

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>V</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>IX</b>
<b>1 Märkte, Unternehmen und Politik in ihren Wirkungszusammenhängen</b>	<b>1</b>
<i>Hans Peter Fagagnini / Wolfgang Stölzle</i>	
1.1 Im Gleichschritt mit der Wirtschaft.....	1
1.2 Märkte, Unternehmen und Politik .....	3
1.2.1 Interaktionen.....	4
1.2.2 Strukturelle Einflussfaktoren.....	6
1.2.3 Strukturen und Aufgaben .....	7
1.3 Handlungsoptionen und -restriktionen .....	14
1.4 Zusammenfassung .....	18
<b>2 Güterverkehrsunternehmen im Überblick</b>	<b>19</b>
<i>Christoph Tyssen</i>	
2.1 Charakterisierung der Güterverkehrsunternehmen.....	19
2.1.1 Charakterisierung von Güterverkehrsunternehmen durch den morphologischen Kasten.....	19
2.1.2 Merkmale zur Charakterisierung von Güterverkehrsunternehmen.....	20
2.2 Ausgewählte Güterverkehrsunternehmen.....	22
2.2.1 Straßengüterverkehrsunternehmen .....	22
2.2.2 Reederei und Partikulier .....	25
2.2.3 Luftfracht-Carrier .....	27
2.2.4 Eisenbahnverkehrsunternehmen (EVU) .....	29
2.2.5 KEP- und Briefdienstleister.....	31
2.2.6 Kontraktlogistikdienstleister .....	33
2.2.7 Operateur .....	35
2.3 Zusammenfassung .....	37
<b>3 Eigenschaften von Güterverkehrsleistungen</b>	<b>39</b>
<i>Annette Hoffmann / Bettina Resch</i>	
3.1 Erstellung von Güterverkehrsleistungen als primäre Aufgabe von Güterverkehrsunternehmen .....	39

3.2	Aus den Eigenschaften von Güterverkehrsleistungen resultierende Herausforderungen für das Management .....	40
3.2.1	Integration des externen Faktors .....	40
3.2.2	Immaterialität und Intangibilität der Leistungserstellung .....	41
3.2.3	Simultanität von Erstellung und Inanspruchnahme (uno-actu Prinzip).....	42
3.2.4	Heterogenität der Kundenanforderungen .....	43
3.2.5	Heterogene Leistungsangebote .....	43
3.2.6	Dominanz von Leistungsbereitschaftskosten .....	43
3.2.7	Schwankende Nachfrage .....	45
3.2.8	Abhängigkeit von exogenen Rahmenbedingungen .....	46
3.2.9	Zusammenfassung.....	47
<b>4</b>	<b>Verkehrsmärkte</b>	<b>49</b>
4.1	Die Segmentierung von Güterverkehrsmärkten .....	49
	<i>Erik Hofmann / Philip Wessely</i>	
4.1.1	Einleitung .....	49
4.1.2	Segmentierungskriterien für Güterverkehrsmärkte .....	51
4.1.3	Marktsegmentierung durch Kombination mehrerer Segmentierungskriterien .....	53
4.1.4	Beispiel: Segmentierung des Schweizer Logistikmarktes .....	54
4.1.5	Zusammenfassung.....	59
4.2	Überblick über den Güterverkehrsmarkt.....	60
	<i>Erik Hofmann / Konstantin Gebert</i>	
4.2.1	Güterverkehr als Teil des Logistikmarktes .....	60
4.2.2	Marktvolumen und volkswirtschaftliche Kennzahlen des Logistikgesamtmarktes sowie deren Entwicklungen .....	62
4.2.3	Infrastruktur, Marktanteile und Entwicklung des Güterverkehrs nach Verkehrsträgern.....	65
4.3	Güterverkehrsrelevante Marktsegmente.....	77
4.3.1	Teilmarkt Massengut.....	78
4.3.2	Teilmarkt Stückgut.....	82
4.3.3	Teilmarkt KEP-Dienste .....	87
4.3.4	Zusammenfassung.....	91
<b>5</b>	<b>Politische und rechtliche Rahmenordnung für den Güterverkehr</b>	<b>93</b>
	<i>Hans Peter Fagagnini</i>	
5.1	Güterverkehrsinnenmarkt: eine koordinierte Marktwirtschaft .....	93
5.1.1	Rechtlicher Rahmen: Kompetenzen.....	94
5.1.2	Inhaltlicher Rahmen: Zielsetzungen.....	95
5.1.3	Ordnungspolitischer Rahmen: Marktwirtschaft .....	97
5.2	Regulierungen .....	99
5.2.1	Auslegeordnung .....	99
5.2.2	Drittländer wie die Schweiz .....	105
5.3	Ausreichender Wettbewerb? .....	107

5.4	Verkehrsinfrastruktur .....	108
5.4.1	Nutzung der Infrastruktur.....	109
5.4.2	TEN- und andere Projekte.....	112
5.4.3	Anlagen für den Güterverkehr.....	113
5.4.4	Planerische Festlegungen für den Güterverkehr.....	115
5.4.5	Diskriminierungsfreier Zugang und Nutzung der Kapazitäten.....	115
5.5	Finanzierung .....	116
5.5.1	Einnahmen und Ausgaben im Verkehr.....	117
5.5.2	Wegekosten und Güterverkehr .....	119
5.5.3	Verkehrsabgaben und Wettbewerbsfähigkeit.....	120
5.5.4	Verkehrsabgaben und Nachhaltigkeit.....	121
5.5.5	Projektfinanzierungen .....	121
5.5.6	Grenzen der Politik – Grenzen der Märkte.....	122
5.5.7	Zusammenfassung .....	123
<b>6</b>	<b>Management von Güterverkehrsunternehmen</b>	<b>125</b>
6.1	Strategische Positionierung .....	125
	<i>Thorsten Klaas-Wissing</i>	
6.1.1	Strategische Grundoptionen .....	127
6.1.2	Wettbewerbsstrategie und strategische Grundoptionen.....	131
6.1.3	Strategische Positionierung als Spezialanbieter: Das Beispiel Bertschi AG .....	134
6.1.4	Strategische Positionierung als Vollsortimenter: Das Beispiel DB SCHENKER..	136
6.1.5	Zusammenfassung .....	138
6.2	Organisation .....	139
	<i>Thorsten Klaas-Wissing</i>	
6.2.1	Die organisatorische Gestaltungsaufgabe.....	140
6.2.2	Organisation von Güterverkehrsunternehmen.....	144
6.2.3	Organisation von Güterverkehrskooperationen.....	148
6.2.4	Zusammenfassung .....	150
6.3	Informationsmanagement .....	151
	<i>Günter Prockl</i>	
6.3.1	Aufgabenfelder und Ebenen eines Informationsmanagements .....	151
6.3.2	Geschäftsprozesse des Transports und die Landschaft unterstützender Anwendungen.....	154
6.3.3	Die infrastrukturelle Ebene der Daten und Informationen – Tracking and Tracing .....	157
6.3.4	Die infrastrukturelle Ebene zur Kommunikation zwischen den Akteuren .....	161
6.3.5	Barrieren und Handlungsspielräume im Informationsmanagement .....	163
6.3.6	Zusammenfassung .....	165
6.4	Kapazitätsmanagement.....	166
	<i>Julia Bendul</i>	
6.4.1	Anforderungen an das Kapazitätsmanagement .....	166
6.4.2	GAP-Modell für das Kapazitätsmanagement von Güterverkehrsleistungen .....	171

---

6.4.3	Yield Management.....	174
6.4.4	Das Peak Load Pricing.....	176
6.4.5	Zusammenfassung.....	178
6.5	Finanzierung.....	180
	<i>Joachim Ehrenthal</i>	
6.5.1	Einleitung.....	180
6.5.2	Grundlagen der Finanzierung von Güterverkehrsunternehmen .....	180
6.5.3	Unternehmensfinanzierung .....	182
6.5.4	Besonderheiten der Verkehrsfiananzierung .....	183
6.5.5	Risiken der Verkehrsfinanzierung.....	188
6.5.6	Zusammenfassung.....	190
6.6	Controlling und Kostenmanagement.....	191
	<i>Annette Hoffmann</i>	
6.6.1	Kostensituation im Güterverkehr .....	191
6.6.2	Rolle des Controlling im Kostenmanagement.....	191
6.6.3	Aufgaben und Ziele des Kostenmanagements .....	192
6.6.4	Kostenmanagementinstrumente .....	198
6.6.5	Zusammenfassung.....	203
6.7	Preismanagement .....	205
	<i>Bettina Resch</i>	
6.7.1	Wachsender Wettbewerbsdruck im Güterverkehr als Ausgangspunkt für das Preismanagement .....	205
6.7.2	Gestaltung des Preismanagements im Güterverkehr.....	206
6.7.3	Preissysteme im Güterverkehr .....	211
6.7.4	Zusammenfassung.....	215
6.8	Qualitätsmanagement.....	216
	<i>Wolfgang Stölzle</i>	
6.8.1	Qualität und Management von Qualität .....	216
6.8.2	Qualitätsmodelle, -dimensionen und -merkmale.....	218
6.8.3	Ansätze zur Qualitätsmessung .....	222
6.8.4	Von der Qualitätsmessung über die Qualitätssteuerung zum Total Quality Management.....	227
6.8.5	Zusammenfassung.....	229
6.9	Nachhaltigkeitsmanagement .....	230
	<i>Nicole Kudla</i>	
6.9.1	Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements .....	230
6.9.2	Implikationen sich verändernder Märkte und politischer Anforderungen .....	232
6.9.3	Grundlagen der Nachhaltigkeitsmessung im Güterverkehr.....	233
6.9.4	Maßnahmen zur Steigerung der Nachhaltigkeitsleistung .....	237
6.9.5	Zusammenfassung.....	242
7	<b>Güterverkehr in der Gesamtschau der Wirkungszusammenhänge</b>	243
	<i>Hans Peter Fagagnini / Wolfgang Stölzle</i>	

<b>8</b>	<b>Anhang</b>	<b>247</b>
8.1	Literaturverzeichnis.....	247
8.2	Index.....	263
8.3	Über die Autoren.....	266