



Suderburger Arbeitspapiere für Handel und Logistik

Arbeitspapier Nr. 1

Ableitung von Definitionen für
handelsspezifische und handelsnahe sowie und
logistikspezifische und logistiknahe Dienstleistungen

von Markus Launer

Ein Arbeitspapier der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften Braunschweig /
Wolfenbüttel, Standort Suderburg, Fakultät H, Studiengang Handel und Logistik

Herbert Meyer Strasse 7, 29556 Suderburg, www.ostfalia.de/cms/de/h/

ISSN 2198-9184

Abstract

Dieses Arbeitspapier versucht die Begriffe handels- und logistiknahe Dienstleistungen zu definieren. Zuvor scheint es jedoch notwendig über die Definition der Begriffe Handel und Logistik nachzudenken und sie voneinander abzugrenzen. Es wird gezeigt dass eine Klärung notwendig ist. Die Begriffe Handel und Logistik scheinen nicht überschneidungsfrei. Zudem können Handel und Logistik als Dienstleistungen aufgefasst werden, doch die Begriffe sind nicht als solche definiert. Die Begriffe Handel und Logistik sind historisch entstanden und geprägt, entsprechen aber nicht mehr den heute gültigen Charakteristika von Dienstleistungen. Auch bei den handelspezifischen und -nahen Dienstleistungen rund um den Handel besteht ein Klärungsbedarf. Die logistiknahen und -spezifischen Dienstleistungen sind dahingegen in der betrieblichen Praxis bereits gut definiert worden. Dieses Papier ist eine theoretische Diskussion ohne besondere Methodik. Es soll Studierenden, Wissenschaftlern und Praktikern dienen die Begriffe in einem modernen Verständnis verwenden zu können.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Problemstellung	1
1.2	Zielsetzung dieser Arbeit	1
2	Definition Dienstleistungsmanagement	2
2.1	Definition von Handel und Logistik als Dienstleistungen	2
2.2	Methoden zur Definition des Begriffes Dienstleistung	3
2.3	Definition von Dienstleistungen über deren Charakteristika	4
2.3.1	Immaterialität	5
2.3.2	Integration des externen Faktors	5
2.3.3	Uno-actu-Prinzip	6
2.4	Definition Dienstleistung anhand verschiedener Phasen	6
2.4.1	Potenzialorientierung (Fähigkeit zur Leistungserbringung)	7
2.4.2	Prozessorientierung (Leistungserstellung)	7
2.4.3	Ergebnisorientierung (Dienstleistungsnutzen)	8
2.5	Definition von Dienstleistungen in der Betriebswirtschaftslehre	8
3	Definition der Logistik als Dienstleistung	11
3.1	Definition Logistik	12
3.2	Definition Logistikdienstleistung	14
3.3	Erarbeitung einer eigenen Definition von Logistikdienstleistung	15
4	Definition des Handels als Dienstleistung	18
4.1	Definitionen Handel im institutionellen Sinne	18
4.2	Definitionen Handel im funktionellen Sinne	20
4.3	Versuch der Abgrenzung der Begriffe Handel und Logistik	23
4.4	Beschreibung des Handels als Beschaffung, Fulfillment und Verkauf	25
4.5	Klärung der Begriffe Waren und Dienstleistungen im Handel	27
4.6	Ableitung einer Definition für den Handel als Dienstleistung	29
5	Ableitung einer Definition für handels- & logistiknahe Dienstleistungen	31
5.1	Definition logistiknahe und logistikspezifische Dienstleistungen	31
5.1.1	Diskussion bestehender Definitionen	31
5.1.2	Eine Enumeration logistiknaher Dienstleistungen	32

5.1.3	Ableitung einer Definition für logistiknahe und logistikspezifische Dienstleistungen	34
5.2	Definition handelsnahe Dienstleistungen	35
5.2.1	Eine Enumeration handelsnaher und –spezifischer Dienstleistungen	36
5.2.2	Versuch der Definition handelsnaher Dienstleistungen über Praxisbeispiele	37
5.2.3	Definition handelsspezifischer und handelsnaher Dienstleistungen	39
6	Schlussbemerkung	42
7	Literaturverzeichnis	43

1 Einleitung

1.1 Problemstellung

Das Forschungsgebiet handels- und logistiknahe Dienstleister ist in der Literatur bislang kaum bekannt. Die Begriffe und Inhalte sind meist in den Forschungsgebieten Handel und Logistik integriert, werden dort aber kaum abgegrenzt und eher beiläufig betrachtet. In der Praxis ist das Thema allerdings von zunehmender Wichtigkeit. So beschäftigt die Volkswagen Logistics GmbH über 1300 externe Logistikdienstleister. Die Hermes Gruppe, ein Teilkonzern der Otto Gruppe, hat sich sogar auf handelsnahe Dienstleistungen spezialisiert und bietet in verschiedenen Tochtergesellschaften ein ganzes Bündel an Dienstleistungen.

Dienstleistungsunternehmen bedürfen wiederum vorgeschalteter Dienstleistungen. Dieses Phänomen wurde in der Literatur noch nicht behandelt. Im Speziellen bedürfen gerade der Handel und die Logistik, verstanden als Dienstleistungsunternehmen, in besonderem Maße vorgeschaltete Dienstleistungen. Immer größere Warenströme müssen zu immer niedrigeren Kosten in kürzerer Zeit vom Hersteller zum Endverbraucher transformiert werden, teilweise über vielstufige Supply Chains. Dabei werden zunehmend Teilleistungen extern vergeben (*outsourced*) und Spezialisten übergeben.

Um sich mit dem Thema stärker wissenschaftlich auseinandersetzen zu können, bedarf es zunächst einer grundlegenden Definition und Abgrenzung der Begriffe. Das ist jedoch schwierig, da bis heute in der Wissenschaft noch keine einvernehmliche Definition für die Dienstleistung existiert. Die Ursache hierfür liegt zum einen in der Heterogenität des Dienstleistungssektors und zum anderen in der Problematik der Abgrenzung zum Sachgut.¹ Aber auch die Begriffe Handel und Logistik selbst müssen zunächst überprüft werden, ob sie dem Überbegriff Dienstleistung entsprechen. Die Definitionen gehen historisch teilweise auf eine andere Unternehmenspraxis zurück, die mit der heutigen Geschäftswelt kaum noch übereinstimmt. Zudem verwendet der Handel noch immer den Begriff Ware, der den wachsenden Handelsmarkt mit Dienstleistungen nicht unbedingt einschließt. Erst auf dieser neuen Basis lassen sich die Begriffe handels- und logistiknahe Dienstleister definieren und abgrenzen.

1.2 Zielsetzung dieser Arbeit

Ziel dieser Arbeit ist es die Begriffe handels- und logistiknahe Dienstleister zu definieren. Beide Definitionen werden zunächst aus der Definition für Dienstleistungen abgeleitet. Anschließend wird der Begriff logistiknahe Dienstleister als Teil der Logistik spezifiziert. Dazu ist es notwendig, logistiknahe und logistikspezifische Dienstleistungen zu unterscheiden. Auch die handelsnahen Dienstleistungen werden als Teil des Handels spezifiziert. Dabei wird jedoch deutlich, dass der Begriff Handel nicht ausreichend als Dienstleistung definiert ist und sich nicht klar von der Logistik abtrennt. Daher wird eine klarere Abgrenzung zwischen Dienstleistung, Handel, Logistik sowie handels- und logistiknahen Dienstleistungen vorgenommen. Basis dieser Arbeit sind die wesentlichen Charakteristika einer Dienstleistung. Die Begriffe Handel und Logistik werden auf die Charakteristika von Dienstleistungen untersucht und erweitert. Zudem wird der Begriff Ware tiefergehend untersucht und um Dienstleistungen erweitert.

¹ Vgl. Haller, S. (2012), S. 13

2 Definition Dienstleistungsmanagement

2.1 Definition von Handel und Logistik als Dienstleistungen

In der Literatur und Praxis werden der Handel und die Logistik den Dienstleistungen zugeordnet. Dies kann u.a. auf die Einteilung des Statistischen Bundesamtes zurückgeführt werden, die wiederum historisch auf den Erklärungsansatz der ökonomischen Sektoren-Theorie basiert. Die Drei-Sektoren-Hypothese ist eine Theorie, welche die Ökonomie in Rohstoffgewinnung, Rohstoffverarbeitung und Dienstleistungssektor unterteilt. Sie wurde in den 1930er-Jahren von den britischen Wirtschaftswissenschaftlern Fisher (1935) und Clark (1940) ausgearbeitet. Clark berief sich dabei auf eine Äußerung von Sir William Petty, veröffentlicht im Jahr 1690. Deshalb wird diese Hypothese auch Petty's Law genannt. In Deutschland wurde sie breiter bekannt durch die Übersetzung des Werkes des französischen Ökonomen Jean Fourastié (1954).

Die Drei-Sektoren-Hypothese beschreibt, dass sich der Schwerpunkt der wirtschaftlichen Tätigkeit zunächst vom primären Sektor (Rohstoffgewinnung) auf den sekundären (Rohstoffverarbeitung in der Industrie) und im Folgenden auf den tertiären Sektor (Dienstleistung) verlagert. Dies wird in der Volkswirtschaft unter dem Stichwort Strukturwandel diskutiert. Der Tertiärsektor umfasst dabei alle Dienstleistungen, die in eigenständigen Unternehmungen oder durch den Staat sowie in anderen öffentlichen Einrichtungen erbracht werden.² Diese Einteilung wird auch heute noch verfolgt. Die folgende Grafik zeigt die Sektoreneinteilung gemäß des Statistischen Bundesamtes.³

Primärer Sektor	A Land und Forstwirtschaft B Fischerei und Viehzucht
Sekundärer Sektor	C Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden D Verarbeitendes Gewerbe E Energie- und Wasserversorgung F Baugewerbe
Tertiärer Sektor	G Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen und Gebrauchsgütern I Verkehr und Nachrichtenübermittlung J Kredit- und Versicherungsgewerbe K Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen, Erbringung von wirtschaftlichen Dienstleistungen, anderweitig nicht genannt M Erziehung und Unterricht N Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen O Sonstige öffentliche und private Dienstleistungen P Private Haushalte mit Hauspersonal Q Exterritoriale Organisationen und Körperschaften

Abb. 1: Aufteilung der Wirtschaft in primären, sekundären und tertiären Sektor
Quelle: Sektoreneinteilung des Statistischen Bundesamtes

² Vgl. Danielli, G. et al. (2002), S. 294

³ Vgl. Haller, S. (2012), S. 2

Insofern kann grundsätzlich davon ausgegangen werden, dass der Handel und die Logistik dem tertiären, dem sog. Dienstleistungssektor zuzuordnen sind. Auch der neueste Code der EU, der NACE Rev 2, die statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft, beschreibt für diese Bereiche in seiner Grobstruktur dasselbe Bild. Handel und Logistik sind dem Dienstleistungssektor zugeordnet. Die Aufgliederung der Systematik ist erheblich feiner geworden. Insbesondere ist dies bei der Erbringung von Dienstleistungen auf allen Ebenen, einschließlich der höchsten, festzustellen. Die Gliederung ist daher breiter und tiefer geworden, im Wesentlichen jedoch gleich geblieben.

Abschnitt	Überschrift	Abteilungen
A	Land- und Forstwirtschaft, Fischerei	01 – 03
B	Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	05 – 09
C	Verarbeitendes Gewerbe/Herstellung von Waren	10 – 33
D	Energieversorgung	35
E	Wasserversorgung; Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen	36 – 39
F	Baugewerbe/Bau	41 – 43
G	Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen	45 – 47
H	Verkehr und Lagerei	49 – 53
I	Gastgewerbe/Beherbergung und Gastronomie	55 – 56
J	Information und Kommunikation	58 – 63
K	Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	64 – 66
L	Grundstücks- und Wohnungswesen	68
M	Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen	69 – 75
N	Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen	77 – 82
O	Öffentliche Verwaltung, Verteidigung; Sozialversicherung	84
P	Erziehung und Unterricht	85
Q	Gesundheits- und Sozialwesen	86 – 88
R	Kunst, Unterhaltung und Erholung	90 – 93
S	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen	94 – 96
T	Private Haushalte mit Hauspersonal; Herstellung von Waren und Erbringung von Dienstleistungen durch private Haushalte für den Eigenbedarf ohne ausgeprägten Schwerpunkt	97 – 98
U	Exterritoriale Organisationen und Körperschaften	99

Abb 2: Der NACE Rev 2, die statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft

Quelle: Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft

Rathmel hatte die Dienstleistung schon 1966 plakativ abgegrenzt als „A good is a thing and a service is an act“.⁴ Ganz so einfach ist die Abgrenzung und Definition leider nicht. Daher soll die Definition für Dienstleistungen tiefergehend untersucht werden.

2.2 Methoden zur Definition des Begriffes Dienstleistung

Rechtlich kann ein Dienstleistungsvertrag ein Werkvertrag oder ein Dienstvertrag sein. Bei einem Werkvertrag nach § 631 Abs. 1 BGB verpflichtet sich der Dienstleister zu einem konkreten Erfolg (z.B. Autowerkstatt schuldet Reparatur bzw. Fehlerbeseitigung). Gegenstand des Werkvertrags kann nach § 631 Abs. 1 und 2 BGB neben der Herstellung einer Dienstleistung auch die Veränderung eines Sachgutes als auch ein anderer durch Arbeit oder Dienstleistung herbeizuführender Erfolg sein, z.B. Hausbau oder

⁴ Rathmell, J. (1966), S. 32

Reparatur einer Sache. Nicht die ausführende Leistung (Arbeitseinsatz oder Leistungshandlung) führt zu der Schuldbefreiung, sondern die Herbeiführung des geschuldeten Erfolgs. Anders ist das bei einem Dienstvertrag, bei dem der Dienstleister lediglich zu einem oder mehreren Diensten verpflichtet wird, nicht aber zum Erfolg der Dienstleistung (z.B. Arzt schuldet eine Heilbehandlung, aber keinen Heilerfolg). Nach § 611 BGB wird der Dienstvertrag durch ein Schuldverhältnis begründet, das auch als Dienstverhältnis bezeichnet wird. Die juristische Sichtweise soll in diesem Beitrag jedoch nur am Rande verfolgt werden.

In der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur existiert bisher kein einheitlicher Dienstleistungsbegriff. Ursächlich hierfür sind die Heterogenität des Dienstleistungssektors sowie die Abgrenzung zum Sachgut.⁵ In der Wissenschaft versucht man eine Begriffsabgrenzung einer Dienstleistung in verschiedenen Formen zu unterscheiden:⁶

- Die enumerative Definition⁷
- die Negativdefinition
- die Definition des Dienstleistungsbegriffes durch konstitutive Merkmale (Dienstleistungsphasen)⁸
- die Definition über verschiedenen Charakteristika⁹
- die Definition der Dienstleistung als Gut unscharf definierter Property Rights.¹⁰

Die enumerative Definition und die Negativdefinition gelten in der wissenschaftlichen Literatur zur Begriffsbestimmung eher als ungeeignet.¹¹ Die Definitionen von Frank und Bagnschick (2001) über Property Rights soll hier nicht weiter verfolgt werden. Eine derart theoretische Herangehensweise über die Institutionenökonomik soll hier nicht verfolgt werden. Auch die Autoren selbst haben diesen Ansatz nicht weiter verfolgt.¹²

Das Herausarbeiten der Charakteristika von Dienstleistungen ist ein sinnvoll erscheinender Versuch, den Begriff abzugrenzen und die Definition an einem Ansatz anzulehnen.¹³ Diesem Ansatz folgen u.a. auch Corsten und Gössinger (2008); Frietzschke (2001); Maleri und Frietzschke (2008); Bruhn und Meffert (2009) sowie Haller (2012). Zwar gibt es noch immer keine eindeutige Abgrenzung zu einem Sachgut, aber es wurde in der Wissenschaft erkannt, dass dieser Ansatz möglicherweise nicht der einzig existierende ist, da der überwiegende Teil der Leistungen als eine Mischung beider Arten dargestellt wird.¹⁴ Die Charakteristika sind zudem zielführend für den zu erarbeitenden Begriff der handels- und logistiknahen Dienstleistungen, da er sich systematisch in Teilcharakteristika entwickeln und bearbeiten lässt.

2.3 Definition von Dienstleistungen über deren Charakteristika

Seit den 80er Jahren werden Dienstleistungen zunehmend über deren Charakteristika beschrieben. Dabei wird auf die Gemeinsamkeiten aller Dienstleistungen oder Services abgestellt.¹⁵ Als wesentliche Faktoren einer Dienstleistung sind dabei die Immaterialität, die Integration des externen Faktors und das „uno-actu“-

⁵ Vgl. Haller, S. (2012), S. 13

⁶ Vgl. Haller, S. (2012) S. 13, Burr, W.; Stephan, M. (2006), S. 18. Siehe auch Bruhn, M.; Meffert, H. (2009); Richter, M.; Souren, R. (2008); Pepels, W. (2009, 2012); Kandampully, J. (2012)

⁷ Vgl. Decker, F. (1975)

⁸ Vgl. Meyer, A. (1994), S. 19-21

⁹ Vgl. Corsten, H., Gössinger, R. (2008); Frietzschke, U. (2001); Maleri, R.; Frietzschke, U. (2008); Bruhn, M.; Meffert, H. (2009), Haller, S. (2012), S. 6

¹⁰ Vgl. Franck, E.; Bagnschick, Th. (2001) S. 162. Siehe auch Burr, W.; Stephan, M. (2006), S. 18

¹¹ Siehe auch Haller, S. (2012) S. 6; Burr, W.; Stephan, M. (2006), S. 18

¹² Vgl. Burr, W.; Stephan, M. (2006), S. 18

¹³ Siehe dazu auch Rück, H.R.G. (2000), S. 177; Corsten, H. (2001), S. 21-23; Haller, S. (2001), S. 5-7

¹⁴ Vgl. Haller, S. (2012) S. 6; Burr, W.; Stephan, M. (2006), S. 18

¹⁵ Vgl. Corsten, H. (2001) S. 21-23; Haller, S. (2012), S. 6

Prinzip zu nennen.¹⁶ Die aufgeführten Charakteristiken sollen einen Teil des Fundaments für die Begriffsdefinition Dienstleistungen in dieser Arbeit bilden und werden im Folgenden kurz erläutert. Dabei ist vorwegzunehmen, dass die Charakteristika noch keine eindeutige Abgrenzung zum Sachgut schaffen. Dies wird billigend in Kauf genommen, da die meisten Leistungen eine Mischung aus Dienstleistung und Sachgut darstellen.¹⁷ Insofern ist dies eine erste Annäherung.

2.3.1 Immaterialität

Der überwiegende Teil einer Dienstleistung setzt sich aus materiellen und immateriellen Bestandteilen zusammen. Zumeist steht die materielle Leistung im Vordergrund. Zum Beispiel kann ein LKW nach seiner Reparatur ohne das Sachgut Bremsen nicht gefahren werden, unabhängig davon, wie freundlich und zuvorkommend das Personal bei der Reparatur war. Auch eine Hoteldienstleistung ist ohne Gebäude und Einrichtung nicht vorstellbar. Deswegen verläuft eine Unterscheidung von Sachgut und Dienstleistung graduell. Es ist nahezu unmöglich, dass ein Sachgut ohne damit zusammenhängende Dienstleistungen existiert, weil ein gewisses Minimum an Vertriebsleistung gewährleistet sein muss. In anderen Fällen ist eine Dienstleistung größtenteils ohne eine Sachleistung möglich, wie zum Beispiel eine ärztliche Beratung.¹⁸

Eine Dienstleistung kann demnach nicht mit menschlichen Sinnen erfasst werden, ist quasi nicht sichtbar. Dies hat u.a. zur Folge, dass der Einkauf von Dienstleistungen als risikoreicher empfunden wird. Durch die Immaterialität als Eigenschaft der Dienstleistung entsteht eine Problematik bei der Messbarkeit der Leistung. Es bestehen zudem kaum eine Möglichkeit für Patentanmeldungen und somit auch kein Innovationsschutz. Außerdem existiert eine große Variabilität bei der Preisbildung.¹⁹

2.3.2 Integration des externen Faktors

Die Integration des externen Faktors bedeutet, dass Produktion und Verkauf nur dann zu Stande kommen, wenn der Nachfrager als externer Faktor bzw. das ihm gehörende Objekt in den Prozess involviert ist.²⁰ Es wird eine Person oder ein Objekt von außen eingebracht und erst danach wird eine Dienstleistung verrichtet. Beispiel dafür ist ein Haarschnitt, welcher am Nachfrager direkt durchgeführt wird. Betritt keine Person (externer Faktor) den Salon, kann auch keine Dienstleistung (Haarschnitt) erbracht werden. Genauso kann eine Unternehmensberatung als Beispiel für ein Objekt nicht ohne Kunde beraten. Das Objekt bleibt grundsätzlich vor und nach der Dienstleistung das Eigentum des Nachfragers (das Thema wird noch interessant bei der Definition von Handel als Dienstleistung). Zudem ist nicht nur der Anbieter für die Qualität seiner Dienstleistung verantwortlich, sondern auch der involvierte Nachfrager, denn dieser wirkt bei der Gestaltung mit. Bei der Produktion von Sachgütern existiert eine solche Integration nicht.²¹

Folgende Schwierigkeiten treten bei der Integration des externen Faktors auf:²²

- Die Standardisierung ist problematisch
- Qualitätssicherung ist problematisch
- Mitarbeiter müssen sich auf unterschiedliche Kunden einstellen
- Keine Lagerung

¹⁶ Vgl. Bruhn, M.; Meffert, H.. (2009), S. 16; Haller, S. (2012), S. 6-8

¹⁷ Vgl. Haller, S. (2012), S. 6

¹⁸ Vgl. Haller, S. (2012), S. 7

¹⁹ Vgl. Bruhn, M.; Meffert, H.. (2009), S. 16; Haller, S. (2012) S. 6; Hilke, W. (1989), S. 5-44

²⁰ Vgl. Engelhard, W.H. (1990), S. 280

²¹ Vgl. Bruhn, M.; Meffert, H.. (2009) S. 16; Haller, S. (2012), S. 8

²² Vgl. Haller, S. (2012), S. 17-18. Siehe auch Malerie, R. (1973); Maleri, R.; Frietzsche, U. (2008)

- Kein Umtausch und keine Rückgabe
- Kunde als unbezahlter Mitarbeiter
- Dezentrale Leistungserbringung: Einzugsgebiet begrenzt

Die Integration des externen Faktors stellt im Gegensatz zur Immaterialität ein eindeutiges Abgrenzungsmerkmal einer Dienstleistung zum Sachgut dar.²³ In welchem Ausmaß der externe Faktor integriert wird variiert stark.²⁴

2.3.3 Uno-actu-Prinzip

In der Wissenschaft wird kritisch diskutiert, ob das „uno-actu“-Prinzip ein Charakteristikum einer Dienstleistung darstellt. Die Leistungserstellung und Leistungsabgabe von Dienstleistungen werden demnach in dem gleichen Moment vollzogen, in welchem sie konsumiert werden. Die Leistung ist in dem Moment des Konsums weder lagerfähig noch auf Vorrat vorhanden. Weitere Schwierigkeiten sind, dass die Dienstleistung hier keine Standortgebundenheit und Teilbarkeit zu verzeichnen hat. Eine Abgrenzung zwischen dem Sachgut und einer Leistung aus dem „uno-actu“-Prinzip ist nur sehr schwer abzuleiten.²⁵ Meffert und Bruhn sehen das Uno-actu-Prinzip eher als zwingende Folge der Immaterialität.²⁶ Allerdings muss die Simultanität von Dienstleistung und Konsum nicht stets gegeben sein. Viele Dienstleistungen werden auch vor dem Konsum erbracht und später abgefragt bzw. übertragen. Bspw. wird eine Urlaubsreise zunächst gebucht (Dienstleistung) und erst später angetreten (Konsum).²⁷

In der neueren betriebswirtschaftlichen Dienstleistungsforschung wird die klassische Trennung von Sach- und Dienstleistung als nicht zweckmäßig kritisiert, da sie zu viele Probleme aufwirft. Denn jede Sachleistung enthält einen Dienstleistungsanteil. Umgekehrt kann keine Dienstleistung oft nicht ohne materiellen Träger erbracht werden. In dieser Sichtweise tritt das Uno-actu-Prinzip immer dann zutage, wenn zur Erstellung einer Leistung eine hohe Integration seitens der Beteiligten vonnöten ist; das Ergebnis hingegen kann materieller oder immaterieller Art sein, ohne dass daraus zwingend eine Simultanität von Produktion und Konsumption folgt.²⁸

2.4 Definition Dienstleistung anhand verschiedener Phasen

Zur Bestimmung der konstitutiven Merkmale des Dienstleistungsbegriffes werden nun zusätzlich drei grundsätzliche Dimensionen hinzugefügt. Die Literatur unterscheidet drei Phasen der Dienstleistungserstellung: die potential-, prozess- und der ergebnisorientierte Dimension.²⁹ Auch diese drei Definitionsansätze können für sich allein den Begriff Dienstleistung nicht abgrenzen, weshalb eine Kombination mit den Charakteristika anzustreben ist.³⁰

²³ Vgl. Haller, S. (2012), S. 8

²⁴ Vgl. Malerl, R.; Frietzsche, U. (2008), S. 105

²⁵ Vgl. Haller, S. (2012) S. 8-9. Siehe auch Corsten, H.; Gössinger, R. (2007)

²⁶ Vgl. Bruhn, M.; Meffert, H. (2009)

²⁷ Vgl. Haller, S. (2012), S. 8

²⁸ Siehe dazu Haller, S. (2012); Bruhn, M.; Meffert, H. (2009)

²⁹ Vgl. Bruhn, M.; Meffert, H. (2009), S. 16

³⁰ Vgl. Haller, S. (2012), S. 10-12

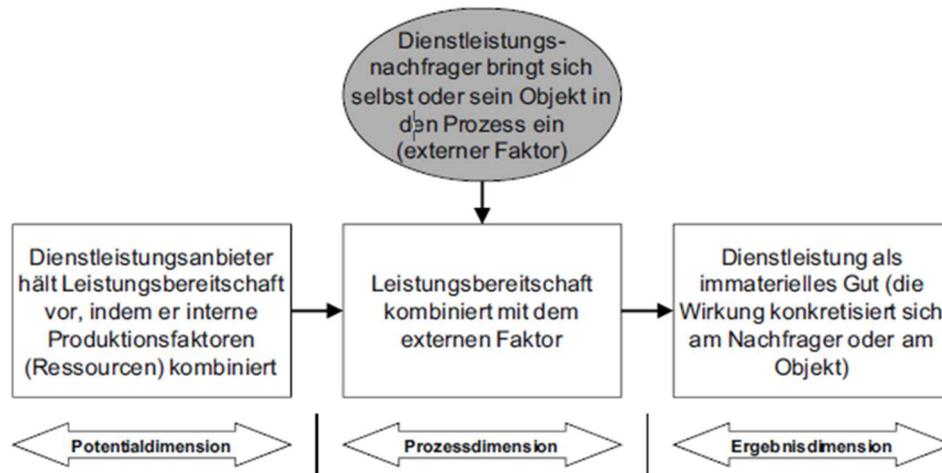


Abb. 3: Potential-, Prozess- und Ergebnisorientierung von Dienstleistungen
Quelle: Hilke, W. (1989) S. 15

2.4.1 Potenzialorientierung (Fähigkeit zur Leistungserbringung)

Bei der Potentialorientierung handelt es sich um die Fähigkeit und/oder Bereitschaft des Faktors Arbeit bzw. das Potential einer Maschine, die Leistung zu erbringen, welche für eine Dienstleistung notwendig ist.³¹ Dies kann auch als Bereitstellungsleistung bezeichnet werden. So muss bspw. ein Steuerberater das Steuer Know-how zuvor erworben haben, um es dem Kunden anzubieten. Der Dienstleister bietet eine Faktorkombination an aus menschlicher Arbeit, materiellen und nominellen Gütern.³² Vertreter des potenzialorientierten Ansatzes verstehen Dienstleistungen insofern als Leistungsversprechen respektive Leistungsbereitschaft ihres jeweiligen Anbieters.³³

Menschliche und technische Leistungspotenziale (interne Produktionsfaktoren) müssen bereitgehalten werden, um bei Bedarf die Dienstleistung produzieren zu können. Ebenso wie die indirekten Bereiche in Fertigungsunternehmen sind diese Produktionskapazitäten bei Logistikdienstleistern insbesondere durch die hohe Bedeutung der Personalkosten gekennzeichnet.³⁴

In einigen potenzialorientierten Ansätzen wird insbesondere auch auf die Informationsasymmetrie zwischen Anbietern (Agenten) und Nachfragern (Prinzipale) abgestellt. Der Ansatz der *Principal Agent Theorie* soll hier jedoch nicht weiter verfolgt werden.

2.4.2 Prozessorientierung (Leistungserstellung)

Beim prozessorientierten Definitionsansatz handelt es sich um den tatsächlichen Prozess, d.h. die direkte Leistungserbringung am Nachfrager. Während dieses Prozesses erfolgen die Produktion sowie der Konsum einer Dienstleistung parallel. Hier greift das „uno-actu“-Prinzip.³⁵ Die Leistungserstellungsphase beginnt demnach, sobald der Nachfrager in Erscheinung tritt und sich selbst und/oder das ihm gehörende Objekt einbringt. Beispielsweise erscheint der Schüler zur Vorlesung bzw. zum Weiterbildungsunterricht. Hier

³¹ Vgl. Bieger, T. (2007), S. 10

³² Vgl. Hilke, W. (1989), S. 15; Haller, S. (2012), S. 10-11

³³ Vgl. Konle, M. (2003), S. 90

³⁴ Vgl. Boos, M; Walter, S.M. (2004), S. 276-277

³⁵ Vgl. Bieger, T. (2007), S. 10

können in besonderem Maße Nachfrageschwankungen auftreten. Eine Lagerhaltung der Dienstleistung ist nicht möglich. Es kann daher zu sog. Spitzenzeiten kommen.³⁶

Die verschiedenen Kompetenzstufen einer Dienstleistungsorganisation sind mit Prozessen verbunden, die in standardisierten Ablaufschemen, sogenannten *Standard Operation Procedures* (SOP), festgelegt werden. Diese standardisierten Ablaufschemen definieren, was genau getan werden muss. Wie gut die internen und externen Leistungsversprechen ausgeführt werden müssen, wird in so *genannten Service Level Agreements* (SLA) beschrieben. Diese sind idealtypisch klar definiert und messbar. Eine aus der IT-Welt entwickelte Methodik zur Erfassung und Bewertung dieser Dienstleistungsprozesse ist die *IT Infrastructure Library* (ITIL). ITIL ist Bestandteil eines im Dienstleistungsmanagement verankerten prozessorientierten *Customer Care Concept*.

2.4.3 Ergebnisorientierung (Dienstleistungsnutzen)

Der ergebnisorientierte Definitionsansatz „setzt beim Endzustand an, der nach einer Leistung erreicht wird, beispielsweise ein Kenntnisstand nach einer Ausbildung.“³⁷ Die ergebnisorientierte Dienstleistungsinterpretation geht dabei davon aus, dass nicht die Teilnahme an der Dienstleistungserstellung, sondern das Ergebnis der dienstleistenden Tätigkeit nachgefragt wird. Eine Dienstleistung wird folglich als der Output von anbieterinternen Produktionsfaktorkombinationsprozessen charakterisiert, somit als nutzenstiftendes Endergebnis einer Dienstleistungsproduktion. Dieses nutzenstiftende Endergebnis besteht aus Kundensicht meistens in einem individuellen Nutzen auf Basis einer Problemlösung, eines Erlebnisses oder einer physischen bzw. psychischen Weiterentwicklung. Dabei wird unter anderem berücksichtigt, dass materielle Trägermedien als Basis für die Erzielung des Leistungsergebnisses eine Rolle spielen können, oftmals steht jedoch der immaterielle Charakter der originären Dienstleistung im Vordergrund.³⁸

2.5 Definition von Dienstleistungen in der Betriebswirtschaftslehre

Zunächst sollen ausgewählte Definitionen der gängigen Literatur näher diskutiert und mit den o.g. Charakteristika und Phasen von Dienstleistungen verglichen werden:

- "Dienstleistungen im weitesten Sinne sind der Bedarfsdeckung Dritter dienende Prozesse mit materiellen und/oder immateriellen Wirkungen, deren Vollzug und deren Inanspruchnahme einen synchronen Kontakt zwischen Leistungsgeber und Leistungsnehmer bzw. deren Objekten von der Bedarfsdeckung her erfordert" (Berekoven, L., 1986, S. 24).

Deutlich wird hierbei, dass der Kunde bei der Dienstleistungserstellung integriert ist (Integration des externen Faktors). Der synchrone Kontakt deutet auf das sog. Uno-actu-Prinzip hin, d.h. die Leistungserstellung wird im gleichen Moment auch konsumiert. Das Ergebnis der Dienstleistung wird sehr schön Bedarfsdeckung bezeichnet (Ergebnisorientierung). Dabei kann das Ergebnis materiell oder immateriell sein.³⁹

- „Die Absatzobjekte von Dienstleistungsanbietern sind Leistungsfähigkeiten von Menschen oder Objektsystemen, insbesondere Maschinen, die auf der Basis gegebener interner Faktoren direkt am

³⁶ Vgl. Haller, S. (2012), S. 10. Siehe auch Corsten, H.; Gössinger, R. (2007)

³⁷ Bieger, T. (2007), S. 10

³⁸ Vgl. Haller (2012), S. 10-11. Siehe auch Meyer, A. (1994), S. 26

³⁹ Siehe dazu Meyer, A. (1994), S. 1; Haller, S. (2012), S. 10-11

Menschen oder deren Objekten (externe Faktoren) mit dem Ziel erbracht werden, an ihnen gewollte Veränderungen zu bewirken oder gewollte Zustände zu erhalten.“ (Meyer, A., 1987, S. 26)

- "Demnach kann [...] Leistung nicht als ein Prozess, sondern nur als Ergebnis des Prozesses angesehen werden, denn nur dieses ist am Markt vertretbar". Darauf aufbauend definiert Maleri Dienstleistungen „als für den Absatz produzierte immaterielle Wirtschaftsgüter.“ (Maleri, R., 1973, S. 5 und 1997, S. 4)

Auch bei diesen Definitionen werden die Charakteristika der Dienstleistungen deutlich: die Immaterialität der Dienstleistung, die Integration des externen Faktors und das Uno-actu-Prinzip.⁴⁰

- „Dienstleistungen sind vermarktbarere Leistungsfähigkeiten, welche an externen Faktoren erbracht werden, um an ihnen gewünschte Wirkungen zu erzielen. Dienstleistungen sind gedankliche Konstrukte, die als Dienstleistungskonzepte dokumentiert werden können.“ (Jaschinski, C., 1998, S. 26)
- “A service is a process consisting of a series of more or less intangible activities that normally, but not necessarily always, take place in interactions between the customer and service employees and/or physical resources or goods and/or systems of the service provider, which are provided as solutions to customer problems.” (Grönroos, C., 2000, S. 20)

Es ist zu erkennen, dass diese Definitionen noch keine einheitliche Basis aufweisen, aber Dienstleistungen bereits ausreichend beschreiben. Allerdings sind diese Definitionen noch sehr abstrakt und allgemein, so dass sie in Wissenschaft und Praxis nur schwer anwendbar sind. Deutlich werden aber bereits die verschiedenen Charakteristika von Dienstleistungen, die im folgenden Kapitel näher betrachtet werden sollen. Bruhn und Meffert (2009) arbeiten dahingegen verschiedene Phasen der Dienstleistungserstellung heraus und bieten eine leichter verständliche Definition mit Beispielen:

- „Dienstleistungen sind selbständige, marktfähige Leistungen, die mit der Bereitstellung (z.B. Versicherungsleistung) und/oder dem Einsatz von Leistungsfähigkeiten (z.B. Friseurleistungen) verbunden sind (Potentialorientierung). Interne (z.B. Geschäftsräume, Personal, Ausbildung) und externe Faktoren (als solche, die nicht im Einflussbereich des Dienstleisters liegen) werden im Rahmen des Erstellungsprozesses kombiniert (Prozessorientierung). Die Faktorkombination des Dienstleistungsanbieters wird mit dem Ziel eingesetzt, an den externen Faktoren, an Menschen (zum Beispiel Kunden) oder deren Objekten (zum Beispiel das Auto des Kunden) nutzenstiftende Wirkungen (z.B. Inspektion beim Auto) zu erzielen (Ergebnisorientierung).“ (Bruhn, M.; Meffert, H., 2009, S. 27)

Aus der Vielzahl von Definitionen für die Dienstleistung wurden die beschriebenen Charakteristiken und Phasenorientierungen zusammengefasst und herausgearbeitet und in einer Tabelle zusammengefasst.

⁴⁰ Siehe dazu Haller, S. (2012), S. 6-9

Charakteristiken Dienstleistung	Berekoven	Malerie	Meyer	Jaschinski	Grönroos	Bruhn / Meffert
Immaterialität	X	X	X	X	X	X
Integration Externer Faktor			X	X	X	X
Potentialorientierung			X	X	X	X
Prozessorientierung	X		X	X	X	X
Ergebnisorientierung		X	x	X	x	x
„uno-actu“ - Prinzip						

Quelle: Eigene Darstellung

Die unterschiedlichen Definitionen beinhalten nicht alle grundlegenden Charakteristiken einer Dienstleistung. Die frühen Definitionen (Berekoven, Malerie) basieren noch nicht auf den verschiedenen Charakteristiken und Phasen. Die neueren Definitionen (Meyer, Jaschinski, Grönroos, Meffert/Bruhn), welche im Bereich Dienstleistungen sehr etabliert sind, fassen alle wesentlichen Charakteristiken und Phasen von Dienstleistungen auf. Dennoch soll hier der Versuch unternommen werden, eine eigene, noch umfassendere Definition zu beschreiben, die später für die Abgrenzung von handels- und logistiknahen Dienstleistungen wichtig ist.

*Dienstleistungen sind **immaterielle, nicht lagerfähige** selbstständige und marktfähige Leistungen zur Bedarfsdeckung Dritter ohne Eigentumsübergang (**Immaterialität**). Die Leistungsfähigkeiten des Dienstleistungsanbieters sind Faktorkombinationen bzw. gedankliche Konstrukte von Menschen und Objektsystemen, die in Dienstleistungskonzepten dokumentiert werden können. Dazu werden Sachgüter, materielle und nominelle Güter sowie Informationen beschafft oder selbst erstellt, kombiniert und für den Kunden bereitgestellt (**Potentialorientierung**). Die Leistungsfähigkeiten werden mit dem Ziel kombiniert, an den Kunden und/oder deren Objekten Veränderungen zu bewirken (**Integration externer Faktor**). Die bereitgestellten Leistungsfähigkeiten werden vom Kunden in Anspruch genommen oder für ihn individuell entwickelt, indem er oder seine Objekte am Leistungserstellungsprozess teilnehmen und der Dienstleister seine Tätigkeit an ihnen vollbringt (**Prozessorientierung**). Die Dienstleistung kann dabei synchron oder auch zeitversetzt zwischen Leistungsgeber und –nehmer erbracht werden („**Uno-actu**“ – **Prinzip**). Mit der Leistungserbringung durch den Dienstleister am Kunden und/oder seinen Objekten konkretisiert sich eine nutzenstiftende Wirkung, die als Dienstleistungsprodukt wahrgenommen werden und immaterielle oder materielle Ergebnisse aufweisen kann (**Ergebnisorientierung**).*

Kurzfassung:

Dienstleistungen sind immaterielle, nicht lagerfähige Leistungen zur Bedarfsdeckung Dritter und /oder deren Objekten. Die Dienstleistungsfähigkeiten sind Faktorkombinationen bzw. gedankliche Konstrukte von Menschen und Objektsystemen, dokumentiert in nutzenstiftenden, wahrnehmbaren Dienstleistungskonzepten, um an Kunden und/oder deren Objekten Veränderungen ohne Eigentumsübergang zu bewirken. Die Dienstleistung kann dabei synchron oder auch zeitversetzt erbracht werden.

Auf Basis dieser umfassenden Definition sollen nun die Definitionen Logistik und Handel näher untersucht und eine Definition für handels- und logistiknahe Dienstleister abgeleitet werden.

3 Definition der Logistik als Dienstleistung

Die Logistikbranche wird in der amtlichen Statistik nicht als eigenständige Branche erfasst. Das statistische Bundesamt klassifiziert den Wirtschaftsbereich Logistik im tertiären Sektor als „Verkehr und Nachrichtenübermittlung“. In dieser Arbeit wird Logistik dem Bereich Verkehr zugeordnet, die elektronische Übertragung von Nachrichten wird hier nicht vertieft. Die Logistikbranche ist statistisch jedoch nur schwer abgrenzbar. Als Branche kommt sie in der offiziellen Statistik der Bundesagentur für Arbeit bspw. nicht vor.

Es gibt aber heute ein bundesweit anerkanntes Verfahren zur Ermittlung logistischer Wirtschaftsdaten, die die Kernbranche Logistik und der erweiterten Logistikbranche unterscheidet.

- Kernbranche Logistik: Beschäftigte, die in Unternehmen arbeiten, die Produkte und Dienstleistungen entlang der logistischen Kette anbieten (Lagertechnik-Hersteller, Logistikdienstleister, Speditionen, Fachberater...).
- Erweiterte Logistikbranche: Beschäftigte, die in einer Volks- bzw. Regionalwirtschaft mit logistischen Tätigkeiten (lagern, transportieren, etc.) beauftragt sind (inkl. Industrie und Handel).

Abgrenzung der Intralogistik

Der Branchenbegriff der Intralogistik wurde im Jahr 2004 von einem Zusammenschluss aus führenden Anbieterfirmen und VDMA-Fachverbänden geprägt, um eine Abgrenzung zum Warentransport außerhalb von Betrieben zu schaffen. Am 14. Januar 2004 hatte sich dazu das Forum Intralogistik konstituiert mit dem Ziel, die PR-Aktivitäten der Intralogistik-Branche koordiniert zu begleiten. Die Intralogistik umfasst demnach⁴¹

„die Organisation, Durchführung und Optimierung innerbetrieblicher Materialflüsse in Unternehmen der Industrie, des Handels und in öffentlichen Einrichtungen mittels technischer Systeme und Dienstleistungen, einschließlich des damit zusammenhängenden Informationsflusses sowie des Personal- und Energieeinsatzes“ (Forum Intralogistik, 2004).

Von Seiten des Maschinenbaus werden hierzu verschiedene fördertechnische Einzelelemente (z.B. Rollen und Gurte, Antrieb) zu Komponenten (Förderband) zusammengefügt und in übergreifende Systeme integriert (z.B. Produktionsstraße). Intralogistische Systeme sind in fast jedem Unternehmen zu finden, von der Abfallwirtschaft über den Fahrzeugbau bis zu den Zustelldiensten. Anschauliche Beispiele für die Leistung derartiger Intralogistik-Systeme, besonders für die Aufgabe der Warenverteilung, finden sich in Distributionszentren wie z.B. See- und Flughäfen. Diese Aufgaben beinhalten die Aufgabenebenen der Planung und Simulation, der Konstruktion und Produktentwicklung, der Automatisierung, des laufenden Produktionsbetriebs und des Industrie-Managements sowie die zu diesem Umfeld gehörenden Dienstleistungen sowie Handelslager und Handelsfilialen.⁴²

Im Folgenden werden ausgewählte Definitionen für Logistik mit der o.g. Definition für Dienstleistungen verglichen.

⁴¹ Vgl. Forum Intralogistik (2004)

⁴² Vgl. Intralogistik (2013)

3.1 Definition Logistik

Wie für viele Begriffe in der Betriebswirtschaftslehre existieren auch für die Logistik eine Vielzahl von Definitionen. Sprachlich beschreibt der Begriff „Logistikos“ in Deutsch übersetzt eher „der Denkende“. Im französischen Sprachgebrauch wird der Begriff „loger“ für einquartieren genutzt. Genutzt wurde der Begriff im 20. Jahrhundert im Militär. Dort umfasste der Begriff Logistik die Organisation, Vorbereitung und Durchführung von Material- und Truppenbewegungen, die hier nicht weiter verfolgt werden soll.⁴³ Die von Plowman (1964, S. 1) erstellte traditionelle Definition basiert auf sog. „seven rights“. Demnach heißt Logistik:

1. „die Verfügbarkeit des richtigen Gutes (Potentialorientierung)
2. in der richtigen Menge,
3. im richtigen Zustand,
4. am richtigen Ort,
5. zur richtigen Zeit,
6. für den richtigen Kunden,
7. zu den richtigen Kosten zu sichern.“

Die Definition hebt auf die Verfügbarkeit und Sicherung von Gütern ab, was im weiteren Sinne als eine Potentialorientierung angesehen werden kann. Diese Güter sollen dem richtigen Kunden zur Verfügung gestellt werden. Dabei bleibt jedoch offen, wer Eigentümer dieser Güter ist. Im Sinne des Dienstleistungsgedanken werden in der Logistik jedoch fremde Güter transportiert (Integration des externen Faktors), sonst wäre der Transport Teil der Sachgüterproduktion. Die Beschreibung der „Seven Rights“ ist daher interessant, aber für den Dienstleistungsprozess kaum relevant.

Die Definition wurde von Bogatu (2008) erweitert um die Umschreibung zwei weiterer „Rights“, die richtige Verpackung und die parallele Überbringung der richtigen Information.⁴⁴ Auch hierbei handelt es sich hauptsächlich um die Potentialorientierung. Die Überbringung der Information impliziert allerdings die Integration des externen Faktors, da der Nachfrager diese Information annehmen muss, sonst wäre sie nicht überbracht.

Gemäß der Definition von Pfohl (1996) gehören

„der Logistik alle Tätigkeiten (Immaterialität) an, die durch die raum- und/oder zeitliche Gütertransformation und die damit zusammenhängenden Transformationen hinsichtlich der Gütermengen und -sorten, der Güterhandhabungseigenschaften sowie der logistischen Determiniertheit der Güter geplant, gesteuert (Potentialorientierung), realisiert (Prozessorientierung) oder kontrolliert werden. Diese Tätigkeiten sollen einen Güterfluss in Gang setzen, der einen Lieferpunkt mit einem Empfangspunkt möglichst effizient verbindet (Ergebnisorientierung) (Pfohl, H.-C., 1996, S.7)

Diese umfangreiche Definition beschreibt insbesondere die Potential- und Ergebnisorientierung. Dabei wird unterstellt, dass die Planung und die Steuerung als Leistungsfähigkeit angesehen werden kann. Die Prozessorientierung kann im Wort „realisieren“ erahnt werden. Die Integration des externen Faktors (Kunden und/oder dessen Objekte) fehlt allerdings.

⁴³ Vgl. Laffert, J. (1999), S. 9. Siehe dazu auch Ihde, G.B. (1991), S. 12-13; Pfohl, H.-Ch. (1990)

⁴⁴ Vgl. Bogatu, C. (2008), S. 16

Baumgarten und Walter (2000) orientieren sich sowohl an Plowman als auch an Pfohl und definieren die Unternehmenslogistik wie folgt:

„Die Unternehmenslogistik umfasst die ganzheitliche Planung, Steuerung (Potentialorientierung), Durchführung (Prozessorientierung) und Kontrolle aller unternehmensinternen und übergreifenden Güter- und Informationsflüsse (Immaterialität). Die Logistik stellt für Gesamt- und Teilsysteme in Unternehmen, Konzernen, Netzwerken und virtuellen Unternehmen (Integration des externen Faktors) kunden- und prozessorientierte Lösungen bereit“ (Ergebnisorientierung) (Baumgarten, H., Walter S., 2000, S. 13)

Stellt man die ausgewählten Definitionen von Logistik der Definition von Dienstleistung gegenüber, ist festzustellen, nur die Definition von Pfohl den Charakteristiken der Dienstleistung vollumfänglich entsprechen. Allerdings wird in allen Definitionen das „uno-actu“-Prinzip außer Acht gelassen.

Charakteristiken Dienstleistung	Plowman	Bogatu	Baumgarten	Pfohl
Immaterialität			X	X
Integration externer Faktor		X		X
Potentialorientierung	X	X	X	X
Prozessorientierung			X	X
Ergebnisorientierung			X	X
„uno-actu“-Prinzip				

Quelle: Eigene Darstellung

Die Gegenüberstellung zeigt somit, dass die Logistik in der Literatur auch als eine Dienstleistung definiert wird. Das zeigt auch die Definition der Bundesvereinigung Logistik:

"Logistik ist ein System, das zunächst im Unternehmen, aber auch unternehmensübergreifend mit Lieferanten und Kunden, eine optimale Versorgung mit Materialien, Teilen und Modulen für die Produktion – und auf der anderen Seite natürlich der Märkte bedeutet.“⁴⁵

Der Begriff der Dienstleistung und der Begriff der Logistik haben einen direkten Bezug zueinander. Die Charakteristika der Dienstleistung lassen sich auf die Logistik übertragen. Als wichtiges Charakteristikum erweist sich die Immaterialität, die auch in allen Definitionen zu finden ist, denn das Leistungsangebot zum Kaufzeitpunkt ist physisch nicht greifbar. Die Integration des externen Faktors ist auf die Logistik ebenfalls übertragbar, denn der Dienstleister (Logistik) ist auf die Informationen des Kunden angewiesen, um die Leistungsangebote planen und organisieren zu können. Auch die drei konstitutiven Merkmale der Dienstleistung sind in den logistischen Prozessablauf integriert und durchlaufen diesen im vollen Umfang. Die Beschreibung der Charakteristika und der Phasen der Dienstleistungen im Sinne der erarbeiteten o.g. Definition lässt allerdings zu wünschen übrig. Daher werden nun die Definitionen des moderneren Begriffes Logistikdienstleistungen untersucht.

Es wird jedoch auch deutlich, wie komplex der Begriff Logistik geworden ist. Besonders deutlich wird dies, wenn komplexe Leistungspakete im Rahmen von Kontraktlogistik-Geschäften angeboten werden. Hier

⁴⁵ Bundesvereinigung Logistik (2012)

werden Transportleistungen, Lagerleistungen und kundenspezifische Zusatzleistungen betrachtet, die in der Kombination häufig weit entfernt von den Kern-Aktivitäten des Unternehmens erbracht werden. In der Praxis werden bereits nahezu alle Stufen der Leistungserstellung verladender Unternehmen durch Logistikdienstleister abgedeckt. Die Leistungspalette reicht vom Beschaffungsmanagement über Qualitätskontrollen hin zur Abwicklung von Retouren.⁴⁶

3.2 Definition Logistikdienstleistung

In der wissenschaftlichen Literatur lassen sich heute bereits einige Definitionen finden, die beiden Begriffe - Dienstleistung und Logistik - zu einem Begriff „Dienstleistungslogistik“ zusammenfassen. Hierbei ist darauf zu achten, dass die Begriffe Logistikdienstleistungen und logistiknahe Dienstleistungen getrennt behandelt werden. Ausgewählte Definitionen werden nun genauer betrachtet, mit den Charakteristiken der Dienstleistung verglichen und in einer Tabelle wieder gegenübergestellt:

„Logistische Dienstleistungen umfassen „alle Serviceleistungen (Immaterialität), die auf die bedarfsgerechte Herstellung von Verfügbarkeit als Kernaufgabe der Logistik gerichtet sind“ (Potentialorientierung) (Bretzke, W.R., 1999, S. 220).

Diese Definition einer Logistikdienstleistung entspricht kaum den gestellten Anforderungen. Zuvor hatte aber schon Rohweder (1995) eine umfassendere Definition:

„Dienstleistungslogistik ist der Prozess der Koordination (Prozessorientierung) nicht-materieller Tätigkeiten (Immaterialität), die zur Erfüllung der Dienstleistung notwendig sind (Potentialorientierung), in einer kosten- und kundenserviceeffizienten Weise. Schwerpunkte der Betrachtung liegen in einer Reduktion der Lieferzeiten, dem Management der Servicekapazitäten und der Gestaltung des Distributionskanals“ (Rohweder, D., 1995, S. 118).

Diese Definition beschreibt bereits indirekt die Potential-, Prozess- und Ergebnisorientierung sowie die Immaterialität von Logistikdienstleistungen. Die Integration des externen Faktors und das Uno-actu-Prinzip fehlen allerdings nach wie vor. Doch auch Frodl liefert 1999 bereits eine umfassende Definition für Logistikdienstleistungen:

„Die Dienstleistungslogistik stellt die Weiterentwicklung der Logistik als bedeutende Unternehmensfunktion in eine neue, dienstleistungsorientierte Richtung dar (Immaterialität). Sie beschränkt sich nicht nur auf die spezielle Logistik von Dienstleistungsunternehmen im engeren Sinne (Indiz für Potential- und Prozessorientierung), sondern wird auf die Sichtweise einer allgemeinen informations- und kommunikationstechnischen Unterstützungsfunktion für das Management von Unternehmen erweitert (Ergebnisorientierung). Insbesondere das Marketing lässt sich durch den Einsatz dienstleistungslogistischer Informations- und Kommunikationstechnik wirkungsvoll unterstützen (Potentialorientierung).“ (Frodl, A., 1999, S. 76 und 1998, S.20)

Bei dieser Definition wird explizit auf die Ergebnisorientierung für das Management von Unternehmen abgehoben. Die Immaterialität wird nur indirekt durch das Wort Dienstleistung beschrieben. Für die Potential- und Prozessorientierung gibt es nur vage Indizien. Die Integration des externen Faktors fehlt allerdings genauso wie das Uno-actu-Prinzip. Die jüngste Definition stammt von Weddewer (2007):

⁴⁶ Vgl. Krupp (2006), S. 23 f., Krupp et al. (2009), S. 466

„Logistikdienstleister sind Unternehmungen, die sich darauf spezialisiert haben, logistische Dienstleistungen für Dritte zu „produzieren“ (Integration des externen Faktors, im Sinne des „anzubieten“ und Potentialorientierung). Diese Dienstleistungen umfassen neben den physischen Funktionen im Rahmen der raum-zeitlichen Gütertransformation (z.B. Transport-, Lager-, Umschlagleistungen usw.; entspricht der Ergebnisorientierung) auch Leistungen im Rahmen der Planung, Steuerung und Organisation dieser primären Transferleistungen (Immaterialität, Prozessorientierung). Diese Leistungsbereiche können durch zusätzliche Servicefunktionen wie z.B. Montage- oder Finanzdienstleistungen ergänzt werden (entspricht bereits logistiknaher Dienstleistungen).“ (Weddewer, M., 2007, S. 92)

Die Integration des externen Faktors ist nach wie vor schwach definiert, aber erkennbar. Die Potential-, Prozess- und Ergebnisorientierung sind deutlich erkennbar. Die Immaterialität ist nur indirekt ablesbar. Auch hier fehlt allerdings noch das Uno-actu-Prinzip.

Charakteristiken Dienstleistung	Bretzke	Rohweder	Frodl	Weddewer
Immaterialität	X	X	X	X
Integration externer Faktor				X
Potentialorientierung	X	X	X	X
Prozessorientierung		X	X	X
Ergebnisorientierung		X	X	X
„uno-actu“-Prinzip				

Quelle: Eigene Darstellung

Das Ergebnis dieser Gegenüberstellung ist, dass die jüngste Definition von Weddewer den Charakteristiken der Dienstleistung fast vollumfänglich entspricht. Das „uno-actu“-Prinzip ist allerdings von keinem Autor angesprochen, was aber in der Betriebswirtschaftslehre sowieso kritisch gesehen wird.

3.3 Erarbeitung einer eigenen Definition von Logistikdienstleistung

Auch wenn die Definitionen von Logistik und Logistikdienstleistungen den Charakteristika und den Phasen der Dienstleistung schon sehr nahe kommen, soll hier der Versuch unternommen werden, Logistik mit Hilfe der umfassenden Definition konkretisiert zu werden. Dies soll sich nicht anmaßen, eine bessere Definition zu beschreiben, als vielmehr Grundlage für die Ableitung der Definition logistiknaher Dienstleister zu sein.

Zunächst soll die Logistik nochmals anhand der Dienstleistungstabelle von Haller (2012) näher untersucht werden. Die Tabelle zeigt, dass die Begriffe und Definitionen von Logistik und Dienstleistung grundsätzlich einander sehr ähnlich sind.

Logistik	Dienstleistung
Logistik ist immateriell	Dienstleistung ist immateriell
Logistik ist vor dem Verkauf weder zeig- noch prüfbar, aufgrund Prozessorientierung	Leistung ist vor dem Verkauf weder zeig- noch prüfbar
Logistikquantität und -qualität ist kaum messbar	Leistungsquantität und -qualität sind schwer erfassbar
Käufer und dessen Ware ist am Transport und der Lagerung beteiligt	Käufer ist an der Leistungserstellung beteiligt
Logistikdienstleistungen fallen synchron an	Produktion und Übertragung der Leistung fallen meist zusammen
Logistikdienstleistungen sind nicht speicherbar, nur die Ware ist transportier- und	Leistung ist nicht speicherbar, vergänglich, nicht transportierbar
Kein Eigentumswechsel, da Logistikservice an fremden Waren	Kein Eigentumswechsel

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Haller, S. (2012) S. 9

Daraus abgeleitet lässt sich die Logistik als Dienstleistung folgender Definition ableiten:

*Logistik ist eine **immaterielle, nicht lagerfähige** selbstständige und marktfähige Service- und Transferleistung für den bedarfsgerechten Transport von Gütern Dritter (Personen und Geld) zum Unternehmen (Beschaffungslogistik), zwischen Unternehmen (Gütertransfer und Lagerung) oder zu dessen Kunden (Auslieferung, **Immaterialität**). Die Leistungsfähigkeiten des Logistikansbieters umfassen neben den physischen Transportfunktionen im Rahmen der raum-zeitlichen Gütertransformation (z.B. Transport, Lager, Umschlagleistungen) auch die gedanklichen Fähigkeiten der Planung, Steuerung und Organisation dieser Transferleistungen sowie die Reduktion von Lieferzeiten, Management von Servicekapazitäten und der Gestaltung des Distributionskanals. Dazu werden materielle Sachgüter transportiert, Informationen beschafft oder selbst erstellt, kombiniert und für den Kunden als Logistikkonzept bereitgestellt (**Potentialorientierung**). Die Logistikkfähigkeiten werden mit dem Ziel kombiniert, die Güter des Kunden „die Verfügbarkeit des richtigen Gutes (Potentialorientierung) in der richtigen Menge, im richtigen Zustand, am richtigen Ort, zur richtigen Zeit, für den richtigen Kunden, zu den richtigen Kosten zu transportieren (**Integration externer Faktor**). Der Transport eigener Güter kann als interne Logistik von Güterproduzenten gesehen werden und zählt daher eher zum Produktionssektor. Für den Transport der Güter des Kunden werden die bereitgestellten, standardisierten Logistikkfähigkeiten in Anspruch genommen oder für individuelle Logistikkonzepte entwickelt (**Prozessorientierung**). Die Logistikdienstleistung kann sich dabei auf den reinen Transport beschränken oder auch die Zwischenlagerung von Gütern beinhalten („**Uno-actu**“ – **Prinzip**). Die Logistik ist damit eine bedeutende Transfer- und Lagerungsleistung sowie eine allgemeine informations- und kommunikationstechnische Unterstützungsfunktion für das Management von Unternehmen (**Ergebnisorientierung**).*

Oder kürzer ausgedrückt:

Logistik ist eine standardisiert oder individuell optimiert angebotene Transport-, Lagerung- und Umschlagdienstleistung von Gütern Dritter zum Unternehmen (Beschaffungslogistik inkl. Verzollung, Export- und Importabwicklung usw.), zwischen Unternehmen (Gütertransfer, Lagerung) oder zu dessen Kunden (Auslieferung). Die Leistungsfähigkeiten umfassen neben den physischen Logistikfunktionen auch die gedanklichen Fähigkeiten der Planung, Steuerung und Organisation dieser Transferleistungen bis hin zur Gestaltung des gesamten Distributionskanals. Die Logistikfähigkeiten werden für den Kunden so angeboten, dass dessen Ware in der richtigen Menge, im richtigen Zustand, am richtigen Ort, zur richtigen Zeit, für den richtigen Kunden, zu den richtigen Kosten geliefert wird.

Nachdem die Charakteristika der Dienstleistung auf die Leistungen der Logistik übertragen werden konnten und der Begriff der Dienstleistungslogistik definiert wurde, sollen nun die einzelnen Definitionen für den Handel unter Berücksichtigung der Charakteristiken der Dienstleistung analysiert und interpretiert werden.

4 Definition des Handels als Dienstleistung

Der Handel wird ebenfalls dem tertiären Sektor, d.h. den Dienstleistungen zugeordnet. Nach der Definition des Statistischen Bundesamtes wird hier speziell auf den Handel eingegangen und die Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen und Gebrauchsgütern abgegrenzt. Nach Fourastiés Drei-Sektoren-Hypothese ist der Handel eine distributive Dienstleistung, wie die Logistik. Dies deutet bereits auf erste Abgrenzungsprobleme hin, die später noch zu analysieren sind. Zunächst sollen die zwei üblichen Definitionsweisen für Handel untersucht werden: Handel im institutionellen und im funktionellen Sinne. Gemäß § 2 Abs. 2 der Verordnung "Geprüfter Handelsfachwirt/Geprüfte Handelsfachwirtin" muss die zwischen Ausbildungs- und Fortbildungsprüfung zu leistende Berufspraxis "in Verkaufstätigkeiten oder anderen kaufmännischen Tätigkeiten im institutionellen oder funktionellen Handel erworben sein".⁴⁷

4.1 Definitionen Handel im institutionellen Sinne

Der Begriff Handel wird im institutionellen Sinne unterschiedlich definiert. Dabei sind engere und weitere Definitionen festzustellen. Ausgewählte Definitionen sollen nun tiefergehend untersucht werden. Einer der bekanntesten Vertreter ist Seyffert (1972). Er beschreibt Handel im institutionellen Sinne als:

„Warenhandel ist Warenumsatz, Warenverkehr, Warenumsatzschlag. Diese Umsatzleistung ist die den Handel bestimmende Grundfunktion.“ (Seyffert, R., 1972, S. 6)

Bei dieser weiten Definition von Handel ist es unerheblich, ob diese Funktion von selbstständigen Institutionen (Handelsunternehmen, Handelsbetrieben, Handlungen) oder von angegliederten Institutionen (Produzentenhandel, Handwerkshandel, landwirtschaftlicher Handel, Konsumentenhandel, staatlicher Handel) erfüllt wird. Es wird auch weder auf den Lieferanten noch auf den Kunden abgehoben. Nach Seyffert kann die Handelsdienstleistung komplett ohne den Lieferanten bzw. Kunden vollzogen werden, d.h. das Uno-actu-Prinzip gilt bei ihm genauso wenig wie die Integration des externen Faktors. Der Handel wird eher autark dargestellt, als könne er ohne Dritte agieren. Der Warenverkehr und –umschlag scheint zudem logistische Prozesse zu umschreiben bzw. einzubinden. Nur im Umkehrschluss wird klar, dass es nicht um die Herstellung von Waren geht. Der Charakter der Dienstleistung scheint vollständig zu fehlen. Herauszulesen ist allerdings, dass Warenumsatz, Warenverkehr, Warenumsatzschlag immateriell sind und keine Waren oder Dienstleistungen produziert werden.

Dichtl und Issing (1987) definieren Handel bzw. den Handelsbetrieb in einem engeren Sinne. Der Handelsbetrieb ist demnach die

"Institution im Absatzkanal, deren Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend darin besteht, Güter zu beschaffen und abzusetzen, ohne diese wesentlich durch Be- und Verarbeitung zu verändern." (Dichtl, E.; Issing, O., 1987, S. 776)

Bei dieser Definition wird insbesondere die Be- und Verarbeitung der Waren abgegrenzt (Negativdefinition). Insofern könnte der Umkehrschluss auf eine Dienstleistung hindeuten. Unklar bleibt jedoch, was diese Dienstleistung für die Lieferanten und Kunden bedeutet. Die Ergebnisorientierung ist damit nicht gegeben. Die Beschaffung und der Absatz von Dienstleistungen scheinen jedoch ausgegrenzt, was in der Praxis problematisch sein dürfte. Gerade der Handel von Dienstleistungen ist ein großer und wichtiger Bereich

⁴⁷ Vgl. HDE (2014)

geworden. Es wird allerdings nicht klar definiert, ob Beschaffung kaufrechtlich in Interaktion mit den Lieferanten oder ob Beschaffung logistisch im Sinne des Transportes anzusehen ist. Die Beschaffung und der Absatz beschreiben nur indirekt eine Prozessorientierung, grenzen aber die Herstellung von Waren klar ab. Auch das Uno-actu-Prinzip wird durch „beschaffen und absetzen“ nur indirekt beschrieben. Die Integration des externen Faktors (Lieferanten und Kunden) ist kaum abzulesen. Die Beschaffung und der Absatz können klar als Dienstleistungen gesehen werden, die immateriell sind.

Im sog. Katalog E wird Handel

*"... im **institutionellen Sinne** - auch als Handelsunternehmung oder Handelsbetrieb bezeichnet - umfasst jene Institutionen, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Handel im funktionellen Sinne zuzurechnen ist. In der amtlichen Statistik wird ein Unternehmen oder ein Betrieb dann dem Handel zugeordnet, wenn aus der Handelstätigkeit eine größere Wertschöpfung resultiert als aus einer zweiten oder aus mehreren sonstigen Tätigkeiten"* (Katalog E, 2006).⁴⁸

Diese Definition hebt eher auf die Funktionen des Handels ab, die später untersucht werden. Im institutionellen Sinne wird auf die „Einrichtung“ abgehoben, also eine eher gegenständlich, räumliche und evtl. rechtliche Umschreibung. Die Bezeichnung Einrichtung könnte sogar Sachgüter darstellen. Diese Definition scheint sich nicht für die Definition Handel als Dienstleistung zu eignen.

Schenk (2007) definiert Handel dahingegen als

"... die permanente und simultane Organisation von Absatzmärkten für verschiedene Anbieter von Waren und von Beschaffungsmärkten für verschiedene Nachfrager nach Waren und Diensten." (Schenk, H.O., 2007, S. 16)

Die Organisation von Absatzmärkten deutet eindeutig auf die Immaterialität des Handels. Er beschreibt auch in gewisser Weise ein Leistungsversprechen für den Kunden sowie die Fähigkeiten des Handels, was durch die „Organisation“ ausgedrückt wird (Potentialorientierung). Die Organisation des Handelsbetriebes beschreibt zudem die Prozessorientierung. Sie deutet auf Organisationshandbücher und festgelegte Prozesse hin. Eine Ergebnisorientierung ist auch hier nicht ablesbar. Unklar bleibt, welche Dienstleistung an Lieferanten und Kunden erbracht werden. Das Wort Organisation deutet zudem darauf hin, dass der Handel völlig autark und ohne Dritte handeln könnte, was nicht auf ein Uno-actu-Prinzip hindeutet.

Schäfer-Kunz (2012) definiert Handel als

"...der Kauf und der Absatz von Waren ..., weshalb synonym zum Begriff Waren häufig der Begriff Handelswaren verwendet wird." (Schäfer-Kunz, D.J., 2012, S. 12)

Auch hier wird eng auf den Kauf und den Absatz abgestellt. Dennoch bleibt unklar, was dies für den Lieferanten und den Kunden bedeutet (keine Ergebnisorientierung). Beim Kauf muss allerdings zwangsläufig ein Lieferant integriert sein und beim Verkauf ein Kunde (Integration des externen Faktors). Der Handel mit Dienstleistungen wird auch hier explizit ausgeschlossen. Auch das Uno-actu-Prinzip scheint erfüllt, da beim Kauf und Verkauf der Akt des „Handelns“ (= kaufen und verkaufen) konsumiert wird. Der Konsum der Ware oder Dienstleistung ist dabei unerheblich.

⁴⁸ Siehe auch HDE (2014)

Die ausgewählten Definitionen werden wieder mit den Charakteristika der Dienstleistung in einer Kreuztabelle verglichen.

Charakteristiken Dienstleistung	Seyffert	Dicht Issing	Katalog E. institutionellen Sinne	Schenk	Schäfer-Kunz
Immaterialität	X	X		X	
Integration externer Faktor		?			X
Potentialorientierung				X	
Prozessorientierung				X	
Ergebnisorientierung					
„Uno-actu“ – Prinzip		?			X

Quelle: Eigene Darstellung

Im Ergebnis kann festgestellt werden, dass die institutionellen Definitionen für Handel kaum eine Annäherung an den Dienstleistungsbegriff darstellen. Die Begriffe zielen alle zu sehr auf die Beschaffung und den Absatz von Waren ab. Die Definitionen sind daher sehr auf die Sachleistungen konzentriert. Neuere Definitionen beziehen zwar die Beschaffung und den Verkauf von Dienstleistungen mit ein, beschreiben aber die Charakteristika der Dienstleistung des Handels nicht. Dennoch wäre es zukünftig evtl. ratsam nicht nur von Waren, sondern auch von Dienstleistungen zu sprechen.

Vor dem Hintergrund zahlreicher, nur schwer in die Systematik einzuordnenden Bereiche wie dem Handel, dem Handwerk, der Entwicklung von Standardsoftware oder den firmeninternen Dienstleistungen⁴⁹ nehmen zahlreiche Autoren Abstand von einer scharfen Trennung von Sach- und Dienstleistungen und sehen Leistungen als Bündeln von Sach- und Dienstleistungen, die einen unterschiedlich hohen Anteil von Sach- und Dienstleistungskomponenten besitzen können. Insofern soll diese Problematik an dieser Stelle nicht weiter verfolgt werden.

4.2 Definitionen Handel im funktionellen Sinne

Im Folgenden sollen nun die Definitionen bzw. Umschreibungen des Handels im funktionellen Sinne untersucht werden. Oberparleiter (1955) unterscheidet sechs verschiedene Funktionen des Handels:

Räumliche Funktion (Raumüberbrückungsfunktion), zeitliche Funktion (Zeitüberbrückungsfunktion), Quantitätsfunktion, Qualitätsfunktion, Kreditfunktion und Werbefunktion (Oberparleiter, K., 1955, S. 5-7)

Keine dieser Funktionen steht jedoch im Zusammenhang mit einer Dienstleistung und scheint eine sehr starke Überschneidung mit der Logistik zu haben. Die Immaterialität wird hier nur indirekt deutlich, die sonst übliche klare Abgrenzung zu nicht selbst be- oder verarbeiten fehlt. Die Integration und Interaktion mit Lieferanten und Kunden fehlt komplett. Dafür wird die Prozessorientierung des Handels sehr eindeutig umschrieben. Der Begriff „funktionelle Definition“ deutet auch auf die Beschreibung von Prozessen hin. Das Potential einer Dienstleistung wird allerdings nicht beschrieben.

⁴⁹ Vgl. Corsten, H. (2001a), S. 142-143.; Engelhardt, W. H.; Kleinaltenkamp, M.; Reckenfelderbäumer, M. (1993), S. 400, und 407-408; Frietzsche, U. (2001), S. 69; Hilke, W. (1989), S. 8; Kleinaltenkamp 2001, S. 30; Maleri, M; Frietzsche, U. (2008), S. 5, 31, 36

Seyffert (1972) unterscheidet fünf Funktionsgruppen:

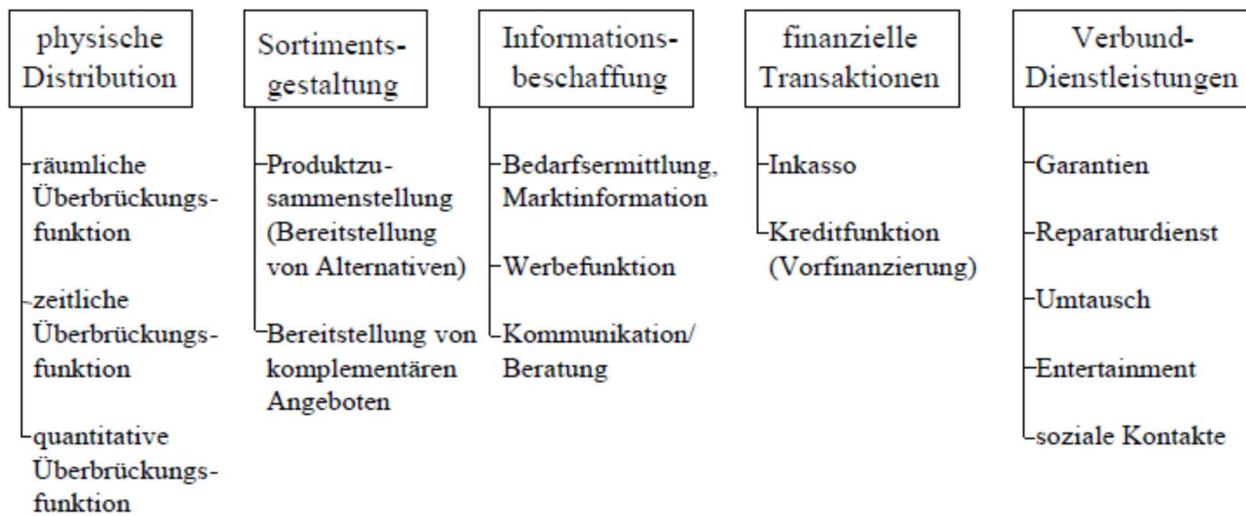


Abb 4: Funktionen des Handels

Quelle: Seyffert, R. (1972) S. 6

Die physische Distribution beschreibt eindeutig einen Dienstleistungsprozess. Allerdings ist dieser Prozess eher logistischer Natur. Überbrückung kann aber auch als Lagerung verstanden werden. Unklar ist auch hier, ob Lagern zur Logistik oder dem Handel gehört. Die Sortimentsgestaltung beschreibt eindeutig die Vorbereitung des Potentials, eine Dienstleistung anzubieten. Die Gestaltung an sich scheint auch eine Dienstleistung zu sein. Die Informationsbeschaffung, Beratung und Kommunikation deutet auf die Integration von Externen hin. Die Lieferanten sind dabei allerdings nicht erwähnt, lediglich die Kunden. Finanzielle Transaktionen beschreiben klar den Verkauf der Waren und Dienstleistungen. Die Integration des Inkasso und der Kreditfunktion gehen allerdings zu weit und sind i.d.R. keine Funktionen des Handels, sondern vielmehr handelsnaher Dienstleister wie Banken u.a.. Die Immaterialität ist hier deutlich umschrieben, wen auch nicht klar als „nicht be- oder verarbeiten“ beschrieben. Die Ergebnisorientierung kommt jedoch kaum zum Ausdruck.

Wie bei Seyffert definiert auch Sundhoff (1958 und 1964) den Handel ausführlich anhand seiner Funktionen. Das Ergebnis ist ähnlich wie bei Seyffert.

Handelsfunktionen und aus ihnen erwachsende Güterumwandlungsfunktionen	Handlungen mit besonderer Betonung einer bestimmten Funktion	Hilfsbetriebe mit Spezialisierung auf eine bestimmte Funktion
Handelsfunktionen		
I. Güterumgruppierungsfunktionen		
1. Sortimentsfunktionen	Sortimentsgrossist	Exportmusterlager
2. Quantitätsfunktionen	Verteilungshändler	Einkaufskommissionär
II. Leistungsanpassungsfunktionen		
1. Überbrückungsfunktionen	Streckenhändler	Lagerhaus
2. Sicherungsfunktionen	Börsenterminhändler	Transportversicherung
III. Marktausgleichsfunktionen		
1. Markterschließungsfunktionen	Außenhändler	Werbeberater
2. Umsatzdurchführungsfunktionen	Absatzgrossist	Verkaufsvertreter
Güterumwandlungsfunktionen		
IV. Aufbereitungsfunktionen		
1. Qualitätsfunktionen	Sortierer	Lohnabfüller
2. Vollendungsfunktionen	Manipulant	Vertragswerkstatt

Abb 5: Funktionen und Betriebstypen im Distributionsbereich
Quelle: Sundhoff, E. (1958) S. 22; (1964); Seyffert, R. (1972) S. 6

Buddeberg (1959) unterscheidet acht Funktionen: Kontaktfunktion, Informationsfunktion, Beratungsfunktion, Warenumgruppierungsfunktion, Mengenumgruppierungsfunktion, Veredlungsfunktion, Raum- und Zeitausgleichsfunktion. Die ersten drei Funktionen, Kontakt-, Informations- und Beratungsfunktion deuten hier auf eine Integration des externen Faktors hin. Die Prozessorientierung wird in seinen Funktionen ebenfalls eindeutig beschrieben. Doch wie auch bei Seyffert und Sundhof geht Buddeberg weit über die eigentlichen Funktionen des Handels hinaus und schließt logistische Dienstleistungen und Informationsdienste mit ein. Gerade die aktuellen Tendenzen im Handel zeigen, dass der Handel immer weniger berät und sich auf das Verkaufen konzentriert und Informationsportale im Internet die Informationsfunktion übernimmt.

Meyer (1963) definiert vier Obergruppen für Handelsfunktionen: Räumliche, zeitliche, quantitative und qualitative Spannungen. Auch hier wird keine Dienstleistung definiert. Der Prozess wird zwar eindeutig beschrieben, aber Lieferanten und Kunden bleiben unerwähnt.⁵⁰

Im sog. Katalog E wird Handel, auch als *Retailing* bezeichnet, umschrieben als

die Tätigkeit, bei der in der Regel nicht selbst be- oder verarbeitete Waren (Handelswaren) von anderen Marktteilnehmern beschafft und an Dritte abgesetzt werden. Dieser Vorgang wird auch als Handeln im funktionellen Sinne bezeichnet. (Katalog E)

⁵⁰ Vgl. Meyer, C.W. (1963), S. 118-120

Auch hier wird eng auf den Handel mit Gütern abgestellt, was Dienstleistungen ausschließt. Im Vergleich zu der o.g. Definition im institutionellen Sinne ist die Definition des Katalog E im funktionellen Sinne deutlich weiter gefasst. Die Integration der externen Dritten ist durch den Begriff Marktteilnehmer nun eindeutig gegeben. Durch die Abgrenzung des „nicht selbst be- oder verarbeiten“ wird indirekt eine Dienstleistung beschrieben. Unklar bleibt jedoch auch hier, was diese Dienstleistung für die Lieferanten und Kunden bedeutet. Die Ergebnisorientierung ist damit auch hier nicht gegeben. Das Ergebnis einer Dienstleistung deutet das „beschaffen und absetzen“ an. Dabei ist davon auszugehen, dass die Marktteilnehmer simultan an der Beschaffung und dem Absatz mitwirken. Die Kombination von Ressourcen und das Angebot des Handels werden nicht deutlich umschrieben (weder Prozess- noch Potentialorientierung).

Überprüfung der Funktionen im funktionellen Handel anhand der Charakteristika der Dienstleistung:

Charakteristika Dienstleistung	Oberparleiter	Seyffert	Sundhoff	Buddeberg	Meyer	Katalog E. funktionellen Sinne
Immaterialität		X	X			X
Integration externer Faktor		X	X	X		X
Potentialorientierung		X	X			
Prozessorientierung	X	X	X	X	X	
Ergebnisorientierung						X
„Uno-actu“ – Prinzip						X

Quelle: Eigene Darstellung

Auch aus dieser Analyse folgt, der Handel lässt sich mit Hilfe seiner Funktionen nicht im Sinne einer Dienstleistung definieren. Zudem sind die funktionellen Beschreibungen eher sehr umfangreich und schließen andere Dienstleistungen wie Logistik und Bankwesen mit ein. Bevor nun handelsnahe Dienstleistungen definiert werden können, ist daher der Begriff Handel eindeutig abzugrenzen, insbesondere von der Logistik.

4.3 Versuch der Abgrenzung der Begriffe Handel und Logistik

Die bisherige Diskussion zeigt starke Überschneidungen der Definitionen von Handel und Logistik. Dies könnte daher rühren, dass der Handel ein Jahrtausende altes Geschäft inklusive Transport von Gütern ist, insbesondere der Seetransport aus Kolonien und anderen Ländern. Erst im 18. Jahrhundert tritt der Begriff Logistik davon unabhängig aus dem Militärbereich auf und weist von daher keine Überschneidungen auf. Erst in jüngster Zeit hat sich die Logistik zu einer eigenständigen Dienstleistung weiter entwickelt und wurde zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor. Demgegenüber hat sich der Handel, wie viele andere Branchen auch, zunehmend auf seine Kernkompetenzen konzentriert. Einzelne Dienstleistungen wurden in der sog. „*Make or Buy*“ – Entscheidung an Externe outsourct. Hier sind Handel und Logistik in der Praxis über die Jahre zusammengewachsen, was sich in der Theorie evtl. noch nicht ausreichend niedergeschlagen hat.

Unstrittig scheint zu sein, dass der Einkauf von Waren von Lieferanten genauso eine Kernfunktion darstellt wie der Verkauf dieser Waren an Kunden. Dies umschreibt auch die Definition von Dichtl und Issing (1987) im Kern sehr deutlich. Demnach werden Güter beschafft und abgesetzt. Auch Schenk (2007)

beschreibt in einem weiteren Sinne die Handelsfunktion als Organisation von Absatz- und Beschaffungsmärkten. Schäfer-Kunz (2012) konkretisiert dies mit den Worten Kauf und Absatz von Waren.

Die Definition von Seyfert (1972), die im Kern den Warenumsatz, -verkehr und –umschlag beschreibt, scheint sich dahingegen komplett mit der Logistik zu überschneiden. Die Bewegung von Gütern kann komplett der Logistik zugeschrieben werden. Dabei ist es unerheblich, ob es sich um die hausinterne oder extern outgesourcte Logistik handelt. Betreibt der Handel seinen Warenumschlag selbst, so handelt sich um ein Handels- und Transportunternehmen.

Die Überschneidung wird besonders groß bei den traditionellen Beschreibungen des Handels im funktionellen Sinne. Bei Seyffert (1972) finden sich in der Beschreibung insbesondere Logistikfunktionen bei der physischen Distribution (räumliche, zeitliche und quantitative Überbrückungsfunktion). Dies sind eindeutig Logistikdienstleistungen. Zudem beschreibt Seyffert finanzielle Transaktionen, die heute eindeutig den Bankensektor und Kreditkartenunternehmen (Kreditfunktion) oder Inkassounternehmen zuzurechnen sind. Unklar wird die Abgrenzung bei den Verbunddienstleistungen. Während der Umtausch von Waren eindeutig beim Handelsunternehmen vollzogen werden muss, ist die Vergabe von Garantien, Reparaturdienste, Entertainment und soziale Kontakte eher anderen Dienstleistungssektoren zuzurechnen. Die Funktionsgruppe Sortimentsgestaltung ist wiederum eindeutig den Handelsunternehmen zuzurechnen, da sie direkt den Einkauf und das Angebot von Waren betreffen. Die Informationsbeschaffung ist dahingegen wieder eher externen Dienstleistern zuzurechnen. Die Bedarfsermittlung wird heute von Marktforschungsunternehmen übernommen, die Werbefunktion direkt von den Herstellern oder von externen Werbeagenturen. Die neuesten Tendenzen sind das *Social Shopping*, bei dem die Beratung sogar über sog. *Likes* im Internet geschieht. Und auch die Beratung von Kunden obliegt heute immer weniger dem Handel. Viele Handelsunternehmen verzichten komplett auf Beratung (z.B. Aldi). Die Beratung läuft heute handelsunabhängig über das Internet und anderen Medien wie bspw. die Stiftung Warentest.

Auch bei Sundhoff (1958) werden dem Handel noch überholte Funktionen zugerechnet. Bei der Güterumgruppierungsfunktion kann die Sortimentsfunktion dem Einkauf von Waren zugerechnet werden, die Quantitätsfunktion ist dahingegen eher eine Lagerungsfunktion der Logistik. Gleiches gilt für die Leistungsanpassungsfunktionen Überbrückung und Sicherung. Die Marktausgleichsfunktionen Markterschließung und Umsatzdurchführung sind dahingegen wieder eindeutige Handelsfunktionen. Die Aufarbeitungsfunktionen beschreibt er selbst auch schon als Aufgabe von externen Sortierern und Manipulanten (Lohnabfüller und Vertragswerkstätten).

Bei Buddeberg (1959) sind die Funktionen ebenfalls auseinander zu dividieren. Während die Kontaktfunktion (zu Lieferanten und Kunden), die Informationsfunktion und die Warengruppierungsfunktion eindeutig dem Handel zuzuordnen sind, sollten die Beratungs-, Mengenumgruppierungs-, Veredlungs- Raum- und Zeitausgleichsfunktionen abgegrenzt werden.

Die Definition von Handelsfunktionen nach Meyer (1963) obliegt heute komplett der Logistik. Die funktionale Definition des Katalog E (2006) beschreibt (siehe oben) die Beschaffung von Waren und deren Absatz an Dritte. Der vom Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus Handel und Distribution erstellte Katalog E hat dabei die Aufgabe, über den Inhalt wichtiger Begriffe aus den Bereichen Handel und Distribution zu informieren und damit auch zu einer Vereinheitlichung dieser Begriffsdefinitionen beizutragen. Eine Expertenkommission

mit Vertretern aus Theorie und Praxis unter dem Vorsitz von Müller-Hagedorn hat nun die 5. Ausgabe erarbeitet.

4.4 Beschreibung des Handels als Beschaffung, Fulfillment und Verkauf

Nach der Abgrenzung der Logistik vom Handel sollen nun die Handelsfunktionen neu beschrieben werden. Handel im engeren Sinne bedeutet somit der Einkauf und Verkauf von Waren und Dienstleistungen, der Bereitstellung dieser Waren sowie die Gesamtheit aller Aktivitäten, die nach dem Abschluss eines Vertrags der Belieferung des Kunden entstehen ohne der Logistik, heute *Fulfillment* genannt. Im Ergebnis kann daher auf Basis zuvor beschriebener Definitionen zusammengefasst werden, dass der Handel definiert werden kann über (siehe auch Katalog E):

- Die Erschließung von Lieferantenmärkten
- Den Einkauf von Waren von Lieferanten
- Die Informationsbeschaffung für diesen Einkauf
- Die Produktzusammenstellung der Waren in einem Sortiment
- Die Erschließung von Absatzmärkten und Kundenkontakten
- Die Bereitstellung dieser Waren für Kunden
- Den Verkauf der Waren an Kunden
- Den Umtausch der Waren und das Fulfillment

Die traditionellen Begriffe beziehen sich fast ausschließlich auf den stationären Handel. Der Onlinehandel wird dabei bislang kaum erwähnt. Es gilt zu prüfen, ob eCommerce zum Handel dazu gehört. Shim, S.; Eastlick, M.A.; Lotz, S.; Warrington, P. (2001) definieren eCommerce als

„Buying and selling of goods in the Internet“⁵¹

Diese Definition beschreibt eindeutig, dass eCommerce Handel bedeutet. In der weiteren Entwicklung scheint sich aber das eCommerce vom Handel aus zu distanzieren und sich selbständig weiter zu entwickeln. Bliemel (2000 und 2001) definiert eCommerce als

„[...] ein Konzept zur Nutzung verschiedener Informations- und Kommunikationstechnologien zur elektronischen Integration und Verzahnung von Wertschöpfungsketten und unternehmensübergreifenden Geschäftsprozessen“⁵²

Dabei ist schon nicht mehr die Rede von Kauf und Verkauf, sondern vielmehr von Wertschöpfungsketten und unternehmensübergreifenden Geschäftsprozessen. Im Kern wird der Handel jedoch nur um die Nutzung verschiedener Informations- und Kommunikationstechnologien erweitert. 2003 spricht Zongqing Zhou von

„A System of conducting business activities using internet and other information systems“⁵³

Er erweitert den Kauf und Verkauf zu einem ausführenden System, welches Informationssysteme nutzt. Der Handel wird erweitert im Sinne der Initiierung von Geschäftsaktivitäten in einem sehr viel weiteren Sinne. Neuere Definitionen haben den Umfang Definition deutlich erweitert. Wie sehr sich die Definitionen entwickelt haben zeigt der Vergleich zweier Definitionen von Wirtz. 2001 definierte er eCommerce als

⁵¹ Shim, S.; Eastlick, M.A.; Lotz, S.; Warrington, P. (2001), S. 398

⁵² Kotler, P.; Bliemel, F. (2001), S. 1220. Siehe auch Bliemel, F.; Fassott, G.; Theobald, A. (2000)

⁵³ Zouh, Z. (2003), S. 56

„die elektronische Unterstützung von Aktivitäten, die in direktem Zusammenhang mit dem Kauf und Verkauf von Gütern und Dienstleistungen via elektronische Netze [...]“⁵⁴

2013 spricht er bereits von

„eCommerce umfasst die Leistungsaustauschprozesse Anbahnung, Aushandlung, und Abschluss von Handelstransaktionen zwischen Wirtschaftssubjekten mittels elektronischer Netze. Die Möglichkeiten der IuK-Technologien werden genutzt, um Güter und Dienstleistungen zu verkaufen und gleichzeitig die Kosten einer physischen Präsenz zu vermeiden. Das Ziel ist die Realisierung von Effizienzsteigerungen, Kostensenkungspotentialen und Bequemlichkeitsvorteilen während einer Transaktion.“⁵⁵

Kollmann (2013) definiert:

„mit dem Begriff eCommerce wird die Nutzung von stationären Computer-Endgeräten als Informationstechnologie bezeichnet, um über Informations-, Kommunikations- und Transaktionsprozesse zwischen den Netzteilnehmern reale oder elektronische Waren und Dienstleistungen anzubieten und abzusetzen, wobei der tatsächliche Verkauf im Mittelpunkt steht.“⁵⁶

Auch wenn sich die Definitionen dynamisch weiter entwickeln, so muss der eCommerce zum Handel hinzugezählt werden. Dies bringt auch das Thema Fulfillment ins Gespräch, was insbesondere für eCommerce Unternehmen stark diskutiert wird. Fulfillment ist der gesamte Prozess der Auftragsabwicklung, Lagerung, Kommissionierung, Transport, Auslieferung und teilweise die Bezahlung der Ware sowie den After Sales-Service bis hin zur Retourenbearbeitung. Er setzt unmittelbar nach der Bestellung ein.

Der Fulfillment-Prozess kann sich neben den oben genannten Aufgaben bis zum Content Management bzw. Pflege des eShops und des Warenwirtschaftssystems erstrecken. Dazu soll nun kurz das Thema Fulfillment im Handel näher betrachtet werden. Nach der Definition von Köcher (2006) umfasst Fulfillment für eCommerce Unternehmen:

- „... alle waren-, informations- und kommunikationsbezogenen sowie finanziellen Aktivitäten eines Online-Anbieters,
- die der Umsetzung des im Online-Shop gegebenen Leistungsversprechens dienen und
- mit der vollständigen, die Nachfrager zufrieden stellenden Abwicklung ihrer Online-Bestellungen enden.“

Vor allem sind dieses:

- Bestellsannahme
- Lagerhaltung
- Kommissionierung
- Verpackung
- Frankierung
- Versand
- Rechnungsstellung
- Mahnung

⁵⁴ Wirtz, B. (2001) S.35

⁵⁵ Wirtz, B. (2013) S.30

⁵⁶ Kollman, T. (2013) S.17

- Value Added Service

Darüber hinaus kann Fulfillment auch als Baustein der positiven Aufrechterhaltung der Kundenbeziehung gesehen werden. Vor allem durch die Aktivitäten:

- Retourenmanagement
- Ersatzteilversorgung
- Reparatur
- Entsorgung
- Kundenbetreuung

Dies schließt offensichtlich alle typischen Aufgaben des Handels mit ein. Offen bleibt dabei jedoch noch der Begriff Waren. Dies soll nun geklärt werden.

4.5 Klärung der Begriffe Waren und Dienstleistungen im Handel

Alle Definitionen beziehen sich auf den Begriff Waren und bedeuten implizit oder explizit Sachgüter. Ein Problem scheint zu sein, dass der Handel zwar eine Dienstleistung darstellt, aber in der Ausübung mit Sachgütern handelt. Die Sachgüter an sich sind aber nicht die produzierten Güter. Insofern wird nun der Unterschied zwischen Sachgütern und Dienstleistungen tiefer beleuchtet.

Sachgüter	Dienstleistung
Produkt ist gegenständlich	Dienstleistung ist immateriell
Produkt kann vor dem Kauf vorgeführt werden	Leistung ist vor dem Verkauf weder zeig- noch prüfbar
Produktionsquantität und -qualität sind messbar	Leistungsquantität und -qualität sind schwer erfassbar
Produktion ist ohne Beteiligung des Käufers möglich	Käufer ist an der Leistungserstellung beteiligt
Produktion und Übertragung der Leistung können auseinander fallen	Produktion und Übertragung der Leistung fallen meist zusammen
Produkt ist lagerfähig und transportierbar	Leistung ist nicht speicherbar, vergänglich, nicht transportierbar
Eigentums-/Besitzwechsel nach dem Kauf	Kein Eigentumswechsel

Quelle: Lehmann, A. (1995) S. 21; Haller, S. (2012) S. 9

Die Tabelle zeigt deutlich die Unterschiede, doch werden hier einige Probleme mit der Abgrenzung des Handels schon deutlich. Auch wenn der Handel ein Dienstleister ist, so handelt er auch mit Sachgütern. Diese Sachgüter kann der Handel in seiner Funktion dem Kunden vorführen. Die Vorführung an sich ist dabei die Dienstleistung (immateriell), das Sachgut selbst ist bei der Dienstleistung unerheblich. Das Sachgut ist das Produkt des produzierenden Herstellers. Verwechslungsgefahr besteht insbesondere bei der

Qualitätsmessung. Die Dienstleistung „Sachgüter zum Verkauf anbieten“ kann nur schwer gemessen werden. Dies ist aber nicht zu verwechseln mit der Qualität des Sachgutes selbst (Produktionsqualität des Herstellers). Dahingegen kann die Qualität des Sortiments wiederum gut bewertet werden, da eine Verbindung zum Sachgut besteht. Schwieriger wird dies jedoch beim Handel mit Dienstleistungen. Weitere Verwechslungsgefahr besteht bei der Produktion, Übertragung, Lagerung und Transport von Sachgütern. Die Begriffe sind dem produzierenden Gewerbe und der Logistik zuzuordnen. Die Ein- und Verkaufsleistung ebenso wie die Sortimentsfunktion des Handels an sich kann nicht produziert, übertragen, gelagert oder transportiert werden.

Unklar bleibt allerdings der Eigentumswechsel. Gerade hier ist das Paradoxon, dass der Handel nicht seine Dienstleistung selbst verkauft (z.B. das Warenangebot) sondern tatsächlich Eigentumswechsel an Sachgütern vollzieht. D.h. er verrichtet seine Dienstleistung nicht an fremden Menschen und deren Objekten, vielmehr gehen die Eigentumsrechte der Objekte in juristisch geregelten Kaufs- und Verkaufsprozessen über.

Zur Klärung des Begriffes Ware ist auch anzufügen, dass es sich dabei um Sachgütern und den Handel von Dienstleistungen selbst handelt. Der Handel verkauft in zunehmenden Maße Reisen, Versicherungen, etc.

4.6 Ableitung einer Definition für den Handel als Dienstleistung

Der Vergleich der Charakteristiken der Dienstleistung mit den Definitionen des Handels zeigt, dass weder im institutionellen noch im funktionellen Sinne der Handel als Dienstleistung ausreichend definiert wird bzw. einige Umschreibungen zu weit gefasst sind. Zudem wird der Handel oft missverständlich mit Sachgütern in Zusammenhang gebracht und der Handel mit Dienstleistungen außer Acht gelassen. Es ist daher notwendig, den Handel als Dienstleistung zu untersuchen, bevor Definitionen für handelsnahe Dienstleistungen abgeleitet werden können. Die folgende Grafik zeigt einige Problembereiche auf.

Handel	Dienstleistung
Handel präsentiert Sachgüter gegenständlich die Dienstleistung bleibt die immaterielle Warenpräsentation	Dienstleistung ist immateriell
Sachgut kann vor dem Kauf vorgeführt werden, nicht aber die Verkaufsdienstleistung	Leistung ist vor dem Verkauf weder zeig- noch prüfbar
Quantität und -qualität der Sachgüter sind messbar, kaum aber die Verkaufsqualität	Leistungsquantität und -qualität sind schwer erfassbar
Produktangebot ist ohne Käufer möglich, der (Ver)Kauf bedingt aber Lieferanten/Kunden	Käufer ist an der Leistungserstellung beteiligt
Waren werden produziert und angeboten, aber die (Ver)Kaufshandlung ist simultan	Produktion und Übertragung der Leistung fallen meist zusammen
Waren sind lagerfähig und transportierbar, der (Ver)Kauf ist nicht speicherbar	Leistung ist nicht speicherbar, vergänglich, nicht transportierbar
Eigentums-/Besitzwechsel nach dem Kauf → Paradoxon	Kein Eigentumswechsel

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Lehmann, A. (1995) S. 21 und Haller, S. (2012) S. 9

Anders als bei anderen Dienstleistungen wird im Handelsprozess die Dienstleistung nicht an fremden Menschen und deren Objekten vollzogen, sondern in juristisch gesicherten Kauf- und Verkaufsprozessen Eigentumsrechte übertragen (Paradoxon der Handelsdienstleistung). Insofern besteht hier ein noch ungeklärtes Problem mit der Definition Handel als Dienstleistung.

Auf Basis der beschriebenen Erkenntnisse soll nun eine eigene Definition für den Handel als Dienstleistung erarbeitet werden. Der Handel ist demnach:

*Der Handel ist eine Dienstleistung, bei der materielle Sachgüter und immaterielle Dienstleistungen (Waren) in einem sog. Handelsprozess (**Immaterialität**) von Lieferanten beschafft und an Kunden verkauft bzw. bei Nichtgefallen umgetauscht werden (**Integration des externen Faktors**). Dazu erschließt der Handel Beschaffungs- und Absatzmärkte, nimmt Kontakte zu potentiellen Lieferanten und Kunden auf und sammelt dafür alle notwendigen Informationen. Die Sachgüter und Dienstleistungen werden in einem Sortiment zusammengestellt (Qualitäts- und Quantitätsfunktion, Sortimentsfunktion)*

*und den Kunden zum Verkauf stationär oder im Internet präsentiert. Der Handel bündelt zusätzliche sonstige Dienstleistungen selbst oder mit Hilfe von handelsnahen Dienstleistern (z.B. Beratungsfunktion, Kredit- und Werbefunktion) und überbrückt mit Hilfe von Logistikdienstleistern Raum, Zeit und Quantität (**Potentialorientierung**). Anders als bei anderen Dienstleistungen wird im Handelsprozess die Dienstleistung nicht an fremden Menschen und deren Objekten vollzogen, sondern in juristisch gesicherten Kauf- und Verkaufsprozessen Eigentumsrechte übertragen (Paradoxon der Handelsdienstleistung, **Prozessorientierung**). Die nutzenstiftende Wirkung des Handels ist somit für den Lieferanten der Ankauf der Ware (Beschaffungsorganisation) und für den Kunden das Angebot in einem Sortiment und der Verkauf der Ware, das schließt das gesamte Fulfillment mit ein (**Ergebnisorientierung**).*

Kürzer zusammengefasst heißt das:

Der Handel ist eine Dienstleistung, bei der materielle Sachgüter und immaterielle Dienstleistungen (Waren) in einem sog. Handelsprozess von Lieferanten beschafft und an Kunden verkauft bzw. bei Nichtgefallen umgetauscht werden. Dazu erschließt der Handel Beschaffungs- und Absatzmärkte, nimmt Kontakte zu potentiellen Lieferanten und Kunden auf und sammelt dafür alle notwendigen Informationen. Die Waren werden in einem Sortiment zusammengestellt und den Kunden zum Verkauf stationär oder im Internet präsentiert und schließt das gesamte Fulfillment mit ein. In juristisch geregelten Kauf- und Verkaufsprozessen werden damit Eigentumsrechte übertragen.

Daraus wird ersichtlich, dass sehr viele Funktionen und Dienstleistungen, die bislang dem Handel im weiteren Sinne zugesprochen wurden, keine Handelsdienstleistung im engeren Sinne darstellen. Der Handel bündelt Logistik- und sonstige Dienstleistungen. Der Handel kann daher entscheiden, ob er zusätzliche Dienstleistungen anbietet (make) oder outsourct (buy). Geht man von der weiteren Definition aus, so kann der Handel zahlreiche Handelsdienstleistungen an externe Unternehmen outsourcen: an sog. handelsnahe Dienstleister. Auf Basis dieser Abgrenzungen und Definitionen lassen sich nun Definitionen für handels- und logistiknahe Dienstleister ableiten.

5 Ableitung einer Definition für handels- & logistiknahe Dienstleistungen

Auf Basis der Definition von Handel und Logistik als Dienstleistung lässt sich nun definieren, welche Dienstleistungen als handelsnah bzw. logistiknah bezeichnet werden können. Dabei sollen die verschiedenen Methoden einer Definitionsfindung durchlaufen werden.

5.1 Definition logistiknahe und logistikspezifische Dienstleistungen

5.1.1 Diskussion bestehender Definitionen

Es gibt bisher keine explizite wissenschaftliche Definition für die logistiknahen Dienstleistungen. Lediglich der Logit-Club e.V. unternimmt vage den Versuch einer Definition. Demnach wird die logistiknahe Dienstleistung als

ein unternehmensbezogener Dienst (Immaterialität), der zur Realisierung logistischer Dienstleistungen notwendig ist (Integration externer Faktor, Prozessorientierung), z.B. Softwareherstellung, Vermietung von Güterfahrzeugen definiert.⁵⁷

Diese Definition scheint jedoch zu kurz gegriffen, wie die folgende Tabelle zeigt. Insbesondere ist nicht geklärt, welche Dienstleistungen zur Logistik zählen und welche logistiknahe Dienstleistungen sind. Auch die Aufzählung von Beispielen ist dafür ungenügend. Die Definition ist eher eine Abgrenzung zur bzw. Anlehnung an die Logistik und der logistiknahe Dienstleister wird nicht selbständig dargestellt.

Rohwedder (1995) definiert Dienstleistungen für die Logistik wie folgt:

„Dienstleistungen für die Logistik ist der Prozess der Koordination (**Prozeßorientierung**) nicht-materieller Tätigkeiten (**Immaterialität**), die zur Erfüllung der Dienstleistung notwendig sind (**Ergebnisorientierung**), in einer kosten- und kundenserviceeffizienten Weise. Schwerpunkte der Betrachtung liegen in einer Reduktion der Lieferzeiten, dem Management der Servicekapazitäten und der Gestaltung des Distributionskanals.“ (Rohwedder, D., 1995, S. 118)

Auch wenn diese Definition den logistiknahen Dienstleister schon genauer beschreibt, so wird er auch hier als alleiniger Dienstleister für die Logistik dargestellt. Viele der logistiknahen Dienstleister sind aber nicht ausschließlich für die Logistik tätig. Ein Steuerberater für Logistikunternehmen hat auch Kunden aus anderen Branchen bzw. ein Unternehmen, das Lagerkapazitäten anbietet, lagert evtl. auch Güter für produzierende Unternehmen. Die folgende Tabelle fasst die bisherigen Definitionen zusammen:

⁵⁷ Vgl. Logit-Club (2012)

Charakteristiken Dienstleistung	Logit	Rohweder
Immaterialität	x	x
Integration externer Faktor	x	
Potentialorientierung		
Prozessorientierung	x	x
Ergebnisorientierung		x
„uno-actu“-Prinzip		

Quelle: Eigene Darstellung

Fraglich ist, wie weit bzw. wie eng sollte der Begriff logistiknahe Dienstleister abgesteckt werden? Es wird deutlich, dass man hier in einem vorgeschalteten Schritt nicht um eine Enumeration herum kommt, um den Begriff in seiner Weite zunächst zu erfassen.

5.1.2 Eine Enumeration logistiknaher Dienstleistungen

Der Blick in den NACE Rev 2 der Statistischen Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft bringt zunächst keinen weiteren Aufschluss über die Zusammenhänge. In Abschnitt H wird der Bereich Logistik und Lagerei beschrieben, doch die logistiknahen Dienstleistungen in der Gruppe 52 sind nicht tiefergehend klassifiziert.

Abteilung	Gruppe	Klasse		ISIC Rev. 4
ABSCHNITT H — VERKEHR UND LAGEREI				
52			Lagerei sowie Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für den Verkehr	
	52.1		Lagerei	
		52.10	Lagerei	5210
	52.2		Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für den Verkehr	
		52.21	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für den Landverkehr	5221
		52.22	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für die Schifffahrt	5222
		52.23	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für die Luftfahrt	5223
		52.24	Frachttumschlag	5224
	52.29	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für den Verkehr a. n. q.	5229	

Abb. 6: Verkehr und Lagerei nach NACE Rev 2

Quelle: NACE Rev 2 der Statistischen Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft

Die egeb Wirtschaftsförderung Entwicklungsgesellschaft Brunsbüttel mbH (Egeb 2013) und Abelmann (2008) von der SCI Verkehr GmbH sowie der Logit Club e.V. unterscheidet dahingehend logistikspezifische und logistiknahe Dienstleistungen sowie logistiknahe Industrien. Dieser Einteilung folgt auch bspw. die Prognos AG (2009) oder das Wirtschaftsministerium Baden Württemberg (2009) und andere. Der Logistiksektor lässt sich demnach in drei Unterbereiche einteilen:⁵⁸

- 1.. Die logistiknahe Industrie beinhaltet die Hersteller von Produkten, die für logistische Prozesse (Verpackungsmittel sowie Transportmittel) benötigt werden.
- 2.. Die logistiknahen Dienstleistungen sind unternehmensbezogene Dienste, die zur Realisierung logistischer Dienstleistungen erforderlich sind (z. B. Softwareherstellung, Vermietung von Güterfahrzeugen).

⁵⁸ Vgl. Abelmann, P. (2008)

3.. Die logistikspezifischen Dienstleistungen sind die konkreten logistischen Dienstleistungen, entsprechend der Kette Transport-Umschlag-Lagerung.

Logistikspezifische Dienstleister sind Logistikunternehmen entsprechend der Kernkompetenzen der Logistik Transport-Umschlag-Lagerung, was auch als Intralogistik bezeichnet werden kann. Das sind bspw.⁵⁹

- Fuhrunternehmen
- Spediteure
- 3rd / 4th Party Logistiker
- Reedereien
- Schifffahrtlinie
- Lagerbetreiber / Kühlhausbetreiber
- KEP (Briefdienste, Paketdienste, Expressdienste, Kurierdienste)

Dem sind noch evtl. hinzu zu fügen

- Kommissionierung, Veredelung und Verpackung

Logistiknahe Dienstleister bieten unternehmensbezogene Dienste für Logistik-Unternehmen an, z.B.⁶⁰

- Logistiknahe Dienstleistungen (Software, Consulting, Fahrzeugvermietung...)
- Immobilien-Sektor (Entwickler, Makler, Vermieter...)
- Finanzdienstleister (Banken, Fonds, Versicherungen...)
- Infrastruktur Provider (Häfen, Schienennetz, Flughäfen...)
- Personaldienstleister (Zeitarbeitsfirmen, Personalvermittler...)
- Aus- und Weiterbildung (Universitäten, Fachhochschulen, Weiterbildungseinrichtungen...)
- Vereine / Verbände / Institutionen
- Anwälte / Steuerberater / Wirtschaftsprüfer
- Wartung und Reparaturen für Flurförderfahrzeuge sowie Regalbediengeräte
- Transporthilfsmittel-Dienstleister (Chep, LPR, IFCO, PAKI)
- Zertifizierungsinstitute und GS1

Logistiknahe Industrie sind Hersteller von Produkten, die für logistische Prozesse benötigt werden.⁶¹

- Fahrzeugbau und -verkauf
- Zulieferer / Komponentenhersteller
- Paletten-Hersteller

⁵⁹ Vgl. egeb (2012)

⁶⁰ Vgl. egeb (2012)

⁶¹ Vgl. egeb (2012)

- Hersteller von Flurförderfahrzeugen und von Equipment (z.B. RFID, Etiketten, Folien, Regale aller Art und sogar komplette automatisierte Hochregallager)

Als **Kreislaufwirtschaft** in der Logistik werden folgende Bereiche beschrieben:

- Recycling
- Retourenmanagement
- Entsorgung
- Mehrwegbehälter

Noch nicht klar abgegrenzt von den logistiknahen Dienstleistungen ist auch das gesamte Feld der eLogistik und der Logistikplanung.

- Logistikplanung
- Warenwirtschaftssysteme
- ERP-Systeme
- Transportmanagementsysteme
- Frachtbörsen
- Supply Chain Management

Neuerdings entstehen zahlreiche Logistik-Portale, insbesondere in Baden-Württemberg und Bayern. Die daraus resultierenden Cluster haben die Arbeit aufgenommen und haben vielfach mit Informationssammlungen begonnen und stellen diese heute als "Portale" im Internet bereit. Dort wird heute zudem die **erweiterte Logistikbranche** definiert, in der alle Beschäftigten mit logistischen Tätigkeiten in Industrie und Handel in die Betrachtung mit einbezogen werden. Zur erweiterten Logistikbranche zählen alle Beschäftigten, die in Industrie- und Handelsunternehmen mit logistischen Tätigkeiten betraut sind. Diese können auf Basis der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Berufsordnungen bzw. -klassen ermittelt werden. Die einzelnen Berufsgruppen können in vier Kategorien geclustert werden⁶²:

- Berater etc. (spezialisierte Architekten, Logistikberater, Planer,...)
- Gewerblicher Transport (Lkw-Fahrer, Lokomotivführer, Kurierfahrer,...)
- Gewerblicher Umschlag / Lagerung (Lagerarbeiter, Magaziner,...)
- Kaufleute (Speditionskaufleute, Industriekaufleute,...)

Diese Enumeration definiert die Begriffe noch nicht, bilden aber eine gute Grundlage dafür.

5.1.3 Ableitung einer Definition für logistiknahe und logistikspezifische Dienstleistungen

Auf Basis der erweiterten Definition von Logistik und der aufgezählten Wirtschaftszweige logistiknaher und – spezifischer Dienstleister (Enumeration) lassen sich nun Definitionen für logistikspezifische und logistiknahe Dienstleistungen ableiten.

Logistikspezifische Dienstleister sind Logistikunternehmen entsprechend der Kernkompetenzen der Logistik Transport-Umschlag-Lagerung, was auch als Intralogistik bezeichnet werden kann.

⁶² Bundesanstalt für Arbeit, Arbeitsmarktzahlen Baden-Württemberg, und Statistisches Landesamt Baden-Württemberg nach Wirtschaftszweigsystematik 2008 und spezielle Systematik der SCI Verkehr GmbH

Eine logistikspezifische Dienstleistung ist eine standardisiert oder individuell optimiert angebotene Transport-, Lagerung- und Umschlagdienstleistung im Auftrag für Logistikunternehmen vom Lieferanten zum Unternehmen (Beschaffungslogistik), zwischen Unternehmen (Gütertransfer, Lagerung) oder zu dessen Kunden (Auslieferung). Die Leistungsfähigkeiten umfassen neben den physischen Logistikfunktionen auch die gedanklichen Fähigkeiten der Planung, Steuerung und Organisation dieser Transferleistungen bis hin zur Gestaltung des gesamten Distributionskanals. Die Logistikfähigkeiten werden für Logistikunternehmen so angeboten, dass dessen Ware in der richtigen Menge, im richtigen Zustand, am richtigen Ort, zur richtigen Zeit, für den richtigen Kunden, zu den richtigen Kosten geliefert wird.

Insofern unterscheidet sich diese Definition kaum von der Definition für Logistikunternehmen mit dem einzigen Unterschied, dass der Kunde ein vorgeschaltetes Logistikunternehmen ist. Anders ist es bei den **logistiknahen Dienstleistern**. Diese sind nicht im Kerngeschäftsfeld Logistik tätig.

Logistiknahe Dienstleistungen sind unternehmensbezogene, immaterielle Dienste von Menschen und dessen Fähigkeiten sowie die Überlassung und/oder Vermittlung von Infrastruktur, Software und Geräten, die zur Realisierung logistischer Dienstleistungen erforderlich sind und nicht dem Kerngeschäft der Logistik Transport-, Lagerung- und Umschlagdienstleistung zuzuordnen sind. Die Leistungsfähigkeiten umfassen nicht die physischen Logistikfunktionen, sondern unterstützen die gedanklichen und Faktorkombinations-Fähigkeiten der Planung, Steuerung, Organisation und Durchführung der logistischen Transferleistungen bis hin zur Gestaltung des Distributionskanals. Die Logistikfähigkeiten werden für den Kunden so angeboten, dass dessen Ware in der richtigen Menge, im richtigen Zustand, am richtigen Ort, zur richtigen Zeit, für den richtigen Kunden, zu den richtigen Kosten geliefert wird.

Eine Überschneidung existiert dabei bei der Gestaltung des Distributionskanals. Fraglich ist, ob die Gestaltung eines Distributionskanals eine logistikspezifische Tätigkeit ist oder aber der Beratung zuzuordnen ist.

5.2 Definition handelsnahe Dienstleistungen

Trotz umfangreicher Recherche kann keine wissenschaftliche Definition für handelsnahe Dienstleistungen gefunden werden. Der Blick in den NACE Rev 2 des „Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft“ bringt hier auch keinen weiteren Aufschluss, dort wird lediglich der Handel mit Kraftfahrzeugen, der Groß- und Einzelhandel unterschieden und sehr granuliert untergliedert. Indirekt werden handelsnahe Dienstleistungen als Reparatur von Kfz und Gebrauchsgütern definiert. Diese Tätigkeiten sollen hier eingeschlossen, aber nicht als Definition verwendet werden. Auch das Metro-Handelslexikon (2012) beschreibt den Begriff nicht. In verschiedenen Städtemarketingkonzepten wurden handelsnahe Dienstleistungen zudem beschrieben mit Gastronomie, Banken und anderen Freizeitaktivitäten. Auch hier werden Reparaturbetriebe als handelsnah beschrieben. Auch diese Definitionen reichen nicht aus. Daher scheint auch hier zunächst eine Enumeration als erste Annäherung sinnvoll.

5.2.1 Eine Enumeration handelsnaher und –spezifischer Dienstleistungen

Um handelsnahe Dienstleistungen im weiteren Sinne zu eruieren, soll nun eine Branchenliste handelsnaher Dienstleistungen zusammengestellt werden.

- Aus dem Bereich **Logistik-Dienstleistungen**: Distribution, Transportlogistik und *Fulfillment* (z.B. Warehousing o. Web-Shop)
- **Marketing-Informationen**: Adressverwaltung und neue Kundendaten
- **Risiko-Informationen** von Rating-Dienstleistern, zum Beispiel die Einschätzung der Kreditwürdigkeit von Kunden, etwa durch die SCHUFA und andere Organisationen, welche Risikoanalysen und Wirtschaftsdatenbank im B2B-Bereich erstellen.
- **Forderungsmanagement**: z.B. Factoring-Dienstleistungen, Debitorenmanagement sowie extern kaufmännisches Mahnwesen.
- **Inkasso-Dienste**
- **Payment Services**: Zur Erleichterung des elektronischen Zahlungsverkehrs und zur Kreditierung als Verkaufsförderung des Kunden eingesetzt. In diesem Rahmen agieren bspw. Kreditkartenunternehmen (American Express, Visa, Eurocard) sowie Card-Payment-Provider (Easycash) zur Unterstützung des Handels.
- **Sourcing & Produkt Beschaffungsorganisation**: Thema Einkaufsbündelung.
- **Web-Enabling**: z.B. Internet – Services
- **Externe Qualitätsabsicherung** durch Dienstleister
- **Public Relations** ergänzen den Katalog der handelsnahen Dienstleistungen.
- **Personal-Service** (Personalvermittlung, Headhunter)
- **Facility Management** sowie **Center Management**
- **Objektentwicklung** – Projektmanagement – Vermietung Handel (Shopping-Center z.B. ECE, Dt. Euroshop)
- **Gastronomie/Restaurants** im Handel
- **Reisebüros** im Handel
- **Warenaufbereitung** (Aufbügeln, Verpacken, Neuverpacken)
- **Montage-, Reparatur-, Wartung**
- **Produktionstechnische Beratung** und technische Schulung
- **Schlüsseldienst, Änderungsschneiderei, Textilpflege**
- **Schaufensterdekoration**
- **Bonus- und Rabattsysteme** (z.B. Payback, DeutschlandCard)
- **Kundenkarten** (z.B. METRO, Budni, Esso, BP, Aral, Tchibo)
- **Fulfillment Dienstleistungen**
- **Teilzahlungsbanken** (z.B. Citibank)
- **Inventuren**
- **Regalverräumung**
- **Security, Wachdienste, Zugangskontrollen**
- **Anwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer**
- **Rückzahlung der Mehrwertsteuer** (z.B. Tax Free Germany)

Einerseits besteht die Möglichkeit des Outsourcing von typischen Handelsfunktionen, wie zum Beispiel im Bereich der Finanzdienstleistungen (Zahlungsabwicklung, Mahn- und Klagewesen), im Bereich *Fulfillment* (z.B. Warehousing oder *Web-Shop*), im Bereich *Webenabling* sowie Transportlogistik. Andererseits besteht die Möglichkeit des Insourcing des Handels bzw. ein ergänzendes Angebot zum Handel wie Gastronomie, Reisevermittlungen (Reisebüros) sowie die Montage-, Reparatur-, Wartung von technischen Geräten.

Die Enumeration zeigt jedoch, dass es kaum möglich ist, aus einer Aufzählung eine Definition abzuleiten. Sie zeigt aber die Bandbreite der handelsnahen Dienstleistungen.

5.2.2 Versuch der Definition handelsnaher Dienstleistungen über Praxisbeispiele

Die duale Hochschule Baden-Württemberg (2012) definiert Dienstleistungen und *Value Added Services* (DS) rund um den Handel mit Verbundgruppen, Franchising, Beratung, Versorgungsdienstleistungen usw. Auch wenn dies dort ein Studienfach ist, so ist diese Beschreibung noch zu vage.

Ein für die Darstellung der Praxis geeignetes Unternehmen ist die Otto Group, die mit ihren 123 Gesellschaften zur größten Versandhandelsgruppe der Welt und als Nummer zwei weltweit im eCommerce gehört. In diesem Zusammenhang sind die Kerngeschäfte der Otto Group Multi Channel Einzelhandel und handelsnahe Dienstleistungen. Erstes Beispiel ist die Hermes Logistik Gruppe Deutschland (Otto Group). Auch die Hermes Gruppe grenzt die logistikspezifischen Dienstleistungen klar von den handelsnahen Dienstleistungen ab.⁶³ Im Markt für Endverbraucher am bekanntesten ist die Sparte Distribution (Paketversand):

*... beim letzten Abschnitt des Weges bis an die Haustür. Wir von Hermes liefern Qualität. Das beweisen wir jeden Tag aufs Neue, mit durchschnittlich 1,5 Millionen Haustürkontakten in ganz Deutschland und in 23 europäischen Ländern. ... Bei Möbel- und Großgeräteelieferungen nehmen unsere 2-Mann-Teams Ihren Kunden nicht nur eine schwere Last ab, sondern bieten Ihnen zusätzlich einen umfassenden Service.*⁶⁴

Doch die Angebotspalette ist breiter. Die Sparte Transport Logistics bietet Logistikdienstleistungen aller Art an und definiert sich als:

*Die Hermes Transport Logistics bietet optimierte Prozesse über alle vier Verkehrsträger – modular oder als Gesamtlösung. Wir garantieren Ihnen maßgeschneiderte Serviceleistungen, egal in welcher Branche und in welchen Ländern Sie agieren. Kurze Reaktionszeiten und zahlreiche Verbindungen für tägliche Ladungen sorgen für große Flexibilität. Ob zu Land, zu Wasser oder in der Luft: Die Hermes Transport Logistics liefert die Waren zuverlässig, pünktlich und ressourcenschonend an Ihre Kunden.*⁶⁵

Im Bereich *Sourcing* und *Product* werden typische Handelsfunktionen für den Handel angeboten. Dies entspricht im Wesentlichen einer handelsspezifischen Dienstleistung, wie sie oben als logistikspezifische Dienstleistung beschrieben wurde.

Um die erfolgreiche Beschaffung der Waren zu gewährleisten, übernehmen wir von Hermes in Ihrem Auftrag einzelne Bausteine oder auch die gesamte Prozesskette. Um ein Produkt erfolgreich in den

⁶³ Vgl. Hermes (o.J.)

⁶⁴ Vgl. Hermes Paketversand (o.J.)

⁶⁵ Vgl. Hermes Transport und Logistics (o.J.)

Markt einzuführen, darf man nichts dem Zufall überlassen. Daher ist eine eingehende Qualitätssicherung jedes Produktes unerlässlich. Dies gibt Ihnen Sicherheit für die Einhaltung der gesetzlichen und Ihrer individuellen Qualitätsanforderungen. Dafür stehen unsere anerkannten Prüfsiegel. ⁶⁶

Doch Hermes bietet auch eine große Palette an handelsnahen Dienstleistungen, insbesondere für eBusiness:

Hermes Fulfillment und Hermes NexTec sind erfahrene E-Commerce Spezialisten, die Sie beim Aufbau und Betrieb Ihres Onlinegeschäfts unterstützen und passgenaue Full-Service Lösungen für Sie entwickeln. ... Wir erbringen für Sie alle Services entlang des E-Commerce Warenstroms aus einer Hand, ... Shop- und Content-Management, Shop Software Lösung, Performance Marketing, Warehousing & Logistik, Finanzservices sowie Customer Care. ⁶⁷

Insgesamt werden die Dienstleistungen der Hermes Gruppe als handelsnahe Dienstleistungen definiert:

„Als weltweiter Enabler eines kompletten Handels-Dienstleistungsportfolios können Hermes-Kunden handelsnahe Services entlang der gesamten Wertschöpfungskette beziehen.“ ⁶⁸

Die EOS als Finanzdienstleister der Otto Gruppe schreibt, sie

„ist einer der führenden internationalen Anbieter von individuellen Dienstleistungen rund um den Lebenszyklus einer Kundenbeziehung – von der Kundengewinnung über die elektronische Zahlungsabwicklung bis hin zu Inkasso und Forderungskauf.“ ⁶⁹

Und die Euler Hermes Gruppe (ebenfalls Otto Group) bietet u.a. dem Handel Kreditversicherungen an:

Wir sind der weltweit führende Anbieter von handelsbezogenen Versicherungslösungen und helfen Unternehmen aller Größen, ihren Handel im In- und Ausland mit vollem Vertrauen betreiben zu können. ⁷⁰

Und die ECE Gruppe der Otto Gruppe bündelt alle Immobiliendienstleistungen unter einem Dach:

Die ECE beschäftigt Spezialisten aller immobilienrelevanten Fachbereiche. Damit vereinigen wir sämtliche Kompetenzen rund um die Immobilie unter einem Dach - von der ersten Ideenfindung bis zum langfristigen Management. Unser Credo: Alles aus einer Hand - mit echter Projektverantwortung statt Moderation. Ergänzt um unsere jahrzehntelange Erfahrung sowie die Finanzkraft der eigenen Gruppe kann die ECE damit jeglichen Anforderungen gerecht werden. ⁷¹

Diese Praxisbetrachtung liefert die Erkenntnis, die Praxis handelsnaher Dienstleistungen am Beispiel der Otto Gruppe gliedert sich in

- Logistikspezifische Dienstleistungen für den Handel
- Handelsspezifische Dienstleistungen für den Handel
- Handelsnahe Dienstleistungen für den Handel.

⁶⁶ Hermes Sourcing & Products (o.J.)

⁶⁷ Hermes Full Service eCommerce (o.J.)

⁶⁸ Hermes (o.J.)

⁶⁹ EOS (o.J.)

⁷⁰ Euler Hermes (o.J.):

⁷¹ ECE (o.J.)

Im Folgenden werden daher nun die handelsspezifischen und handelsnahen Dienstleistungen weiter untersucht.

5.2.3 Definition handelsspezifischer und handelsnaher Dienstleistungen

Die handelsspezifischen und handelsnahen Dienstleistungen lassen sich nun analog der Logistikdienstleistungen ableiten. Dazu hilft die Enumerierung der Aktivitäten handelsnaher Dienstleistungen. Nach der Abgrenzung von logistikspezifischen Dienstleistungen für den Handel können nun handelsspezifische und handelsnahe Dienstleistungen getrennt definiert werden.

Der Handelssektor lässt sich demnach in drei Unterbereiche einteilen:

1. Die handelsnahe Industrie beinhaltet die Hersteller von Produkten, die für Handelsprozesse benötigt werden. Das umschließt u.a. Regal- und Lagersysteme, Kassensysteme etc.
2. Die handelsnahen Dienstleistungen sind unternehmensbezogene Dienste, die zur Realisierung von Handelsdienstleistungen erforderlich sind:
 - Marketing-Informationen
 - Risiko-Informationen von Rating-Dienstleistern
 - Forderungsmanagement
 - Payment Services
 - Externe Qualitätsabsicherung durch Dienstleister
 - Public Relations
 - Personal-Service (Personalvermittlung, Headhunter)
 - Facility Management
 - Objektentwicklung – Projektmanagement – Vermietung
 - Gastronomie/Restaurants im Handel
 - Reisebüros im Handel
 - Montage-, Reparatur-, Wartung
 - Produktionstechnische Beratung und technische Schulung
 - Schlüsseldienst, Änderungsschneiderei, Textilpflege
 - Schaufensterdekoration
 - Bonus- und Rabattsysteme (Customer Relations Management)
 - Kundenkarten (z.B. METRO, Budni, Esso, BP, Aral, Tchibo)
3. Die handelsspezifischen Dienstleistungen sind die konkreten Handelsdienstleistungen, die vom Handel auch outgesourct werden können.
 - **Beschaffungsdienstleister** (Sourcing, Beschaffungsorganisationen) im Sinne von Hermes *Sourcing* und *Product*
 - **Fulfillment Dienstleistungen**
 - a. Retourenmanagement und –abwicklung
 - b. Werbemittellogistik
 - c. Bestellsannahme

- d. Lagerhaltung und Warehousing
- e. Kommissionierung
- f. Verpackung
- g. Frankierung
- h. Versand
- i. Rechnungsstellung
- j. Mahnung
- k. Value Added Service

- **Verkaufsdienstleister** (z.B. Web-Shops im Sinne von Hermes eCommerce)

Davon abzugrenzen ist die Intra-Logistik des Handels, d.h. interne Logistikvorgänge im Handel. Zudem werden abgegrenzt alle externen Logistik-Dienstleistungen (Distribution und Transportlogistik), die nach der Definition in dieser Arbeit der Logistik zuzurechnen ist (siehe z.B. Hermes Paket Dienst und Transport Logistic).

Die handelsspezifischen Dienstleistungen leiten sich dabei sehr von der Definition des Handels ab:

*Handelsspezifische Dienstleistungen sind standardisiert oder individuell optimiert angebotene Handelsdienstleistungen für den stationären Handel und den eCommerce, bei der materielle Sachgüter und immaterielle Dienstleistungen (Waren) in einem sog. Handelsprozess (**Immaterialität**) von Lieferanten beschafft und/oder an Kunden verkauft bzw. bei Nichtgefallen umgetauscht werden (**Integration des externen Faktors**). Dazu erschließt der handelsspezifische Dienstleister Beschaffungs- und Absatzmärkte, nimmt Kontakte zu potentiellen Lieferanten und Kunden auf und sammelt dafür alle notwendigen Informationen. Die Sachgüter und Dienstleistungen können für den Handel in einem Sortiment zusammengestellt (Qualitäts- und Quantitätsfunktion, Sortimentsfunktion) und den Kunden zum Verkauf präsentiert werden. Der handelsspezifische Dienstleister bündelt zusätzliche sonstige Dienstleistungen (z.B. Beratungsfunktion, Kredit- und Werbefunktion) (**Potentialorientierung**). Die Leistungsfähigkeiten umfassen neben den physischen Handelsfunktionen auch die gedanklichen Fähigkeiten der Planung, Steuerung und Organisation dieser Leistungen bis hin zur Gestaltung des gesamten Handels (**Prozessorientierung**). Die nutzenstiftende Wirkung der handelsnahen Dienstleister für den Handel sind somit alle handelsspezifischen Prozesse (**Ergebnisorientierung**).*

Oder kürzer:

Handelsspezifische Dienstleistungen sind standardisiert oder individuell optimiert angebotene Handelsdienstleistungen für den stationären Handel und eCommerce, bei der materielle Sachgüter und immaterielle Dienstleistungen (Waren) in einem sog. Handelsprozess von Lieferanten beschafft und/oder an Kunden verkauft bzw. bei Nichtgefallen umgetauscht werden. Die Sachgüter und Dienstleistungen können für den Handel in einem Sortiment zusammengestellt (Qualitäts- und Quantitätsfunktion, Sortimentsfunktion) und den Kunden zum Verkauf präsentiert werden. Der handelsspezifische Dienstleister bündelt zusätzliche sonstige Dienstleistungen (z.B. Beratungsfunktion, Kredit- und

Werbefunktion). Die Leistungsfähigkeiten umfassen neben den physischen Handelsfunktionen auch die gedanklichen Fähigkeiten der Planung, Steuerung und Organisation dieser Leistungen bis hin zur Gestaltung des gesamten Handels.

Die handelsnahen Dienstleistungen haben mit den logistknahen Dienstleistungen eine große Überschneidung. Dies zeigt die Enumeration der handelsnahen Dienstleistungen im weiteren Sinne. Daher kann die Definition für handelsnahe Dienstleistungen von dort abgeleitet werden.

Handelsnahe Dienstleistungen sind unternehmensbezogene, immaterielle Dienste vom Menschen und deren Fähigkeiten sowie die Überlassung und/oder Vermittlung von Infrastruktur, Software und Geräten, die zur Realisierung von Handelsdienstleistungen erforderlich sind und nicht dem Kerngeschäft des Handels zuordenbar sind. Die Leistungsfähigkeiten umfassen nicht die physischen Handelsfunktionen, sondern unterstützen die gedanklichen und Faktorkombinations-Fähigkeiten der Planung, Steuerung, Organisation und Durchführung der Handelsdienstleistung bis hin zur Gestaltung des Handels.

6 Schlussbemerkung

Die systematische Bearbeitung des Themas Handel und Logistik als Dienstleistung sowie spezifische und nahe Dienstleistungen rund um den Handel und die Logistik sowie die Abgrenzung zwischen Handel und Logistik haben gezeigt, dass eine Klärung der Begriffe nützlich ist. Gerade bei den handelsspezifischen und handelsnahen Dienstleistungen bestand ein Klärungsbedarf. Die logistiknahen und –spezifischen Dienstleistungen konnten dahingegen gut aus der betrieblichen Praxis abgeleitet werden.

Während sich wohl die hier beschriebenen Definitionen für Handel und Logistik weniger in der Literatur durchsetzen werden, so wäre es wünschenswert, würden die handelsnahen und –spezifischen Dienstleistungen in Literatur und Praxis ähnlich präzise abgegrenzt werden wie die logistiknahen und -spezifischen Dienstleistungen.

Abschließend sei festgestellt, dass mit dem vorliegenden Arbeitspapier eine gut strukturierte, am Dienstleistungsbegriff orientierte und in ein Gesamtsystem von Dienstleistung, Handel und Logistik integrierbare Definition für handels- und logistiknahe sowie handels- und logistikspezifische Dienstleister abgeleitet wurde. Dem soll zukünftig insbesondere im Studienfach Dienstleistungsmanagement des Studiengangs Handel & Logistik an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften gefolgt werden.

7 Literaturverzeichnis

- Abelmann, P. (2008): Logistik-Arbeitsmarkt im Kreis Gütersloh, SCI Verkehr GmbH, Gütersloh, 12.11.2008, in: http://www.pro-wirtschaft-gt.de/fileadmin/media/bilder/Wirtschaft/Innovation/Logistik/08_11_12_Abelmann_Arbeitsmarkt_KGT.pdf (abgerufen am 14.9.2013)
- Bagatu, C. (2008): Smartcontainer als Antwort auf logistische und sicherheitsrelevante Herausforderungen in der Lieferkette. Auswirkungen und Handlungsempfehlungen für die Wertschöpfungskette der Logistik, Berlin, 2008
- Baumgarten, H.; Walter S. (2000): Trends und Strategien in der Logistik: Supply Chains im Wandel, Berlin, 2000
- Berekoven, L. (1986): Der Dienstleistungsmarkt – Sachliche Besonderheiten und empirische Befunde, in: Pechtel, Eduard (Hrsg.): Perspektiven der Dienstleistungswirtschaft, Göttingen, S. 24-41
- Bieger, T. (2007): Dienstleistungsmanagement - Einführung in Strategien und Prozesse bei persönlichen Dienstleistungen, 4. Aufl., Bern, 2007
- Bliemel, F.; Fassott, G.; Theobald, A. (2000): Electronic Commerce, Herausforderungen, Anwendungen, Perspektiven, Wiesbaden, 2000
- Boos, M.; Walter, S. M. (2004): Leistungsmessung und Personaldisposition, in: Pfohl, H.-C. (Hrsg.), Personalführung in der Logistik: Innovative Ansätze und praktische Lösungen, Hamburg 2004, S. 261–309
- Bretzke, W.-R. (1999): Überblick über den Markt an Logistik-Dienstleistern, in: Weber, J., Baumgarten, H. (Hrsg.): Handbuch Logistik, Stuttgart, 1999
- Bruhn, M.; Meffert, H. (2009): Dienstleistungsmarketing: Grundlagen - Konzepte - Methoden: Grundlagen - Konzepte - Methoden. Mit Fallstudien, 6. vollst. neubearb. Aufl., Wiesbaden, 2009
- Bundesvereinigung Logistik (2012): Logistik, in: <https://www.bvl.de/wissen/logistik-bereiche> (abgerufen am 1.3.2014)
- Burr, W.; Stephan, M. (2006): Dienstleistungsmanagement, München, 2006
- Clark, C. (1940): The conditions of economic progress, London, 1940
- Corsten, H. (2001): Dienstleistungsmanagement, 2001
- Corsten, H., Gössinger, R. (2008): Einführung in das Supply Chain Management, 2. Aufl., München, 2008
- Danielli, G.; Backhaus, N.; Laube, P. (2002): Wirtschaftsgeografie und globalisierter Lebensraum, Zürich, 2002
- Duale Hochschule Baden Württemberg (2012): Fakultät für Wirtschaft, BWL – Handel (Management in Commerce), Beschreibung des Studiengangs (inklusive Modulpläne), 1. Okt. 2012, in: https://www.dhbw-karlsruhe.de/fileadmin/user_upload/dokumente/BWL-Handel/Studiengangs-_und_Modulbeschreibungen_KA_2012.pdf (abgerufen am 5.9.2013)

- ECE (o.J.): Unternehmensdarstellung, in: <https://www.ece.de/>
- Egeb (2013): Branchenbegriff Logistik, in: Wirtschaftsförderung Entwicklungsgesellschaft Brunsbüttel mbH
<http://www.egeb.de/index.php?id=360> (abgerufen am 14.9.2013)
- EOS (o.J.): Unternehmensdarstellung, in: www.ottogroup.de/eos
- Euler Hermes (o.J.): Unternehmensdarstellung, in: <http://www.eulerhermes.de/Pages/default.aspx>
- Fisher, A (1935): The clash of progress and security, London, 1935
- Forum Intralogistik (2004): Arbeitskreis Branchenmarketing und Öffentlichkeitsarbeit, in: Branchenforum Intralogistik, in: http://www.forum-intralogistik.org/de/ueberuns/wasmachen_wir/bmoe/ (abgerufen am 14.9.2013)
- Fourastié, J. (1954): Die große Hoffnung des 20. Jahrhunderts, Köln-Deutz, 1954
- Franck, E.; Bagschik, Th. (2001): Zur ökonomischen Funktion produktnaher Dienstleistungen, in: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis, Nr. 2, 2001, S. 162 – 178.
- Frietzschke, U. (2001): Externe Faktoren in der Dienstleistungsproduktion, Wiesbaden, 2001
- Frodl, A. (1999): Dienstleistungslogistik als neues Managementkonzept Ein turbulentes Umfeld erfordert die Erweiterung des traditionellen Logistikansatzes in: Logistik heute, 6/98, 1999, S. 20
- Haller, S. (2012): Dienstleistungsmanagement Grundlagen - Konzepte – Instrumente, 5. Aufl., Heidelberg, 2012
- HDE (2014): Institutioneller und funktioneller Handel: Was ist das?, Handelsverband Deutschland, <http://www.einzelhandel.de/index.php/themeninhalte/bildung/weiterbildungsregelungen/gepruefterhandelsfachwirtin/item/116581-institutionellerundfunktionellerhandelwasistdas.html> (abgerufen am 1.2.2014)
- Hermes (o.J.): Hermes Group, in: https://www.hermesworld.com/de/unsere_dienstleistungen/unsere_dienstleistungen.html
- Hermes Full Service eCommerce (o.J.): Erfolgreich Online mit der Full-Service E-Commerce Lösung von Hermes, in: https://www.hermesworld.com/de/unsere_dienstleistungen/e_commerce/full-service-e-commerce.html
- Hermes Paketversand (o.J.): Ausgezeichneter Paketversand - Glückliche Kunden, in: https://www.hermesworld.com/de/unsere_dienstleistungen/distribution/paketversand/paketversand.html
- Hermes Sourcing & Products (o.J.): Wir sorgen dafür, dass aus Ihrer Idee ein marktreifes Produkt wird und prüfen alle Qualitätsanforderungen, in: https://www.hermesworld.com/de/unsere_dienstleistungen/sourcing_product/sourcing-product.html
- Hermes Transport Logistics (o.J.): Wir sorgen dafür, dass Ihre Idee richtig Fahrt aufnimmt, in: https://www.hermesworld.com/de/unsere_dienstleistungen/transport_logistics/transport-logistics.html
- Hilke, W. (1989): Grundprobleme des Dienstleistungs-Marketing, in: Dienstleistungs-Marketing, Schriften zur Unternehmensführung, Bd. 35, Wiesbaden, 1989, S. 5-44.
- Ihde, G.B. (1991): Transport, Verkehr, Logistik, München, 1991

- Jaschinski, C. (1998): Qualitätsorientiertes Re-design von Dienstleistungen, Dissertation, Aachen, 1998
- Kandampully, J. (2012): Service Management: the new paradigm in retailing, New York u.a., 2012
- Katalog E (2006): Definitionen zu Handel und Distribution. Ausschuss für Definitionen zu Handel und Distribution. Elektronische Fassung, 5. Ausgabe, Köln 2006, in: <http://www.einzelhandel.de/> Handelsverband Deutschland – Der Einzelhandel
- Kleinaltenkamp, M. (2001): Begriffsabgrenzungen und Erscheinungsformen von Dienstleistungen, in: Bruhn, Manfred / Meffert, Heribert: (Hrsg.): Handbuch Dienstleistungsmanagement. Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung, Wiesbaden, 2001
- Köcher, M.M. (2006): Fulfillment im Electronic Commerce: Gestaltungsansätze, Determinanten, Wirkungen, Wiesbaden, 2006
- Kondratjew, N. D. (1926): Die langen Wellen der Konjunktur. In: Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik. 56, 1926, S. 573–609.
- Konle, M. (2003): Entwurf einer Konzeption für das potenzialorientierte Kostenmanagement in Dienstleistungsunternehmen, Berlin, 2003
- Kordowich, P. (2010): Betriebliche Kommunikationsprozesse bei Dienstleistern, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2010
- Kotler, P.; Bliemel, F. (2001): Marketing-Management, Analyse, Planung und Verwirklichung, Stuttgart, 2001
- Krupp, T. (2006): Prozessbenchmarking als Controlling-Instrument für Kontraktlogistik-Dienstleister, Köln, 2006
- Krupp, T.; Bohlmann, B.; Stockinger, D.; Bauer, Ch. (2009): Controlling bei Logistikdienstleistern – Aktueller Stand und zukünftige Herausforderungen, in: Horvarth (Hrsg.): Controlling, , Heft 8/9, München, September 2009, S. 464-471
- Laffert, J. (1999): Informations- und Materialflüsse in internationalen Logistiksystemen der Volkswagen AG (Diss.), Kassel, 1999
- Maleri, R.; Frietzsche, U. (2008): Grundlagen der Dienstleistungsproduktion. 5. Aufl., Berlin, Heidelberg 2008
- Malerie, R. (1973, 1997): Grundzüge der Dienstleistungsproduktion, Berlin, Heidelberg, 1973
- Metro Handelslexikon (2012): Online METRO-Handelslexikon, in: <http://www.metro-handelslexikon.de/de/index.html> (abgerufen am 10.11.2013)
- Meyer, A. (1994): Dienstleistungs-Marketing Erkenntnisse und praktische Beispiele, 6. Aufl., München, 1994
- Nace Rev 2 (2008): Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft in: Eurostat (Hrsg.): Reihe: Allgemeine und Regionalstatistiken, Thema: Methodologies and Working Papers, 2008
- Oberparleiter, K. (1955): Funktionen und Risiken des Warenhandels, 2. Aufl., Wien, 1955
- Otto (o.J): Otto Group, in: <http://www.ottogroup.com>

- Pepels, W. (2009): Dienstleistungsmanagement für wirtschaftsberatende Berufe, 2. vollst. überarb. und erw. Aufl., Herne, 2009
- Pepels, W. (2012): Servicemanagement, 2. überarb. Aufl., München, 2012
- Pfohl, H.-C. (1996): Integrative Instrumente der Logistik: Informationsverknüpfung – Prozeßgestaltung – Leistungsmessung - Synchronisation, Berlin, 1996
- Pfohl, H.-Ch. (1990): Logistiksysteme, Berlin, 1990
- Plowman, E.G. (1964): Elements of Business Logistics, Stanford, 1964
- Prognos (2009): Analytische und konzeptionelle Grundlagen zur Clusterpolitik in Baden-Württemberg. Prognos AG (Arndt, O.; Koch, T.), im Auftrag des Wirtschaftsministeriums des Landes Baden-Württemberg, Stuttgart, 05/2009, S. 44-45, in: <http://mfw.baden-wuerttemberg.de/de/service/publikation/did/analytische-und-konzeptionelle-grundlagen-zur-clusterpolitik-in-baden-wuerttemberg/> (abgerufen am 2.1.2013)
- Raabe, Th., Rubens-Laarmann, A., Uphoff, K. (2011): Dienstleistungsmarketing und Servicemanagement, München, 2011
- Rathmell, J. (1966): What Is Meant By Services?, in: Journal of Marketing, October 1966, S. 32–36.
- Richter, M.; Souren, R. (2008): Zur Problematik einer betriebswirtschaftlichen Definition des Dienstleistungsbegriffs: Ein produktions- und wissenschaftstheoretischer Erklärungsansatz, Ilmenauer Schriften zur Betriebswirtschaftslehre 4/2008, Ilmenau, 2008
- Rohweder, D. (1996): Informationstechnologie und Auftragsabwicklung: Potentiale zur Gestaltung und flexiblen kundenorientierten Steuerung des Auftragsflusses in und zwischen Unternehmen, in: Pfohl, H. Chr. (Hrsg.): Unternehmensführung und Logistik, Band 9, Berlin, 1996, S. 61 - 182
- Rück, H.R.G. (2000): Dienstleistungen in der ökonomischen Theorie, Wiesbaden, 2000
- Schäfer-Kunz, D.J. (2012): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 6. Aufl., Stuttgart, 2012
- Schenk H.-O. (2007): Psychologie im Handel. 2. Aufl., München, Wien, 2007
- Seyffert R. (1951, 1972): Wirtschaftslehre des Handels, 1. Auflage. 5. Auflage zusammen mit Sundhoff, E. von 1972
- Shim, S.; Eastlick, M.A.; Lotz, S.; Warrington, P. (2001). An online prepurchase intention model, London, 2001
- Statistisches Bundesamt (2012): Wirtschaftsstatistik, in: https://www.destatis.de/DE/Publikationen/WirtschaftStatistik/DienstleistungenFinanzdienstl/Dienstleistungen032010.pdf?__blob=publicationFile7, Abrufdatum 15.12.2012
- Wirtschaftsministerium Baden Württemberg (2009): Analytische und konzeptionelle Grundlagen zur Clusterpolitik in Baden-Württemberg, Stuttgart, 05/2009, S. 44-45, in: <http://mfw.baden-wuerttemberg.de/de/service/publikation/did/analytische-und-konzeptionelle-grundlagen-zur-clusterpolitik-in-baden-wuerttemberg/> (abgerufen am 2.1.2013)
- Zouh, Z. (2003): E-Commerce & Information Technology, in: Hospitality & Tourism, Independence, 2003