

“High-tech koffiedik kijken”

08-12-2022 07:00



Het netwerk in de supply-chain van Würth Nederland is complex. Ga maar na: aan de voorkant heeft Würth Nederland 300 vertegenwoordigers en specialisten plus telefonische binnendienst – goed voor 50% van de omzet –, een groeiend netwerk van 38 fysieke vestigingen – tot het eind van dit jaar komen er nog 4 bij – (25% van de omzet) en een complete operatie van e-commerce, scan- en vending-elementen en EDI (ook 25%) waarmee het bedrijf klanten in zeven verschillende branches bedient. “Als wij ons werk goed doen, is er nooit meer spoed bij klanten die op een vaste locatie werken”, zegt algemeen directeur Winfried Blum. “Dan hebben we er namelijk voor gezorgd dat al onze klanten de juiste voorraad van de juiste producten op het juiste moment op de juiste plaats hebben. Alleen bij klanten die op bouwprojecten werken, is laat bestellen en snel leveren aan de orde.”

>100.000 artikelen in het assortiment

Kraaijeveld is allereerst benieuwd hoe Würths netwerk er aan de achterkant uit ziet. Die flow faciliteert het bedrijf met een centraal magazijn en distributiecentrum in 's-Hertogenbosch, een verdubbeling daarvan in aanbouw, een aantal DC's in het Duitse moederland en een assortiment van 100.000 artikelen, merendeels eigen merken, die voor 90% uit de Würth Groep komen. Blum: “Bij onze klanten zijn wij de leverancier van C-producten. Deze producten vertegenwoordigen geen grote waarde in geld; vaak is dit slechts 5% van hun totale inkoopvolume.”

Meer proces- dan productkosten

Blum: “C-parts vertegenwoordigen bij onze klanten gemiddeld 60% van hun bestelregels, 75% van hun leveranciers en 85% van de artikelen die ze verwerken. Daardoor zit 80% van de totale integrale kostprijs van

die producten voor hen in proceskosten en slechts 20% in pure productkosten. Uiteraard is het belangrijk dat onze productprijzen competitief zijn in de markt, maar het is nog veel belangrijker dat wij met onze dienstverlening, services en systemen de klant ontzorgen en daarmee de proceskosten reduceren.”

Heel lange ‘staart’

Würth heeft net een operatie achter de rug waarin de voorraadartikelen in 's-Hertogenbosch nauwgezet onder de loep werden genomen en haarfijn zijn herbepaald. Maarten Jan Jissink was als manager logistiek samen met zijn collega's van inkoop 'in the lead' van dit project. “Van ons assortiment van ongeveer 100.000 artikelen zijn de eerste 1.500 goed voor de helft van onze totaalomzet. Andersom bekeken, maken we het laatste procentje van onze omzet met 24.000 artikelen.” Kraaijeveld: “Dat is wel een heel lange ‘staart’ van veel producten met een heel lage omloopsnelheid. Hoe manage je dat?”

Jissink: “We hebben ons assortiment de afgelopen jaren geoptimaliseerd van ongeveer 28.000 artikelen op voorraad in 's-Hertogenbosch tot 19.000 nu. Van die 19.000 hebben we wel een hogere voorraad. Daarmee kunnen we ongeveer 95% van onze omzet uit eigen voorraad leveren, de resterende 5% leveren wij vanuit andere locaties.” Kraaijeveld is benieuwd hoe Würth de combinatie met de voorraad elders stroomlijnt. “Dat is een lang proces geweest”, zegt Jissink.

Alles in één levering

Kort gezegd put Würth Nederland uit diverse DC's en logistieke hubs in Duitsland. Via nachtleveringen verzenden die DC's bestelde goederen naar DHL op vliegveld Beek bij Maastricht. En DHL consolideert die zendingen met de vracht vanuit het DC in 's-Hertogenbosch. Zo krijgen Würth-klanten soms meerdere dozen – eentje uit 's-Hertogenbosch en eentje uit Duitsland – maar wel steeds hun hele bestelling in één zending.

“Wat was de grootste uitdaging in dat proces?”, wil Kraaijeveld weten. Jissink: “In Duitsland moeten zendingen vaak geconsolideerd worden. Dit kost tijd en dus kan het transport pas later starten. Daarom hebben we bijvoorbeeld gekozen voor bestelbussen, omdat die sneller zijn dan vrachtwagens. Zo kunnen we de cut-off lang openhouden en toch in dezelfde nacht bij DHL in Beek consolideren.”

‘Normaal is 98,3% killing’

“Hoe zit het met jullie leverperformance?”, vraagt Kraaijeveld. “Die hebben we, ondanks corona en de enorme belemmeringen in de internationale inkoop- en transportmarkt, behoorlijk goed op peil weten te houden”, stelt Blum. “Waar anderen misschien een rem op hun voorraad hebben gezet, hebben wij de voorraad juist verhoogd en besloten we bewust om onze leveranciers snel te blijven betalen. Zo hebben we onze prestaties op peil weten te houden. Behalve in het voorjaar van 2022, toen kampten we tijdelijk met het logistieke probleem vanuit Azië.” Kraaijeveld wil graag een cijfer horen. “Normaal gesproken is 98,3% natuurlijk killing”, zegt Blum. “Maar in deze tijden is dat goed. Wij verwachten binnenkort weer boven de 99% te zitten.”

Negen maanden vooruit kopen

“En hoe doe je dat nu dan in deze tijden van schaarste en prijsstijgingen?”, vraagt Kraaijeveld. “Het is high-tech koffiedik kijken”, zegt Blum. Würth Nederland bepaalt zijn eigen voorraad, al is het optimum niet in beton gegoten. Jissink: “We kopen nu sommige producten voor negen maanden vooruit, dat is extreem. Het aantal vierkante meters opslag schiet nu al tekort, zelfs met het geoptimaliseerde assortiment op voorraad.”

En dan hebben ze in Nederland ook nog een pittige groeidoelstelling. Daardoor staat er nu een nieuw magazijn in de planning. De bouw hiervan is op 26 oktober officieel van start gegaan.

Logistiek keuzemenu

Naast vergroting van het magazijn-metrage, ziet Würth een belangrijke troef in de differentiatie van het transport. “Met de nieuwbouw kunnen we onze leveropties uitbreiden zodat klanten de leverdag kunnen kiezen, net als het levermoment, de locatie, op hoogte, of op een speciale locatie, met of zonder bericht vooraf”, aldus Jissink. “Naast een netwerk vervoerders voor alle reguliere transporten naar vaste adressen, gaan wij ook met eigen transport projecten beleveren. Allerlei thema’s die de afgelopen jaren in flarden op ons afgekomen zijn, vatten we dan samen in één groot keuzemenu van logistieke opties. Zo wordt logistiek een verdere onderscheidende waarde en gaan we nog meer het verschil maken in het ontzorgen van de klant.”

Uit jasje gegroeid

Kraaijeveld: “Mooi dat die extra meters op komst zijn. Hoe zit je nu?” Jissink: “We zitten nu in sommige voorraadgebieden 95% vol en dat maakt het proces uitdagend doordat je steeds met voorraden moet schuiven.” Kraaijeveld beaamt dat: “Als je meer dan 80% gevuld bent, is dat niet te doen. Jissink: “Als we het assortiment niet proactief geoptimaliseerd hadden, hadden we nú inderdaad klem gezeten. He-le-maal klem.”

Würth in cijfers

- De Würth-groep is een 100% familiebedrijf, anno 1945.
- Professor Reinhold Würth (voorzitter van de Raad van Stichting) heeft op 19-jarige leeftijd het bedrijf van zijn vader (de oprichter) overgenomen en uitgebouwd van 3 naar inmiddels meer dan 83.000 medewerkers, waarvan 33.000 in de buitendienst.
- De groep telt 400 bedrijven in 80 landen en zette in 2021 meer dan € 17 mrd om.
- Würth Nederland, de eerste buitenlandse dochteronderneming, vierde dit jaar haar 60-jarig jubileum en telt 38 vestigingen en 580 medewerkers waarvan zo’n 300 in de buitendienst.

Slimstock, Deventer, 0570.63.84.00, j.kraaijeveld@slimstock.com, www.slimstock.com

Redactie