



Von Bernd Zipper

# Durch Prozessdenken die Nase vorn

Enorme Rationalisierungspotenziale im Bereich der Logistik sind noch ungenutzt

## INTERVIEW



Ein von den Unternehmen in der Druckindustrie oft vernachlässigter Aufgabenbereich ist die Print Medien Logistik. Der Wandel der Branche ist auch in diesem Bereich zu spüren und die Logistiker mausern sich vom »Führunternehmen« zum intelligenten Logistikmanager. Nicht der Versand steht mehr im Vordergrund, sondern die exakte Verzahnung mit den internen Prozessen im Druckunternehmen und die gesamte Logistikkette. Druckmarkt sprach mit Bernd Jungclaus, Geschäftsführer der RvE, einem der führenden Printmedien Logistiker in Deutschland.

RvE ist Anfang 2005 durch ein Joint Venture der Unternehmen van Eupen Logistik GmbH in Essen und der Röskes Speditions-GmbH in Heiligenhaus entstanden. Beide Unternehmen haben sich in den letzten Jahren eine Vorreiterposition im Printmedienbereich erarbeitet. Da erschien es logisch, diese Kompetenzen zu bündeln. Dies hat nicht nur Vorteile durch die zentrale Steuerung und Disposition des Fuhrparks, sondern in besonderem Maße durch das erweiterte Servicespektrum das nun angeboten werden kann.

### Optimierung der Logistik

Deutschland ist bekannt für seine oftmals überragende Logistik. Das sollte auch für den Printbereich gelten. Und dennoch gibt es Verbesserungsmöglichkeiten und Ansätze zur Optimierung der betriebsinternen und der externen Logistik.

»In der Tat hat Deutschland im Sektor Printmedien-Logistik die Nase vorn. Dies gilt jedoch nicht für alle Unternehmen,« sagt Bernd Jungclaus. »Bei unseren Besuchen vor Ort finden wir oft eine gut organisierte Versandabteilung, die mit hohem Personalaufwand und meist ohne EDV-Steuerung den Versand der Druckprodukte abwickeln. Aber für uns ist Printmedien Logistik mehr als nur das reine Abwickeln.«

Für ihn beginnt der gesamte Bereich schon bei der Steuerung und Organisation der Beschaffungslogistik, auf Wunsch bis in die Maschine, und



schließt unmittelbar hinter der Weiterverarbeitung wieder an. Hier kann RvE aufgrund seiner Spezialisierung auf den Print-Bereich meist ein großes Optimierungspotential erschließen. »Mit modernen Steuerungsinstrumenten und mit der ganzheitlichen Einbindung der Logistikkette in die Produktionskette lassen sich für fast alle Unternehmen Zeit und Geld einsparen«, weiß Bernd Jungclaus.

### Greift JDF bereits?

Das heißt aber auch, dass konsequent auf neue Technologien aufgesetzt wird. Denn Techniken wie Routetracking, mobile Kommunikation

und JDF als neue Technologie sind bekannt und werden mehr oder weniger intensiv eingesetzt.

Dazu Bernd Jungclaus: »Sicher spielt JDF hier eine große Rolle – aber erst in Zukunft. Im Moment fehlen dem JDF-Standard noch die notwendigen Definitionen für externes Jobtracking im Printmedien Sektor. Aber wir arbeiten daran und suchen gemeinsam mit Partnern nach einer soliden Lösung. Trotzdem setzen wir natürlich auf moderne Trackingverfahren für die Sendungsverfolgung und die Tourenplanung. RvE setzt hier zum Beispiel auf Truck24. Mit diesem System können unsere Koordinatoren in der Speditionszentrale jederzeit mit dem Lkw-Fahrer mobil

über eine Internetschnittstelle kommunizieren. Der Fahrer hat in seinem Cockpit einen speziellen Mobilcomputer, mit dem er wiederum mit der Zentrale kommunizieren kann. So werden flexible Tourenplanungen mit kurzen Wartezeiten via Telematik ermöglicht. Durch unsere Politik der offenen Schnittstellen sind wir in der Lage, eine optimale Anbindung an die jeweilig geforderte Systemtechnik zu garantieren.«

### Von der Papierfabrik bis zum Druckereikunden

RvE ist in diesem Bereich schon einige Zeit aktiv und weit über die Konzeptionsphase hinaus. »Unser Leistungsportfolio umfasst die gesamte Logistikkette die bereits bei der Entstehung des Rohpapiers ansetzt,« so Bernd Jungclaus. »Wir beliefern Papierfabriken einerseits mit Hülsen und Packpapier, laden dort das fertige Papier und beliefern unsere Kunden direkt. Beim Kunden nehmen wir fertige Druckprodukte wieder auf und organisieren zum Beispiel den Beilagenversand sowie die Distribution zu lokalen Verteilungsorganisationen. Dabei stellen wir auf Wunsch nicht nur die jeweiligen Transporte sicher, sondern übernehmen als Outsourcing-Partner für die Druckerei auch das Management der internen und externen Logistik beim Kunden vor Ort. So kann dies, wie im Fall von TSB in Unterkaka, die gesamte Versandlogistik inklusive der Hochregallager-Bewirtschaftung einschließen.«

Für den Kunden bedeutet dies, dass er im Logistikkbereich auf einen flexiblen und verlässlichen Partner zurückgreifen kann, der auch Produktionsspitzen abfangen kann.

### Einsparung von Kosten

Im Falle eines Outsourcing der gesamten Logistikkette vor und hinter

der Druckmaschine kann RvE schnell und »skalierbar« reagieren. Werden fünf Mitarbeiter mehr benötigt, stehen die Logistikspezialisten sofort bereit und realisieren den zu bewältigenden Organisationsaufwand. Das heißt, der Kunde kann Personalkosten einsparen und kann trotzdem auf eine perfekt organisierte Logistikkette zurückgreifen.

Doch dies verlange auch von der Druckerei einen gewissen Aufwand, sagt Bernd Jungclaus: »Bevor wir mit einem neuen Partner zusammenarbeiten, machen wir vor Ort eine Logistikanalyse. Dadurch weiß unser Kunde, wo er steht. Zudem übernehmen wir auch Spezialaufgaben, die nicht in die beim Kunden vorhandene Produktionskette passen. Ein Beispiel ist hier die Konfektionierung von Druckerzeugnissen und die Einzelumverpackung. So ist ein RvE-Kunde stets flexibel und kann auf die Anforderungen seiner Kunden gelassen reagieren.«

### Logistikanalyse

Üblicherweise scheuen Unternehmen jedoch Logistikanalysen – vor allem dann, wenn zum Teil teure Berater kostspielige Analysen durchführen, die letztlich zu keinem Ergebnis führen.

Dem hält Bernd Jungclaus als Profi in der Logistikszene jedoch entgegen: »Wir machen eine Bestandsaufnahme der gesamten Waren- und Informationsbewegungen eines Unternehmens. Was wird wann in welchen Mengen produziert? Wie wird es intern transportiert und gelagert? Wie erfolgt die Materialzulieferung und mit welchem Aufwand erfolgt die Versandabwicklung? Welche Informationen werden wann benötigt und stehen wann zur Verfügung? Anhand der ermittelten Kennzahlen können wir unsere Rückschlüsse ziehen, welche Bereiche wie optimiert werden können.«

Wesentlicher Bestandteil der Analyse sind natürlich der Personaleinsatz und die Personalsteuerung. RvE entwickelt auf Basis der ermittelten Daten und Abläufe ein ganzheitliches Konzept, glättet Schnittstellen und optimiert Abläufe. »Wir heben also die versteckten Kostenpotenziale. Im Gegensatz zu vielen anderen Beratungsunternehmen übernehmen wir dabei die Verantwortung für das Konzept, das das Gerüst unseres Angebotes an den Kunden ist, seine Logistik in voller Verantwortung zu steuern.«

### Ein ganz klares »Jein«

Ist Printmedien-Logistik also nur ein Thema für größere Unternehmen der Branche? Bernd Jungclaus beantwortet die Frage mit einem klaren »Jein«. Nach seiner Erfahrung können auch kleinere Unternehmen durch eine Optimierung der Logistik profitieren, da die Logistikkosten (ganzheitlich betrachtet) einen wesentlichen Anteil an den Gesamtkosten ausmachen.

»Es kommt nicht auf die Unternehmensgröße an, sondern auf den Logistik-Aufwand. So gibt es eine ganze Reihe von kleinen Unternehmen, die sich zum Beispiel auf den Beilagedruck oder etwa Etiketten spezialisiert haben. Da müssen Warenbewegung jedweder Art organisiert werden. Da sind wir zur Stelle.«

### Logistik ist Teil der Prozesskette

Es scheint also in der Tat einige Ansätze zu geben, die in Zukunft nicht mehr vom Drucker selbst, sondern von Partnern gelöst werden können. Man denke nur an die Zulieferung von Fremdarbeiten, das Binden beim Kollegenbetrieb nach dem Druck und vieles mehr. Schließlich sind Themen wie Just-in-Time-Produktion oder auch Lieferpünktlichkeit Teil der gesamten Prozesskette vom

Angebot bis zur Auslieferung der Drucksache.

»Wir denken, dass JDF und andere Standardtechnologien künftig eine stärkere Rolle spielen werden.« Davon ist Bernd Jungclaus überzeugt. Er sieht aber auch noch weitere Felder der partnerschaftlichen Zusammenarbeit. Auch die Lagerhaltung ist ein Thema, das den Drucker viel Geld kosten kann. Hier kann, so Jungclaus, ein weiteres Optimierungspotential erschlossen werden. »Im wesentlichen ist es aber die höhere Transparenz und die Prozesskontrolle, die auch für den Kunden des Druckers interessant wird. So ist es vielen Kunden ein Bedürfnis zu wissen, wie es um die jeweilige Produktion und die Auslieferung der fertigen Produkte steht.«

Dies sei zwar heute schon via Internet möglich, Ziel aber müsse es sein, den Logistikkbereich in die Prozesskette mit einzubeziehen. Im Falle eines Maschinenstillstands oder -ausfalls muss der Logistiker sofort reagieren können. Nur so profitieren alle davon: Der Drucker, der Kunde des Druckers und auch der Logistiker selbst.

### Querschnittsfunktion

Dazu muss der Logistik in der Druckindustrie ein höherer Stellenwert eingeräumt werden. Sie muss als Querschnittsfunktion eine Bedeutung erhalten, die der in anderen Wirtschaftsbereichen ähnlich ist. Dabei empfiehlt Bernd Jungclaus: »Drucker müssen vom Versanddenken abrücken und zu einem ganzheitlichen Prozessdenken kommen. Dann wird deutlich, dass komplexe Logistikaufgaben von Spezialisten bewältigt werden sollten. Nur dann hat der Drucker in seinem hart umkämpften Markt die Chance, sich auf seine Kernkompetenz zu konzentrieren.«



**www.druckmarkt.de**  
Und Sie sind auf dem Laufenden.

**LANGER**  
Kunststoffwaren  
63500 Seligenstadt  
Tel. 0 61 82/92 32-0 · Fax 92 32-10  
● selbstklebende Artikel  
● Ringbücher ● Sichthüllen  
● Angebotsmappen  
SONDERANFERTIGUNGEN  
auch mit Siebdruck  
www.Langer-Kunststoffwaren.de