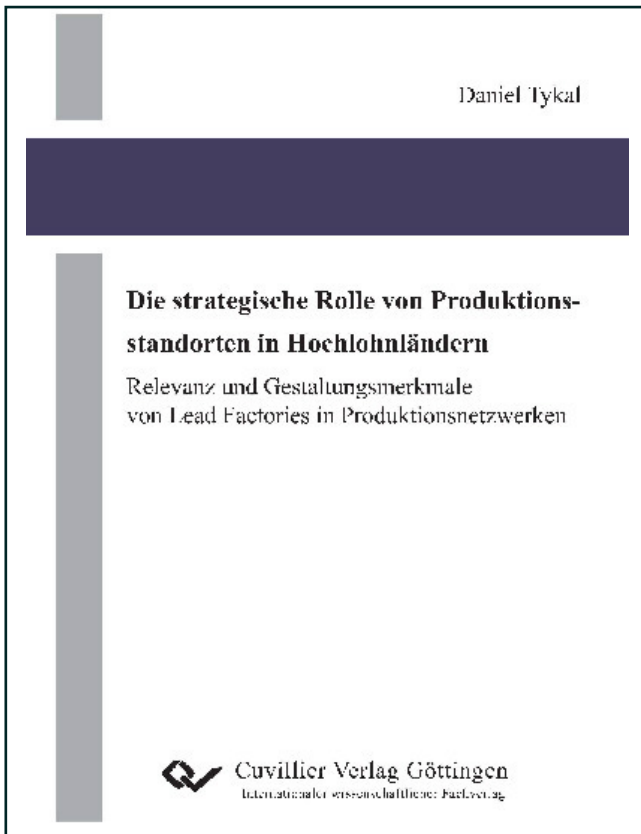




Daniel Tykal (Autor)

# **Die strategische Rolle von Produktionsstandorten in Hochlohnländern**

Relevanz und Gestaltungsmerkmale von Lead Factories in Produktionsnetzwerken



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/1069>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen, Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: [info@cuvillier.de](mailto:info@cuvillier.de), Website: <https://cuvillier.de>

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsübersicht.....</b>	<b>I</b>
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>III</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>VII</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>X</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>XI</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Motivation und Relevanz .....	1
1.1.1 Forschungsinteresse .....	1
1.1.2 Relevanz des Themas .....	3
1.1.3 Die Idee der Lead Factory nach Ferdows .....	7
1.1.4 Theoretische Defizite: Die strategische Bedeutung von Produktionsstandorten in Hochlohnländern.....	12
1.2 Forschungsfrage .....	13
1.3 Theoretisches Vorverständnis .....	14
1.3.1 Der ressourcenorientierte Ansatz .....	14
1.3.2 Ressourcenorientierte Internationalisierung.....	16
1.3.3 Ressourcenorientierte Produktionsstrategie .....	18
1.4 Forschungsdesign .....	19
1.4.1 Wissenschaftstheoretische Positionierung .....	19
1.4.2 Forschungsmethodik .....	21
1.4.3 Aufbau der Dissertation .....	24
<b>2 Theoretische Grundlagen .....</b>	<b>27</b>
2.1 Internationalisierung der Unternehmung .....	27
2.1.1 Allgemeine Theorien der Internationalisierung .....	27

---

2.1.2	Internationalisierungsmotive in Theorie und Praxis .....	29
2.2	Gestaltung der internationalen Unternehmung .....	34
2.2.1	Konfiguration und Koordination von Unternehmensnetzwerken .....	34
2.2.2	Notwendigkeit der netzwerkartigen Ausgestaltung der internationalen Unternehmung .....	36
2.2.3	Idealtypische Produktionsnetzwerke .....	47
2.3	Rollenmodelle für Standorte .....	50
2.3.1	Chronologie der Rollenmodelle für Standorte .....	50
2.3.2	Beurteilung der Rollentypologien .....	55
2.3.3	Lead Factory in den bestehenden Rollenmodellen .....	56
2.4	Erkenntnisgewinn der Literaturanalyse .....	58
<b>3</b>	<b>Entwicklung eines Beschreibungsmodells für Lead Factories .....</b>	<b>60</b>
3.1	Strategische Aufgaben der Produktion .....	60
3.1.1	Strategische Bedeutung der Produktion .....	61
3.1.2	Die Schnittstellenfunktion der Produktion .....	63
3.1.3	Die Schnittstelle zwischen Leistungserstellung und Kundenprozess .....	64
3.1.4	Die Schnittstelle zwischen Leistungserstellung und Innovationsprozess .....	66
3.2	Ressourcenorientierte Aspekte des Lead Factory-Ansatzes .....	73
3.2.1	Ressourcenausstattung von Produktionsstandorten .....	74
3.2.2	Entwicklung und Verwertung von Fähigkeiten im Produktionsnetzwerk .....	78
3.2.3	Transfer von Know-how in der Produktion .....	80
3.3	Beschreibungsmodell einer Lead Factory .....	85
3.3.1	Die Lead Factory als Center of Excellence der Produktion .....	85
3.3.2	Heuristischer Bezugsrahmen der Lead Factory .....	88
<b>4</b>	<b>Lead Factories in der Praxis .....</b>	<b>90</b>
4.1	Zusammensetzung der untersuchten Unternehmen .....	90

---

4.2	Ausgewählte Charakteristika der untersuchten Lead Factories .....	95
4.2.1	Rahmenbedingungen der Lead Factories .....	95
4.2.2	Fähigkeiten der Produktionsstandorte .....	97
4.2.3	Aufgaben der Lead Factories .....	97
4.2.4	Know-how-Transfer von Lead Factories .....	99
4.2.5	Bedeutung von Hochlohnstandorten .....	101
4.3	Erkenntnisse aus der quantitativen Datenerhebung .....	103
<b>5</b>	<b>Beschreibung erfolgreicher Lead Factory-Ansätze .....</b>	<b>105</b>
5.1	Konzeption der Fallstudienanalyse .....	105
5.2	Fall A: Die Messtechnik AG .....	106
5.2.1	Das Unternehmen .....	106
5.2.2	Management des Produktionsnetzwerks .....	108
5.2.3	Kundenprozess .....	110
5.2.4	Leistungserstellungsprozess .....	112
5.2.5	Leistungsinnovationsprozess .....	115
5.3	Fall B: Die Lebensmittel AG .....	115
5.3.1	Das Unternehmen .....	115
5.3.2	Management des Produktionsnetzwerks .....	116
5.3.3	Kundenprozess .....	120
5.3.4	Leistungserstellungsprozess .....	122
5.3.5	Leistungsinnovationsprozess .....	123
5.4	Fall C: Die Elektronik AG .....	124
5.4.1	Das Unternehmen .....	124
5.4.2	Management des Produktionsnetzwerkes .....	125
5.4.3	Kundenprozess .....	127
5.4.4	Leistungserstellungsprozess .....	128
5.4.5	Leistungsinnovationsprozess .....	130
<b>6</b>	<b>Gestaltungsmerkmale eines Lead Factory-Ansatzes .....</b>	<b>132</b>
6.1	Lead Factory als Balance zwischen Zentralisierungs- und Dezentralisierungskräften .....	132
6.2	Konfiguration des Lead Factory-Ansatzes .....	134

---

6.2.1	Lead Factories im Kontext des Produktionsnetzwerks .....	134
6.2.2	Interdisziplinarität der Lead Factories .....	136
6.2.3	Wahl des Standortes der Lead Factories .....	141
6.3	Koordination des Lead Factory-Ansatzes .....	144
6.3.1	Koordinationsmechanismen der Lead Factory.....	144
6.3.2	Mechanismen des Know-how Transfers.....	150
6.4	Rolle der Hochlohnstandorte im Lead Factory-Ansatz.....	152
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick.....</b>	<b>158</b>
7.1	Implikationen für Unternehmen .....	158
7.2	Implikationen für die Forschung .....	163
	<b>Anhang.....</b>	<b>166</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>179</b>