

INHALTSVERZEICHNIS

1	Einführung.....	1
1.1	Problemstellung, Motivation und Zielsetzung der Arbeit	1
1.2	Forschungsvorgehen und Aufbau der Arbeit.....	5
2	Forschungsbereich: Logistikdienstleistungsmarkt.....	11
2.1	Grundlagen der Logistik und Logistikverständnis	11
2.1.1	Verständnisdefinition	12
2.1.2	Entwicklungsstufen der Logistik.....	14
2.2	Logistikoutsourcing als Ausprägungsvoraussetzung des Logistikdienstleistungsmarktes	21
2.2.1	Logistikoutsourcing in der wissenschaftlichen Betrachtung.....	22
2.2.1.1	Allgemeiner Überblick.....	22
2.2.1.2	Integriertes Modell zur Erklärung von Fremdvergabephänomenen	25
2.2.2	Logistikdienstleistungsmarkt.....	33
2.2.2.1	Segmentierung und Charakterisierung des Logistikdienstleistungsmarktes	33
2.2.2.2	Entwicklungstrends im Kontraktlogistikmarkt	38
2.2.2.3	Übersicht über strategische Optionen für Kontraktlogistikdienstleister	40
2.3	4PL-Providing als strategische Option für Kontraktlogistikdienstleister.....	43
2.3.1	Aktuelle Diskussion und Literaturreview.....	43

2.3.2	Definition und Konkretisierung der strategischen Option des 4PL-Providing	47
2.3.3	4PL-Providing zur Unterstützung der Supply Chain Management-Umsetzung (SCM-enabling)	50
2.3.3.1	Supply Chain-Formen als relevante externe Kontextumgebung	51
2.3.3.1.1	Führungsaufgaben der Wissenskoordination und Zielintegration als bestimmende Elemente unterschiedlicher Supply Chain-Formen	51
2.3.3.1.2	Koordinationsmechanismen als weitere Unterscheidungsdimension für Supply Chain-Formen.....	57
2.3.3.1.3	Vertrauen als moderierender Faktor der Ausprägung der SC-Form	62
2.3.3.1.4	Zusammenfassende Darstellung der Supply Chain-Formen	65
2.3.3.2	Kontextbedingte Anforderungen an SCM-enabling.....	66
2.4	Kontraktlogistikdienstleister als Gegenstand der strategischen Diskussion	69
2.5	Zwischenfazit.....	73
3	Bewertung der strategischen Option des 4PL-Providing: Struktur und konzeptionelle Überlegungen.....	75
3.1	Strategieverständnis	76
3.1.1	Entwicklung und aktueller Stand der Strategieforschung.....	76
3.1.2	Strategieverständnis dieser Arbeit	80
3.2	Ganzheitliches Strategiekonzept.....	82
3.2.1	Markt- und Ressourcenperspektive als komplementäre Elemente	83
3.2.1.1	Marktperspektive und Ressourcenperspektive als logische Verknüpfung.....	83
3.2.1.2	Marktperspektive	86
3.2.1.3	Ressourcenperspektive (Resource-based-view)	91

3.2.1.4	Dynamisierte Weiterentwicklung der Ressourcenperspektive.....	95
3.2.2	Zusammenfassende Darstellung.....	100
3.3	Bewertungsmodell für strategische Optionen von Kontraktlogistik- dienstleistern.....	103
3.3.1	Grundstruktur des Bewertungsmodells	104
3.3.1.1	Einschätzung der entwicklungsbezogenen Ausgangssituation von Unternehmen und Ableitung der entsprechenden Entwicklungs- fähigkeit.....	104
3.3.1.2	Bewertung von strategischen Optionen	106
3.3.2	Ressourcenüberlegenheit.....	110
3.3.2.1	Marktnutzensvorteil als statische, ressourcenbezogenes Bewertungs- kriterium.....	111
3.3.2.2	Entwicklungspotentialvorsprung als dynamisches Bewertungs- kriterium.....	117
3.3.3	Marktattraktivität.....	120
3.3.3.1	Nachfragepotential	121
3.3.3.2	Wettbewerbskräfte	127
3.3.3.3	Externe Entwicklungschancen aus globalen Umfeldveränderungen .	130
3.3.4	Synergiewirkungen auf bestehende Geschäftsfelder.....	132
3.4	Konzeptionelle Bewertung des 4PL-Providing.....	133
3.4.1	Marktperspektive: Marktattraktivität und Nachfragepotential des 4PL- Providing	135
3.4.1.1	Aufgabenbündelung im Logistikmarkt	135
3.4.1.2	Marktpotential durch die Unterstützung bei der Realisierung von SCM (SCM-enabling).....	140
3.4.2	Vorteilhaftigkeitsdiskussion.....	146

3.4.2.1	Bewertungsdimension der Ressourcenüberlegenheit	146
3.4.2.1.1	LLP- und SCN-Ansatz als zu vergleichende Anbietergeschäftsmodelltypen.....	146
3.4.2.1.2	Neutralität als Anforderung für das 4PL-Providing.....	150
3.4.2.1.3	Marktnutzensvorteile der Anbietergeschäftsmodelle	154
3.4.2.1.4	Entwicklungspotentialvorsprung der Anbietergeschäftsmodelle..	161
3.4.2.2	Bewertungsdimension der Synergiewirkung auf bestehende Geschäftsaktivitäten.....	163
3.5	Fazit: Erfolgspotentiale von Kontraktlogistikdienstleistern für die Erbringung von 4PL-Providing-DL.....	164
4	Bewertung der strategischen Option des 4PL-Providing: Explorativ-empirische Ergebnisse.....	171
4.1	Explorative Kundenbefragung zur Konkretisierung der Anforderungen an 4PL-Providing-Dienstleistungen.....	172
4.1.1	Forschungsziele und Durchführung.....	173
4.1.1.1	Fragebogenstruktur und Befragungsdurchführung.....	177
4.1.1.2	Charakteristika und Repräsentativität der Stichprobe	179
4.1.2	Statistische Grundlagen zur Auswertung der Kundenbefragung.....	181
4.1.3	Ergebnisse der Kundenbefragung und Beurteilung	184
4.1.3.1	Supply Chain Management in der allgemeinen Marktwahrnehmung	185
4.1.3.2	Logistische Nachfragebündelung aus Kundenperspektive.....	191
4.1.3.2.1	Nutzungsbereitschaft eines logistischen Generalunternehmers.....	192
4.1.3.2.2	Fähigkeitenprofil zur Nutzung eines logistischen Generalunternehmers	197
4.1.3.3	Empirische Überprüfung des LLP- und SCN-Ansatzes	200
4.1.3.4	Auswahlmuster bei der Fremdvergabe hochwertiger Logistikdienstleistungen.....	205

4.1.4	Zusammenfassung: Kundenanforderungen an 4PL-Providing-Dienstleistungen.....	209
4.2	Fallstudienuntersuchung zur Erkennung von Bewertungsmustern bei Kontraktlogistikdienstleistern.....	211
4.2.1	Fallstudien als Forschungsmethode.....	212
4.2.1.1	Eignungsprüfung des Fallstudienansatzes für vorliegende Fragestellung.....	212
4.2.1.2	Durchführung der Fallstudien.....	214
4.2.2	Deskriptive Fallstudienbetrachtung.....	217
4.2.2.1	Fallstudie A: 4PL-Providing in der Beschaffungs- und Produktionslogistik der europäischen Automobilindustrie.....	218
4.2.2.1.1	Ausgangssituation.....	218
4.2.2.1.2	Marktanforderungen und relevante Entwicklungstrends.....	220
4.2.2.1.3	Wettbewerbskräfte.....	227
4.2.2.1.4	Bewertung und Entscheidungsausrichtung.....	229
4.2.2.2	Fallstudie B: Versorgungsmanagement im Krankenhaus.....	234
4.2.2.2.1	Ausgangssituation.....	234
4.2.2.2.2	Marktanforderungen an Beschaffungslogistik und Versorgungsmanagement im Krankenhaus.....	235
4.2.2.2.3	Wettbewerbskräfte.....	238
4.2.2.2.4	Bewertung und Entscheidungsausrichtung.....	240
4.2.2.3	Fallstudie C: Generalunternehmer für Ersatzteillogistik im Maschinenbau.....	244
4.2.2.3.1	Ausgangssituation.....	244
4.2.2.3.2	Marktanforderungen an Ersatzteillogistik im Maschinenbau.....	246
4.2.2.3.3	Wettbewerbskräfte.....	250
4.2.2.3.4	Bewertung und Entscheidungsausrichtung.....	251

4.2.3	Konzeptionelle Nutzung des Bewertungsmodells	255
4.2.4	Zusammenfassung der Fallstudienuntersuchungen	257
4.3	Zusammenfassung der explorativ-empirischen Untersuchungen: Bewertung der strategischen Option des 4PL-Providing	262
5	Schlussbetrachtung.....	267
5.1	Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse	267
5.2	Implikationen für die Praxis: Handlungsempfehlungen für Kontrakt logistikunternehmen.....	273
5.3	Wissenschaftliche Bewertung der Untersuchung und weiterer Forschungs- bedarf	276
	Literaturverzeichnis.....	279
	Anhang A: Fragebogen	323