

Logistik im B2C E-Commerce

Make-or-Buy Entscheidungen zielgerichtet
umsetzen

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	7
1.1 Problemstellung und Zielsetzung des Buches	7
1.2 Aufbau des Buches	9
2 B2C E-Commerce	11
2.1 Definition und Abgrenzung des B2C E-Commerce	11
2.2 Bestimmungsfaktoren und Entwicklung des B2C E-Commerce Marktes	14
2.3 Die logistischen Prozesse im B2C E-Commerce	19
3 Der Markt für Logistikdienstleistungen	22
3.1 Die Entwicklung des Marktes für Logistikdienstleistungen	23
3.2 Third Party Logistics Provider (3PL)	27
3.3 Fourth Party Logistics Provider (4PL)	28
3.4 Lead Logistics Provider (LLP)	30
3.5 Fulfillment-Dienstleister	31
4 Outsourcing	34
4.1 Definition und Abgrenzung des Outsourcing-Begriffs	34
4.2 Gründe, Chancen und Risiken des Outsourcings	39
4.3 Der Outsourcing-Prozess	43
4.4 Relevanz der Dienstleistersauswahl beim Outsourcing aus theoretischer Sicht	48
5 Interne Anforderungen an das Outsourcing im B2C E-Commerce	51
5.1 Potenzialanalyse zur Unterstützung der Make-or-Buy Entscheidung	51
5.1.1 Das Lagermanagement	52
5.1.1.1 Wareneingang	53
5.1.1.2 Lagerung und Kommissionierung	59
5.1.1.3 Verpackungslogistik	67
5.1.2 Der Versand	72
5.1.3 Das Retourenmanagement	78
5.2 Das Anforderungsprofil	89
5.2.1 Das Lastenheft	91
5.2.2 Die Preisblätter	107
6 Dienstleister-Auswahl und Zusammenarbeit im B2C E-Commerce	116
6.1 Marktanalyse und Dienstleistervorauswahl	116
6.1.1 Die Bewertung ausgewählter Studien zur Evaluation von Logistikdienstleistern	118
6.1.2 Kriterien zur Vorauswahl von Logistikdienstleistern	123
6.1.3 Die Bewertung ausgewählter Evaluationsmodelle	128
6.2 Kontaktaufnahme und Detailevaluation	137
6.3 Vertragsgestaltung und Projektumsetzung	155

6.3.1 Prozess der Vertragsverhandlung	156
6.3.2 Inhalte des Outsourcing-Vertrags	159
6.3.3 Projektumsetzung	161
6.4 Erfolgskontrolle und Optimierung.....	162
7 Fazit	168
Literatur- und Quellenverzeichnis	174
Anhang	186