

Tourenplanung geht noch besser

Oft mangelt es an Informationen über Empfänger / Termine werden nicht berücksichtigt

Von Stefan Bottler

Die meisten Transportmanagementlösungen haben gemeinsam, dass sie auf vorhandenen Fuhrparks und Prozessen aufbauen und diese eingespielten Strukturen nicht hinterfragen. „Viele Flottenbetreiber können daher das vorhandene Optimierungspotenzial ihrer Prozesse nicht wirklich nutzen“, kritisiert Bernhard Rieger, Inhaber der Logistikberatung BR Consulting, Röhrmoos. Vor allem bei Verteilerverkehren in der Region oder Kep- beziehungsweise Stückgutverkehren für Endkunden ist der Verbesserungsbedarf groß. Denn der boomende E-Commerce sorgt dafür, dass Empfänger täglich wechseln. Hier setzt ein Konzept an, das Rieger mit dem Softwarehaus Kratzer Automation aus Unterschleißheim entwickelt hat. „Wir verknüpfen Tourenplanung mit Beratung in drei Phasen“, sagt Rieger.

In der ersten Phase werden alle für die Transportdisposition relevanten Einflussfaktoren untersucht und Lösungen gesucht, wie der vorhandene Fuhrpark optimiert werden kann. In der zweiten Phase erstellen beide Unternehmen mit dem Produkt „Cadis“ eine Tourenplanung. Anschließend erheben sie Kennzahlen beim Kunden und passen bei Veränderungen von Flotten

Die Gesamtkosten am Transportprozess lassen sich um 20 Prozent senken.

Karl Belkner,
Produktmanager bei Kratzer Automation

und Lieferverkehren die Touren an. „Das Konzept soll so zu einer permanenten Tourenoptimierung führen“, sagt Karl Belkner, Produktmanager bei Kratzer Automation.

Um rund 20 Prozent können die Gesamtkosten den bisherigen Erfahrungen zufolge mit diesem Konzept gesenkt werden. Solche Quoten sind jedoch nur möglich, wenn der Flottenbetreiber seinen Fuhrpark anpasst, überflüssige LKW abstößt oder ungeeignete ersetzt.

Die beiden Unternehmen analysieren die vorhandenen Planungen und Prozesse, indem sie Fahrer und Disponenten befragen und Liefer- und Abholtermine erfassen. Vor allem Letztere werden bei der Entwicklung von Tourenplänen völlig unterschätzt. „Über die Hälfte der Abholungen sind nicht planbar“, betont Rieger. Solche Prozesse können jedoch Touren verzögern und Fahrzeuge überlasten. „Viele LKW sind zu klein oder haben das falsche Equipment. Rieger schätzt deren Anteil auf rund 30 Prozent. Auf Basis der erhobenen Daten ermittelt er, welche Fahrzeuge der Betreiber behalten, ersetzen oder ausmustern soll.“

Zudem stellt der Berater immer wieder fest, dass auch über die Empfänger zu wenig bekannt ist. Manche Transportunternehmen kennen die genaue Adresse, Öffnungszeiten und Anlieferungsbedingungen nicht. „Auch bei den Stamm- und Bewegungsdaten vieler Touren gibt es erhebliche Lücken“, bilanziert Rieger. Höchstens 30 Prozent der Stammdaten seien wirklich gepflegt. Rieger

prüft Soll- und Ist-Werte der einzelnen Touren, analysiert deren Wirtschaftlichkeit und schlägt weitere Verbesserungen vor. Dazu gehört der Abgleich mit Adressdatenbanken, in denen alle anlieferrelevanten Besonderheiten gespeichert werden.

Wenn diese Maßnahmen realisiert worden sind, beginnt Phase zwei mit der Implementierung oder Erweiterung der Tourenplanungssoftware. Auf organisatorische und strategi-

sche Maßnahmen wie eine mögliche Bereinigung des Liefergebiets folgt die eigentliche Tourenplanung auf Basis der unternehmensspezifischen Planungsparameter. „Im Fokus steht eine dynamische Tourenbildung inklusive Optimierung der Stoppreihenfolgen“, sagt Belkner. Häufig sind Transportunternehmen auf historisch gewachsenen Zustellrouten unterwegs, die niemals hinterfragt worden sind. „Manchmal über-

schneiden sich die Netze einzelner Niederlassungen sogar“, staunt Belkner. Als Konsequenz können die Entfernungen einzelner Touren um über 25 Prozent verkürzt oder auch die Tourenzahlen insgesamt reduziert werden. Weil mehr Laderaum verfügbar ist und Zeitfenster der Ladestellen punktgenau angesteuert werden können, sind bei den Stopps bis zu 10 Prozent und bei der gesamten Tourenbildung sogar bis zu 25 Pro-

ANZEIGE



zent Einsparungen möglich. „Je größer der Fuhrpark ist, umso kräftiger fallen die Einsparungen aus“, betont Belkner.

In der dritten Phase baut das Duo ein Kennzahlensystem auf. „In regelmäßigen Analysen entwickeln wir mit dem Kunden die Tourenplanung weiter“, sagt Rieger. Die Analyseintervalle sind frei wählbar, wobei Rieger einen Vierteljahresrhythmus empfiehlt. (cs)

ANZEIGE



Wir gratulieren!



Heidegunde Senger-Weiss

zur Aufnahme in die
Logistics Hall of Fame

