

Co-Opetition – der Schlüssel zum Erfolg?

Eingangs eine kurze Erklärung zum Kunstwort „Co-Opetition“, welches sich aus "Cooperation" (Zusammenarbeit) und "Competition" (Wettbewerb) zusammensetzt und quasi ein Geschäftsmodell beschreibt, bei dem Unternehmen gleichzeitig konkurrieren und kooperieren. Ziel ist es, durch strategische Partnerschaften ein Fundament zu schaffen und gemeinsam Verbesserungen zu erzielen, ohne den eigenen Marktanteil nachhaltig zu beeinträchtigen.

Anwendung im Schienengüterverkehr

Im Schienengüterverkehr muss Co-Opetition zunehmend an Bedeutung gewinnen, da Unternehmen vor ähnlichen Herausforderungen stehen, z. B. aktuell zu viele Einzelinteressen, Verzettelung in der Verbandslandschaft / im Lobbying, begrenzte Kapazitäten, mangelnde Innovation oder regulatorische An- und Herausforderungen. Eine reine Verfolgung von Partikulärinteressen führt zu weiteren Wettbewerbsnachteilen gegenüber anderen Verkehrsträgern bzw. der Schienengüterverkehr kann nicht Teil einer modernen, integralen Logistikkette sein.

Thesen und Aspekte einer potenziellen Zusammenarbeit

Nachfolgend 3 Thesen, welche die Ausgangslage für den Schienengüterverkehr – als Teil einer Logistikkette – verbessern könnte.

These 1: Zusammenlegung der - politischen - Interessen stärken den Schienengüterverkehr

Die Herausforderungen sind vielfältig wie eine starke Zersplitterung in diverse Interessengruppen und Verbänden (weit mehr als Aviatik, Bahnindustrie oder Straße) oder eine fehlende Gesamtstrategie / Vision mit Bezug auf das operative Geschäft

Ein potenzieller Lösungsansatz könnte die Wiederbelebung des „Suivi de Zurich“ / „Montiraf“ sein, jedoch mit einem anderen Schwerpunkt und einer aktiveren Mitarbeit der betroffenen Stakeholdergruppen; dies unter einer starken Beteiligung der Verkehrsministerien aus dem Alpenbogen.

Rückblende aus 2014, welche die Inhalte und Ziele des „Suivi de Zurich“ zusammenfassen

<https://www.newsd.admin.ch/newsd/message/attachments/34948.pdf>

These 2: Gemeinsame Nutzung von Informationen und Daten erhöhen

Die hier vorliegenden Hürden beruhen oftmals eher auf mentalen Faktoren wie die mangelnde Bereitschaft Daten zu teilen bzw. anderen Beteiligten zur Verfügung zu stellen. Oder die fehlende Zielorientierung – Qualität vor Quantität.

In der Branche gibt es bereits existierende Tools, welche das Anliegen unterstützen würden; oder die Schweiz arbeitet derzeit sogar einem Gesetz, inkl. einer zu entwickelnden Datenaustauschplattform, um diese Thematik voranzutreiben bzw. die Initialzündung für entsprechende Weiterentwicklungen zu erwirken.

Interessante zusätzliche Informationen seitens des Bundesamtes für Verkehr in der Schweiz:

<https://www.bav.admin.ch/bav/de/home/allgemeine-themen/modi.html>

These 3: Branchenübergreifende Projekte und Pilote fördern

Viele Unternehmen oder Branchen denken an die eigenen Logistikketten und Verkehre anstatt übergreifend sich den Anforderungen anzunehmen und gemeinsam nach innovativen Lösungsansätzen zu suchen. Sei es in der Optimierung von Relationen oder dem Teilen von Assets.

Gemeinsam – mit Politik, Bahnen, Logistikdienstleister, Unternehmen, Standortförderung – sollen unter einem Koordinator / Mediator neue Ansätze oder auch Pilotprojekte gefunden werden. Hier gilt es auch, das gegenseitige Verständnis und das Bewusstsein zur Logistik zu verbessern.

Fazit

Co-Opetition im Schienengüterverkehr bietet großes Potenzial zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und Effizienz der Branche. Eine erfolgreiche Zukunft setzt jedoch eine klare Abgrenzung von Kooperations- und Wettbewerbsbereichen voraus; wobei in einem ersten Schritt in vertrauensvollen Partnerschaften das Fundament in Form von besseren Rahmenbedingungen für einen starken Schienengüterverkehr gelegt wird.

Anregungen, Fragen oder potenzielle Auftragsanfragen gerne an

Jürgen Maier

maier@cargorail-consulting.ch

Tel. +41 79 4855381