

Inhaltsverzeichnis

Hinweis des Autorenteam

Vorwort

1. Grundlagen der Logistik	1
1.1 Einleitung: Veränderungen auf den Waren- und Güterverkehrsmärkten unter besonderer Berücksichtigung logistischer Anforderungen	1
1.1.1 Die Liberalisierung des Welthandels	1
1.1.1.1 Die Öffnung der Grenzen nach Osteuropa	1
1.1.1.2 Die Liberalisierung des internationalen Handels durch die Welthandelsorganisation (WTO)	1
1.1.1.3 Die Herausbildung von Freihandelszonen und/oder Währungsunionen	1
1.1.1.4 Der Einfluss der Weltfinanzkrise zwischen 2008 und 2010 auf den Welthandel	2
1.1.2 Veränderungen auf den Warenmärkten	3
1.1.2.1 Die Zunahme der internationalen Arbeitsteilung	3
1.1.2.2 Die Globalisierung der Beschaffungs- und Absatzmärkte	3
1.1.2.3 Neue Strategien von Produktions- und Handelsunternehmen – E-Commerce, Lean-Production, Konzentration auf das Kerngeschäft und Outsourcing	3
1.1.2.4 Efficient Consumer Response (ECR): eine neue Form der Zusammenarbeit zwischen Industrie und Handel	5
1.1.2.5 Fullservice und Reduzierung der eingesetzten Logistikdienstleister	5
1.1.3 Veränderungen auf den Güterverkehrsmärkten	6
1.1.3.1 Liberalisierung der Verkehrsmärkte	6
1.1.3.2 Neuorientierung der Verkehrsnachfrage vom Transport zur Logistik	6
1.1.3.3 Veränderungen in Art und Struktur der beförderten Güter	7
1.1.3.4 Just-in-Time (JIT)-Anlieferung	7
1.1.3.5 Flächendeckende Systemverkehre	7
1.1.3.6 Die Informatik – Grundvoraussetzung der logistischen Dienstleistung	8
1.1.3.7 Kooperation, die Antwort des speditionellen Mittelstandes auf die neuen Herausforderungen der Verkehrsnachfrage	8
1.1.3.8 Nachweis der speditionellen Leistungsfähigkeit durch QM-Systeme und Six-Sigma-Analysen	9
1.1.3.9 Umweltschutz und Logistik – Bündelung von Güterströmen und CO ₂ -Footprint	9
1.2 Begriff, Aufgaben und Ziele der Logistik	10
1.3 Organisatorische Einbindung der Logistik im Unternehmen	13
1.4 Bedeutung der Logistik für die Wettbewerbsvorteile von Unternehmen; Logistikkosten als Wettbewerbsparameter	15
2. Logistische Teilfunktionen in Unternehmen der Industrie und des Handels	16
2.1 Beschaffungslogistik	16
2.1.1 Einführung	16
2.1.2 ABC- und XYZ-Analyse	16
2.1.3 Gestaltung der Beschaffungsstruktur	19
2.2 Produktionslogistik	21

2.2.1	Einführung.....	21
2.2.2	Strategisch-taktische Produktionslogistik	21
2.2.3	Operative Produktionslogistik	21
2.3	Distributionslogistik.....	22
2.3.1	Einführung.....	22
2.3.2	Die Distributionsstruktur.....	23
2.3.3	Die Lagerhaltung.....	23
2.3.4	Die Kommissionierung	24
2.3.5	Die Verpackung.....	25
2.3.6	Der Transport.....	25
2.4	Entsorgungslogistik.....	27
2.5	Logistikanforderungen auf dem Güterverkehrsmarkt.....	28
3.	Leistungsmerkmale der Verkehrsträger hinsichtlich ihrer Einbindungsmöglichkeit in Logistikprojekte	31
4.	Der Spediteur als Logistikdienstleistungsunternehmen.....	35
4.1	Strategische Vorteile des Spediteurs bei der Abwicklung logistischer Prozesse.....	35
4.2	Die Entwicklung der klassischen Tätigkeitsbereiche des Spediteurs und Logistiklers als Reaktion auf die logistischen Anforderungen	38
4.3	E-Commerce, Logistikdienstleister, Systemführer, Lead Logistics Provider, 4PL steuern die Supply Chain	44
4.4	Organisatorische und strategische Anforderungen an den Spediteur als Logistikunternehmen	48
4.5	Qualitäts- und Umweltmanagement	56
4.5.1	Bedeutung und Ziele des Qualitätsmanagement	56
4.5.2	Grundsätzlicher Aufbau eines QMS.....	59
4.5.3	Relevante Normen im Bereich QM.....	61
4.5.4	Umweltpolitik und Umweltmanagement	64
4.6	Logistikangebote der Spedition und deren beispielhafte Einbindung in die Beschaffungs-, Produktions-, Distributions- und Entsorgungslogistik von Industrie und Handel.....	70
4.6.1	Beschaffungslogistik	70
4.6.1.1	Einführung	70
4.6.1.2	Beispiel der Integration eines Kunden der Elektronik- und Kommunikationsindustrie in das Logistikangebot des Spediteurs.....	72
4.6.1.3	Beispiel der Integration des Spediteurs in die Beschaffungslogistikette eines Automobilherstellers.....	74
4.6.1.3.1	Aufbauorganisation dieses Projektes.....	74
4.6.1.3.2	Projektablauforganisation	75
4.6.1.4	Logistische Bündelung von Sendungen – das Konzept der Gebietsspedition für die Automobilindustrie	77
4.6.1.5	Der Spediteur als Systemlieferant für die Verglasung von Bussen	79
4.6.2	Distributionslogistik.....	80
4.6.2.1	Einführung	80
4.6.2.2	Distributionslogistik für hochwertige Hausgeräte.....	81

4.10.2.1.1	Vision	116
4.10.2.1.2	Strategie.....	116
4.10.2.2	Inhalte der Planung	116
4.10.2.2.1	Kurzfristplanung	116
4.10.2.2.2	Mittelfristplanung	116
4.10.2.2.3	Langfristplanung	117
4.10.2.3	Informationsversorgungssysteme.....	117
4.10.2.3.1	Kennzahlen	117
4.10.2.3.2	Soll-Ist-Vergleich	117
4.10.3	Kennzahlensysteme	118
4.10.3.1	Schritte zum Kennzahlensystem	118
4.10.3.2	Beispiele von Kennzahlen für Logistikdienstleister.....	118
4.10.4	Beispiel eines Controllinginstruments: Balanced Scorecard	119
4.10.4.1	Methodik.....	119
4.10.4.2	Anwendungsbeispiel.....	120
5.	Aktuelle Einzelfragen der Logistik	122
5.1	Logistik Outsourcing-Projekte – Grundlagen und Vorgehensweise.....	122
5.1.1	Problemstellung	122
5.1.2	Grundlagen	123
5.1.3	Chancen und Risiken durch Logistikoutsourcing.....	124
5.1.4	Beispielhafte, praxisorientierte Vorgehensweise eines Outsourcingprojektes	124
5.1.4.1	Vorstellung des Unternehmens und Analyse der Logistiksituation	124
5.1.4.2	Outsourcing Entscheidung	125
5.1.4.3	Dienstleisterauswahl.....	126
5.1.4.4	Implementierung und Chain-Management	128
5.1.5	Fazit	129
5.1.5.1	Erfolgsbewertung von Outsourcingprojekten.....	129
5.1.5.2	Zukunft des Outsourcings.....	129
5.2	Informationslogistik	131
5.2.1	Die Bedeutung der Informationslogistik für die Wertschöpfungskette.....	131
5.2.2	Logistische Leistungsmerkmale als bestimmende Faktoren für Art, Umfang und Notwendigkeit des Einsatzes der Informationstechnologie	131
5.2.3	Supply Chain Event Management (SCEM)	132
5.2.4	Notwendigkeit der überbetrieblichen/übernationalen Standardisierung von Schnittstellen in der Informationslogistik.....	133
5.2.5	Nutzungsmöglichkeiten der Informationstechnologie in Logistikunternehmen	133
5.2.5.1	Interne Lösungen.....	133
5.2.5.2	Externe Lösungen	133
5.2.6	Konkrete Einsatzformen der Informationstechnologie im deutschen Speditionsgewerbe	133
5.2.7	4PL und LLP	134
5.2.8	Ausblick in die Zukunft.....	135
5.3	Optimieren durch Integrieren: Integration der Logistik-Dienstleister und Spediteure in das ECR-Konzept (Efficient Consumer Response-Konzept)	136
5.3.1	Einleitung	136

5.3.2	Das ECR-Konzept	136
5.3.2.1	Die ECR-Enabling Technologies	137
5.3.2.1.1	Die Internationale Lokationsnummer (ILN)	138
5.3.2.1.2	Die Internationale Artikelnummer (EAN)	138
5.3.2.1.3	Die Nummer der Versandeinheit (NVE)	139
5.3.2.1.4	Der elektronische Datenaustausch mittels EANCOM®-Nachrichten	140
5.3.2.1.5	Das Artikelstammdatenmanagement mittels SINFOS	140
5.3.2.2	GS1 Germany – Plattform der ECR-Initiative Deutschland	141
5.3.3	Integration der Logistikdienstleister in das ECR-Konzept	141
5.3.3.1	Nutzen und Wirtschaftlichkeitsaspekte	141
5.3.3.2	Basismodule für den Informationsfluss	141
5.3.3.2.1	Informationsaustauschbeziehungen für Modul 1 Bestellabwicklung	141
5.3.3.2.2	Informationsaustauschbeziehungen für Modul 2 Transportabwicklung	142
5.3.3.2.3	Informationsaustauschbeziehungen für Modul 3 Warehouse-Abwicklung	143
5.3.3.3	Ein Beispielsszenario	144
5.4	ECR in der Praxis	145
5.4.1	Was ist ECR?	145
5.4.2	Einbindung des Logistikdienstleisters in ECR-Prozesse	146
5.4.3	ECR-gerechtes, kontrollierbares Gestalten der Lieferkette	146
5.4.3.1	Warenversand zum Zentrallager	147
5.4.3.2	Warenvereinnahmung im Zentrallager	147
5.4.3.3	Umlagerung auf dem Kommissionierplatz	147
5.4.3.4	Auslagerung	147
5.4.3.5	Versand	149
5.4.3.6	Warenbehandlung am Umschlagspunkt	149
5.4.3.7	Warenzustellung beim Empfänger (indirekt oder direkt)	150
5.4.3.8	Fakturierung	150
5.4.4	Unterstützung des ECR-Ansatzes mit RFID-Technologie	150
5.4.4.1	Voller Durchblick für Metro Cash&Carry Frankreich	151
5.4.4.2	Sony setzt auf Sicherheit und Markenschutz	151
5.5	Supply Chain Management – Innovative Ansätze und Konzepte in der Logistik	153
5.5.1	Supply Chain Management	153
5.5.2	Fundamente und Effekte des Supply Chain Management	154
5.5.3	Efficient Consumer Response als spezielle Ausprägung des SCM	155
5.5.4	Supply Chain Event Management (SCEM)	155
5.5.5	Logistische Dienstleistungsunternehmen im Supply Chain Management	155
5.5.6	Praxisbeispiel: Logistikdienstleister 3PL	156
5.6	Logistik für das eBusiness	157
5.6.1	Internetmarktplätze	158
5.6.2	eProcurement – Beschaffung von C-Teilen	160
5.6.3	B2C-eBusiness – Handel über Internet-Shops	162
5.6.3.1	Randbedingungen der Logistikabwicklung	163

5.6.3.2	Bestellung im Internet.....	164
5.6.3.3	Module der Logistikdienstleistung	165
5.6.3.4	Logistikzentrum und Technik	167
5.6.3.5	Informationstechnik und Datenaustausch	167
5.6.3.6	Fulfillment-Prozesse	169
5.6.4	Qualität, Kosten und Nutzen	171
5.7	Informations- und Kommunikationssysteme (IUK-Systeme) im speditionellen Einsatz.....	173
5.7.1	Ortung	173
5.7.2	Identifikation.....	174
5.7.3	Mobilkommunikation	175
5.7.4	Internet.....	176
5.7.5	EDI	177
5.7.6	Aufgabenorientierte Systeme	178
5.8	Integrierte Managementsysteme in der Logistik.....	180
5.9	Branchenspezifische Logistiklösungen.....	182
6.	Schlussbetrachtung	186