

Digitalisierte Logistik unterstützt Standardisierung der Produktion

Von Alexander Voigt

Die Hände der jungen Logistikerin aus Mlada Boleslav fliegen nur so über das Touchboard. Vor ihren Augen und denen der übrigen Zuschauer entsteht eine virtuelle Kommissionierzone für die Versorgung einer neu aufzubauenden Produktionslinie mit den notwendigen Teilen für den Bau eines Skoda. Schnell werden noch Transportwagen und sogar Personen positioniert. Mit einem einfachen Fingerzeig beginnt eine Ablaufsimulation. Dieses virtuelle Planungstool für die Entwicklung und Optimierung von Logistikprozessen vom Zulieferer bis zum Bereitstellungsort in der Produktion wird spätestens 2016 zum Einsatz kommen. Bereits Anfang Juli stellten die Tschechen das neue Tool auf dem Innovationstag Logistik 2015 des Volkswagen-Konzern in Leipzig vor.

Seit inzwischen zehn Jahren versammelt der Wolfsburger Konzern einmal im Jahr seine Logistik-Verantwortlichen aus allen 119 Standorten weltweit. So kamen im Porsche-Werk Leipzig insgesamt 250 Personen aus 19 Nationen zusammen. Den Sinn und Zweck verdeutlichte Thomas Zernechel, Leiter Volkswagen Konzernlogistik wie folgt: „Neben der Standort- und Markenlogistik gibt es die markenübergreifende Konzernlogistik. Unser Ziel im Konzern ist, neben den modularen Baukästen für unsere Fahrzeuge auch eine umfassende Standardisierung der Produktionslogistik zu gewährleisten.“

Diese Innovationstage sind also nichts anderes als ein globaler Ideentransfer und ein echter Vorteil eines großen Konzerns: Innovationen einer Marke werde zum Teil noch vor dem endgültigen Einsatz an einem Standort mit allen zwölf Marken geteilt. So können sie sogar noch durch Ideen der anderen Kollegen weiter optimiert werden. Und selbstverständlich wird jedes Jahr auch ein Innovationspreis vergeben.

Neben der Optimierung von Produktionsabläufen sind es vor allem die Versorgungssicherheit und die Kostenreduzierung, die immer wieder in den Fokus genommen werden. Aus Zuffenhausen kommt eine bedarfsorientierte und transparente

Steuerung der Lieferkette. Zwischen Porsche als Automobil-Hersteller, Zulieferbetrieben und notwendigen Speditionen wird eine Web-basierte Transparenz hergestellt. Wichtige Prozessdaten des Herstellers werden über eine Online-Plattform den anderen Beteiligten zur Verfügung gestellt und sorgen zum Beispiel bei den Spediteuren für eine Optimierung der Transporte. Kostenintensive Leerfahrten lassen sich so verhindern.

Audi sorgt für eine zielgerichtete Datenvernetzung beim Steuern und bei der Überwachung von Frachtkosten. Immerhin mit einem Umsatz von 320 Millionen Euro pro Jahr. Riesige Datenmengen werden dazu übersichtlich visualisiert, so dass die entsprechenden Sachbearbeiter Kostenpotenziale leichter entdecken und regulierend eingreifen können.

Das zahlt sich aus. Allein die Marke Skoda konnte anhand von umgesetzten Vorschlägen der vergangenen Innovationstage innerhalb weniger Jahre die Logistikkosten um 25 Prozent, die Lagerbestände und -flächen um jeweils 55 Prozent und die CO2-Emissionen gar um 60 Prozent reduzieren. Und das dürfte nur der Anfang sein, wenn man bedenkt, dass allein für den Volkswagen-Konzern täglich 14 000 Lkw unterwegs sind, um den „Hunger“ der 119 Fabriken nach 45 Milliarden Einzelteilen für die Produktion von über 10 Millionen Fahrzeugen pro Jahr zu stillen. (ampnet/av)

Bilder zum Artikel



Innovationstag Logistik 2015 in Leipzig: Thomas Zernechel (Leiter Volkswagen Konzernlogistik) am Touchboard des virtuellen Planungstools aus Mlada Boleslav.



Innovationstag Logistik 2015 von VW in Leipzig: Touchboard des virtuellen Planungstools.



Innovationstag Logistik 2015 von VW in Leipzig: Logistik-Team aus Mlada Boleslav und

Thomas Zernechel (re.), Leiter Volkswagen Konzernlogistik.



Innovationstag Logistik 2015 von VW: Präsentation im Porsche-Werk Leipzig.
