

Zusammenfassung

„Interkulturell erfolgreiches Shopfloor Management in der Produktion“

Um eine internationale Wettbewerbsfähigkeit erhalten zu können, müssen produzierende Unternehmen veränderungs- und anpassungsbereit sein. Maßgeblich verantwortlich für den Erfolg eines Unternehmens ist die Produktion, denn diese gilt als Mittelpunkt der Wertschöpfung. Somit sind produzierende Unternehmen, allen voran ihre operativen Bereiche, zu einer effizienten Nutzung der Ressourcen gezwungen. Eine effiziente Nutzung ist jedoch davon abhängig, wie transparent und messbar die Produktionsbereiche des Unternehmens aufgestellt sind. Aus diesem Grund implementieren immer mehr produzierende Unternehmen das Führungsinstrument Shopfloor Management. Shopfloor Management als Führungsinstrument vor Ort erzeugt Transparenz. Mithilfe derer können Abweichungen vom Zielzustand erkannt und zeitnah behoben werden. Ausländische Produktionsstandorte, die Häufung internationaler Teamarbeit sowie die Zunahme der Vielfalt an Beschäftigten eines Unternehmens führt jedoch dazu, dass Führungskräfte sich einer Fülle an unterschiedlichen Bedürfnissen, differenziertem Verhalten und individualisierter Motivation gegenüber stehen und diese erfolgreich handhaben müssen. Ziel der wissenschaftlichen Arbeit war es, im Rahmen einer Untersuchung, „Handlungsempfehlungen für ein interkulturell erfolgreiches Shopfloor Management in der Produktion“ zu erarbeiten. Damit sollen Defizite hinsichtlich konkreter Umsetzungsanweisungen für die Praxis behoben und interkulturelle Gegebenheiten ausreichend berücksichtigt werden.

Dabei hat das Thema Shopfloor Management in der Automobilhersteller- und Automobilzulieferbranche bisher den höchsten Reifegrad erreicht. Aufgrund dessen erfolgte die praktische Untersuchung am Beispiel der Schaeffler Gruppe. Schaeffler, als einer der größten Automobil- und Industriezulieferer, hat ab dem Jahr 2012 das Führungsinstrument Shopfloor Management global implementiert. Rund 70 Produktionswerke an 40 verschiedenen Standorten weltweit, ermöglichten so eine umfassende kulturelle Untersuchung im Hinblick auf das Führungsinstrument Shopfloor Management.