

Cross Docking

Das Hauptziel des Managements im Handel ist die Optimierung der Lieferkette vom Hersteller über die Verteilzentren (Distribution Center, DC, inklusive HUB's, Zentrallager und Cross-Docking-Centren) und/oder direkte Filialbelieferung (Direct Store Delivery, DSD) zur Filiale, um individuelle Kundenwünsche zu erfüllen. Allumfassendes Ziel ist die Minimierung der Gesamtkosten der Arbeitsabläufe innerhalb der Lieferkette, die sowohl Kostenelemente der Nachfrage- als auch der Angebotsseite enthalten.

Typische Kostenelemente für Verteilzentren (DC)

- Bestell- und Kapitalbindungskosten pro **SKU** (stock keeping unit = lagerhaltender Artikel) pro Lieferperiode in den **DC** (distribution center = Verteilzentren)
- Der Lieferrhythmus oder der Lieferplan vom Hersteller zu den DC, der die notwendige Bestellosgrößen erzeugt
- Die Mindestmenge der SKU
- Logistische Bestellrestriktionen bezüglich der Anzahl der **SKU's** beim Hersteller, z.B. Anzahl der **SKU's** pro Palette (Mindestbestellmengen) oder die Anzahl der Paletten in einem LKW
- Rabattstaffeln, so dass der Vorteil eines niedrigeren Preises mit den zusätzlichen Kapitalbindungs-, Lagerhaltungs- und Handlingkosten verglichen werden muss

Auf der **DC**-Ebene entspricht die Nichtverfügbarkeit der Waren den Präsenzlücken im Handel.

Der Hersteller (Industrie) spielt eine wichtige Rolle beim Senken der Kosten auf Nachfrage- und Lieferantenseite. Der Hersteller kann dazu beitragen, die durch unterdrückte Verkäufe entstandenen Kosten zu senken, indem er die Verfügbarkeit der Artikel in der Filiale und im Lager durch zeitgerechte Lieferung sicherstellt. Er kann außerdem dazu beitragen, die Kapitalbindungskosten zu senken, indem er minimale Bestellmengen, Verpackungen, Lieferpläne und veränderte Rabattstaffeln an den Bedarf des Handels kostenoptimal anpasst.

Diese Effekte können nur durch eine Zusammenarbeit des Handels mit dem Hersteller, durch Zugänglichkeit von Informationen über die Spezifikation der Artikel, der Verpackungen, der Lieferpläne, der Rabattsysteme etc. erreicht werden. Am wichtigsten ist jedoch der Austausch der Informationen über zukünftige Absätze und zukünftige Bestellungen. Im Austausch von Informationen und Prognosen kann der Hersteller bessere Prognosen für die Nachfrage seiner Produkte erwarten, um seine eigenen Produktionsprozesse zu optimieren.

Quelle

„Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment“ Supply Chain Management der nächsten Generation – Dirk Seifert, Galileo Business ISB 3-89842-258-5