

## **Abstract**

The rise of Emerging Market economies is of great importance to German automakers. As a consequence of the predicted sales developments German automobile producers are obliged to tap into these new markets in order to achieve their long-term corporate objectives. However, especially within the automotive sector, tariff as well as non-tariff trade barriers in many countries prevent western companies from entering these new markets. A successful market development is, therefore, only possible through local production activities. Hence this case concerns sales-driven production in foreign countries.

From a research point of view there are two research gaps of major significance concerning this subject. On the one hand, there has been a lack of validated approaches to select a production strategy in this specific context. On the other hand, the implementation of these strategies has remained a challenge.

Throughout this paper, a method of selecting a production strategy is developed. Other than tariff and non-tariff trade barriers, this method also takes strategic objectives, internal company constraints as well as other environmental factors into account. As a result, a comprehensive assessment of the economic viability of local vehicle manufacturing is possible.

The method of strategy implementation comprises all relevant tasks necessary when planning local production activities. Furthermore, the respective corporate support functions are assigned to these tasks.

Practical examples demonstrate the applicability of the developed methods. The results from this doctoral thesis for the first time allow a comprehensive overview of the main aspects when setting up local production sites within the automotive industry.

## Kurzfassung

Die aufstrebenden Volkswirtschaften der Schwellenländer haben für die deutschen Automobilhersteller eine enorme Bedeutung. Als eine Konsequenz der gegenwärtig prognostizierten Absatzentwicklung sind die Automobilhersteller gezwungen, diese neuen Märkte zu erschließen, wenn sie ihre langfristigen Unternehmensziele erreichen wollen. Jedoch ist der Markteintritt in einer Vielzahl dieser Schwellenländer für westliche Unternehmen – hierbei insbesondere im Automobilssektor – durch tarifäre und nicht tarifäre Handelshemmnisse beschränkt. Eine erfolgreiche Marktentwicklung ist somit nur durch Produktionsaktivitäten in Schwellenländern zu erreichen. Bei der beschriebenen Motivlage handelt es sich somit um absatzmotivierte Auslandsproduktion.

Aus Sicht der Forschung sind an dieser Thematik vor allem zwei Fragestellungen von Bedeutung. Einerseits fehlen bisher Ansätze zur systematischen Entwicklung einer Produktionsstrategie in diesem speziellen Kontext. Andererseits ist der Prozess der Implementierung solcher Strategien eine Aufgabe, für die es keine methodische Unterstützung gibt. In dieser Arbeit wird zunächst eine Methode zur Auswahl einer geeigneten Produktionsstrategie entwickelt. Dieser Ansatz berücksichtigt neben den tarifären und nicht tarifären Handelshemmnissen ebenso strategische Vorgaben, unternehmensinterne Beschränkungen sowie sonstige Umweltfaktoren. Als Ergebnis ist eine umfassende Beurteilung über die Wirtschaftlichkeit einer lokalen Fahrzeugfertigung möglich. Danach wird die Methode der Strategieimplementierung erarbeitet. Sie umfasst alle relevanten Aufgabenstellungen, die in der Planung von lokalen Produktionsaktivitäten durchzuführen sind. Die Aufgaben werden in dieser Arbeit den zuständigen Unternehmensfunktionen eines Automobilproduzenten zugeordnet.

Anhand von Praxisbeispielen wird die Anwendbarkeit der entwickelten Methoden demonstriert. Die gewonnenen Erkenntnisse dieser Forschungsarbeit geben einen umfassenden Überblick über die wesentlichen Aufgaben beim Aufbau von lokalen Produktionsstätten der Automobilindustrie in Schwellenländern.