

Berichte aus der Betriebswirtschaft

Andreas Schmidthöfer

**Taktische Bestimmung von Tourgebieten
für die expeditionelle Tourenplanung**

Shaker Verlag
Aachen 2004

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Zugl.: Augsburg, Univ., Diss., 2003

Copyright Shaker Verlag 2004

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 3-8322-2579-X

ISSN 0945-0696

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: www.shaker.de • eMail: info@shaker.de

Der Festlegung von Tourgebieten wird in jüngster Zeit seitens der Unternehmen aus der Speditionsbranche immer mehr Bedeutung beigemessen. Eine Ursache für das zunehmende Interesse auch der Logistikdienstleister ist der steigende Wettbewerbsdruck der Unternehmen. Die Folge hiervon sind vermehrte Anstrengungen, die einen nicht unerheblichen Kostenblock darstellenden Logistikaufwendungen zu reduzieren, indem beispielsweise die Ausliefereffizienz erhöht wird. Ein anderer Grund besteht in der Zunahme von Kooperationen und Unternehmenszusammenschlüssen, die dazu führen, dass die Struktur bestehender, oft historisch gewachsener Gebietseinteilungen hinterfragt wird. Hieraus resultieren *organisatorische Änderungen wie beispielsweise die Vergabe von Tourgebieten an Frachtführer*, die eigenverantwortlich die täglichen Transporte übernehmen.

Unter der Tourgebietsplanung wird die taktische Bestimmung von über einen längeren Zeitraum unveränderbaren Gebieten (im Nahbereich) verstanden, für die jeweils ein fester Fahrer verantwortlich ist. Die täglichen Sammel- oder Ausliefertouren orientieren sich damit anders als bei einer Tourenplanung ohne Tourgebiete an einen Rahmen, der durch die Gebietsgrenzen vorgegeben wird. Es wird davon ausgegangen, dass neben den Bedarfen der Kunden auch deren Standorte täglich variieren können. Damit geht die Tourgebietsplanung weit über die Standardtoursplanung hinaus, bei der lediglich die Bedarfshöhe, nicht aber die Kunden täglichen Schwankungen unterliegen können.

In der vorliegenden Arbeit wird für das Problem der Tourgebietsbestimmung – ausgehend von Anforderungen der Praxis – ein Planungsmodell entwickelt sowie ein neues Verfahren zur Planung der Tourgebiete vorgestellt. Hierbei werden die Gebiete auf Basis von Postleitzahlen definiert, ein Modell zur Berücksichtigung der *für einen praktischen Einsatz bedeutsamen Fahrzeiten innerhalb der einzelnen Touren* präsentiert und die Praktikabilität schließlich im Rahmen einer Fallstudie für einen Paketdienst mit realen Daten aufgezeigt.