

Thomas Rümenapp

Strategische Konfigurationen von Logistikunternehmen

**Ansätze zur konsistenten Ausrichtung in den
Dimensionen Strategie, Struktur und Umwelt**

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Werner Delfmann

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Abbildungsverzeichnis	XVII
Tabellenverzeichnis	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXI
1 Einführung in die Themenstellung	1
1.1 Ausgangspunkt der Untersuchungen.....	1
1.2 Zielsetzung und Vorgehensweise.....	4
2 Konzeptionelle und terminologische Grundlagen zur Ableitung eines Bezugsrahmens	9
2.1 Der Logistikbegriff als Ausgangspunkt für das Erkenntnisobjekt Logistikunternehmen.....	9
2.1.1 Logistik: Begriffsherkunft, Objektbereich und Ebenen der Begriffsverwendung.....	9
2.1.2 Grundprinzipien und Denkweisen in der Logistik.....	12
2.1.3 Definition und allgemeine Merkmale von Logistikunternehmen.....	17
2.2 Strategie und strategische Positionierung.....	20
2.2.1 Strategiebegriff: klassische und umfassende Interpretation.....	20
2.2.2 Strategietypen und generische Wettbewerbsstrategien.....	23
2.2.3 Bedeutung der Umwelt für das strategische Management.....	26
2.3 Organisationsstruktur und Informationssysteme.....	29
2.3.1 Definition und Beschreibung formaler Organisationsstrukturen.....	29
2.3.2 Bedeutung der Umwelt für Organisationsstrukturen.....	33
2.3.3 Informationsverarbeitung und computerbasierte Informationssysteme.....	35
2.3.4 Beziehungen zwischen Informationssystemen und Organisation.....	38
2.4 Zusammenführung der Konzepte zum Bezugsrahmen der Untersuchung.....	41

3	Elemente des Bezugsrahmens - Stand der Literatur und kritische Würdigung.....	43
3.1	Strategische Positionen und Typen von Logistikunternehmen.....	43
3.1.1	Logistikleistungen als „Transaktionsobjekte“ - Das Leistungsspektrum von Logistikunternehmen.....	43
3.1.2	Angebotsbasierte Segmentierungsansätze für Logistikunternehmen.....	49
3.1.2.1	Funktionale Ansätze zur Segmentierung.....	49
3.1.2.2	Segmentierung anhand der Struktur des Leistungsangebotes.....	51
3.1.3	Multidimensionale Segmentierungsansätze zur Einteilung von Logistikunternehmen ...	55
3.1.4	Wettbewerbsstrategien von Logistikunternehmen.....	58
3.1.5	Zwischenfazit.....	61
3.2	Organisationsstruktur und Informationssysteme von Logistikunternehmen.....	62
3.2.1	Organisation der Logistik.....	63
3.2.1.1	Organisationsstrukturen bei Logistikunternehmen.....	63
3.2.1.2	Exkurs: Organisation der Logistik in Industrie und Handel.....	68
3.2.1.3	Exkurs: Kooperative Organisation der Logistik in interorganisatorischen Beziehungsgefügen.....	76
3.2.2	Logistische Informationssysteme.....	83
3.2.2.1	Bedeutung von Informationen und Informationssystemen in der Logistik.....	83
3.2.2.2	Strukturierung logistischer Informationssysteme und Betrachtung ausgewählter Systeme.....	85
3.2.3	Zwischenfazit.....	101
3.3	Die Aufgabenwelt - Verlager und Supply Chain Management.....	102
3.3.1	Entwicklungstendenzen im Markt für Logistikleistungen.....	104
3.3.1.1	Gesamtwirtschaftliche Tendenzen der allgemeinen Umwelt.....	104
3.3.1.2	Einzelwirtschaftliche Tendenzen der Aufgabenwelt.....	105
3.3.2	Ausgewählte Theorieansätze zur Analyse logistischer Fremdvergabeentscheidungen bei Verladern.....	108
3.3.2.1	Produktionskostenorientierte Ansätze - Die traditionelle Sicht der Wirtschaftspraxis.....	110
3.3.2.2	Transaktionskostenorientierte Ansätze - Abhängigkeit und Opportunismus.....	114
3.3.2.3	Ressourcenansatz des strategischen Managements - Spiegel des veränderten Stellenwertes der Logistik.....	120
3.3.3	Supply Chain Management (SCM) als Spiegelbild des modernen Logistikverständnisses.....	125
3.3.3.1	Ableitung eines SCM-Verständnisses auf Basis der vielfältigen Begriffsverwendung.....	125
3.3.3.2	Vergleich des SCM-Konzeptes mit der modernen Logistikkonzeption.....	132

3.3.4	Zwischenfazit.....	137
3.4	Kritische Würdigung.....	139
4	Konfigurationstheoretisches Vorgehen zur Generierung von Konfigurationen.....	145
4.1	Einordnung des Konfigurationsansatzes in die Managementforschung.....	145
4.1.1	Überblick über Forschungsansätze in der Managementforschung.....	145
4.1.2	Kontingenztheoretischer Ansatz: Vorstellung und Kritik.....	148
4.1.3	Der Konfigurationsansatz als Weiterentwicklung des kontingenztheoretischen Ansatzes.....	152
4.2	Elemente und Grundannahmen des Konfigurationsansatzes.....	155
4.2.1	Das Fit-Konzept als Ausgangspunkt.....	155
4.2.2	Das Äquifinalitätskonzept.....	158
4.2.3	Die begrenzte Anzahl von Konfigurationen.....	161
4.2.4	Untemehmensentwicklungen in Quantensprüngen.....	163
4.3	Ausgewählte Unternehmenskonfigurationen der betriebswirtschaftlichen Literatur.....	166
4.3.1	Untemehmenskonfigurationen nach Miller, Friesen.....	166
4.3.2	Untemehmenskonfigurationen nach Miles, Snow.....	170
4.3.3	Untemehmenskonfigurationen nach Mintzberg.....	172
4.3.4	Gegenüberstellung der Konfigurationen.....	174
4.4	Konkretisierung der gewählten Vorgehensweise.....	176
4.4.1	Alternative Herleitungsformen für Konfigurationen.....	176
4.4.1.1	Taxonomien als empirische Herleitungsform von Konfigurationen.....	177
4.4.1.2	Typologien als konzeptionelle Herleitungsform - Der Ansatz dieser Arbeit.....	178
4.4.2	Auswahl und Spezifikation der Beschreibungsparameter für die strategischen Konfigurationen von Logistikunternehmen.....	180
4.4.2.1	Strategische Positionierung.....	181
4.4.2.2	Organisationsstruktur und Informationssysteme.....	184
4.4.2.3	Umwelt des Versorgungskettenabschnitts.....	189
4.4.2.4	Zusammenfassung der Beschreibungsparameter.....	192
4.5	Zusammenfassende Beurteilung des Konfigurationsansatzes - Interpretation von Konfigurationen als „Frameworks“.....	194

5	Ableitung strategischer Konfigurationen von Logistikunternehmen.....	199
5.1	Zwei Pole der Konfigurationen: Effizienz und Innovation.....	199
5.1.1	„Standard-Komponentenbetreiber“.....	200
5.1.1.1	Strategische Positionierung: Standardleistungen und Effizienz.....	201
5.1.1.2	Entkopplung von einer breiten Umwelt.....	203
5.1.1.3	Bürokratische Organisationsstruktur und Automation durch zentrale Abwicklungssysteme.....	206
5.1.1.4	Weitergehende Überlegungen.....	211
5.1.2	„Versorgungskettenarchitekt“.....	212
5.1.2.1	Strategische Positionierung als Innovator.....	212
5.1.2.2	Anspruchsvolle Umwelt.....	215
5.1.2.3	Heterarchische Organisationsstruktur und unterstützende Informationssysteme.....	220
5.1.2.4	Weitergehende Überlegungen.....	225
5.2	Die allgemeine Komplexität logistischer Systeme - Zwei weitere Konfigurationen mit Abwicklungsfokus.....	227
5.2.1	„Komplexitätsreduzierer“.....	228
5.2.1.1	Strategische Positionierung als Integrator von Einzelleistungen.....	228
5.2.1.2	Komplexität und Kompetenz in der Umwelt.....	232
5.2.1.3	Qualifizierte, centerorientierte Strukturen und Vielfalt der Informationssysteme.....	237
5.2.1.4	Weitergehende Überlegungen.....	242
5.2.2	„Funktionsspezialist“.....	245
5.2.2.1	Strategische Positionierung als flexibler Spezialist für Ausnahmesituationen.....	246
5.2.2.2	Veränderliche Umwelt.....	248
5.2.2.3	Einfache Organisationsstruktur und Informationssysteme.....	249
5.2.2.4	Weitergehende Überlegungen.....	251
5.3	Zwischen den Grundtypen: Hybride Konfigurationen.....	253
5.3.1	Hybride der Grundtypen.....	253
5.3.2	„Systemanbieter“ - Im Spannungsfeld disparater Anforderungen.....	255
5.3.2.1	Strategische Positionierung als innovativer Komplexitätsreduzierer.....	257
5.3.2.2	Anspruchsvolle Umwelt.....	258
5.3.2.3	Parallele Organisationsstrukturen und umfassende Informationssysteme.....	261
5.3.2.4	Weitergehende Überlegungen.....	266
5.3.3	Kombination von Konfigurationen über divisionale Strukturen - Ein Schritt in Richtung real typischer Logistikunternehmen.....	269
5.4	Zusammenfassung.....	273

6	Fallstudien: Konfrontation der Konfigurationen mit Realtypen von Logistikunternehmen.....	278
6.1	Fallstudien als empirisches Forschungsdesign.....	278
6.2	Vorstellung der Datenbasis.....	279
6.3	Vorstellung und Diskussion realtypischer Logistikunternehmen.....	281
6.3.1	Fallstudie I.....	281
6.3.1.1	Strategische Positionierung.....	281
6.3.1.2	Umwelt.....	283
6.3.1.3	Organisationsstruktur und Informationssysteme.....	284
6.3.1.4	Zusammenfassung.....	288
6.3.2	Fallstudie II.....	291
6.3.2.1	Strategische Positionierung.....	292
6.3.2.2	Umwelt.....	293
6.3.2.3	Organisationsstruktur und Informationssysteme.....	294
6.3.2.4	Zusammenfassung.....	298
6.3.3	Fallstudie III.....	301
6.4	Interpretation der Fallstudien.....	303
7	Schlussbemerkungen und Ausblick.....	304
	Literaturverzeichnis.....	309