

Wertschöpfungsmanagement

Herausgegeben von Hans-Dietrich Haasis

Matthias Schmidt

Mass Customization auf dem Chinesischen Automobilmarkt

Logistische und produktionswirtschaftliche
Handlungserfordernisse für Auslandswerke

7



PETER LANG

Internationaler Verlag der Wissenschaften

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
Abbildungsverzeichnis	13
Tabellenverzeichnis	15
Abkürzungsverzeichnis	17
1. Problemstellung	21
1.1 Motivation	21
1.2 Zielsetzung der Arbeit	22
1.3 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit	24
2. Automobilproduktion in China	27
2.1 Bewertung des Marktes und der Wettbewerbssituation	29
2.1.1 Marktumfeld	29
2.1.2 Hersteller	35
2.1.3 Kunden	40
2.2 Derzeitige Produktionsverfahren am Markt	44
2.2.1 CKD-Fertigung	47
2.2.2 Kundenanonyme Variantenproduktion	48
2.3 Prognose für die künftige Marktentwicklung	51
2.3.1 Marketing: Wettbewerb um den Kunden	51
2.3.2 Logistik: Beherrschung komplexer Prozesse	56
2.3.3 Produktion: Volumen- und Variantenwachstum	61
2.4 Zusammenfassende Wertung	65
3. Mass Customization in Theorie und Praxis	69
3.1 Mass Customization in der wissenschaftlichen Diskussion	69
3.2 Marketing-Aspekt des Mass Customization	76
3.2.1 Übersicht	76
3.2.2 Informations- und Kommunikations-Technologien	77
3.2.3 Kundenbeziehungsmanagement	79
3.3 Produktions- und Logistikkonzeption für ein Mass Customization	80
3.3.1 Übersicht	80
3.3.2 Komplexitätsmanagement	82
3.3.3 Modularisierung	85
3.3.4 Standardplattform und Montage individueller Komponenten	88
3.4 Kostenmanagement für ein Mass Customization	90

3.5	Besondere Aspekte des Untersuchungsgegenstands Automobilmarkt China	94
4.	Analyse und Bewertung von MC-Ansätzen für den chinesischen Automobilmarkt	97
4.1	Randbedingungen.....	97
4.2	MC-Ansätze für den chinesischen Automobilmarkt	98
4.2.1	Übersicht	98
4.2.2	Forschungsmethode Case Study	100
4.2.2	Datenerhebung.....	102
4.2.3	Datenanalyse	106
4.3	Durchführung einer Fallstudie	119
4.3.1	Übersicht	119
4.3.2	Szenario A	121
4.3.3	Szenario B	122
4.3.4	Szenario C	122
4.4	Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse.....	123
5.	Entwicklung und Umsetzung einer MC-Strategie	125
5.1	Übersicht	125
5.2	Erarbeitung einer Balanced Scorecard und einer Strategie	126
5.3	Maßnahmenplan: Finanzen	129
5.4	Maßnahmenplan: Kunden und Markt	136
5.4.1	Optimierung des Ausmaßes der Individualisierbarkeit.....	136
5.4.2	Einsatz von IuK-Technologien.....	138
5.4.3	Marktbearbeitung: Aufbau langfristiger Kundenbeziehungen .	141
5.5	Maßnahmenplan: Logistik- und Produktionsprozesse.....	143
5.5.1	Übersicht	143
5.5.2	Optimierung der Lackiersequenz	144
5.5.3	Durchgängiges Produktionssystem	147
5.5.4	Vereinzelungsfähigkeit von Teilen bestimmen.....	152
5.5.5	Flexibilisierung der Supply Pipeline.....	155
5.5.6	Management der Komplexitätsrisiken	159
5.6	Maßnahmenplan: Wissensmanagement.....	163
5.6.1	Absicherung der Montageprozesse	163
5.6.2	Mitarbeiterqualifizierung	166
5.6.3	Leistungsabhängige Bezahlung.....	167
6.	Kritische Zusammenfassung	169
	Literaturverzeichnis.....	185
	Online	194