

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Vorgehensweise.....	3
3	Theoretische, methodische und konzeptionelle Grundlagen.....	6
3.1	Organisationsanalyse der Neuen Institutionenökonomik	6
3.2	Der Geschäftsmodell-Ansatz.....	10
3.3	Fallstudienforschung.....	12
3.4	Konzeptioneller Aufbau der Arbeit	14
4	Ökonomische Eigenschaften des Wassereektors.....	16
4.1	Das Gut	16
4.2	Der Markt für Trinkwasser	18
4.2.1	Eigenschaften der Angebotsseite.....	19
4.2.2	Eigenschaften der Nachfrageseite	19
4.3	Wettbewerbsformen.....	21
4.3.1	Die aktuelle Situation	21
4.3.2	Internationale Wettbewerber	23
4.4	Gesamtwirtschaftliche Wohlfahrtseffekte	24
4.4.1	Impulse für die regionale und nationale Wirtschaft	25
4.4.2	Sozioökonomische Nutzen	26
4.5	Zusammenfassung	28
5	Die Entwicklung der Märkte für Wasserdienstleistungen.....	30
5.1	Westeuropa	30
5.1.1	Deutschland	32
5.1.2	England und Wales.....	32
5.1.3	Frankreich.....	35
5.1.4	Niederlande	35
5.2	Schwellen- und Entwicklungsländer	36
5.2.1	Öffentlich-rechtliche Wasserversorgung.....	36
5.2.2	Projekte mit privatwirtschaftlicher Beteiligung	37

5.2.3	Vergleich der Leistung öffentlicher und privater Versorger	39
5.3	Zusammenfassung	42
6	Servicequalität bedingt Wassermanagement	43
6.1	Langfristig ausgerichtetes Management des Anlagevermögens.....	43
6.1.1	Kostendeckende Preise.....	44
6.1.2	Sicherung der öffentlichen Unterstützung.....	45
6.2	Wasserverlustminimierung	47
6.2.1	Administrative Verluste	47
6.2.2	Technische Verluste	48
6.2.3	Auswirkungen auf die finanzielle Nachhaltigkeit	50
6.3	Zusammenfassung	51
7	Leistungsverbesserung durch Technologietransfer	52
7.1	Physischer Technologietransfer.....	53
7.2	Hybrider Technologietransfer.....	54
7.3	Wissenstransfer.....	54
7.4	Fortbildung als Geschäftsmodell	55
7.5	Wissen als Voraussetzung für Leistungsfähigkeit	56
7.6	Zusammenfassung	59
8	Technologietransfer durch Business Format Franchising	60
8.1	Konzept.....	60
8.2	Abgrenzung zu anderen Geschäftsmodellen.....	62
8.3	Das Vertragsverhältnis.....	62
8.4	Zusammenfassung	63
9	Ein Franchise-Modell für den Wassersektor	64
9.1	Gründe für ein neues Geschäftsmodell.....	64
9.2	Bisherige Ansätze	65
9.3	Das Nutzenversprechen im Water Franchise.....	66
9.4	Architektur der Wertschöpfung im Water Franchise.....	67
9.5	Anforderungen an Franchise-Geber und Franchise-Nehmer.....	72

9.6	Abgrenzung zu bestehenden PSP-Modellen.....	74
9.7	Zusammenfassung	76
10	Kritische Betrachtung des Water Franchise-Konzepts.....	78
10.1	Betrachtung der Risikoverteilung	79
10.1.1	Projektrisiken.....	80
10.1.2	Sektorrisiken.....	86
10.2	Betrachtung der Anwendungsbereiche	88
10.2.1	Voraussetzungen.....	89
10.2.2	Marktsegmente	90
10.2.3	Einschränkungen durch die Gesetzgebung.....	93
10.3	Entwicklungspolitische Aspekte	94
10.4	Zusammenfassung.....	94
11	Detaillierung und Überprüfung des Water Franchise-Konzepts	96
11.1	Detaillierung der Aufgabenverteilung in einem Pilotprojekt.....	96
11.1.1	Auswahl der Projektregion	96
11.1.2	Ausgangslage in der Projektregion.....	97
11.1.3	Aufbau des Pilotprojektes.....	98
11.1.4	Ergebnisse und Erfahrungen.....	100
11.2	Überprüfung des industriellen Anwendungsbereichs	101
11.2.1	Zahlungsbereitschaft für die industrielle Wasserversorgung	101
11.2.2	Ausgangslage.....	103
11.2.3	Ergebnisse und Erfahrungen.....	105
11.3	Zusammenfassung.....	107
12	Schlussfolgerungen	108
	Literaturverzeichnis.....	111
	Anhang 1: International Water Utility Management Survey	123
	Anhang 2: Finanzmodell für ein industrielles Water Franchise.....	135