



## Die Otto Pachmayr GmbH & Co Mineralwasser KG

Die Firma Otto Pachmayr ist mit ihrem Gründungsjahr 1867 eine der ältesten Getränkegroßhandlungen Deutschlands. Das Unternehmen steht für Münchner Tradition und wird seit nunmehr fünf Generationen vom Vater an den Sohn weitergegeben.

Unsere Kunden haben die Möglichkeit, den gesamten Bedarf an Mineral- und Heilwässern, Flaschen- und Fassbieren, Erfrischungsgetränken und Säften aus einer Hand zu beziehen.

Vom 32.000 m<sup>2</sup> großen Betriebsgelände starten täglich 50-60 LKW-Touren und führen bis zu 600 Lieferungen pro Tag aus. Dabei bewältigen die 180 Mitarbeiter ca. 6,2 Mio. Gebinde pro Jahr.

## Logistische DB-Rechnung

Nachdem mit der ERP Lösung drink.3000 von COPA der Echtstart erfolgte, startete Mitte 2016 das BI Projekt mit PST. Der Hauptfokus lag dabei von Beginn an auf einer „Logistischen Deckungsbeitragsrechnung“.

## Kostentreiber in der Logistik

Schaut man sich an, was die Kosten beeinflusst, so gibt es je nach Bereich unterschiedliche Kostentreiber:

- Lagerhaltung mit Wareneingang, Staplertransporte, Kommissionierung und Verladung
- Auslieferung mit Fahrtzeiten (LKW und Personal), LKW-Kosten je km und Standzeiten beim Kunden (LKW und Personal)
- Abladen
- Leergutkontrolle und -sortierung

## Kombination unterschiedlicher Daten und Berechnungen

Letztendlich laufen in der DB-Rechnung alle Daten zusammen. Angefangen bei den Werten aus der Faktura inklusive den spezifischen Konditionen, sowie Belastungen und Vergütungen von Partnern.

Die weiteren Zuordnungen von Kosten sind eine Kombination aus direkt zurechenbaren Bezugsgrößen wie Mengendaten (z.B. Stunden), die dann mit einem Faktor dem Auftrag / Kunde zugerechnet werden.

Kosten für die Kommissionierung werden über die Gebindemengen pro Auftragsposition ermittelt. Tourkosten werden über die sogenannten „Sternkilometer“ auf die Kunden verteilt. Dabei werden die Sternkilometer mit dem Transportgewicht gewichtet.



## Fazit

Die ermittelten Deckungsbeiträge je Kunde, nach Abzug aller zuzuordnenden Logistikkosten, bilden die Basis für eine kundenindividuelle Preisgestaltung in unterschiedlichen Situationen wie:

- Kundenindividuelle Preiserhöhungen
- Sonderpreise
- Wettbewerbsangebote
- Preisgestaltung bei Neukunden mit vergleichbaren Logistikbedingungen

Als positiver Nebeneffekt steht eine Vielzahl an logistischen Daten wie Mengen, Zeiten, Km etc. bereit, die als Kennzahlen in Kombination mit Umsatz- und Kostendaten ausgewertet werden können.