

---

## Was Sie aus diesem *essential* mitnehmen können

- Beschreibt Ansätze von Transport- und Logistikunternehmen zur Ergebnisverbesserung
- Zeigt die Ergebnisse einer Umfrage zur strategischen Positionierung von Transport- und Logistikunternehmen
- Entwickelt auf Basis der Umfrageergebnisse konkrete Handlungsempfehlungen hinsichtlich folgender Themenbereiche:
  - Kunden
  - Produkte
  - Preise
  - Offerten/Vertrieb
  - Kostenrechnung/Controlling
  - Strategie
  - Finanzen/Liquidität
  - Personal
- Das *essential* kann als Checkliste zur ersten Überprüfung der strategischen Positionierung und der eigenen Ansätze zur Ergebnisverbesserung dienen.

---

# Stichwortverzeichnis

## A

Abrechnungsmodalitäten, 24  
Akquisitionsplan, 24  
Angebotsdatenbank, 23  
Angebotsprämissen, 28  
Ansprechpartner, 24  
Ausfallrisiko, 32  
Ausschreibung, 27

## B

Branche, 10

## C

Carbon Footprint, 14  
Chancen, 35  
Controlling, 31

## D

Deckungsbeitrag, 31  
Dieselpreisgleitklausel, 18

## E

Eigenkapitelreserve, 39  
Ergebnissituation, 47

## F

Finanzen, 39

## G

Geschäftslage, 47

## H

Handlungsempfehlung  
controlling, 34  
finanzen, 41  
kostenrechnung, 34  
kunden, 12  
offerten, 28  
personal, 45  
preise, 20  
produkte, 16  
strategie, 37  
vertrieb, 28

## I

Internetauftritt, 26

## K

Kostenrechnung, 31  
controlling, 31

Kostensteigerung, 18  
Kunde, 9, 12  
Kundenwert, 9  
Kundenzufriedenheit, 11

## L

Leistungsangebot, 13, 23  
Leistungssträger, 43  
Liquiditätsplanung, 33  
Lkw-Anzahl, 2, 3, 7

## M

Märkte, Entwicklung, 35  
Maßnahmenprogramm, 36  
Mitarbeiterzahl, 5, 6

## N

Nachfolgeregelung, 43  
Nachkalkulation, 32  
Neuakquisition, 10

## O

Offerten/Vertrieb, 23

## P

Personal, 43  
    qualifikation, 43  
Preise, 17  
Preiserhöhung, 18  
Preisgleitklausel, 26  
Preisrabatt, 17  
Preissystematik, 17  
Preisverhandlung, 20  
Produkte, 13, 16  
Produktmerkmale, 13

## R

Rechnungsstellung, 39  
Regionen, 4  
Reporting, 31  
Risiko, 35  
Rückladung, 12

## S

Schwächen, 35  
Selbsteintritt, 34  
Stärken, 35  
Strategie, 35  
Strategieplanung, 36

## U

Umsatzklasse, 3, 7  
Unternehmensnachfolge, 37  
Unternehmensplanung, 36  
Unternehmensschwerpunkt, 5

## V

Vertrag, langfristiger, 25  
Vertretungsregelung, 43  
Vorkalkulation, 32

## W

Wagnis, 32  
Wertschöpfungstiefe, 15  
Wettbewerbsvorteil, 14, 35

## Z

Zahlungsziel, 24, 39  
Zusatzleistung, 20