

# Inhalt

<b>Danksagung</b>	5
<b>Geleitwort</b>	7
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	19
<b>Tabellenverzeichnis</b>	23
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	25
<b>1 Einführung in die Untersuchung</b>	27
1.1 Ausgangslage und Problemstellung der Forschungsarbeit	27
1.2 Stand der Forschung und Ableitung der Forschungsfragen	30
1.3 Wissenschaftstheoretische Einordnung der Forschungsarbeit	34
1.4 Gang der Untersuchung	39
<b>2 Begriffliche, konzeptionelle und theoretische Grundlagen</b>	43
2.1 Charakterisierung der dem Erkenntnisobjekt zugrundeliegenden Wissenschaftsdisziplinen	43
2.1.1 Logistik	43
2.1.1.1 Definition des Logistikverständnisses der vorliegenden Arbeit	44
2.1.1.2 Funktion, Konzeption und Zielsetzung der Logistik	47
2.1.1.3 Aufgaben der Logistik	51
2.1.2 Logistik-Controlling (=LC)	58
2.1.2.1 Definition des LC-Verständnisses der vorliegenden Arbeit	58
2.1.2.2 Zielsetzung und Funktion des LCs	61
2.1.2.3 Aufgaben und Instrumente des LCs	62
2.1.3 Omni-Channel-(OC-)Einzelhandel	65
2.1.3.1 Charakterisierung des Einzelhandels und seiner Funktionen	65

2.1.3.2	Hintergrund und Klassifizierung des Multi- Channel-Einzelhandels	67
2.1.3.3	Vergleich der Logistik-Konfigurationen von Einzelhändlern	73
2.2	Konzeption, Messung und Steuerung des Unternehmenserfolgs	76
2.2.1	Definitorische und konzeptionelle Grundlagen des Unternehmenserfolgs	76
2.2.1.1	Zielerreichung als generisches Erfolgsprinzip	76
2.2.1.2	Entwicklung eines Unternehmens- Zielsystems	78
2.2.1.3	Aufbau und Erhalt von Erfolgspotentialen als oberstes Unternehmensziel	80
2.2.2	Performance-Measurement (=PM) als Instrument des LC zur erfolgszielorientierten Unternehmenssteuerung	84
2.2.2.1	Definition von Performance und PM	84
2.2.2.2	Ziele des PM	86
2.2.2.3	Identifikation von Ursache-Wirkungs- Beziehungen als Basis von PM	88
2.3	Konzeption des Logistikerfolgs	92
2.3.1	Charakterisierung der Erfolgsrelevanz und -wirkung der Logistik im unternehmerischen Kontext	92
2.3.2	Stellhebel der Logistik für einen Beitrag zum Unternehmenserfolg	95
2.3.2.1	Einfluss der Logistikkosten auf den Unternehmenserfolg	96
2.3.2.2	Einfluss der Logistikleistung auf den Unternehmenserfolg	99
2.3.2.2.1	Lieferservice als Ergebnis logistischer Leistungserstellung	99
2.3.2.2.2	Erlöswirkung logistischer Leistungen	101
2.3.2.3	Logistik im Spannungsfeld zwischen Kosten und Leistungen	102

<b>2.4 Einführung in das Aussagensystem des Konfigurationsansatzes</b>	<b>105</b>
2.4.1 Hintergrund und Grundannahmen des Konfigurationsansatzes	105
2.4.1.1 Historischer Hintergrund des Konfigurationsansatzes	105
2.4.1.2 Grundannahmen des Konfigurationsansatzes	108
2.4.2 Bausteine des Konfigurationsansatzes	112
2.4.2.1 Fit-Konzept	112
2.4.2.2 Äquifinalitäts-Denken	114
2.4.2.3 Konfigurationale Sparsamkeit	117
2.4.2.4 Unternehmensentwicklung in Quantensprüngen	117
2.4.3 Kritische Würdigung des konfigurationsorientierten Forschungsprogramms	118
2.4.4 Typologien und Taxonomien als alternative Herleitungsformen von Konfigurationen	122
2.4.4.1 Taxonomien: Empirische Identifikation von Konfigurationen	123
2.4.4.2 Typologien: Vernunftgeleitete Entwicklung von Konfigurationen	125
2.4.4.3 Explikation des Typologie-Verständnisses dieser Arbeit	127
<b>2.5 Zusammenfassung der begrifflichen, konzeptionellen und theoretischen Grundlagen dieser Arbeit</b>	<b>130</b>
<b>3 Explikation des methodischen Vorgehens zur Entwicklung einer Omni-Channel-Logistik-(OCL-)Typologie</b>	<b>134</b>
3.1 Einführung in die Forschungsmethode der qualitativen Inhaltsanalyse	135
3.1.1 Das Forschungsdesign als Leitlinie des wissenschaftlichen Prozesses der Erkenntnisgewinnung	135
3.1.2 Grundprinzip der qualitativen Inhaltsanalyse	139
3.1.3 Grundbegriffe der qualitativen Inhaltsanalyse	143
3.1.4 Gütekriterien der qualitativen Inhaltsanalyse	144

3.2	Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse	147
3.2.1	Generisches Ablaufschema der qualitativen Inhaltsanalyse	147
3.2.2	Varianten qualitativen Inhaltsanalyse	150
3.3	Die typenbildende qualitative Inhaltsanalyse	153
3.3.1	Die Methodik der Typologieentwicklung	153
3.3.2	Spezifikation des Ablaufplans der weiteren Untersuchung	156
4	<b>Entwicklung des Kategoriensystems zur Herleitung des typologiebeschreibenden Merkmalspools</b>	159
4.1	Auswahl und Darstellung des einzubehandelnden Datenmaterials	160
4.1.1	Entwicklung der Suchstrategie zur Identifikation relevanter Literatur	160
4.1.1.1	Auswahl der einzubehandelnden Suchbegriffe und der Suchdatenbank	161
4.1.1.2	Auswahl der zu nutzenden Literaturdatenbanken	162
4.1.1.3	Auswahl der Inklusions- und Exklusionskriterien	163
4.1.2	Identifikation und Darstellung der Literaturbasis	164
4.1.2.1	Durchführungsprotokoll der Literaturauswahl	164
4.1.2.2	Deskriptive Analyse des Datensatzes	165
4.2	Deduktive Herleitung eines initialen Kategoriensystems	169
4.2.1	Die Dimension des Logistik-Kontext	170
4.2.1.1	Nachfrageeigenschaften	171
4.2.1.2	Produkt-/Sortimentseigenschaften	173
4.2.1.3	Strategische Ausrichtung des Gesamtunternehmens	174
4.2.2	Die Dimension der Logistik-Gestaltung	174
4.2.2.1	Physische Wertschöpfungsstruktur	177
4.2.2.2	Logistische Prozesse	180
4.2.2.3	Logistik-Informationssystem	183
4.2.2.4	Outsourcing	184
4.2.3	Die Dimension des Logistik-Ergebnisses	187
4.2.3.1	Logistik-Leistungen	188

4.2.3.2	Logistik-Kosten	189
4.2.4	Abschließende Zusammenfassung des initialen Kategoriensystems	189
4.3	Induktive Erweiterung und Vertiefung des Kategoriensystems	191
4.3.1	Durchführungsprotokoll des Codierprozesses	191
4.3.2	Darstellung des finalen Kategoriensystems	193
<b>5</b>	<b>Auswahl und Explikation der in die OCL-Typologie einzubeziehenden Merkmale und Merkmalsausprägungen</b>	<b>197</b>
5.1	Merkmale und Merkmalsausprägungen des OCL-Kontexts	197
5.1.1	Positionierung des Gesamtunternehmens	197
5.1.1.1	Angebotene Produkte des Unternehmens	198
5.1.1.2	Sortimentsstruktur des Einzelhändlers	200
5.1.1.3	Historischer Kontext des Unternehmens	203
5.1.2	Sendungsstruktur des Einzelhändlers	207
5.1.2.1	Anteil des Distanzkanalvolumens am gesamten Sendungsvolumen	207
5.1.2.2	Ähnlichkeit der Distanz- und Filialsendungsstruktur	208
5.1.3	Kundenanforderungen an die OCL	209
5.1.3.1	Kundenanforderungen an das Distributionsmanagement	210
5.1.3.2	Kundenanforderungen an das Retourenmanagement	214
5.1.4	Zusammenfassende Übersicht der einzubeziehenden Merkmale und Merkmalsausprägungen des OCL-Kontext	215
5.2	Merkmale und Merkmalsausprägungen der OCL-Gestaltung	216
5.2.1	Physische Wertschöpfungsstruktur	216
5.2.1.1	Gestaltung des OCL-Netzwerks	216
5.2.1.2	Physische Gestaltung der DZ	220
5.2.1.3	Gestaltung des Transportsystems	222
5.2.2	Eingebundene Auftragszyklen	225
5.2.2.1	Vorwärts gerichtete Auftragszyklen (Distribution)	226
5.2.2.2	Rückwärts gerichtete Auftragszyklen (Retouren)	231

5.2.3	Logistik-Informationssystems	235
5.2.4	Zusammenfassende Übersicht der einzubeziehenden Merkmale und Merkmalsausprägungen der OCL- Gestaltung	237
5.3	Merkmale und Merkmalsausprägungen des OCL- Ergebnisses	238
5.3.1	Logistik-Leistung	238
5.3.1.1	Lieferzeit	239
5.3.1.2	Verfügbarkeit	240
5.3.1.3	Beschaffenheit	241
5.3.1.4	Sendungsflexibilität	242
5.3.1.5	Retouren	242
5.3.2	Logistik-Kosten	243
5.3.2.1	Infrastruktur-Kosten	244
5.3.2.2	Lagerhaltungs-Kosten	244
5.3.2.3	Handlings-Kosten	244
5.3.2.4	Transport-Kosten	245
5.3.2.5	Retouren-Kosten	245
5.3.3	Zusammenfassende Übersicht der einzubeziehenden Merkmale und Merkmalsausprägungen des OCL- Ergebnis	246
6	Entwicklung und Charakterisierung einer Typologie erfolgreicher OCL	248
6.1	Interdependenzbetrachtung zwischen den Merkmalen	249
6.1.1	Interdependenzbetrachtung zwischen den OCL- Kontextmerkmalen	249
6.1.1.1	Interdependenzen zwischen den Merkmalen des Themenkomplexes „Positionierung des Gesamtunternehmens“	249
6.1.1.2	Interdependenzen zwischen den Merkmalen der Themenkomplexe „Positionierung des Gesamtunternehmens“ und der „Sendungsstruktur des Einzelhändlers“	251
6.1.1.3	Interdependenzen zwischen den Merkmalen der Themenkomplexe „Positionierung des Gesamtunternehmens“ und „Kundenanforderungen an die OCL“	254

6.1.2	Interdependenzbetrachtung zwischen den OCL-Gestaltungsmerkmalen	256
6.1.2.1	Interdependenzen zwischen den Merkmalen des Themenkomplexes „Physische Wertschöpfungsstruktur“	256
6.1.2.2	Interdependenzen zwischen den Merkmalen des Themenkomplexes „Physische Wertschöpfungsstruktur“ und „Eingebundene Auftragszyklen“	262
6.1.2.3	Interdependenzen zwischen den Merkmalen des Themenkomplexes „Physische Wertschöpfungsstruktur“ und „OCL-Ergebnis“	267
6.1.3	Interdependenzbetrachtung zwischen den Merkmalen des OCL-Kontexts und der OCL-Gestaltung	270
6.2	Entwicklung und inhaltliche Charakterisierung einer OCL-Typologie	273
6.2.1	Herleitung einer OCL-Typologie auf Basis dominanter Abgrenzungskriterien	273
6.2.2	Inhaltliche Charakterisierung der identifizierten OCL-Typen	278
6.2.2.1	Typus 1 – „Separierer“ und ihre OCL-Konfiguration	278
6.2.2.2	Typus 2 – „Funktionale Filialisten“ und ihre OCL-Konfiguration	284
6.2.2.3	Typus 3 – „Synergetiker“ und ihre OCL-Konfiguration	290
6.2.2.4	Typus 4 – „Integrierer“ und ihre OCL-Konfiguration	296
6.2.3	Abschließende Betrachtung der entwickelten OCL-Typologie	302
6.3	Kritische Reflexion des bisherigen Untersuchungsgangs	304
7	<b>Fallstudienuntersuchung zur Konfrontation der entwickelten Typologie mit der unternehmerischen Realität</b>	308
7.1	Forschungsdesign der Fallstudie	308
7.1.1	Auswahl der Fallstudie als empirische Forschungsstrategie	308

7.1.2	Definition der Fallstudie als empirische Forschungsmethode	310
7.1.3	Darstellung des Untersuchungsplans	313
7.2	Fallstudie – Analyse einer realen OCL-Konfiguration	317
7.2.1	Charakterisierung der Konfiguration	317
7.2.1.1	Der OCL-Kontext der Konfiguration	317
7.2.1.2	Die OCL-Gestaltung der Konfiguration	319
7.2.1.3	Das OCL-Ergebnis der Konfiguration	322
7.2.2	Einordnung und Abgleich des Falls mit der entwickelten Typologie der OCL	324
7.2.2.1	Abgleich des OCL-Kontext	324
7.2.2.2	Abgleich der OCL-Gestaltung	326
7.2.2.3	Abgleich des OCL-Ergebnisses	327
7.2.3	Zusammenfassung	328
<b>8</b>	<b>Zusammenfassung, Implikationen und Ausblick</b>	330
8.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	330
8.2	Theoretische und Praktische Implikationen	332
8.3	Ausblick auf weitere Forschungsfragen	333
<b>Anhang</b>		336
	Anhang I: Übersicht der einbezogenen Literatur	336
	Anhang II: Interviewleitfaden	346