



OPTIMIERUNG DER VERTRIEBS- LOGISTIK FÜR EIN FAMILIENUNTERNEHMEN

Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik

Abteilung Verkehrslogistik
Joseph-von-Fraunhofer-Str. 2-4
44227 Dortmund

Ansprechpartner

**Dr.-Ing. Dipl.-Inform.
Bernhard van Bonn**

Telefon: +49 (0) 231/9743-369
Fax: +49 (0) 231/9743-77 369
bernhard.van.bonn@iml.fraunhofer.de

Dipl.-Wirt.-Inf. Lars Hackstein

Telefon: +49 (0) 231/9743-195
Fax: +49 (0) 231/9743-77 195
lars.hackstein@iml.fraunhofer.de

Web: [www.iml.fraunhofer.de/
verkehrslogistik](http://www.iml.fraunhofer.de/verkehrslogistik)

Ausgangssituation

Für ein Familienunternehmen der metallverarbeitenden Industrie stehen umfangreiche Umstrukturierungsmaßnahmen in der Logistiknetzwerkstruktur an, die als Reaktion auf geänderte Marktbedingungen geplant und auf den Weg gebracht werden sollen. Das Unternehmen zeichnet sich seit den 90er Jahren durch ein starkes Wachstum aus, so dass nun der Übergang zu einem managementgeführten Global Player unmittelbar bevorsteht.

Da sich der metallverarbeitende Markt im Allgemeinen auf einem hohen Qualitätsniveau befindet, werden Marktanteile zunehmend über Serviceleistungen definiert. Heute verfügt das Unternehmen nach eigener Einschätzung bereits über eines der besten Logistiksysteme in der Branche. Eine Differenzierung zu Wettbewerbern wird aber weiter vor allem über die Dienstleis-

tungen „Beratung“ und „Bereitstellung beim Kunden“ erfolgen. Der zweite Aspekt wird im Wesentlichen von der Vertriebslogistik, deren Strategie und organisatorischen Aufbau bestimmt.

Projektziele

Das heutige Netzwerk besteht derzeit aus 4 Produktionsstandorten. Dazu kommen weitere Vertriebsstandorte in Italien, Deutschland, Polen, Großbritannien und Niederlande. Erklärte Zukunftsstrategie ist es, auch in den Märkten Nord- und Südamerika Fuß zu fassen.

Die meisten Kunden sind externe Großhändler, die vom vollautomatischen Zentrallager oder von den jeweiligen Niederlassungen beliefert werden. Teilweise werden aber auch Endkunden der weiterverarbeitenden Industrie direkt beliefert. Mittel- bis

langfristig strebt das Unternehmen einen höheren Anteil des Direktvertriebs an. Dazu ist die gesamte Vertriebslogistik auf die neuen Anforderungen (höhere Anzahl Aufträge, kleinere Sendungen) auszurichten.

Realisierung

Ausgehend von der existierenden gewachsenen Vertriebslogistik wurde zunächst für den europäischen Absatzraum das gemeinsame Distributions- und Lagersystem optimiert. Ziel war es, das neu entstehende Distributionsnetz so zu gestalten, dass die Kunden mit maximalem Servicegrad über eine kostenminimale Struktur (d. h. bei geringen Beständen) punktgenau beliefert werden. Hierzu wurde vom IML speziell für den Auftraggeber ein Konzept entwickelt und gemeinsam in die Umsetzung gebracht.

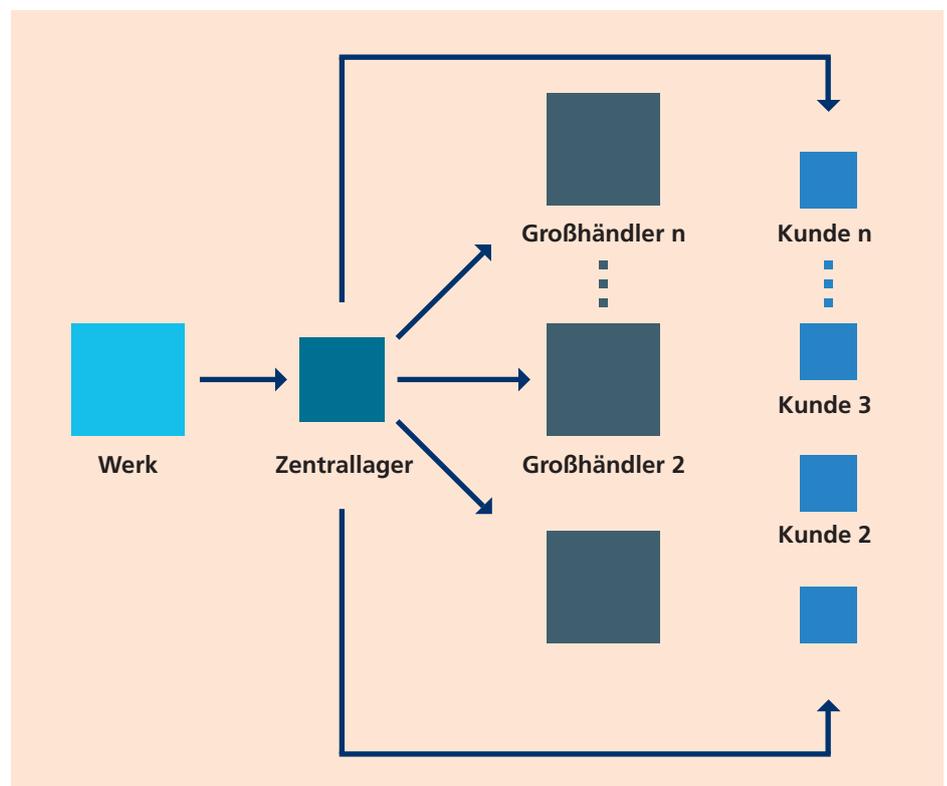
Die Neugestaltung der Vertriebslogistik beinhaltete folgende Arbeitsschritte:

1. Aufnahme der Ist-Situation/Datenaufnahme
2. Analyse der Ist-Situation
3. Ermittlung der optimalen Lagerstandortstruktur

Um der Komplexität in den Strukturen der Länder gerecht zu werden, wurde die Analyse in den Kernländern des Kunden mit dem Softwaretool DISMOD durchgeführt.

Ergebnis

Aus den Daten resultierte, dass entsprechend der Marktentwicklung eine Minimal- und eine Maximalvariante möglich sind. Erstere erfordert u. a. einen neuen Standort im asiatischen Teil von Russland sowie eine Anpassung der Lagerausstattung heutiger Standorte. Letztere, mittelfristig ausgelegte Variante, setzt u. a. vier neue Standorte voraus.



Vertriebsstruktur des Familienunternehmens