

# Inhaltsverzeichnis

<b>Geleitwort</b> .....	<b>V</b>
<b>Vorwort</b> .....	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>XIII</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>XV</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>XVII</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Internationale Produktentwicklung in China.....	1
1.2 Forschungsziel der Arbeit .....	3
1.3 Abgrenzung des Untersuchungsgegenstands.....	4
1.4 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit .....	6
<b>2 Theoretische Grundlagen der Produktentwicklung</b> .....	<b>9</b>
2.1 Grundlagen der Produktentwicklung.....	9
2.1.1 Abgrenzung von Forschung und Entwicklung .....	9
2.1.2 Definition der Produktentwicklung .....	10
2.1.3 Prozessbeschreibung der Produktentwicklung.....	11
2.1.4 Charakterisierung der Produktentwicklung .....	12
2.1.5 Produktentwicklung in der Automobilindustrie .....	26
2.1.6 Strategien der Produktentwicklung.....	28
2.2 Internationalisierung der Produktentwicklung .....	30
2.2.1 Distanzen der verteilten Produktentwicklung.....	30
2.2.2 Gestaltung der internationalen Produktentwicklung .....	33
2.2.3 Strategische Ebene .....	34
2.2.4 Taktische Ebene.....	37
2.2.5 Operative Ebene .....	39
2.3 Prozessorientierung in der Produktentwicklung.....	40
2.3.1 Prozesstheoretische Grundlagen .....	40
2.3.2 Prozesstypen und Merkmale von Prozessen .....	45
2.3.3 Prozesse in der Produktentwicklung .....	48

<b>3</b>	<b>Kultureller Vergleich zwischen China und Deutschland.....</b>	<b>53</b>
3.1	Kulturforschung .....	53
3.1.1	Definition von Kultur .....	53
3.1.2	Forschung zum Vergleich von Kulturen.....	55
3.2	Kulturunterschiede zwischen China und Deutschland.....	59
3.2.1	Chinas kultureller Hintergrund.....	59
3.2.2	Machtdistanz .....	61
3.2.3	Individualismus und Kollektivismus .....	62
3.2.4	Maskulinität und Feminität.....	64
3.2.5	Unsicherheitsvermeidung.....	65
3.2.6	Langzeitorientierung.....	67
3.2.7	Genuss und Beherrschung.....	68
3.3	Interkulturelle Herausforderungen bei deutsch-chinesischer Zusammenarbeit ..	69
3.3.1	Vorgehensweise zur Darstellung der interkulturellen Herausforderungen....	69
3.3.2	Gruppenorientierung (Guanxi).....	71
3.3.3	Persönliche Beziehungen.....	73
3.3.4	Harmonieprinzip .....	74
3.3.5	Gesichtswahrung.....	76
3.3.6	Autoritäre Führungskultur.....	78
3.3.7	Passivität und Zurückhaltung .....	80
3.3.8	Repetitive Arbeitsweisen und Kreativität .....	82
3.3.9	Struktur der Herangehensweise und Pragmatismus .....	84
3.3.10	Qualitätsanspruch .....	85
3.3.11	Darstellung interkultureller Handlungsfelder.....	86
<b>4</b>	<b>Stand der Wissenschaft und Forschungsbedarf .....</b>	<b>89</b>
4.1	Internationalisierung der Produktentwicklung .....	90
4.1.1	Internationalisierung der Produktentwicklung.....	90
4.1.2	Internationalisierung der Produktentwicklung nach China.....	91
4.2	Wirkung von nationaler Kultur auf die Produktentwicklung.....	93
4.3	Kulturangepasste Prozessgestaltung in der Produktentwicklung .....	98
4.4	Zusammenfassung der Erkenntnisse und des Forschungsbedarfs.....	100

<b>5</b>	<b>Ableitung interkultureller Herausforderungen in der deutsch-chinesischen Produktentwicklung .....</b>	<b>103</b>
5.1	Interkulturelle Handlungsfelder in der Produktentwicklung .....	103
5.2	Dissenskultur .....	104
5.3	Eigenverantwortung und -initiative.....	106
5.4	Führungskultur und Hierarchiedenken.....	108
5.5	Struktur der Herangehensweise und Qualitätsanspruch .....	110
5.6	Verbund von Person und Sache.....	111
<b>6</b>	<b>Empirische Untersuchung der interkulturellen Herausforderungen der Produktentwicklung .....</b>	<b>115</b>
6.1	Forschungsdesign und Datenerhebung.....	115
6.1.1	Erhebungsmethode und Strukturierungsgrad.....	115
6.1.2	Gestaltung des Interviewleitfadens.....	117
6.1.3	Festlegung des Datenmaterials.....	120
6.1.4	Analyse der Entstehungssituation .....	122
6.1.5	Formale Klassifizierung des Materials.....	123
6.2	Inhaltsanalyse des Datenmaterials.....	124
6.2.1	Richtung der Analyse .....	124
6.2.2	Festlegung der Analysetechnik .....	125
6.2.3	Definition der Analyseeinheiten.....	128
6.2.4	Festlegung der Strukturierungsdimension und Definition des Kategoriesystems .....	128
6.2.5	Analyse des Materials mittels Kategoriesystem .....	130
6.2.6	Bewertung des Kategoriesystems .....	131
6.2.7	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	132
6.2.8	Anwendung von Gütekriterien der Inhaltsanalyse .....	133
6.3	Darstellung der empirischen Erkenntnisse .....	135
6.3.1	Beobachtungen bei der Durchführung der Interviews .....	135
6.3.2	Interpretation der empirischen Erkenntnisse .....	136
6.3.3	Zusammenfassung der Wirkung auf die Produktentwicklung.....	150
6.3.4	Wissenschaftlicher Beitrag der Untersuchung.....	152

<b>7 Gestaltung der Entwicklungsprozesse im interkulturellen deutsch-chinesischen Umfeld</b> .....	<b>153</b>
7.1 Anforderungen an die Gestaltung der Entwicklungsprozesse .....	153
7.1.1 Eignung von Entwicklungsprozessen für die Verlagerung nach China.....	153
7.1.2 Handlungsbedarfe für die Gestaltung der Entwicklungsprozesse .....	156
7.2 Gestaltung der Entwicklungsprozesse im interkulturellen Umfeld .....	159
7.2.1 Prozessuale Gestaltung .....	160
7.2.2 Gestaltung des Prozessdesigns .....	164
7.2.3 Gestaltung der Rollen im Prozess .....	183
7.2.4 Gestaltung der Prozessdokumentation .....	193
7.2.5 Anforderungen an die Rolle der Arbeits-Führungskraft .....	198
7.3 Abschließende Betrachtung der Gestaltungsempfehlungen.....	200
<b>8 Zusammenfassung und Ausblick</b> .....	<b>203</b>
<b>Anhang</b> .....	<b>209</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>213</b>