



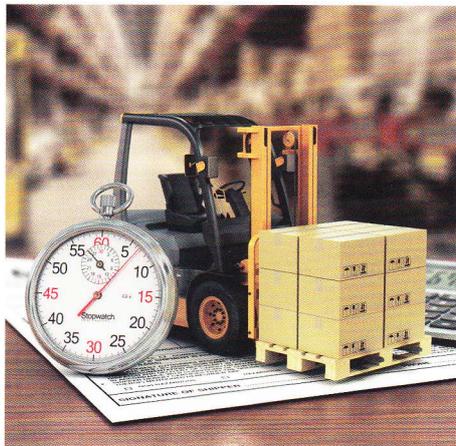
Ein Beitrag von Christian Schober, Inhaber der SCHOBER Beratung für Logistik

## Wird die Bedeutung der Logistik im Großhandel unterschätzt?

Betriebsberatung

**Die Antwort auf diese Fragen lautet in der Regel lautet: Ja! Denn die Logistik ist ein erheblicher Kostenfaktor. Hier ein kleines Rechenbeispiel zum Verständnis.**

Nach verschiedenen Erhebungen beträgt der Anteil der Logistikkosten an den Gesamtkosten im Groß- und Einzelhandel ca. 15%\*. Unterstellen wir für unser Beispiel – konservativ gerechnet – nur 10 % Anteil der Logistikkosten und gehen wir außerdem von einem kleineren Handelshaus mit beispielsweise 10 Mio. Euro Kosten aus. Die Logistikkosten würden in diesem Beispiel 1 Mio. Euro pro Jahr betragen. Verbesserungsprojekte in der Logistik generieren erfahrungsgemäß regelmäßig mindestens 10 % Kostenreduktion. Somit könnten 100.000 Euro eingespart werden, was bei einer Umsatzrendite von beispielsweise 5 % einem Umsatz von 2 Mio. Euro entspräche. Einsparungen in der Logistik schlagen also direkt auf das Ergebnis durch. Po-



tentiale zur Kostenreduzierung gibt es in der Beschaffungslogistik: Der Zielkonflikt aus der Abnahme einer großen und deshalb günstigen (Mindest-)Menge führt zu hohen Beständen. In den Transportkosten steckt ebenfalls viel Potential: Kaufen Handelsunternehmen frei Haus, kostet zwar die Fracht erst einmal nichts. Sie ist aber garantiert eingepreist – und das nicht zu knapp. In der Lagerlogistik kann in der Bewirtschaftung eines Lagers trotz scheinbar optimalem Bestand noch

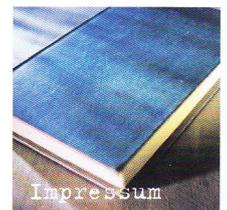
sehr viel Geld verloren gehen: durch falsche Technisierung, schlechte Organisation und teuren Arbeitsprozessen voller Platz- und Zeitverschwendung im Lager, der Kommissionierung und der Verpackung. Teuer ist auch die zeitraubende Be- und Entladung von LKW. In der Distribution stecken hohe Kosten durch schlecht ausgelastete Fahrzeuge, Leer- und One-way-Fahrten, aber auch durch Sonderfahrten, falsche Verkehrsträgerwahl und teure Speditionen. Untersuchen Sie Ihre Logistik also dringend nach Potentialen – es lohnt sich! Nähere Informationen zum Thema siehe auch [www.lgad.de](http://www.lgad.de) im Themenfeld Betriebsberatung oder unter [www.christianschober.de](http://www.christianschober.de).

\* Quelle: Logistik-Tacho-2010 „Driving Logistics to Excellence“ Supply Management Institut ISBN 3-87154-330-6

## Umkleide- und Arbeitszeiten

Umkleidezeiten gehören zur vertraglich geschuldeten Arbeitsleistung, wenn das Umkleiden einem fremden Bedürfnis dient und nicht zugleich ein eigenes Bedürfnis erfüllt (BAG vom 17.11.2015 - 1 ABR 76/13). Das ist bei einer besonders auffälligen Dienstkleidung der Fall. Das Ankleiden mit vorgeschriebener Dienstkleidung ist nicht lediglich fremdnützig und damit nicht Arbeitszeit, wenn sie zu Hause angelegt und – ohne besonders auffällig zu sein – auf dem Weg zur Arbeitsstätte getragen werden kann. An der ausschließlichen Fremdnützigkeit fehlt es auch, wenn es dem Arbeitnehmer gestattet ist, eine an sich besonders auffällige Dienstkleidung außerhalb der Arbeitszeit zu tragen, und er sich entscheidet,

diese nicht im Betrieb an- und abzulegen. Um eine besonders auffällige Dienstkleidung handelt es sich, wenn der Arbeitnehmer im öffentlichen Raum aufgrund der Ausgestaltung seiner Kleidungsstücke ohne Weiteres als Angehöriger seines Arbeitgebers erkannt werden kann. Eine solche Zuordnungsmöglichkeit besteht auch bei einer unauffälligen Farbgestaltung der Dienstkleidung, wenn auf dieser ein Emblem oder Schriftzüge angebracht sind, die aufgrund ihrer Bekanntheit in der Öffentlichkeit mit einem bestimmten Rechtsträger oder einer Unternehmensgruppe in Verbindung gebracht werden. Hierfür kommt es – unabhängig von der Größe der Schriftzüge oder Logos – nur auf deren Erkennbarkeit an.



**Erscheinungsweise:** zweimonatig

**Verleger:** Wirtschaftshilfe des Bayerischen Groß- und Außenhandels GmbH

**Alleiniger Gesellschafter:**

Landesverband Groß- und Außenhandel, Vertrieb und Dienstleistungen Bayern e.V.

**Verantwortlich für Redaktion und Anzeigenteil:** Amelie Wollny und Helmut Ruhland

**Grafik:** Newsletter Nick Hermanns, München  
**Druck:** Typobierl Satz & Druck GmbH, München

**Hauptgeschäftsstelle:**

Max-Joseph-Str. 5, 80333 München  
Postfach 201337, 80013 München

Tel. (089) 54 59 37 – 0

Fax: (089) 54 59 37 – 30

info@lgad.de

www.lgad.de

**Geschäftsstelle Nürnberg:**

Sandstr. 29, 90443 Nürnberg

Tel.: (0911) 20 31 80

Fax: (0911) 22 16 37

nuernberg@lgad.de