | 353 |
| 8.1.5 | Verfahren zur Umsetzung eines strategischen Standortcontrolling auf Basis der LCSC | 355 |
| 8.1.6 | Möglichkeiten zum Einsatz der Szenario-Technik für das strategische Monitoring potenzieller Standortalternativen | 370 |
| 8.1.7 | Vorgehensweise bei der Erstellung von Szenarien für das strategische Monitoring potenzieller Standortalternativen | 371 |
| 8.1.8 | Fazit | 375 |
| | Literatur | 377 |

Das Instrument in der Praxis

| | | |
|------------|--|-----|
| 8.2 | Strategiekklärung und Controlling einer Produktionstochter in Ungarn mit Hilfe der Balanced Scorecard – Erfahrungen eines kleinen Mittelständlers | 383 |
| | <i>Tobias Umbeck, Andreas Lederer und Joachim Nitze</i> | |
| 8.2.1 | Ausgangslage der Firma Wissner | 383 |
| 8.2.2 | Warum eine Balanced Scorecard für das strategische Controlling der ungarischen Produktionstochter? | 384 |
| 8.2.3 | Entwicklung einer Balanced Scorecard für Wissners Produktionsstandort in Ungarn | 385 |
| 8.2.3.1 | Grundlagen des Projekts schaffen | 385 |
| 8.2.3.2 | Strategie klären | 388 |
| 8.2.3.3 | Strategische Ziele ableiten und verknüpfen | 390 |
| 8.2.3.4 | Kennzahlen identifizieren | 391 |
| 8.2.3.5 | Zielwerte festlegen und Maßnahmen ableiten | 393 |
| 8.2.3.6 | Abschluss und Übergabe | 397 |
| 8.2.4 | Fazit | 398 |
| | Literatur | 398 |
| 8.3 | Dem Schlüsselkunden folgen? Szenarien eines Mittelständlers für den Aufbau einer Produktion in den USA | 401 |
| | <i>Christian Hoffmann, Stefan Kretz und Joachim Schück</i> | |
| 8.3.1 | Ausgangslage der Firma alutec Metallwaren GmbH & Co. | 401 |
| 8.3.2 | Entwicklung von Szenarien zum Monitoring des Standortes USA | 403 |
| 8.3.2.1 | Phase 1: Definition des Szenariofeldes und Identifikation möglicher Einflussfaktoren | 403 |
| 8.3.2.2 | Phase 2: Vernetzungsanalyse zur Identifikation weniger Schlüsselfaktoren | 403 |
| 8.3.2.3 | Phase 3: Projektion der Schlüsselfaktoren | 405 |
| 8.3.2.4 | Phase 4: Konsistenzanalyse und Szenarienbündelung | 410 |
| 8.3.2.5 | Phase 5: Szenario-Interpretation | 410 |
| 8.3.3 | Bewertung und Monitoring des Standortes USA mit Szenarien | 413 |
| 8.3.4 | Fazit | 415 |
| | Literatur | 417 |
| 8.4 | Potenzialorientiertes Monitoring von Standortalternativen für den Auslandsservice | 419 |
| | <i>Philipp Kühbauch und Petra Jung Erceg</i> | |
| 8.4.1 | Ausgangssituation | 419 |
| 8.4.2 | Projektionen der Serviceumsätze in Nordamerika | 421 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 8.4.3 | Bestimmung der Chancen- und Risikopotenziale verschiedener Servicestandortoptionen für unterschiedliche Zukunftsbilder | 423 |
| 8.4.4 | Handlungsplan zur Realisierung der ausgewählten Serviceoption | 427 |
| 8.4.5 | Fazit | 428 |

Teil IX Ausblick

| | | |
|----------|--|-----|
| 9 | Ausblick: FuE-Verlagerungen ins Ausland – die zukünftige Herausforderung? | 431 |
| | <i>Steffen Kinkel und Spomenka Maloca</i> | |
| 9.1 | Einleitung | 431 |
| 9.2 | Leitfragen und Datenbasis | 432 |
| 9.3 | Häufigkeit von FuE-Verlagerungen ins Ausland | 433 |
| 9.4 | Zielregionen von FuE-Verlagerungen | 434 |
| 9.5 | Motive für FuE-Verlagerungen | 436 |
| 9.6 | Determinanten und Effekte von FuE-Verlagerungen | 438 |
| 9.7 | Fazit | 440 |
| | Literatur | 441 |
| | Autoren | 443 |
| | Stichwortverzeichnis | 445 |

Erfolgsfaktor Standortplanung

In- und ausländische Standorte richtig bewerten

Kinkel, S. (Hrsg.)

2009, XXIV, 449 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-88470-5