

Inhalt

Teil I Einleitung

1	Einleitung	3
2	China – wirtschaftliche Entwicklung und Bedeutung	7
2.1	Wachstumsland China – Absatz- und Sourcing-Markt	7
2.1.1	Export von immer hochwertigeren Produkten	8
2.1.2	„Gesundes und qualitatives Wachstum“ statt „BIP-Obsession“	9
2.2	Vergleiche mit anderen „LCC-Ländern“	13
2.2.1	Ist Vietnam das „neue China“?	14
2.2.2	China investiert im Ausland und stellt sich bei „Rohstoffen“ gut auf	16
2.2.3	Innovationsstandort China	18
2.3	Regionale Unterschiede und Entwicklungen in China	20
2.3.1	Veränderung regionaler Strukturen am Beispiel Guangdong	21
3	Märkte, Internationalisierung und Best-Practice-Unternehmen	23
3.1	Chinesische Unternehmen: Marktführer und Global Player – Beispiele	23
3.1.1	Der Weg zum Global Player: Beispiel Lenovo	27
3.1.2	Der Weg zum Global Player: Beispiel Baosteel	28
3.1.3	Der Weg zum Global Player: Beispiel Haier	28
3.2	„Markt China“ und Internationalisierung – Beispiel „Automotive-Branche“	30
3.2.1	Veränderliche Rahmenbedingungen und Verschiebung von Käuferschichten	31
3.2.2	Mit der E-Mobilität werden die Karten neu gemischt	33
3.2.3	Internationalisierung chinesischer Automobilhersteller und -zulieferer	35
3.2.4	Trotz aller Erfolge – noch großer Aufholbedarf bei lokalen chinesischen Herstellern	36
4	China Sourcing und Wertschöpfung in China	37
4.1	Global Sourcing: Chancen, Herausforderungen und Trends	37
4.1.1	Versorgungsrisiko steigt mit der Entfernung	38

4.1.2	Best-Cost-Country-Sourcing: Weiterentwicklung von LCC-Sourcing	39
4.1.3	Trends im Global Sourcing	41
4.2	Lokalisierung – Wegbereiter des China Sourcing	42
4.2.1	Supply Chain Design – in China und im globalen Kontext	43
4.3	Beschaffungskriterien China Sourcing	45
4.3.1	Nothing is finalized until everything is finalized	46
4.3.2	Guanxi – gute Beziehungen sind personenbezogen	47
4.3.3	Nur arbeitsintensive Produkte aus China?	48
4.3.4	Beschaffungsregionen – vom Skill Belt ins Hinterland	50
4.4	Chancen und Herausforderungen China Sourcing	50
4.4.1	In der Logistik liegen die Potenziale	51
4.4.2	Streiks und steigende Lohnkosten – Standorte werden bereits verlagert.	53
4.4.3	China Sourcing heißt auch Risiken managen	55
4.4.4	Wissen, was chinesische Lieferanten (noch) nicht können ..	55
4.4.5	Zertifikate allein reichen nicht	56
4.5	„Quality Made in China“ – Performance chinesischer Lieferanten	58
4.5.1	You get, what you inspect – not what you expect	60
4.5.2	Tagtägliche Aufgabe: Visualisieren und Fehler vermeiden ..	61
4.5.3	Hinter der Fassade bröckelt es	61
4.5.4	Lieferantenqualität – das Management muss es wollen	66
4.5.5	Positive Entwicklung bei „Quality Made in China“	69
4.6	Mitarbeiter-Qualifikation und -Motivation – Grundstein für „Qualität in China“	69
4.6.1	Faktor „Mensch“ in China – Qualitätstreiber oder -risiko?	72
4.6.2	Management und Mitarbeiterführung in China	73
4.6.3	Manchmal ist das „Wie“ wichtiger als das „Was“	75
4.6.4	Soll-Prozesse in Handbüchern reichen nicht	77
5	Empirische Untersuchung der Exportkompetenz chinesischer Lieferanten	79
5.1	Forschungsstand zur Ermittlung von Exportkompetenz	79
5.2	Begriff der Exportkompetenz	80
5.2.1	Studiendefinition	80
5.2.2	Kriterien zur Bestimmung der Exportkompetenz	82
5.3	Aufbau des Ermittlungsmodells	86
5.3.1	Indexbildung und Frageformulierungen innerhalb des Messkonzeptes	87
5.3.2	Ausgestaltung der Bewertungskriterien	89
5.3.3	Fazit des Ermittlungsmodells	109

5.4	Empirische Untersuchung der Exportkompetenz chinesischer Lieferanten	110
5.4.1	Untersuchungsdesign	110
5.4.2	Ergebnisse der Untersuchung	114

Teil II Praxisbeispiele

6	Praxisbeispiele „China Sourcing und Wertschöpfung in China – Kompetenz chinesischer Lieferanten“	123
6.1	China Sourcing	123
6.1.1	Forward Supply Base China – durchgängige Supply Chain-Verantwortung vor Ort (Thorwald Zenglein, Vibracoustic)	123
6.1.2	Erfolgreicher Einkauf von Baugruppen für Werkzeugmaschinen in China (Gerhard Lechner, Gildemeister AG)	132
6.1.3	China Sourcing – Strategien entwickeln, Lieferanten und Risiken managen (Norbert Sabatzki, Agilent Technologies Life Science)	137
6.1.4	Prozess- und Kostenoptimierung im Kontext von China-Sourcing und Wertschöpfung in China – Besonderheiten, Herausforderungen und Erfolgsansätze (Norbert Heinz, ZF Sachs)	143
6.1.5	China Sourcing and China as an export platform in the project business – experiences from Linde Engineering (Liu Jixun, Linde Engineering China)	148
6.1.6	China Sourcing – cultural characteristics and relationship as an important factor (Karsten Buntrock/Kay Liu, Fujitsu)	158
6.1.7	Sourcing-Verträge mit China – Was Sie unbedingt beachten sollten (Bernd-Uwe Stucken/Felix Hess, Salans Shanghai)	161
6.2	Wertschöpfung in China: Produktion und Logistik	168
6.2.1	Supply Chain Management in China – Herausforderungen aus Sicht eines Tier 1 Automotive Suppliers (Michael Karrer, ZF Friedrichshafen AG/Karl-Ingo Schmidt, ZF Drivotech (Hangzhou) Co. Ltd./Veli Yildirim, ZF Drivotech (Hangzhou) Co. Ltd.)	168
6.2.2	Lokalisierung als Baustein einer erfolgreichen Marktbearbeitung (Christian Jaufmann, Voith)	179
6.2.3	Werksaufbau, Anlauf-Management und Just-in Sequence in China – Beispiele und Erfolgsfaktoren (Ralf Becker, Johnson Controls)	184
6.2.4	Einführung von Lean Production in China – Besonderheiten und Erfolgsfaktoren am Beispiel Leica Microsystems (David Fan, Leica Microsystems Shanghai)	190

6.2.5	Werksrestrukturierung in China – Erfahrungen bei einer chinesischen Tochtergesellschaft (Alexander Kumpf, Hochschule Landshut)	197
6.2.6	Logistik in China – Lieferanten-Integration und transparente Logistik-Performance (Dirk Franke, Siemens)	205
6.2.7	Integratives China-Logistics-Konzept – von LCL zu FCL (Dean Gehrke)	212
6.2.8	China Logistics – Collaborative Supply Chain Management und Standardisierung als nächste Entwicklungsschritte (Jörg Biesemann, Continental Automotive Asia Pacific Co. Ltd)	218
6.2.9	Der Einsatz von Logistik-Dienstleistern in China – 6 Praxistipps für den Tanz mit dem Service-Tiger (Stefan Bartens, BASF)	224
6.2.10	Strategic Partnerships with Local Logistics Service Providers in China – Concepts, Benefits and Success Factors (Janet Yang, Bayer MaterialScience (China) Co., Ltd.)	229
6.2.11	Die Entwicklung des Supply Chain Management in China seit den 90er Jahren – ein Praxisbericht (Michael Döll, Techdata)	234
6.3	Qualitätsmanagement und Lieferantenentwicklung	239
6.3.1	Befähigung rein chinesischer Lieferanten in frühen Phasen – Besonderheiten bei „First Contact-Lieferanten“ (Josef Weichinger, BMW)	239
6.3.2	China Sourcing – Qualität versus Technologietransfer (Hans Delesky/Ulrich Kropp/Heinz Wittmann, BorgWarner Beru Systems)	244
6.3.3	Qualitätsaudits in China – Erfahrungen aus der „frühen China-Zeit“ (Nikolaus Kollin)	249
6.3.4	Kommunikation, Konzentration auf das Wesentliche, Kontrolle – Qualität bei chinesischen Lieferanten: Erfahrungen aus der Automobilindustrie (Stéphane Duminy, Brill Präzisionskomponenten GmbH)	253
6.3.5	Die Qualitätskultur der Chinesen – ein Vergleich zwischen China und Deutschland (Lanfen Guo, Universität Freiburg)	259
6.4	Chinesische Best-Practice-Unternehmen: Wertschöpfungs- und Internationalisierungsansätze	265
6.4.1	BYD – in 15 years from a start-up to one of the most valuable global brand: entrepreneurship, flexibility and innovation as success factors (Henry Li, BYD)	265
6.4.2	Fuyao – wie ein chinesisches Unternehmen den Sprung von China nach Europa schaffte (Norbert Geisinger, Fuyao Group)	270

6.4.3 Li & Fung's Flat World Perspective – How could China move up the value chain and compete successfully in it? (Gordon Lam, Li & Fung Group)	274
--	-----

Teil III Zusammenfassung

7 Zusammenfassung	295
--------------------------------	------------

Literatur	299
------------------------	------------

Sachverzeichnis	305
------------------------------	------------

China Sourcing

Beschaffung, Logistik und Produktion in China

Faust, P.; Yang, G. (Hrsg.)

2013, XVI, 307 S., Hardcover

ISBN: 978-3-658-00451-4