

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 durch 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.