

Steigende Kosten, sinkende Effizienz

Was der Fuhrpark über Ihre Logistik verrät



Bild: Tuayai / iStock

Er rückt wieder stärker in den Fokus: der hauseigene Fuhrpark. Für viele Brauereien ist er nicht nur Teil der Tradition, sondern auch ein wichtiger Baustein der Kundenbeziehung. Persönlicher Kontakt, hohe Flexibilität, direkte Rückmeldungen vom Markt – all das spricht für die eigene Auslieferung. Aber: Wer genau hinsieht, erkennt schnell, dass der Fuhrpark oft mehr kostet, als er sollte. Und dass er – bewusst oder unbewusst – längst zu einem Gradmesser für die Effizienz der gesamten Logistik geworden ist.

Wird die Flotte noch optimal eingesetzt? Oder fährt man zu viele Leerkilometer? Ist die Tourenplanung noch „handgemacht“ oder schon digital unterstützt? Passt die Fahrzeugtechnik zu den heutigen Anforderungen? Wer hier nur auf Routinen, Bauchgefühl oder Excel setzt, riskiert auf Dauer nicht nur Geld, sondern auch Kundenbindung – und letztlich die Wettbewerbsfähigkeit.

Zwischen Kundenbindung und Kostendruck

Am Ende des Tages geht es darum, die eigenen Produkte bestmöglich an die

Abnehmer zu bringen. Und die Kosten dafür so zu gestalten, dass das Handeln langfristig wirtschaftlich bleibt. Klar, dass der Gedanke an die Auslagerung der Zustellung hochkommt. Und für gewisse Bereiche auch absolut gerechtfertigt ist: Wenn z.B. die Entfernung zwischen Produktions- bzw. Lagerstandort und den Kunden zu groß werden, kann ein externer Spediteur optimierter fahren, wenn er am Rückweg eine andere Ladung aufnimmt. Auch Abnehmer großer Mengen, die palettierte Ware in Ganz-LKW-Stückzahlen geliefert bekommen, sind hierfür geeignet. Kun-

dennähe ist in diesen Fällen nicht immer oberstes Gebot, entsprechend kann hier ein Hebel angesetzt werden. Doch man kann hier klare Grenzen setzen: Speziell, wenn es um die Belieferung exponierter Gastronomie- und Hotelbetriebe, Feste und ähnliches geht, bietet der hauseigene Lieferdienst mehr Möglichkeiten. Ja, die eigenen Kosten für manche Speziallieferung werden meist nicht voll aufgezeigt, was bei einem externen Lieferanten sehr wohl passiert. In Summe überwiegt hier aber der Pragmatismus und nicht der strenge Kostenstift. Daraus entstehende Kosten für Fuhrpark und Personal sind daher nicht 1:1 mit denen einer allenfalls angedachten Auslagerung zu vergleichen. Das Eingehen auf die Besonderheiten mancher Kunden, eine gewisse Flexibilität etc. sind ebenso mit gewichtigen Gründen, diese Prozesse der direkten Kundenbetreuung im eigenen Haus zu halten.

Neue Technik, neue Chancen

Die Modernisierung des Fuhrparkes hilft beim Kostensparen. Wartungskosten, laufende Kosten etc. sind bei mo-

dernen Fahrzeugen meist niedriger als bei den vergleichbaren und in die Jahre gekommenen Geräten. Dazu passt es, dass der Einsatz von alternativen Antrieben längst auch in diesem Sektor Einzug gehalten hat. Elektro-LKW eignen sich speziell für die kürzeren Touren im Umkreis der Produktionsstätte. Wenn man die Messlatte wie vorher beschrieben auf regionale Strecken setzt, bietet die Überlegung alternativer Antriebe eine lohnende Option. Das Lukrieren von Förderungen, das Darstellen von Nachhaltigkeit und nicht zuletzt ein modernes Auftreten sind maßgebliche Argumente für eine kurzfristige Neuausrichtung des Fuhrparks.

Heck statt Seite?

Ein Thema, das viele Brauereien aktuell umtreibt, ist die Be- und Entladung der auszuliefernden Ware über das Heck der Lastwagen. Speziell wenn es um die Lieferung auf Paletten geht, spart diese Art der Verladung Zeit. Die Möglichkeit, mit kleineren Staplern zu arbeiten, senkt Kosten für den Staplerfuhrpark. Auch die Verladung direkt durch die LKW-Fahrer wird dadurch möglich und der Flächenverbrauch im Verladehof sinkt eklatant. Gegen eine sofortige Umstellung auf Heckbetrieb sprechen allerdings auch zwei Faktoren: zum einen stehen meist keine entsprechenden Verlademöglichkeiten auf Rampen zur Verfügung. Und zum anderen gibt es, wenn man z.B. an Festequipment denkt, Ware, die oft nur mit der Seitenverladung schnell und effizient zu verladen ist.

Tourenplanung mit Köpfchen

Wie deutet man richtig, ob der eigene Fuhrpark effizient arbeitet? Es reicht da nicht aus, auf fehlende Klagen der Kunden zu verweisen oder dafür zu sorgen, dass möglichst viele LKW ja eh den ganzen Tag unterwegs sind. Auch die internen Prozesse gehören da mitbetrachtet – z.B. das Bereitstellen und Verladen der Ware in Vorbereitung der Beladung. Oder eine moderne Routenplanung, welche die optimale Lieferreihenfolge ermittelt. Leerkilometer zu vermeiden hilft, die Kosten für die Belieferung im optimalen Bereich zu halten.

Die bestmögliche Auslastung jedes Fahrzeuges gehört da dazu. Wie lässt sich die jeweilige Auslastung optimieren? Nicht jeder Kunde bestellt regelmäßig und gleiche Mengen. So ändern sich Auslieferziele und Volumen an jedem Tag. Mit fix vordefinierten Routen kann es so schnell eng werden an einigen Tagen, und andererseits sind andere Routen zu schnell fertig mit der Auslieferung. Sehr oft wird die Tourenplanung von einzelnen, erfahrenen Mitarbeitern vorgenommen. Doch was, wenn diese nicht zur Verfügung stehen? Oder wie wird reagiert, wenn ein Fahrer kurzfristig ausfällt? Unterstützung in Form von Software hilft, die Tourenplanung optimal und trotzdem flexibel gestalten zu können. Und sollte im Idealfall dank des trotzdem noch vorhandenen, erfahrenen Personals auch die gewisse Flexibilität im Ernstfall haben.

Mehr Sorten, mehr Aufwand

Die Verbreiterung der Produktpalette hat Auswirkungen auf die Auslieferung. Und es sind ähnliche Themen, die sich auch in der internen Logistik zeigen: kleinere Auslieferungsmengen von mehr Artikeln erfordern geänderte Kommissionierung und Bereitstellung sowie Übergabe an den Kunden.

Ein weiterer Punkt, der nicht außer Acht gelassen werden darf, ist das Leergut- und Retouren Handling. So ist eine Lieferung an einen Kunden (fast) immer mit einem Rücktransport von entsprechendem Leergut verbunden sowie unter Umständen von Ware, die wieder zurückgegeben wird.

Steigende Kosten? Die Zahlen sagen's

Doch wie erkennt man eigentlich, ob die Kosten für den Fuhrpark unangemessen steigen? Zum einen durch genaues Erfassen, welche Strecken mit welcher Zuladung absolviert werden. Sinken z.B. die Auslieferungsmengen je gefahrenen Kilometer, gilt es die Ursachen dafür zu ergründen. Sind es weiter entfernte Kunden oder ist es eine schlecht umgesetzte Routenplanung, die dafür verantwortlich ist?



Hier strahlt das Schlagwort „Digitalisierung“ auch auf den Fuhrpark aus. Zur Auslieferung gehört nämlich nicht nur die physische Bewegung der Waren in den richtigen Mengen oder die obenstehend beschriebene Planung dazu, sondern auch die entsprechende Dokumentation. Hier zählen z.B. die Versandpapiere wie der Lieferschein – und wie der Kunde diesen empfängt. Diesen nicht mehr auf klassischem Weg als Papiausdruck mitzuführen, sondern digital zu übermitteln, schafft nicht nur schlankere Strukturen in der eigenen Logistik, sondern kann mit entsprechend eingerichteter Schnittstelle auch dem Kunden eine erhebliche Zeitersparnis bieten.

Bauchgefühl ist gut – Analyse ist besser

Die Aussage, „das haben wir schon immer so gemacht“ zeigt im gesamten Kontext deutlich auf: Sich nur auf das Bauchgefühl zu verlassen, ist nicht automatisch effizient. Unbestritten ist das Wissen aus der Praxis zwingend notwendig, um die Auslieferqualität hochzuhalten. Neue Wege und Überlegungen zuzulassen, hilft dann aber, die notwendigen Optimierungsschritte zu erkennen und vor allem auch umzusetzen. Egal welchen Weg der Modernisierung und Optimierung man beschreitet: notwendige Investitionen machen sich meist mittel- und vor allem langfristig mehr als bezahlt.

Christian Niederreiter
Senior Consultant
Xvise
www.xvise.com

