



Schuitema: geïntegreerd of



gescheiden vervoer?

In de levensmiddelenbranche gaat het om kleine marges. Efficiency is essentieel. Dat geldt ook voor de logistiek, van inkoop tot consument. Schuitema, de supermarktorganisatie achter C1000, streeft dan ook voortdurend naar logistieke verbeteringen. Enige tijd geleden maakten veranderende marktomstandigheden een strategische koerswijziging noodzakelijk in de manier waarop de C1000-supermarkten worden beleverd.

De ruim 370 C1000-supermarkten worden dagelijks door Schuitema bevoorrad. Bij de meeste vestigingen gebeurt dat twee keer per dag. Het supermarktconcern beschikt daartoe over ruim 200 vrachtwagens, die zijn ingericht voor 'geïntegreerd' vervoer. Dat wil zeggen: de wagens hebben drie temperatuurzones zodat diepvriesproducten, koelvers-artikelen en kruidenierswaren gelijktijdig kunnen worden vervoerd. In de supermarktbranche verandert echter

veel. Momenteel heeft Schuitema weliswaar minder C1000-vestigingen dan voorheen, maar dat zijn wel grotere winkels met bovendien meer omzet. Die ontwikkeling was voor de Supply Chain Strategy-groep van Schuitema aanleiding om het geïntegreerd vervoer nog eens tegen het licht te houden.

Analyse

Schuitema had behoefte aan een kwantitatieve analyse van de alternatieven. Willem Elders is transportexpert bij

Schuitema's Supply Chain Strategy-groep: "Door de grotere winkels en de stijgende omzet per winkel komen we bij de meeste vestigingen tegenwoordig twee keer per dag. Vaak bestaat die tweede lading alleen uit kruidenierswaren en bulkgoederen voor acties, zoals frisdranken en bier. Dit is dus lading waarvoor geen geconditioneerde wagen nodig is. Een geïntegreerde vrachtwagen is aanzienlijk duurder dan een gewone koelwagen en nóg veel

[lees verder op pagina 2 >](#)



CQM's kwantitatieve analyse van de logistieke alternatieven gaf Schuitema een solide basis om de juiste beslissingen te nemen.

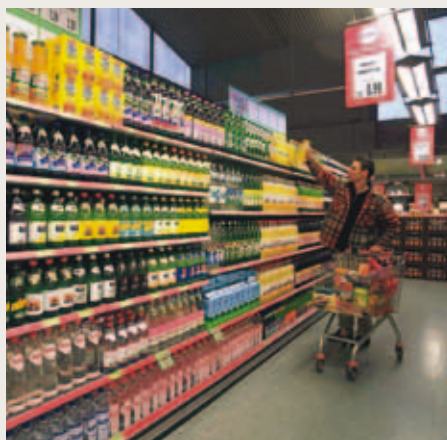
duurder dan een niet-geconditioneerde wagen. Daarom lag de vraag voor de hand of we niet beter op gescheiden vervoer konden overgaan. We maakten een eerste ruwe kostenvergelijking. Daaruit bleek al snel dat er wel wat te halen zou zijn. Vervolgens keken we in meer detail naar een leveringsweek en analyseerden we hoe het zou uitpakken als we diepvries, koelvers en kruidenierswaren apart zouden vervoeren. Ook die test viel positief uit.”

Om zekerheid te krijgen wilde de Supply Chain Strategy-groep een objectieve toetsing. Per slot van rekening maakte Schuitema al twintig jaar gebruik van geïntegreerd vervoer. Een verandering hierin zou een grote koerswijziging betekenen met grote gevolgen voor het concern en de rest van de keten.

Keus

Drie partijen werden uitgenodigd. De keus viel op CQM, omdat de Supply

Chain Strategy-groep van mening was dat CQM's aanpak het meeste inzicht beloofde op te leveren. Gé Keurentjes is manager van de Supply Chain Strategy-groep en was CQM's opdrachtgever voor dit project: “Al in de allereerste contacten bleek het een goede keus. De betrokken CQM-medewerkers begonnen niet direct te rekenen maar vroegen net zo lang door tot ze er van overtuigd waren dat ze het juiste probleem zouden gaan oplossen. Dat heeft ons absoluut geholpen om de vraagstelling verder aan te scherpen.”



Varianten

Namens CQM was consultant Jannet van Zante bij het project betrokken: “We hebben de situatie van Schuitema eerst gemodelleerd. Vervolgens hebben we aan de hand van reële data voor alle distributiecentra de varianten met geïntegreerd dan wel gescheiden vervoer gesimuleerd. Bij het gescheiden vervoer keken we naar twee varianten. In de eerste plaats de variant waarbij zowel geïntegreerde vrachtwagens als niet-geconditioneerde wagens beschikbaar zijn. Bij de tweede variant gingen we er van uit dat er naast niet-geconditioneerde wagens alleen wagens met twee compartimenten kunnen worden ingezet. Bij de planning worden dan belangrijke vragen opgelost. Bijvoorbeeld: welke vrachten kun je het best combineren en welke winkels kun je het best samen in één rit aandoen? Met ons model werd het mogelijk om een goede vergelijking van de verschillende varianten te maken waarbij we kosten, bezettingsgraad van vrachtwagens, aantal bezoeken aan een winkel en alle andere relevante variabelen goed konden analyseren. Uiteindelijk konden we het vermoeden van Schuitema bevestigen dat het loont om af te stappen van het volledig geïntegreerd vervoer.”

Beslissing

Inmiddels is de directie van Schuitema akkoord gegaan met de voorgestelde wijziging, zijn de benodigde organisatorische veranderingen doorgevoerd en is de logistieke performance van Schuitema weer een stukje verbeterd.

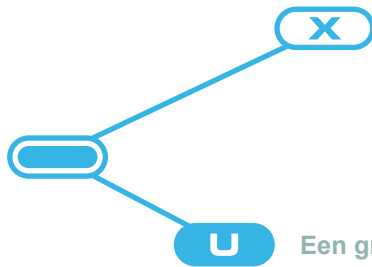
Het beursgenoteerde Schuitema is de supermarktorganisatie achter C1000. Schuitema n.v. is al meer dan 100 jaar actief in de levensmiddelenbranche en is uitgegroeid van groothandel en retail support company naar een volwaardige supermarktorganisatie met één formule, C1000.

Met 373 supermarkten is C1000 de tweede supermarktformule van Nederland. Schuitema biedt de C1000 ondernemers en bedrijfsleiders optimale ondersteuning in de vorm van producten en diensten.

 Jannet van Zante, T (040) 750 23 29



Werk in uitvoering



CQM is gespecialiseerd in optimaliseren van logistiek en het verbeteren van product- en procesinnovatie.

Een greep uit de actuele projecten.

De Verkeersonderneming

In de Rotterdamse haven starten eind dit jaar diverse grote bouwprojecten, waaronder de verbreding van de A15. Om de haven bereikbaar te houden zijn extra maatregelen nodig. Om dat voor elkaar te krijgen hebben de gemeente en stadsregio Rotterdam, het Havenbedrijf en Rijkswaterstaat een kleine, slagvaardige organisatie opgericht: De Verkeersonderneming. Met subsidie van De Verkeersonderneming wordt op dit moment een pilotproject uitgevoerd voor het plannen van het containervervoer onder druk van de verwachte files. In een consortium met InforIT, H&S, en Den Hartogh ontwikkelt CQM een uitbreiding op de bestaande plantool, die met de verwachte vertragingen rekening houdt.

SKF

Het SKF Engineering & Research Centre in Nieuwegein is de centrale onderzoeksafdeling van het wereldwijde SKF-concern. CQM ondersteunde de afdeling in een ontwikkelproject bij de toepassing van de Design for Six Sigma-aanpak voor de risicoanalyse en de verificatiefase.

OM&T

Het Eindhovense hightechbedrijf OM&T ontwikkelt en produceert optische media waaronder de nieuwste generatie Blu-ray discs. CQM geeft ontwikkelaars en engineers van OM&T momenteel een training 'Procesbeoordeling en procesverbetering'. De training omvat een aantal trainingssessies en de begeleiding bij projecten van de deelnemers.

The Greenery

Hoe kan het distributiecentrum van The Greenery in Zaltbommel het beste worden ingericht? Om die vraag te beantwoorden bouwt CQM een simulatiemodel. Het model gaat niet alleen uit van de huidige situatie, maar houdt ook rekening met de te verwachten toekomstige omvang van de goederenstromen. Met het model kunnen de opslagbehoefte en palletbewegingen in beeld worden gebracht, rekening houdend met het dynamische karakter van de aan- en afvoer van goederen. De resultaten worden vervolgens gebruikt om diverse alternatieven voor de herinrichting van het distributiecentrum met elkaar te vergelijken en de juiste keuzes te maken.

Philips Research

Binnen het Philips Lifestyle-programma doet Philips Research veel onderzoek naar nieuwe productconcepten. In dit onderzoek spelen eindgebruikers een belangrijke rol. Hun ervaringen met de nieuwe productconcepten worden dan ook nauwgezet bestudeerd. CQM ondersteunt het programma door het coachen van de onderzoekers bij de opzet en analyse van hun studies, het geven van opleidingen statistiek en de analyse van de experimentele gegevens.

[i](#) Françoise Vaessen, T (040) 750 23 23



Van x naar u

CQM is vernieuwd. Niet ons bedrijf of onze diensten, maar ons gezicht naar buiten toe. U ziet het aan de nieuwe vormgeving van Quant, aan het nieuwe logo op ons kantoorpand in Eindhoven, maar vooral aan onze nieuwe website. We nodigen u graag uit om daar eens een kijkje te nemen. Op de site vindt u een overzicht van onze werkzaamheden, veel voorbeelden van uitgevoerde projecten en informatie over de manier waarop wij elke dag met enthousiasme en plezier voor onze klanten aan de slag zijn. Onze belangrijkste boodschap: CQM analyseert en lost op, met een groot inlevingsvermogen in uw specifieke problematiek. Zo werken wij. **Van x naar u**

CQM samen met Europhia in SCGREEN

Een wereldwijde standaard voor het meten van de CO₂-uitstoot in transport en warehousing. Dat is het doel van het initiatief dat CQM met Europhia Consulting is gestart. Steeds meer adviesbureaus en andere partijen sluiten zich bij het initiatief aan.

Samen ontwikkelen de partners een programma om verladers en vervoerders te ondersteunen bij het consistent meten en verlagen van hun CO₂-emissie. Dit gebeurt in een 4-stappenprogramma dat SCGREEN heet. De vier stappen brengen de actuele situatie in kaart en vormen de leidraad om de carbon footprint van transport en warehousing structureel te verbeteren. Een uitgebreide carbon footprint-calculator



Managing Director Eelco Dijkstra van Europhia en CQM-directeur Jaap Praagman tekenen voor de samenwerking.

en een database met benchmarkgegevens maken onderdeel uit van het programma. Het SCGREEN-programma helpt bedrijven niet alleen om hun energieverbruik en de daarmee samenhangende kosten terug te dringen, maar geeft ze ook de mogelijkheid om de resultaten over langere tijd te meten en te vergelijken.

www.scgreenprogram.com

Even voorstellen ...

Roland de Haan (29) is in februari gestart als consultant bij CQM. Na zijn studie Toegepaste Wiskunde aan de Technische Universiteit Eindhoven heeft hij in Lissabon



een jaar onderzoek verricht op het gebied van draadloze netwerken. In 2005 begon Roland aan zijn promotieonderzoek binnen de groep Stochastics and Operations Research van de Universiteit Twente. Hij werkte daar aan de ontwikkeling en analyse van wiskundige modellen voor ad hoc-communicatie-toepassingen. Medio 2009 verdedigde hij met succes zijn proefschrift 'Queueing Models for Mobile Ad Hoc Networks'. Roland gaat bij CQM projecten uitvoeren in de groep Product & Process Improvement.

Donderdag
22 april
Minisymposium

Metten van consumenten- beleving in relatie tot product- specificaties

Hoe ontwikkel je een succesvol product? De belangrijkste voorwaarde is dat je precies weet wat je klanten willen. Maar het vertalen van die klantenwensen in productspecificaties is nog niet zo eenvoudig. Een functionele vereiste zoals een aan- en uitknop begrijpen we nog wel. Maar hoe gaan we om met minder grijpbare wensen zoals 'mooi, snel of gebruiksvriendelijk'? Of, nog een stapje verder, hoe meet je de beleving van de consument?

Het concretiseren en kwantificeren van de marktvraag. Dat is het boeiende onderwerp van het minisymposium 'Meten van consumentenbeleving in relatie tot productspecificaties' van CQM.

U kunt er als relatie van CQM bij zijn. Maar reageer snel, want het aantal plaatsen is beperkt. Kijk voor informatie en inschrijving op cqmqm.nl

CQM

Consultants in Quantitative Methods

Quant wordt gratis toegestuurd aan klanten en andere relaties van CQM. Aanmelden voor een abonnement kan via info@cqm.nl. Het volgende nummer zal in juni 2010 verschijnen.

Meer informatie: +31 40 750 2323, www.cqm.nl