

Tourenplanung

In Märkten, in denen sich Unternehmen im Spannungsfeld standardisierter Produkte und hoher Konkurrenz bewegen, ist eine Optimierung der Logistik und damit der Kostenstrukturen von herausragender Bedeutung.



Der Wettbewerb im Getränkefachgroßhandel wird in zunehmendem Maße als Preiskampf mit hohen Mindestanforderungen an Service und Qualität ausgetragen. *Balanced Cost Service Ratio* ist das aktuelle Schlagwort. Die Nutzung von IT-Instrumenten ist dabei mittlerweile unverzichtbar, um dieses „ausgewogene Verhältnis zwischen Kosten und Service (BCSR)“ zu erreichen und damit das entscheidende Wettbewerbsinstrument, um im Markt dauerhaft zu bestehen.

Als Kernstück der Logistik kommt der Steuerung des Fuhrparks eine herausragende Bedeutung zu, die sich insbesondere in der Tourenplanung manifestiert. Dabei werden zwei Dimensionen bzw. Optimierungsbereiche unterschieden, nämlich zunächst die strategische Grundlage in Form von Rahmentouren und im zweiten Schritt die operative, tägliche Feindisposition.

Die Rahmentourenplanung bzw. strategische Planung

An erster Stelle stehen optimale Rahmenbedingungen, die den Disponenten dann später in seiner täglichen Arbeit in die Lage versetzen, das Optimum der Distributionskosten, bei von den Kunden erwartetem Service und Qualität, zu erzielen.

Das Auslieferungsbereich wird hierzu in Sektoren eingeteilt, die jeweils an feststehenden Liefertagen von einem Großteil der Fahrzeuge angefahren werden. Damit können folgende Potenziale erschlossen werden:

- Optimierte Auslastung der Fahrzeuge und Glättung von Wochentagsspitzen zur Freisetzung von Überkapazitäten im Fuhrpark. Für jeden Tag muss die gleiche Anzahl Fahrzeuge vorgehalten werden, es bestimmt nicht mehr der stärkste Wochentag die Kapazitäten.



Der Autor Dipl.-Volksw. Lars Meier ist Berater bei *Schulte Bender & Partner Unternehmensberater*, Münster, und betreut Mandanten im Beratungsschwerpunkt Getränkebranche bei der Optimierung von

Lager- und Transportlogistik sowie der Auswahl und Einführung der zugehörigen IT-Systeme. *Schulte Bender & Partner* zählt als Unternehmensberater für Logistik, Systemintegration und Beschaffung ungefähr 180 Mandaten in Deutschland und Österreich zu seinen Kunden. Kontakt: www.sbp.biz oder +49 (0)251 85718-0

- Effizientere Steuerung der Anlieferfrequenz beim Kunden und damit Erhöhung der Stoppmenge und Verbesserung der Anlieferstückkosten.

In der RTP wird daher, wo immer möglich, der Lieferrhythmus von bspw. zweibis dreimal pro Woche auf ein- bis zweimal pro Woche reduziert, um dadurch gleichzeitig die Stoppmengen zu erhöhen. Die Anlieferfrequenz der Kunden wird

bewusst gesteuert, sodass die Lieferkosten verringert werden können. Diese Kostensenkungspotenziale durch Stoppmengenerhöhung können gar nicht hoch genug eingeschätzt werden und sind entscheidend für die nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit.

- Erhöhung des Verdichtungspotenzials und damit Instrument zur saisonalen Kapazitätsanpassung. Im Getränkefachgroßhandel besteht die Möglichkeit, bei saisonal bedingt schwachem Absatz auf komplette Touren zu verzichten, da durch die Gebietsstruktur die eingesetzten Fahrzeuge die Kunden anderer Touren aus dem Gebiet übernehmen können. Die benötigten Tourenfahrzeuge werden zeitlich und gewichtlich voll ausgelastet.

- In der strategischen Planung ein eher untergeordnetes Thema ist mittlerweile die Beifahrertourenplanung. Getränkefachgroßhändler, die – abgesehen von einigen speziell organisierten Gastrotouren – noch einen nennenswerten Beifahreranteil unterhalten, „können es sich entweder leisten“ oder sollten besser heute als morgen hieran arbeiten. Nach unseren Erfahrungen reduziert der Beifahrer die Standzeiten auf der Tour nur um etwa 30 Prozent und nicht um 50 Prozent. Hinzu kommt, dass die Fahrzeit für den Beifahrer gänzlich unproduktiv ist. Um den Beifahrereinsatz zu minimieren müssen Kunden, bei denen aus Abladegründen ein Beifahrer notwendig ist, auf separat geplanten Touren zusammengefasst werden.

