

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XII
Tabellenverzeichnis.....	XVI
Abkürzungsverzeichnis.....	XVIII
1. Einleitung: Stand der Forschung, Ziel des Arbeitsvorhabens und Formulierung der Hypothesen.....	2
2. Deutsche Mitbestimmung und Mitbestimmungsmodelle der Vergleichsstandorte	8
2.1 Deutsche Mitbestimmung: Begriffsbestimmung	8
2.1 Historische Betrachtung der deutschen Mitbestimmung	11
2.3 Struktur und das konkrete Modell der deutschen Mitbestimmung.....	15
2.4 Mitbestimmungsmodelle der USA und China im Vergleich zur deutschen Mitbestimmung	18
3. Grundlegende Gesetze zur deutschen Mitbestimmung in Unternehmen.....	27
3.1 Das Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG)	27
3.2 Das Mitbestimmungsgesetz (MitbestG).....	28
3.3 Das Drittelbeteiligungsgesetz	29
3.4 Das Montanmitbestimmungsgesetz (MontanMitbestG).....	30
4. Grundlagen des mitbestimmten Aufsichtsrates einer AG.....	32
4.1 Der mitbestimmte Aufsichtsrat einer AG.....	32
4.2 Organrechte des Aufsichtsrates.....	34
4.3 Darstellung des Corporate Governance Kodex	36
4.4 Stakeholder- und Shareholder-Modelle	38
4.5 Board-Systeme	40

5. Gegebenheiten der Volkswagen AG als Basis für die Entwicklung des eigenen „Participation-Performance-Models“	43
5.1 Unternehmensstrategie und -ziele als Basis für Unternehmenserfolg	43
5.2 Unternehmensstrategie- und Erfolgsfaktorendefinition der Volkswagen AG	48
5.2.1 Die Konzernstrategie	48
5.2.2 Die Markenstrategie	49
5.2.3 Das mach18.Factory-Strategie-Programm	50
5.2.4 Das Think Blue.-Programm	52
5.2.5 Der Volkswagen Weg	53
5.3 Mitbestimmungsphilosophie der Volkswagen AG	54
5.3.1 Zentrale Umsetzungsgremien	54
5.3.2 Standortsymposien und Planungsrundenabstimmungen ..	59
5.3.3 Soziale, strategische und tarifliche Regelungen	61
5.3.4 Erfolgsbeispiele der Mitbestimmung bei Volkswagen	66
6. Entwicklung des „Participation-Performance-Models“ und empirische Untersuchung: Forschungsdesign und Erhebungsumfang	74
6.1 Entwicklung des „Participation-Performance-Models“: Erfolgsfaktoren, Instrumente, Einflussebenen und Wirkweisen der Mitbestimmung bei Volkswagen	74
6.2 Forschungsdesign und -vorgehen: Kombinierte qualitative Untersuchung	86
6.3 Erhebungsumfang: Kurze Darstellung der ausgewählten Volkswagen Standorte und Befragungsgruppen	87
6.4 Entwicklung des Fragebogens auf Basis des „Participation-Performance-Models“	91
6.5 Das Experteninterview: Die Methodenwahl und Entwicklung des Experteninterview-Leitfadens	94

7. Darstellung und Interpretation der Forschungsergebnisse.....	96
7.1 Fragebogenauswertung: Statistische Details zu den Befragungsgruppen	96
7.2 Fragebogenergebnisdarstellung und Interpretation: Trend der Zustimmung zum Verhältnis zwischen Erfolgsthese-Bestätigung und dem Mitbestimmungseinfluss.....	102
7.2.1 Fragebogenergebnisse der deutschen Volkswagen Standorte	109
7.2.2 Fragebogenergebnisse des Volkswagen Standortes Chattanooga	112
7.2.3 Fragebogenergebnisse des Volkswagen Standortes Shanghai (SVW)	115
7.2.4 Fragebogenergebnisse: Interpretation und Signifikanz ...	117
7.2.5 Zusätzliche Detailanalysen auf Basis der Fragebogenergebnisse	120
7.3 Rangdarstellung der Fragebogenergebnisse	129
7.4 Experteninterviews: Qualitative Auswertung, Darstellung der befragten Expertengruppe und Top-Aussagen.....	137
7.5 Prüfung der Hypothesen auf Basis der Fragebogenergebnisse anhand des „Participation-Performance-Models“	153
7.5.1 Die Wirkmatrix-Darstellung: deutsche Volkswagen Standorte	155
7.5.2 Die Wirkmatrix-Darstellung: Volkswagen Chattanooga ...	157
7.5.3 Die Wirkmatrix-Darstellung: Volkswagen Shanghai (SVW)	159
7.5.4 Die Prüfung der zentralen Hypothesen.....	161
8. Schlussbetrachtung, Kritik und Forschungsausblick	165
Literaturverzeichnis	168
Anhang.....	179