

*Ein funktionierender Wettbewerb zeichnet sich durch stetig wachsenden Wohlstand auf der einen und stetig steigenden Konkurrenzdruck auf der anderen Seite aus. Dem wachsenden Konkurrenzdruck kann wirksam mit erhöhter Kundenorientierung begegnet werden, indem Alleinstellungsmerkmale in der Kundenwahrnehmung geschaffen werden.*

*Unternehmen, die sich dieser Herausforderung erfolgreich stellen, definieren die Logistik als koordinierende Querschnittsfunktion innerhalb und zwischen den Teilnehmern der Wertschöpfungskette und somit als einen Schlüsselfaktor zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit. Die Frage, wie die logistische Leistung verbessert werden kann, wirft bei diesen Unternehmen prinzipiell eine der ältesten betriebswirtschaftlichen Fragestellungen überhaupt auf, nämlich die Frage nach dem Eigen- oder Fremdbezug. Diese Fragestellung wird heute „make-or-buy“-Frage genannt und der Fremdbezug von zuvor intern erbrachten Leistungen wird mit dem Begriff des Outsourcings beschrieben.*

*In der wissenschaftlichen Literatur ist die Thematik des Outsourcings im Allgemeinen, aber auch im speziellen Logistikbereich auf breiter Basis beleuchtet worden. Jedoch fokussieren die Arbeiten vorwiegend Aspekte der Unternehmensorganisation, also des Kooperationsmanagements, und setzen dabei den Schwerpunkt auf Seiten des ausschreibenden Unternehmens.*

*In dieser Arbeit wird die Seite des Logistikdienstleisters in den Mittelpunkt gerückt. Hierbei wird dessen „alltägliche“ Aufgabe der Angebots erstellung analysiert und ein Ansatz entwickelt, wie eine solche Aufgabe methodisch unterstützt werden kann, um die richtigen Partner auf beiden Seiten zusammenzuführen. Eine wissenschaftliche Bearbeitung dieser Fragestellung ist bis dato noch nicht verfasst worden.*

*Zielsetzung der Arbeit ist es, einen auf die Anforderungen von Logistikdienstleistern zugeschnittenen Managementprozess, bestehend aus Methoden, Vorgehensweisen und Instrumenten, für die Angebots erstellung zu entwickeln.*