



Robbert van Straten

Papierloos werken deden ze al bij gereedschapsleverancier StoneTech, gespecialiseerd in materialen voor de steenverwerkende industrie. Nu is ook het opslag- en orderpickproces geautomatiseerd met behulp van twee shuttlekasten. Automatisering levert in meerdere opzichten winst op, al zijn er ook zaken om rekening mee te houden in de nieuwe situatie.

Tekst **Mark Dohmen**

Automatisering stroomlijnt magazijnproces StoneTech

Al meer dan dertig jaar levert StoneTech uit Zeist een breed scala aan steenhoudersbenodigdheden voor de natuursteenverwerkende industrie. “Van diamantzagen tot polijstmiddelen, en van vacuüm hefhelpen tot onderhoudsmiddelen. We leveren echt alles voor de zzp’er en voor grotere bedrijven, behalve de natuursteen zelf”, vertelt managing director Robbert van Straten.

Het assortiment telt ongeveer 9.000 sku’s. Jarenlang lagen die artikelen voornamelijk opgeslagen in legbordstellingen. Met de ingebruikname van twee Kardex Shuttles kwam daar verandering in. “Ik droom al jaren van een geautomatiseerd proces”, vertelt Van Straten. “Je weet gewoon dat het klopt; dat vind ik het mooiste aan automatisering. Alles wordt inzichtelijk, overzichtelijk en er worden minder fouten gemaakt.” Dat is precies wat de

automatisering van de opslag en het orderpicken Stone-Tech oplevert.

Orderbevestiging automatisch

De compacte, verticale liften herbergen 85 tot 90 procent van het assortiment van StoneTech, en zijn gekoppeld aan het ERP-systeem van King. Alle orders die in het ERP-systeem binnenkomen – of ze nou worden ingevoerd door een verkoper op de weg, of online worden besteld – worden automatisch doorgestuurd naar de PDA die is gekoppeld aan de liften. “Op datzelfde moment krijgt de klant de orderbevestiging en kunnen de orders worden verzameld”, legt Van Straten uit.

De shuttles presenteren de plateaus met de voor de order benodigde artikelen, die vervolgens door de medewerker worden gescand en verpakt. Zodra alle orderregels van een order zijn verzameld en verpakt, wordt de order afgemeld en het DHL-verzendlabel automatisch uitgeprint. “De klant kan vanaf dat moment de order ook volgen via track and trace”, weet Van Straten. Gemiddeld worden 100 orders per week verzameld en verzonden. Een order varieert hierbij van vijf tot vijftien orderregels.

Op een presenteerbladje

“Deze automatiseringsslag heeft meer voordelen gebracht dan we in eerste instantie dachten”, geeft hij aan. Door de voorraden compacter op te slaan, komt ruimte vrij. “Voorheen hadden we 140 vierkante meter aan legbordstellingen. Nu hebben we voor diezelfde artikelen nog maar 25 vierkante meter nodig”, legt Van Straten uit. De vrijgekomen ruimte wordt benut voor andere activiteiten. Zo wordt de entresolvloer, die voorheen werd gebruikt als showroom en voor de opslag van een deel van de voorraad, momenteel omgebouwd tot kantoorruimte.

De compactere opslag levert bovendien een behoorlijke tijdswinst op. Van Straten: “De benodigde artikelen worden letterlijk op een presenteerblad voorgeschoteld. Er gaat geen tijd meer verloren aan lopen of zoeken. Het proces verloopt aanzienlijk efficiënter én foutloos. We hebben één magazijnmedewerker, die voorheen 10.000 stappen per dag maakte. Nu hoeft hij nog maar 2.000 stappen per dag te maken. Hij is niet meer enkel uitvoerend, maar eindverantwoordelijk voor het magazijn. Hij heeft nu de tijd en ruimte om ontvangst, opslag, orderpicking en verzending te optimaliseren. En het mooiste van alles: de tijd die hij heeft vrijgespeeld, besteedt hij op kantoor – aan extra taken, zoals commerciële activiteiten. Daarbij snijdt het mes aan twee kanten. Zijn werk wordt meer divers, en wij kunnen als bedrijf meer doen met hetzelfde aantal medewerkers.”

Een laatste, bijkomend voordeel van de liften is, dat de goederen beter zijn beschermd tegen ongewenst bezoek. “Dat is tot nu toe gelukkig nog nooit nodig geweest, maar het is zeker mooi meegenomen”, aldus Van Straten.

Minder ‘bijvangst’

Maar er zijn ook nadelen, blijkt als Van Straten vervolgt: “Vroeger liep je met klanten door het magazijn en werden



er nog wel eens impulsaankopen gedaan. Nu zien onze klanten de producten niet meer en is die ‘bijvangst’ minder. Daarnaast ben je met deze liften natuurlijk afhankelijk van stroom. Geen stroom betekent geen orders picken en verzenden.”

Voor Van Straten wegen die nadelen echter bij lange na niet op tegen de vele voordelen. “We hebben een grote innovatiedrang”, stelt hij. “StoneTech was een van de eerste in deze branche met een paperless office. Dat was niet omdat het een leuk nieuwigheidje was; door te digitaliseren kunnen we onze klanten een betere ervaring bieden. Zo kunnen ze bij ons producten direct bestellen in de webshop, en versturen we offertes sinds kort ook via WhatsApp. Het lijkt simpel of zelfs vanzelfsprekend, maar dit is een erg traditionele markt.”

Van Straten denkt zelfs al na over een volgende stap: een automatische dozensnij- en opzetmachine. Door dozen op maat te maken voor onze orders, wordt er minder lucht getransporteerd.

“Voor het relatief kleine aantal orders dat wij versturen, is die investering nu echter nog te fors. Verantwoord ondernemen is helaas niet hetzelfde als verantwoord investeren”, besluit hij. <<

‘Medewerker in het magazijn houdt nu tijd over voor andere werkzaamheden’