

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VIII
1 Einleitung, Problemstellung und Aufbau der Arbeit	1
2 Grundlagen der Logistikdienstleistung ...9	
2.1 Leitideen der Logistik	12
2.2 Logistikdienstleister als wesentliche Institution innerhalb der Logistik	17
2.2.1 Wertschöpfung von Logistikdienstleistern	21
2.2.1.1 Wertschöpfung aus der Sicht der Logistikdienstleister	22
2.2.1.2 Wertschöpfung aus der Sicht der Abnehmer von Logistikdienstleistungen	24
2.2.2 Strategische Positionierung von Logistikdienstleistern	30
3 Bedeutung von Wertschöpfungsketten und -netzwerken	44
3.1 Analyse ausgewählter Haupttrends	45
3.1.1 Zunehmende Globalisierung	46
3.1.2 Fokussierung auf Kernkompetenzen	50
3.1.3 Erhöhte Endkundenorientierung	53
3.1.4 Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologie	57
3.2 Analyse ausgewählter Branchen	61
3.2.1 Automobil	65
3.2.2 Konsumgüter	69
3.2.3 Elektronik	75

3.2.4	Chemie	80
3.3	Fazit: ansteigende externe Komplexität und Wert-schöpfungspartnerschaften als funktions- und branchenübergreifende Entwicklung	84
4	Supply Chain Management und Netzwerkmanagement	90
4.1	Abgrenzung zwischen Supply Chain Management und Netzwerkmanagement	91
4.1.1	Ansätze in der Literatur	92
4.1.2	Gewählte Abgrenzung	96
4.2	Supply Chain Management	101
4.2.1	Ansätze in der Literatur	103
4.2.2	Grundprinzipien des Supply Chain Management ...	106
4.2.2.1	Endkundenorientierte unternehmens- übergreifende Prozeßintegration.....	109
4.2.2.1.1	Auftragsbasierung durch Just-In-Time-Logistik.....	114
4.2.2.1.2	Erwartungsorientierung durch Continuous Replenishment Program	118
4.2.2.1.3	Verknüpfung von JIT und CRP am Order Penetration Point	124
4.2.2.2	Coopetition.....	127
4.2.2.3	Einsatz unternehmensübergreifender Informations- und Kommunikations- technologie	133
4.3	Netzwerkmanagement	137
4.3.1	Kennzeichen von physischen Logistiknetzwerken	140
4.3.2	Typen physischer Logistiknetzwerke	146
4.3.2.1	Beschaffungs- und Distributionsnetze.....	147
4.3.2.2	Logistikdienstleisternetze	152
4.4	Fazit: logistisches Produktionskonzept der Zukunft beruht auf Supply Chain Management und Netzwerkmanagement	160

5	Strategische Positionierungsmöglichkeiten für Logistikdienstleister im Bereich Supply Chain Management und Netzwerkmanagement	163
5.1	Entwicklung eines generischen Positionierungsmodells	164
5.1.1	Ansätze in der Literatur	164
5.1.2	Generisches Supply Chain Management - Netzwerkmanagement Portfolio	168
5.2	Aktuelle und zukünftige Positionierung	177
5.2.1	Branchenspezifische Positionierung von Logistikdienstleistern	179
5.2.1.1	Einschätzung der Kompetenz zur globalen Netzwerkbildung und zum Supply Chain Management.....	181
5.2.1.2	Branchenspezifische Positionierungsmöglichkeiten.....	191
5.2.1.2.1	Supply Chain Management-Logistikdienstleister (SCML), Netzdienstleister und Vollsortimenter.....	193
5.2.1.2.2	Diskussion der branchenspezifischen Positionierungsmöglichkeiten	202
5.2.2	Generische Positionierung von Handel, Industrie und anderen Dienstleistern	209
5.3	Fazit: grundsätzlich sollte kein Marktteilnehmer netzwerkbasierter Supply Chain Manager werden	215
6	Entwicklung eines Geschäftssystems zur Umsetzung der Strategie des multimodalen Vollsortimenters	219
6.1	Organisation des multimodalen Vollsortimenters auf Unternehmensebene	225
6.1.1	Alternative Mehrspartenorganisationen.....	226
6.1.1.1	Hybride Geschäftsfeldorganisation.....	228
6.1.1.2	Zentraler SCML-Stab.....	231
6.1.1.3	Einheitlicher Mehrspartenvertrieb	233

6.1.1.4	Spartenübergreifendes Key Account Management	238
6.1.1.5	Mehrspartenorganisation ohne strukturelle Verflechtung	241
6.1.1.6	Gründung eines eigenständigen SCML-Unternehmens	243
6.1.2	Alternativenbewertung	245
6.2	Geschäftssysteme des multimodalen Vollsortimenters auf Geschäftsfeldebene	254
6.2.1	Organisation, Prozesse und Systeme für die Geschäftsfelder Netzdienstleistungen	255
6.2.2	Organisation, Prozesse und Systeme für das Geschäftsfeld Supply Chain Management Logistikdienstleistungen	263
6.3	Fazit: Geschäftssystem ermöglicht das Angebot von netzwerkbasierten Supply Chain Management Logistikdienstleistungen	273
7	Zusammenfassung und Ausblick	278
8	Literaturverzeichnis	292

Abbildungsverzeichnis

Abb. 2.1	Modell der logistischen Problemstellung	10
Abb. 2.2	Porters Wertkettenmodell.....	15
Abb. 2.3	Verknüpfungsebenen logistischer Prozesse	16
Abb. 2.4	Institutionelle Abgrenzung der Logistik	19
Abb. 2.5	Modell der Produktion logistischer Dienstleistungen	23
Abb. 2.6	Volumen und Auslastung als Quellen von Kostenvorteilen	26
Abb. 2.7	Strategisches Positionierungsmodell der DGM.....	32
Abb. 2.8	Strategisches Positionierungsmodell nach Häusler/Lange/Slotta	35
Abb. 2.9	Strategische Optionen für Anbieter eines „Logistik- Dienstleistungssystems“ nach Rendez	38
Abb. 2.10	Strategische Positionierung potentieller Mega- Logistikdienstleister.....	40
Abb. 3.1	Beispielhaftes Logistiknetzwerk in der Automobil- industrie	64
Abb. 3.2	Das ECR-Modell als analytischer Bezugsrahmen für das Wertsystem der Kosumgüterindustrie	75
Abb. 3.3	Veränderter Material- und Informationsfluß bei ITN	79
Abb. 3.4	Modell der Zusammenarbeit zwischen Chemie- unternehmen und Logistikdienstleistern.....	83
Abb. 3.5	Anstieg der externen Komplexität	84
Abb. 3.6	Anstieg der externen Komplexität am Beispiel der US-amerikanischen Transportkostenentwicklung	85
Abb. 3.7	KVP-Verbesserungen bei VW zwischen 1993 und 1997	88

Abb. 3.8	Umsatzbezogene Einsparungspotentiale durch ECR.....	88
Abb. 4.1	Bestimmungsfaktoren der Logistikstrategie	94
Abb. 4.2	Wissenschaftstheoretische Einordnung von SCM und Netzwerkmanagement.....	97
Abb. 4.3	Abgrenzung von SCM und Netzwerkmanagement.....	99
Abb. 4.4	SCM-Verständnis nach Bowersox	104
Abb. 4.5	SCM-Grundprozesse gemäß dem SCOR-Modell.....	105
Abb. 4.6	SCM-Zielsetzung	108
Abb. 4.7	Beispielhafte operative Steuerung der JIT-Logistik	117
Abb. 4.8	Beispielhafte operative CRP-Steuerung	120
Abb. 4.9	Prinzip des Produktion-Postponement.....	125
Abb. 4.10	Stufen der Vermaschung	142
Abb. 4.11	Prinzip der Sendungs- und Tourenverdichtung	145
Abb. 4.12	Strukturtypen logistischer Dienstleistungsnetze	155
Abb. 4.13	Zusammenhang zwischen JIT und Bündelung.....	162
Abb. 5.1	Supply Chain Manager mit untergeordneten Strukturen	165
Abb. 5.2	Bausteine logistischer Systemdienstleistungen	166
Abb. 5.3	Generische Nutzergruppen von Netzleistungen	167
Abb. 5.4	SCM-Netzwerkmanagement Portfolio.....	169
Abb. 5.5	Stufen der SCM-Kompetenz.....	170
Abb. 5.6	Modell für die Bewertung der Kompetenz zur Netzwerkbildung	175
Abb. 5.7	Gewählte Einstufung der Kompetenz zur Netzwerkbildung	177

Abb. 5.8	Entwicklung der Logistikdienstleisternetze.....	182
Abb. 5.9	Schematische Modul-Logistikdienstleistung.....	185
Abb. 5.10	Beispielhafte JIT-Anlieferungskonzepte für integrierte Basis- und Modul-Logistikdienstleister.....	189
Abb. 5.11	Positionierungsmöglichkeiten für Logistikdienstleister	192
Abb. 5.12	Logistisches Dienstleistungsangebot eines multimodalen Vollsortimenters.....	199
Abb. 5.13	Vergleich der strategischen Positionierungsmöglichkeiten für Logistikdienstleister	204
Abb. 5.14	Einfluß von Beschaffungs- und Distributionsanforderungen auf die Kompetenz zur Netzwerkbildung	210
Abb. 5.15	Wettbewerb um die SCM-Führerschaft.....	212
Abb. 5.16	4PL-Modell nach Andersen Consulting.....	214
Abb. 6.1	Umsetzung der Vollsortimenterstrategie	221
Abb. 6.2	Alternative Organisationen des Vollsortimenters auf Unternehmensebene	227
Abb. 6.3	Schematische hybride Geschäftsfeldorganisation	229
Abb. 6.4	Schematische SCML-Stabsorganisation.....	232
Abb. 6.5	Abgrenzung der Netzdienstleistungen und SCMLS anhand des logistischen Würfels.....	235
Abb. 6.6	Schematischer Mehrspartenvertrieb	237
Abb. 6.7	Schematisches spartenübergreifendes KAM	239
Abb. 6.8	Schematische Mehrspartenorganisation ohne strukturelle Verflechtung	242
Abb. 6.9	Schematische Ausgliederung der SCMLS	244
Abb. 6.10	Zusammenfassung der Alternativenbewertung und Eignung für die Umsetzung der multimodalen Vollsortimenterstrategie	251

Abb. 6.11	Basisorganisation für einen Netzdienstleister am Beispiel Stückgutverkehr	256
Abb. 6.12	Basisorganisation für einen SCML.....	265
Abb. 6.13	Organisatorische Umsetzung der Vollsortimenter- strategie.....	273