Distributionslogistik auf dem Prüfstand

„AM LEBENDEN OBJEKT" | Die Distributionslogistik ist seit einigen Jahren eines der zentralen Ziele von Optimierungsbestrebungen in der Logistik. Vor dem Hintergrund geringer Margen und Kostensteigerungen stand häufig die Kostenoptimierung im Fokus. Zentrale Bausteine dieser Bemühungen sind oft der Einsatz von Bordcomputern und die Verbesserung der Dispositions-, Planungs- und Optimierungstools für die Disponenten. Die Privatbrauerei Zwettl GmbH, Zwettl/Österreich, und die Optitool GmbH, Regensburg, wollten ein System aufbauen, das genau auf die Anforderungen der Brauerei abgestimmt ist und dennoch flexibel auf neue Anforderungen reagieren kann.

DER LOGISTIK-MARKT ZEIGT mittlerweile eine Vielzahl überwiegend gut funktionierender Konzepte und Systeme. Viele Unternehmen generieren systemgestützt automatische Tourvorschläge, verfügen über tracking and tracing, Geofencing etc. und haben damit alle Möglichkeiten, ihren Fuhrpark effizient zu steuern. Die Frage, die sich stellt, ist: Lebt dieses System? Wurden die Potenziale in diesem Bereich ausgeschöpft?

Autor: Dipl.-Vw. Lars Meier, Schulte Bender & Partner Unternehmensberatung, Münster

Die Idee

Ein kleines Team, bestehend aus Logistikleitung, Systemhaus und Beratung, entwickelte am lebenden Objekt der Privatbrauerei Zwettl ein Planungs-, Informations- und Steuerungssystem, das auf der einen Seite individuell an die bestehenden Anforderungen der Brauerei angepasst ist, auf der anderen Seite jedoch ein Höchstmaß an Flexibilität für die Abbildung neuer, vielleicht sogar noch unbekannter Anforderungen beinhaltet. Der Marktteilnehmer war die gar nicht so kleine, aber feine Privatbrauerei Zwettl, die aktuell mit circa 20 Fahrzeugen einen Großteil Österreichs mit eigenen Produkten und Handelswaren beliefert (Abb. 1, 2).

Durch die weitläufige Gebietsstruktur in Verbindung mit der Unternehmensphilosophie, einen überlegenen Standard an Service und Qualität anzubieten, kommen sämtliche Planungsanforderungen und -systematiken zum Tragen:

- höchstmöglicher Lieferservice in entfernten Gebieten durch 2-Tages-Hängertouren;
- effiziente und leistungsfähige Distributionslogistik im Gebiet Wien durch kontinuierlich zu optimierende tägliche Touren;
- Servicequalität und Flexibilität mit optimierten Rahmentouren im Kerngebiet.

Durch diese Komplexität an Strukturen und Anforderungen, die gleichzeitig einem ständigen Wandel unterliegt, ist der Einsatz eines Systems bzw. Tools erforderlich, das

- diese Strukturen abzubilden kann;
- die zur täglichen Dispositionsoptimierung erforderliche Übersicht und Transparenz herstellen kann;

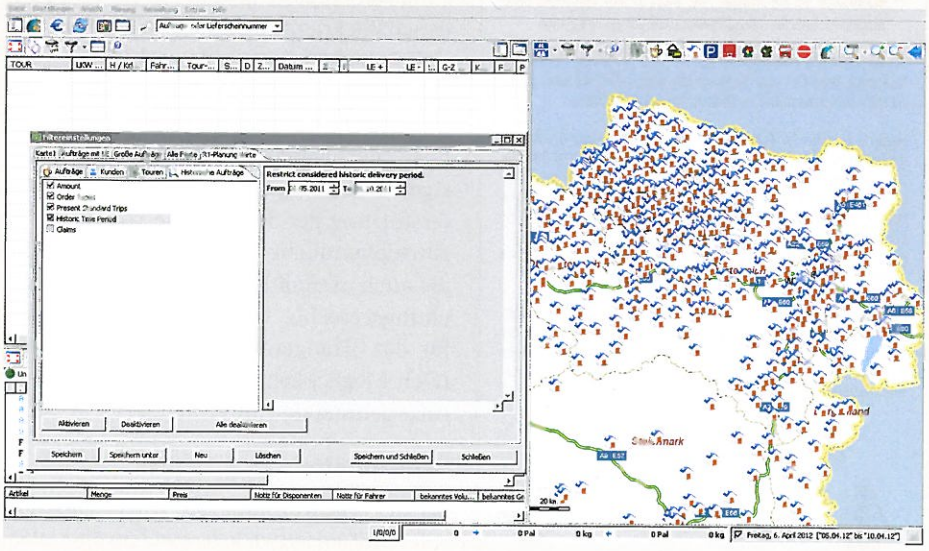

Abb. 1 Überblick über die Gebietsstruktur der Privatbrauerei Zwettl

IMPRESSUM

BRAUWELT
Wochenzeitschrift für das Getränkewesen,
152. Jg., ISSN 0724-696X

HERAUSGEBER UND VERLAG
Dr.-Ing. Karl-Ullrich Heyse,
Fachverlag Hans Carl GmbH,
Andernacher Straße 33 a,
90411 Nürnberg, Tel.: 09 11/95 28 50,
Fax: 09 11/9 52 85 81 60
E-Mail: redaktion@hanscarl.com
Internet: www.brauwelt.de, www.hanscarl.com

GESCHÄFTSFÜHRUNG
Michael Schmitt

REDAKTION
Chefredakteurin: Dr. Lydia Winkelmann, V.i.S.d.P.
09 11/9 52 85 58
Redakteur: Alexander Hofmann, 09 11/9 52 85 24
CvD: Ulrike Hauffe, 09 11/9 52 85 25
Grafik/Satz: Andrea Kauer, Sonja Schreiber, 0911/9 52 85 55
Technik: Rosa Effenhauser-Schmidt, 09 11/9 52 85 32

ANZEIGEN
(verantwortlich): Wolf-Dieter Schoyerer, 09 11/9 52 85 44
Verkauf Print- und Online-Anzeigen
Christine Bach 09 11/9 52 85 40
Diana Krschka 09 11/9 52 85 34
Verwaltung
Katrin Urland 09 11/9 52 85 26
Klein-, Stellenanzeigen
Anna Karina Langohr 09 11/9 52 85 35
Bezugsquellenanzeigen
Martina Wehfritz 09 11/9 52 85 36

Fax: 09 11/9 52 85 81 40
E-Mail: anzeigen@hanscarl.com

Anzeigenpreisliste: Nr. 59 ab 01. 01. 2012

ABONNEMENTS
Elfriede Hübner 09 11/9 52 85 42
Astrid Theiss 09 11/9 52 85 29
E-Mail: abo@hanscarl.com

ERSCHEINUNGSWEISE
36-mal jährlich

BEZUGSPREIS
Jahresbezugspreis BRAUWELT beinhaltet: BRAUWELT PRINT (3 x monatlich), BRAUWELT ONLINE und Newsletter (1 x wöchentlich), BRAUWELT BREVIER (1 x jährlich) + Online-Zugriff auf das BRAUWELT-Archiv.
Inland EUR 140,90 + EUR 21,62 Vertriebsgebühr zzgl. MwSt., Ausland: Binnenmarktländer-Empfänger mit Umsatzsteuer-Identifikationsnummer und Drittländer: EUR 140,90 + EUR 65,00 Vertriebsgebühr, Binnenmarktländer-Empfänger ohne Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: EUR 140,90 + EUR 65,00 Vertriebsgebühr zzgl. MwSt. Einzelpreis EUR 8,90. Bezugspreis für Studenten (1/2 Jahr): Inland EUR 35,60 + EUR 11,97 Vertriebsgebühr zzgl. MwSt. Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht spätestens sechs Wochen vor Ende des Kalenderjahres schriftlich gekündigt wird.

Mit der Annahme eines Manuskripts zur Veröffentlichung erwirbt der Fachverlag Hans Carl vom Verfasser alle Rechte. Des Weiteren gelten die unter www.brauwelt.de veröffentlichten Autorenrichtlinien.

Signierte Beiträge des Autors entsprechen nicht unbedingt der Redaktionsmeinung. Die Zeitschrift sowie alle in ihr enthaltenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung sowie Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in dieser Zeitschrift berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Tatsächlich verbreitete Auflage: 3459 (IVW I/2012)

EDA

Angeschlossen der Infomations-Gemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. – Sicherung der Auflagenwahrheit

AMF

DRUCK: Kössinger AG – www.koessinger.de

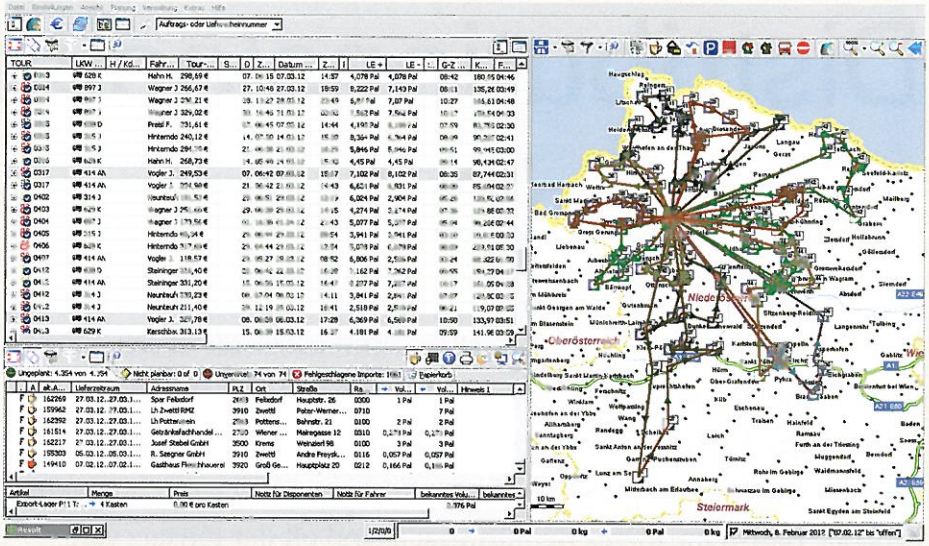

Abb. 2 Rahmentouren in Österreich

- flexibel an neue Inhalte angepasst werden kann;
- Raum für Kreativität bei strategischen Planungen und neuen Ideen bietet.

Die Systematik

Vor dem Hintergrund, die Logistik der Brauerei kontinuierlich zu verbessern, werden in regelmäßigen Teamsitzungen proaktiv Fragestellungen entworfen sowie Lösungsansätze entwickelt und anschließend getestet. Optitool liefert dabei die Programmplattform und Programmierkompetenz, die Brauerei die Problemstellungen und die praxisnahe Test- und Umsetzungsumgebung und die Unternehmensberatung Schulte Bender & Partner, Münster, ihre Branchen- und branchenübergreifenden Erfahrungen in der Betrachtung und Lösung von Fragestellungen aus unterschiedlichen Blickrichtungen.

So werden sowohl „Globalthemen" wie die statistische Auftragsanalyse, Unterstützung des Disponenten bei make- or buy-Entscheidungen (Speditionseinsatz vs. eigener Fuhrpark) im Tagesgeschäft, Unterstützung der Servicekette von der TVV-Anrufplanung bis zur Liefertermingarantie als auch „Detailthemen" wie die verursachungsgerechte Verrechnung von Kosten für das „Hängerabstellen" diskutiert und nach Möglichkeit entwickelte Lösungsansätze getestet und implementiert.

Die Inhalte

Mit der „Auftragsanalyse" wurde zum Beispiel ein Tool entwickelt, mit dem die Lieferdaten eines frei wählbaren Zeitraums auf Kundenebene analysiert werden können. Die Aufträge für einen Kunden werden sowohl für die Hoch- als auch für die Nebensaison analysiert. Dabei wird detailliert aufbereitet, welche Mengen an welchen Wochentagen durchschnittlich oder in der Spitze abgesetzt werden oder wie sich der Lieferrhythmus je nach Saison ändert. Eine erhebliche Anzahl von Fragen kann hierdurch beantwortet oder zumindest näher beleuchtet werden, z. B.:

- Wie verhält sich das Bestellvolumen bei mehreren Bestelltagen pro Woche (z.B. Bestellverhalten vor und nach dem Wochenende);
- Einflüsse von Aktionen auf das Bestellverhalten;
- Bewertung und Quantifizierung von Nachbestellungen;
- Einflussfaktor Ferienzeit;
- saisonale Differenzierung (Winter-/Sommerplanung);
- Stoppmengenveränderungen.

Diese Informationen sind essentiell wichtig für jede strategische Tourenplanung, liefern aber auch Ansatzpunkte für den Außendienst oder den Verkauf. In der Praxis wird auf Basis dieser Daten für die Privatbrauerei Zwettl eine saisonal abgestimmte strategische Planung entwickelt, die den unterschiedlichen Gebiets-, Service- und Deckungsbeitragsanforderungen Rechnung trägt.

Für Mehrtages-Hängertouren wurde eine Systematik entwickelt, bei der Park- und Abstellplätze bei der Tourenplanung sowohl zeit- als auch kostentechnisch berücksichtigt werden. Der Disponent ist in

der Lage, derartige Stopps gezielt einzuplanen bzw. vorzugeben. Auch wenn es sich hierbei nur um einen kleinen Baustein im Planungs- und Controllingkonzept handelt, ist es doch ein weiteres gelöstes Problem auf dem Weg zu Transparenz und optimierter Leistungsfähigkeit, da insbesondere eine verursachungsgerechte Verrechnung von Transportkosten auf den Kunden sowie eine realistische Planung der Einsatzdauer erfolgten.

Eine häufig vom Disponenten zu entscheidende Frage besteht darin, ob eine Tour besser durch den eigenen Fuhrpark oder durch einen Spediteur gefahren werden soll.

Die Vielzahl der Gestaltungsformen von Frachtkostentabellen wird den meisten Lesern nur allzu klar sein und daher ist der Nutzen offensichtlich, wenn der Disponent von eigener Tour zur Spedition switchen kann und einen Kostenvergleich geliefert bekommt. Die Zielsetzung lautet damit, durch einfaches Wechseln z. B. des hinterlegten Fahrzeuges in der Tourendisposition einen neuen Kostenvorschlag zu generieren. Der Disponent kann damit datengestützt entscheiden, welche Strategie und Einsatzplanung sinnvoll ist und ggf. welche Spedition zum Einsatz kommen soll. Neben der täglichen operativen Planung kann dieses System auch zur strategischen Planung eines Distributionsmixes aus unterschiedlichen Speditionen und eigenem Fuhrpark genutzt werden, so dass langfristig auch make- or buy-Entscheidungen datengestützt getroffen werden können.

Ein aktuelles Projekt beschäftigt sich derzeit damit, ob eine Systemunterstützung implementiert werden kann, die Hilfestellung bei Mehrdepotplanungen ermöglicht. D. h. es muss fallweise entschieden werden, ob die Ware ab A oder ab B oder aber von A und B in zwei Stopps geliefert werden soll. Für den Disponenten können in dieser Situation häufig mehrere nicht eindeutige Planungsdimensionen bestehen:

- Anforderungen an die Fahrerarbeitszeit, an die optimalen Tourkosten und die an den jeweiligen Standorten zur Verfügung stehenden Fuhrpark- und Speditionskapazitäten;
- Opportunitätskosten für Warenshuttle, Verladeprozesse und Bestandsverwaltung, die zur Sicherstellung der Warenverfügbarkeit an den Standorten berücksichtigt werden müssen.

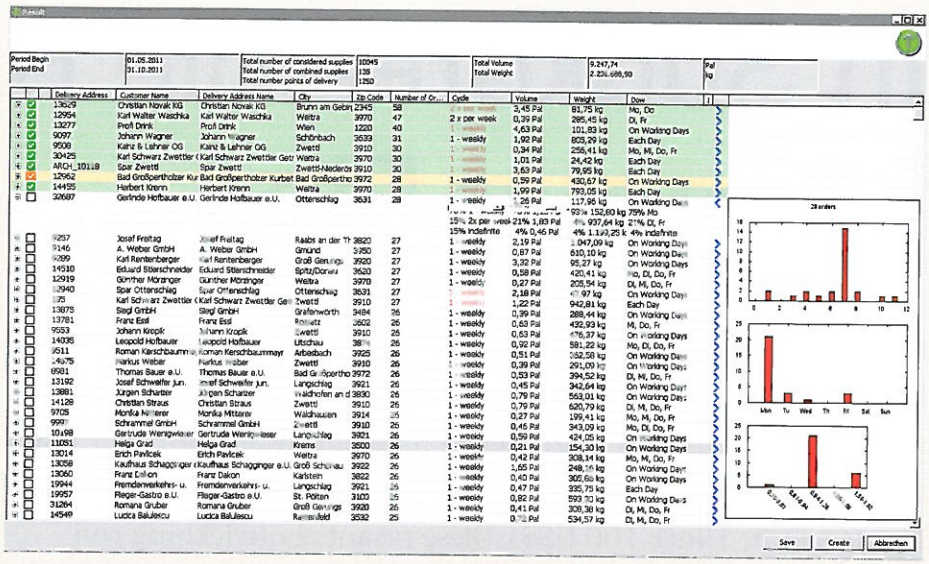

Abb. 3 Tool für die Analyse der Lieferdaten eines frei wählbaren Zeitraums auf Kundenebene

Ein systemgestützter Vorschlag, der die oben genannten Anforderungen durch Kosten und Restriktionen abbildet, hilft insbesondere in Spitzenzeiten, drohende Engpässe zu vermeiden.

Die Perspektive

Das Team wollte ein System entwickeln, das über den Tellerrand hinausblickt. Es werden Fragen analysiert, die vom Außendienst und Verkauf über die Disposition und Lager-/Transportabwicklung bis hin zum Controlling und Berichtswesen Relevanz und Einfluss haben. Nicht alle Ideen sind immer richtig und nicht alle Wünsche realisierbar, alle werden jedoch dynamisch angegangen und auf ihre Umsetzbarkeit geprüft. ■

BrewingScience

Monatsschrift für Brauwissenschaft

The current issue of BrewingScience – Monatsschrift für Brauwissenschaft (29. Juni 2012) features the following scientific articles (among others):

Comparative Investigation on the Influence of Fouling and Scaling on the Membrane Filtration of Waste Water
M. Verhülsdonk and K. Glas

Evolution of the Total Environmental Impact of the Barley Malt Beer Chain in Finland
Y. Virtanen and T. Sinkko

Service – download abstracts for free at
www.brewingscience.de

With an annual BrewingScience subscription you gain full access to our archive. For more information please contact Astrid Theiss at
theiss@hanscarl.com or +49 911/9 52 85-29.