



Boegbeelden

In Boegbeelden geven inkopers, logistiek managers en supply chain managers hun visie op de betekenis van de verpakking in supply chain management. Deze keer is logistiek manager Lars Breedveld (36) van Samsung Electronics Benelux aan het woord. Hij is begin dit jaar verkozen tot logistiek manager van het jaar.

'It's a shame to waste a good crisis'

Wat is de rol van de verpakking in de supply chain?

'Als verkoopkantoor kopen we in bij onze fabrieken in Oost-Europa en overzee. We hebben hierdoor weinig te zeggen over de wijze waarop onze producten worden verpakt, maar we moeten er wel mee omgaan. Ik zal een voorbeeld geven: onze fabrieken kiezen voor dozen, om dozen, palletpatronen en palletafmetingen voor bijvoorbeeld TV's waarmee ze de grootst mogelijke efficiëntie kunnen realiseren. Dan komt het in de praktijk voor dat deze pallets kleiner zijn dan europallets. Maar wij kunnen te kleine pallets niet uitleveren, want die vallen uit de stellingen van onze klanten. Het gevolg is dat we onze producten - tegen hoge lonen - moeten omstapelen naar europallets. Bij de afdeling Productontwikkeling van het hoofdkantoor in Korea hebben we dit aangekaart. Daar wordt nu onderzocht of de verpakking voor een TV iets kleiner of groter kan.'

Wat doe je aan optimalisatie?

'Daarover heb ik recent een heel korte mail van ons hoofdkantoor gekregen met de opdracht: 'realiseer een kostenbesparing van 25 procent'. Onze logistiek is uitbesteed aan logistiek dienstverleners waarmee wij tarieven afgesproken die marktconform en waaraan we niet willen tornen, omdat we dan inboeten aan kwaliteit. In plaats daarvan hebben we ons businessmodel gerationaliseerd en alle onzin eruit gehaald. Een rondgang langs onze vijf grootste klanten in België heeft zo een besparing van € 250.000 opgeleverd. De grootste besparing van circa € 1.500.000 hebben we gerealiseerd door de snelheid uit de keten te halen. Vertragen zonder het langzaamste jongetje van de klas te worden. Van een 24-uurs levering zijn we nu overgestapt naar een 48-uurs levering. Al met al valt het me mee hoe makkelijk de kostenbesparing van 25 procent is te realiseren. Dat komt doordat we de afgelopen zes jaar met circa 20 procent per jaar zijn gegroeid, waarbij de focus lag op het faciliteren van groei in plaats van op de punten en komma's. Maar nu dwingt de crisis ons hiertoe en is het motto 'it's a shame to waste a good crisis!'

Wat doe je aan duurzaamheid?

'Als je als logistiekeling je werk goed doet, doe je automatisch aan duurzaamheid. Ik betaal immers per kilometer, dus ik wil het liefst een volle wagen laten rijden. Mijn doel is kapitalistisch, niet idealistisch, maar indirect werk ik zo toch aan duurzaamheid.'



Ketenpraktijken

'Met het kartonnen cadeaukrat hebben we risico's durven nemen'

Niet het hoofd, maar het hart is primair gevolgd voor de ontwikkeling van het kartonnen cadeaukrat, het resultaat van een samenwerking tussen vier familiebrewerijen, een ontwerp bureau en een bierspecialist. Het ontwikkelingstraject ging gepaard met schietgebodjes, maar het cadeaukrat voor 'De smaak van Echt' kan nu letterlijk en figuurlijk niet meer stuk.

Door de globaliseringslag in de biersector staan eeuwenoude familiebrewerijen als Alfa, Budels, Gulpener en Lindeboom onder druk. Om zichtbaar te blijven tussen de drie wereldspelers Heineken, Anheuser-Busch en SAB Miller zijn deze brewerijen uit Limburg en Brabant in juni 2008 een samenwerking gestart. Met als resultaat: een kartonnen cadeaukrat. Hierin zitten verpakt: vier nieuwe speciale biersoorten van de afzonderlijke brewerijen in 12 bierflessen, een bierglas, bierviltjes en een boekje over 'De smaak van Echt'.

Van het cadeaukrat zijn 15.000 exemplaren geproduceerd. Ze zijn uitsluitend verkrijgbaar in de Nederlandse slijterijen, omdat er een bijzonder verhaal aan vastzit, waarover bij uitstek de slijter kan vertellen.

De brouwmeesters van de vier brewerijen kregen bij de start van de samenwerking elk de vrije hand voor het brouwen van een nieuw bier. Onafhankelijk van elkaar hebben ze vier biervarianten ontwikkeld die onder de paraplu van de eigen brewerij en de merknaam Echt 2009 worden vermarkt.

Agenda 2009

23 september

Start cursus Inkopen van Verpakkingen

Duur: drie weken, één lesdag per week

Organisator: NVC

Inlichtingen: opleidingen@nvc.nl

20 - 22 oktober

Transport & Logistics Antwerp

Beurs voor transport- en logistieke oplossingen

Organisator: easyFairs

Locatie: Antwerp expo

Inlichtingen: www.transport-logistics.be



Voor herhaling vatbaar

Carine Arts, één van de directeurs van Budelse Brouwerij BV vindt het cadeaukrat knap verzonnen: 'Het onderstreept de ambachtelijke kant van de brouwerijen. Het is een sterk concept, letterlijk en figuurlijk. We hebben geen onaangename verrassingen gehad. Integendeel. Consumenten en slijterijen reageren positief en vragen wat volgt op 'De smaak van Echt'. Een soortgelijk project is voor herhaling vatbaar, maar dan moeten we wel iets anders origineels verzinnen.'

van twee ontwerpen. 'Deze keuze is niet gebaseerd op onderzoek. We hebben gewoon ons hart gevolgd en niet elk dubbeltje willen besparen. De kratten passen bijvoorbeeld niet goed op een pallet. Er blijft ruimte over, maar dat hebben we voor lief genomen', aldus Reuchlin. Cantrijn: 'Het concept wil ik geen lucky shot noemen, maar het is ook zeker niet stuk gerationaliseerd. Ik heb wel angstige momenten gekend. Zo vroeg ik me af of het karton de 12 flesjes zou houden.'

'Voorzichtigheidshalve waren we in het oorspronkelijke ontwerp dan ook uitgegaan van acht flesjes.' 'Maar', reageert Reuchlin, 'de brouwerijen zijn niet alleen vernieuwend, maar ook traditioneel. Binnen de traditie past een sixpack of een veelvoud hiervan, maar niet een eightpack.'

Test in de auto

De enige transporttest die is uitgevoerd, is door Reuchlin zelf gebeurd: 'Ik heb een vol cadeaukrat achterin mijn auto gezet en daarna een schietgebedje gedaan. Er is onderweg niets stuk gegaan.' Cantrijn: 'Door onze gezamenlijke lef hebben we een route durven bewandelen die vernieuwend is. We voelden elkaar goed aan. Als je niet op je bek durft te gaan, gebeurt er

'Vraag was of het kartonnen krat de twaalf flesjes wel kon houden?'

ook nooit iets moois, zoals dit.' Reuchlin knikt beamend. In de praktijk blijven de bierflesjes en de verpakking heel, zo blijkt. Cantrijn: 'We hebben natuurlijk ook veel ontwerpervaring. Doordat de doos even hoog is gemaakt als de flessen, dragen zowel het golfkarton als de flessen het gestapelde cadeaukrat. Per drie zijn de cadeaukratten bovendien verpakt in een omdoos voor extra bescherming. Ze worden bovendien niet te hoog gestapeld. Maar tot vier lagen.' Aan het eind van de zomerse vrijdagmiddag van 26 juni lonken de bierflesjes in het cadeaukrat. Zoals het een bierspecialist betaamt, nodigt Reuchlin uit tot een kleine bierproeverij en met een gezamenlijk 'proost' eindigt de werkweek op aangename wijze.

De rubriek Supply chain management wordt verzorgd door Ingrid Essenburg

Briefing

Het Bierburo briefde BooM packaging namens de familie-brouwerijen met de volgende woorden: 'Het moet een kratje van de echte smaak worden. Het ontwerp moet omvattend zijn voor vier brouwerijen zonder afbreuk te doen aan de afzonderlijke identiteiten. Algemene steekwoorden zijn: smaakrijkdom, herkomst, kleinschaligheid, inspiratie, beleving en authenticiteit. Steekwoorden voor de verpakking zijn: natuurlijk, duurzaam, vertrouwen/kwaliteit en retail-/cadeauverpakking.'

Product eigen maken

In oktober 2008 raakte BooM packaging bij het project betrokken. Bier- en marketingcommunicatiespecialist Henri Reuchlin van het Bierburo benaderde namens de vier familie-brouwerijen BooM voor het ontwikkelen van een verpakkingsontwerp. Tussen hem en projectmanager Geert Cantrijn van BooM packaging klikte het meteen. Reuchlin: 'Het enthousiasme tijdens de pitch was groot. Het hele kantoor van BooM stond vol met bier.' Cantrijn die schuin naast hem op een 'barkruk' zit aan een hoge tafel in de demoruimte van BooM packaging, met achter hem een piramidevormige stapel cadeaukratten tegen de muur, zegt hierop dat BooM veel waarde hecht aan de analysefase: 'We willen ons altijd eerst het product en de sfeer rond het product eigen maken, waarna we onze klant een spiegel kunnen voorhouden.'

Geen lucky shot

BooM heeft het Bierburo drie ontwerpvoorstellen gedaan die Reuchlin op zijn beurt heeft voorgelegd aan de vier brouwerijen. De brouwerijen kozen uiteindelijk voor een combinatie

10 – 13 november ICT & Logistiek

Vakbeurs voor ICT-oplossingen en diensten in de logistieke keten
Organisator: VNU Exhibitions
Locatie: Jaarbeurs Utrecht
Inlichtingen: www.ict-en-logistiek.nl

Evenementen voor de rubriek
Supply chain management kunt u melden aan:
redactie@managementmedia.nl

IT-oplossing voor kaasverpakker

De Bouter Group, een kaasverpakker, zocht en vond deze zomer een volledig geïntegreerde IT-oplossing voor al haar bedrijfsprocessen: van verpakken en logistiek tot verkoop en financiën. De groep acht IT essentieel voor haar succes, omdat vrijwel alle processen in de levensmiddelenindustrie zijn geautomatiseerd. De Bouter Group heeft Qurius uitverkoren om het huidige ERP-systeem en de IT-infrastructuur te vervangen. Qurius meldt dat het project de implementatie van Microsoft Dynamics AX en Q-Food voor 125 gebruikers omvat. Daarnaast levert de onderneming een compleet nieuwe IT-infrastructuur.



Hoe klantgericht is transport en logistiek?

Kan de klantgerichtheid van de transport- en logistieksector beter? 89 procent van de werknemers in deze branche denkt van wel. Dit blijkt uit onderzoek van Integron Performance Management uit Rotterdam waaraan 4.400 werknemers hebben meegewerkt. Verder blijkt uit de studie dat werknemers uit de branche aan hun eigen klantgerichtheid een cijfer 7.4 geven, vier van de tien werknemers in de sector niet worden getraind in klantgerichtheid, zeven op de tien bedrijven klantonderzoek verrichten en dat investeringen in de klantgerichtheid van de medewerkers op het landelijk gemiddelde liggen.

Palletcentrum bespaart ruimte met simulatietool

Palletforce heeft in het Britse Burton-on-Trent een internationaal palletdistributiecentrum geopend. Hierin is 30 miljoen Britse pond geïnvesteerd. Voorafgaand aan de opening heeft Palletforce de optimale layout van het DC, zowel intern als extern, met behulp van de Class Warehouse Layout & Simulation tool van Cirrus Logistics onderzocht. Met onder andere als resultaat: een ruimtebesparing van 25 procent in het DC en 25 procent aan parkeerruimte erbuiten.

