

Steffen Kinkel • Christoph Zanker

Globale Produktionsstrategien in der Automobil- zulieferindustrie

Erfolgsmuster und zukunftsorientierte
Methoden zur Standortbewertung

Unter Mitarbeit von
Gunter Lay, Spömenka Maloca
und Philipp Seydel

Mit 30 Abbildungen und 17 Tabellen

Springer

Inhalt

Einleitung.....	1
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
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
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	Völlkostenvergleich erwarteter Kostenstrukturen.....	183

/
J
•

/

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