

## Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung .....	1
2	Vorgehensweise.....	3
3	Theoretische, methodische und konzeptionelle Grundlagen.....	6
3.1	Organisationsanalyse der Neuen Institutionenökonomik .....	6
3.2	Der Geschäftsmodell-Ansatz .....	10
3.3	Fallstudienforschung.....	12
3.4	Konzeptioneller Aufbau der Arbeit .....	14
4	Ökonomische Eigenschaften des Wassersektors.....	16
4.1	Das Gut .....	16
4.2	Der Markt für Trinkwasser .....	18
4.2.1	Eigenschaften der Angebotsseite.....	19
4.2.2	Eigenschaften der Nachfrageseite .....	19
4.3	Wettbewerbsformen.....	21
4.3.1	Die aktuelle Situation .....	21
4.3.2	Internationale Wettbewerber .....	23
4.4	Gesamtwirtschaftliche Wohlfahrtseffekte .....	24
4.4.1	Impulse für die regionale und nationale Wirtschaft .....	25
4.4.2	Sozioökonomische Nutzen .....	26
4.5	Zusammenfassung .....	28
5	Die Entwicklung der Märkte für Wasserdienstleistungen.....	30
5.1	Westeuropa .....	30
5.1.1	Deutschland.....	32
5.1.2	England und Wales.....	32
5.1.3	Frankreich.....	35
5.1.4	Niederlande .....	35
5.2	Schwellen- und Entwicklungsländer .....	36
5.2.1	Öffentlich-rechtliche Wasserversorgung.....	36
5.2.2	Projekte mit privatwirtschaftlicher Beteiligung .....	37

5.2.3	Vergleich der Leistung öffentlicher und privater Versorger .....	39
5.3	Zusammenfassung .....	42
6	Servicequalität bedingt Wassermanagement .....	43
6.1	Langfristig ausgerichtetes Management des Anlagevermögens.....	43
6.1.1	Kostendeckende Preise .....	44
6.1.2	Sicherung der öffentlichen Unterstützung.....	45
6.2	Wasserverlustminimierung .....	47
6.2.1	Administrative Verluste .....	47
6.2.2	Technische Verluste .....	48
6.2.3	Auswirkungen auf die finanzielle Nachhaltigkeit .....	50
6.3	Zusammenfassung .....	51
7	Leistungsverbesserung durch Technologietransfer .....	52
7.1	Physischer Technologietransfer .....	53
7.2	Hybrider Technologietransfer .....	54
7.3	Wissenstransfer .....	54
7.4	Fortbildung als Geschäftsmodell .....	55
7.5	Wissen als Voraussetzung für Leistungsfähigkeit .....	56
7.6	Zusammenfassung .....	59
8	Technologietransfer durch Business Format Franchising .....	60
8.1	Konzept.....	60
8.2	Abgrenzung zu anderen Geschäftsmodellen.....	62
8.3	Das Vertragsverhältnis.....	62
8.4	Zusammenfassung .....	63
9	Ein Franchise-Modell für den Wassersektor .....	64
9.1	Gründe für ein neues Geschäftsmodell.....	64
9.2	Bisherige Ansätze .....	65
9.3	Das Nutzenversprechen im Water Franchise.....	66
9.4	Architektur der Wertschöpfung im Water Franchise.....	67
9.5	Anforderungen an Franchise-Geber und Franchise-Nehmer.....	72

9.6	Abgrenzung zu bestehenden PSP-Modellen.....	74
9.7	Zusammenfassung .....	76
10	Kritische Betrachtung des Water Franchise-Konzepts.....	78
10.1	Betrachtung der Risikoverteilung .....	79
10.1.1	Projektrisiken.....	80
10.1.2	Sektorrisiken .....	86
10.2	Betrachtung der Anwendungsbereiche .....	88
10.2.1	Voraussetzungen.....	89
10.2.2	Marktsegmente .....	90
10.2.3	Einschränkungen durch die Gesetzgebung.....	93
10.3	Entwicklungspolitische Aspekte .....	94
10.4	Zusammenfassung.....	94
11	Detaillierung und Überprüfung des Water Franchise-Konzepts .....	96
11.1	Detaillierung der Aufgabenverteilung in einem Pilotprojekt.....	96
11.1.1	Auswahl der Projektregion .....	96
11.1.2	Ausgangslage in der Projektregion.....	97
11.1.3	Aufbau des Pilotprojektes.....	98
11.1.4	Ergebnisse und Erfahrungen.....	100
11.2	Überprüfung des industriellen Anwendungsbereichs .....	101
11.2.1	Zahlungsbereitschaft für die industrielle Wasserversorgung .....	101
11.2.2	Ausgangslage.....	103
11.2.3	Ergebnisse und Erfahrungen.....	105
11.3	Zusammenfassung.....	107
12	Schlussfolgerungen .....	108
	Literaturverzeichnis.....	111
	Anhang 1: International Water Utility Management Survey .....	123
	Anhang 2: Finanzmodell für ein industrielles Water Franchise.....	135