

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abkürzungen	IV
1 Einleitung	1
1.1 Motivation	1
1.2 Zielsetzung	4
1.3 Forschungsmethodik der Arbeit	6
1.4 Aufbau der Arbeit	7
2 Grundlagen	9
2.1 Shopfloor Management	9
2.1.1 Ziele des Shopfloor Management	10
2.1.2 Kernelemente des Shopfloor Management	12
2.1.3 Potentiale der Digitalisierung im Shopfloor Management	24
2.2 Akzeptanz	26
2.2.1 Sozio-technisches Systemverständnis	27
2.2.2 Akzeptanz im sozio-technischen Systemverständnis	29
2.2.3 Organisationsentwicklung und Change Management	31
2.2.4 Phasenmodell nach Lewin – Basis der Change Management Modelle	33
2.2.5 Erweiterungen des Phasenmodells nach Lewin	35
2.3 Mitarbeiterbefragungen	39
2.3.1 Puls-Befragungen	39
2.3.2 Item-Skalen	41
2.4 Reifegradmodelle und Reifegradbewertung	44
3 Stand der Forschung	47
3.1 Kriterien an den Stand der Forschung	47
3.1.1 Digitales Shopfloor Management	47
3.1.2 Akzeptanz von Digitalem Shopfloor Management	48
3.1.3 Implementierungsvorgehen für das Digitale Shopfloor Management	49

3.2 Zusammenfassung relevanter Forschungsarbeiten	49
3.2.1 Relevante Arbeiten im Bereich (Digitales) Shopfloor Management	49
3.2.2 Relevante Arbeiten im Bereich Akzeptanz	52
3.2.3 Relevante Arbeiten im Bereich Implementierungsvorgehen	54
3.3 Forschungsdefizit und Forschungsfragen	57
4 Implementierungsvorgehen für ein Digitales Shopfloor Management	62
4.1 Entwicklung eines modularen, Digitalen Shopfloor Management Modell	64
4.1.1 Modulares, Digitales Shopfloor Management Modell	65
4.1.2 Entwicklung des Reifegradmodells	70
4.1.3 Technologische Interdependenzen zwischen Digitalen Shopfloor Management Elementen	72
4.1.4 Unterstützung der Führungsaufgaben mittels den Zieldimensionen des Shopfloor Managements	73
4.1.5 Entwicklung einer Übersicht der Shopfloor Elemente	79
4.2 Akzeptanzmodell für ein Digitales Shopfloor Management	84
4.2.1 Akzeptanzfaktoren des digitalen Shopfloor Management	84
4.2.2 Quantifizierung der Akzeptanz	92
4.2.3 Verknüpfung zwischen Akzeptanzmodell und DSFM-Elementen	95
4.2.4 Akzeptanzmaßnahmen	96
4.2.5 Operationalisierung des Akzeptanzmodells	99
4.3 Menschzentriertes Implementierungsvorgehen für das modulare Digitale Shopfloor Management	102
4.3.1 Reifegrad Assessment zur Ermittlung der DSFM-Reife	103
4.3.2 Situations- und Potentialanalyse	107
4.3.3 Entwicklung der Implementierungsreihenfolge	113
4.3.4 Entwicklung des menschzentrierten Implementierungsvorgehen	124
4.4 Kompetenzmanagement für Digitales Shopfloor Management	128
4.4.1 Kompetenzen im Rahmen des Shopfloor Management	128
4.4.2 Kompetenzentwicklungsprogramm für das digitale Shopfloor Management	134

5 Exemplarische Anwendung des Modells	140
5.1 Anwendung des Akzeptanzmodells	140
5.1.1 Exemplarische Anwendung am Beispiel der Sartorius SE	141
5.1.2 Fazit zum Akzeptanzmodell	146
5.2 Menschzentriertes Implementierungsvorgehen für das Digitale Shopfloor Management	147
5.2.1 Einführung des Anwendungspartners	147
5.2.2 Reifegrad Assessment für das Digitale Shopfloor Management	148
5.2.3 Situation und Potentialanalyse	151
5.2.4 Entwicklung der Implementierungsreihenfolge	153
5.2.5 Entwicklung des menschzentrierten Implementierungsvorgehen	159
5.3 Anwendung des Kompetenzentwicklungsprogramm	161
6 Diskussion und Ausblick	164
6.1 Diskussion und kritische Würdigung	164
6.2 Ausblick	167
7 Zusammenfassung	170
8 Literaturverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	XXIII
Tabellenverzeichnis	XXVIII
Liste eigener Veröffentlichungen	XXIX
Anhang	XXXIII
A.1 Übersicht über DSFM Elemente	XXXIII
A.2 DSFM Interdependenztabelle	LXXVI
A.3 Akzeptanzmaßnahmen	LXXXV
A.4 Itemkataloge der Akzeptanzfaktoren	XCVIII
A.5 Vorstellung der Experten und Ihre Beteiligung	CV
A.6 DSFM Reifegrad-Assessment	CVII