



Regionale streekproductenleveranciers werken samen en verbeteren ICT

## Vers eten uit de regio vraagt slimme logistiek

Veel mensen eten graag verse producten uit de regio. Dat klinkt simpel, maar de logistiek bij regionale afzet vormt vaak een struikelblok met hoge kosten. Slim samenwerken kan de efficiëntie verhogen.

TEKST TJITSKE YPMA | FOTO'S TASKFORCE MULTIFUNCTIONELE LANDBOUW

Verse producten in de regio bezorgen betekent veel kleine hoeveelheden vervoeren van verschillende producenten naar verschillende afnemers. En dat is relatief kostbaar. Schaalgrootte, fijnmazigheid in de distributie, verschil in seizoensproducten en het leveren per colli in plaats van per vrachtwagen zorgen dat de logistieke kosten kunnen oplopen tot een kwart van de omzet. Ter vergelijking: in de reguliere voedingsbranche is dat maar zes procent door maximale benutting van schaalvoordelen.

Er zijn verschillende vormen van distributie in de regio, van afhaalpunten voor groenteabbonementen tot gezamenlijke inkoop door burgers, van webwinkel tot individuele bezorging door een hardwerkende boer. Maar wat zijn hierbij nu kritische factoren? En waar moet je op letten bij de logistiek van regionale voedselketens?

De Taskforce Multifunctionele Landbouw heeft onderzoek gedaan naar mogelijkheden van samenwerking van regionale streekproductenleveranciers, naar verbetermogelijkheden in de ICT van webwinkels en naar het samenbrengen

van instellingen en boeren. Op het leveren aan zorginstellingen komen we in een volgende Ekoland terug. In dit artikel staat de regionale afzet aan consumenten en retail centraal.

### Volume als sleutelfactor

Verbeterpunten vonden de onderzoekers bij gezamenlijk transport, door te leveren aan een grootverbruiker met bestaande fijnmazige distributie, door gezamenlijke distributiecentra en door bestel- en factureringssystemen te optimaliseren en te delen.

“Hoe je de coördinerende organisatie opbouwt, is mede afhankelijk van de productvolumes die erdoorheen gaan”, zegt Miriam van der Kolk, werkzaam als logistiek projectleider bij diverse transport- en handelsbedrijven in de versketen, zoals het Streek en Smaak Verbond. En andersom: “Volumes zijn afhankelijk van het soort doelgroep dat je aanspreekt”, geeft Van der Kolk aan. “Regionale voedselketens vragen verhoudingsgewijs veel coördinatie op een re-



## Samen gebruikmaken van een koelwagen scheelt al meteen in de kosten

latief kleine bestelomzet. Wil je deze bestellingen huis aan huis bezorgen dan moet de chauffeur veel stoppen. Chauffeurs die meer dan tien bestellingen in een uur kunnen afleveren, moeten heel hard doorwerken." Je ziet organisaties andere oplossingen zoeken voor de vraagstukken rondom het ophalen van de regionale producten, de bestellingen gereed maken, de uitlevering en de administratie/facturatie. Het volume is daarbij een sleutelfactor. "Het is net een ingewikkelde sudoku-puzzel. Zodra het volume groter wordt, gaan de wetmatigheden voor grotere bedrijven weer op en kan de bedrijfsvoering eenvoudiger rendabel worden gemaakt. Leveringen aan horeca en instellingen kennen dan ook andere oplossingen, dan leveringen aan particulieren, en de complexe supermarktketens", aldus Van der Kolk.

### Samen halen, samen brengen

De belangrijkste winst die er te behalen valt bij regionale streekproductenleveranciers zit in logistieke samenwerking bij het ophalen en uitleveren van producten. Dit is eigenlijk een bundeling van nog meer producten, waardoor er meer volumes kunnen worden gegenereerd en ritten efficiënter kunnen.

Een eerste resultaat van het samenbrengen van de partijen is dat de Hofwebwinkel (een landelijke biologische webwinkel) en Willem & Drees (leverancier van verse streekproducten aan supermarkten) samen gebruik maken van dezelfde koelwagen. Peter van IJzendoorn van de Hofwebwinkel: "Dat scheelt al meteen in de kosten. Daarnaast houden we in de gaten of er een geschikte distributeur met koeltransport is die delen van de bestelling op de juiste manier kan bezorgen. Het is een belangrijke kostenpost en het is te duur zelf nog meer wagens aan te schaffen."

Tegelijk ziet Van IJzendoorn ook meteen de bezwaren: "Je wilt graag een chauffeur als ambassadeur. Iemand die weet heeft van je bedrijf en je product en klanten ook goed aanvoelt. Ook is het natuurlijk fijn als de wagen jouw logo draagt. Maar we wegen de nadelen wel af tegen de voordelen: kostenbesparing, ontzorging en groeiomogelijkheden." De Landwinkelcoöperatie bundelt het aanbod voor Landwinkels in een centraal distributiecentrum waaruit het de winkels belevt en weet zo de logistieke kosten in de hand te houden. Directeur Pieter Jan Brandsma ziet vooral heil in aansluiting van nog meer boerderijwinkels, om zo nog meer stromen te koppelen. Hij zou ook graag meer biologische boerderijwinkels kunnen en willen beleven.

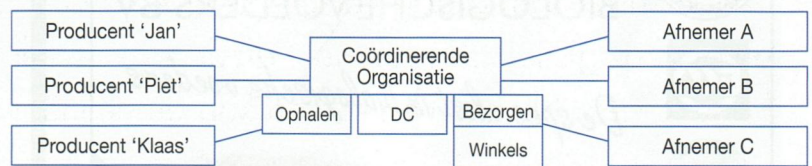


"Samenwerking met andere partijen is mogelijk, mits het past binnen de eigen bedrijfsstrategie en het gekozen afzetkanaal."

### Professionele ICT

Willem&Drees liet dit jaar de complete logistiek binnen de organisatie doorlichten en optimaliseren met behulp van ICT. Met hulp van softwarepakket Afas, zijn er nu nauwelijks nog administratieve handelingen nodig voor de inkoop, orderverwerking, facturering en afrekening van de telers. Zij kregen bij het zoeken naar een goed softwarepakket hulp van Bart Schulte, consultant en deskundig op het gebied van supply chain management en logistiek. "Veel organisaties beginnen klein en kunnen dan nog uit de voeten met een computerprogramma als Excel bij de orderverwerking en facturering. Maar als je groeit van tien orders per dag naar tweehonderd, gaat de administratieve verwerking knellen en veel tijd kosten. En voor je het weet, heeft je organisatie een waterhoofd aan administratieve krachten", aldus Schulte.

"De houtje-touwtje aanpak van Willem & Drees hebben we omgezet in een goed doordacht logistiek systeem waardoor bedrijfsprocessen efficiënter kunnen verlopen, en er een goede controle mogelijk is. Als er bijvoorbeeld producten geleverd zijn aan een supermarkt, wil je graag zeker weten dat er ook een factuur verstuurd wordt."



© K & K Consultancy

Ook bij de Hofwebwinkel is op ICT-gebied een aantal zaken verbeterd en zijn verschillende knelpunten onderzocht. Zo is de inpaklijn van de bestellingen (orderpicking) en de ICT verder geoptimaliseerd. "Orderpicking doen we door middel van een 'put to light' applicatie, hiermee kan de orderpicker door het oplichten van een Led-lampje zien in welk krat een artikel moet waardoor je de snelheid verhoogt en de foutkans verlaagt", zegt Van IJzendoorn.

### Samen = efficiënter

Kortom: een succesvolle lokale voedselketen opzetten is niet eenvoudig, maar wel mogelijk. Samenwerken is het sleutelwoord: iedere efficiëntiewinst is nodig voor een duurzame bedrijfsvoering. Logistiek is ook bij kleinschalige distributie in de regio een kernactiviteit van het bedrijf. Wil je dat als boer niet, dan is uitbesteden een serieuze optie. Want planning en logistiek - waarvoor een sterke organisatie nodig is - zijn van levensbelang voor een goed rendement. ■

Meer informatie? Lees de samenvatting van het onderzoek naar negen regionale bedrijven op [www.multifunctionelelandbouw.nl](http://www.multifunctionelelandbouw.nl) onder streekproducten, handleidingen. Ook is daar de nieuwe handleiding 'Vers van de Boer' te vinden, over leveren aan zorginstellingen.