

CASE STUDY

AB LINDEX, SVERIGE



Ny distributionscentral skapar rätt förutsättningar för rätt mode i rätt tid

"Rörelsevinsten uppgick till 58,7 miljoner euro och var bolagets bästa räknat i svenska kronor. Bolagets nya distributionscentral som togs i bruk i början av året har fungerat väldigt bra och sänkt logistikkostnaderna. Det tillsammans med att Lindex har hållit inköpriserna nere och haft en god nedsättningsgrad gör att bolaget har ökat bruttomarginalen till den högsta någonsin."

Göran Bille
CEO Lindex

Kund och kundkrav

Sedan den första butiken öppnade i Alingsås 1954 har Lindex vuxit kraftigt. Med nästan 400 butiker i Norden, Baltikum, Ryssland, Centraleuropa och Mellanöstern är Lindex idag en av norra Europas ledande modekedjor. Lindex omsätter runt 5,5 miljarder och har cirka 5.000 medarbetare.

Lindex är sedan december 2007 en del av den finska koncernen Stockmann som är noterad på OMX Nordiska Börs Helsingfors. Stockmann har sitt huvudkontor i Helsingfors.

Huvudskälet till att Lindex har valt att investera i sin första egna distributionscentral är att man vill förenkla och effektivisera butikernas hantering av varuflödet. Tidigare samarbetade man med en tredjepartslogistiker, men beslutade av strategiska skäl att själva styra över sin butiksförsörjning.

Valet av lokalisering till Partille föll på närheten till Göteborg eftersom mer än 80% av varorna kommer från Asien via Göteborgs hamn. Lindex har sitt huvudkontor i Göteborg, vilket också påverkade beslutet.

swisslog



Lösningen

Idén med lösningen är ett tätare samarbete mellan distributionscentralen (DC) och Lindex 360 butiker. Flödet är envägs och inga varor returneras från butikerna tillbaka till DCt.

Övervägande del av godset anländer i streckodsmärkta wellådor som hanteras via teleskoperande transportörer. Lådorna skannas automatiskt och transporteras sedan vidare på ett bansystem. Lindex har utvecklat en plastlåda för leveranser till butik som kan fällas ihop för att minimera returtransportkostnader. Lådan används även för lagring av artiklar i anläggningens miniload-lager.

Flödet av wellådor delas efter godsmottagningen. Mer än hälften av flödet är inne och vänder i anläggningen för att skickas till butik samma dag. Detta är det sk "crossdock-flödet" som innefattar förpackade artiklar som är förberedda för varje enskild butiks behov.

"Crossdock-området" är placerat på ett entresolplan och efter att varorna tömts ut i en av de 60 sorteringsrännorna plockas de manuellt med hjälp av ett "pick-by-light-system" på golvnivå. Varorna läggs då i plastlådor och transporteras automatiskt vidare för butikssortering.

Det andra flödet generar påfyllnad av artiklar i ett miniload-baserat plocklager. Påfyllnadsartiklarna plockas först om till plastlådor och transporteras via ett bansystem till någon av de fyra miniload-kranarna. Lådans destination är antingen direkt till en förutbestämd plockplats eller till en position för buffertering före plock.

Återfyllnad till butik bestäms av hur mycket som har sålts av varje vara. Återfyllnadsplocket sker manuellt i tre nivåer till plockvagnar, försedda med RF-terminaler.

Det är Swisslogs egenutvecklade WarehouseManagement System som rapporterar plockkvantiteter till plockaren. Färdigplockade lådor placeras av plockaren så att de kan hämtas av miniload-kranen för vidare transport till sorteringen.

Det finns ytterligare ett flöde som benämns "1:1-flödet". Då palleteras wellådan direkt för att sedan gå vidare till sorteringen.

Sorteringen utförs av fyra robotceller som staplar plastlådorna från "crossdock"- och plockflödena till pall. Pallarna ställs slutligen upp i utlastningsområden för vidare transport till butiker via en av flera omlastningsterminaler.

LOGISTISKA DATA

Godsmottagning

Två teleskoperande transportörer

Lättgodssystem

Fyra miniload-kranar

11 000 plockplatser

65 000 platser i lagret

Bansystem för lättgods

Crossdock-plock

60 rännor

Bansystem för lättgods

Pick-by-light-system

Sorteringssystem

Fyra robotar

Bansystem för pallar

Bandning av lådor och pallar

Styrsystem

Swisslog WarehouseManagement System för manuella och automatiska processer

WarehouseManager™

AutomationManager™

WarehouseCockpit™

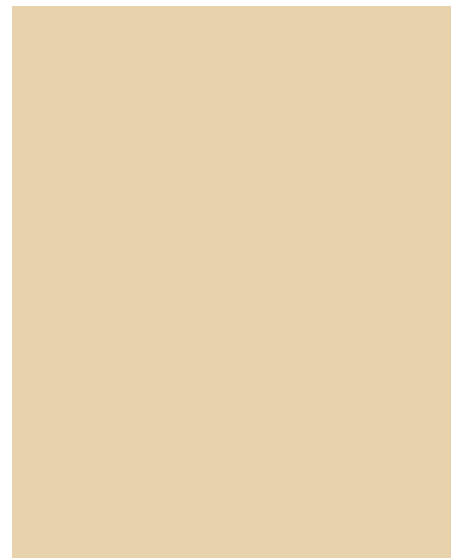


Fördelar

- > Högre omsättningshastighet
- > Högre bruttomarginaler
- > Lägre lagervolymer
- > Snabbare orderprocess
- > Effektivare hantering i butikerna
- > Ökad fullprissförsäljning

Swisslogs leveransomfattning

- > Design och installation av hela materialhanteringsanläggningen
- > Transport- och lättgodssystem
- > Robotsortering
- > Automatiskt etikett- och palleterings-system



KUNDDATA

Företaget

Huvudkontoret är placerat i Göteborg. Med nästan 400 butiker i Norden, Baltikum, Ryssland, Centraleuropa och Mellanöstern är Lindex idag en av norra Europas ledande modekedjor. Lindex omsätter runt 5,5 miljarder och har cirka 5.000 medarbetare.

Produkter

Lindex erbjudande omfattar flera olika modekoncept inom damkonfektion, damunderkläder, barnkläder samt kosmetik. Lindex erbjuder också e-handel till sina kunder.



INTERVJU MED MATS OLSSON LOGISTIKDIREKTÖR

Hur kom det sig att ni började titta efter en ny lösning?

Lindex har av tradition alltid outsourcat DC-verksamheten, men vi ville av strategiska skäl ta över och driva den i egen regi. Ambitionen var att få en ökad kontroll och större möjlighet till integration med butiksledet. Sedan såg vi också ekonomiska fördelar med en inhouse-lösning.

Hur kom ni fram till beslutet om den valda lösningen?

Genom en noggrann upphandlingsprocess där Swisslog presenterade den mest effektiva lösningen för Lindex.

Vilka var huvudmålen för den här distributionscentralen?

Målet var att få en anläggning som kunde hantera Lindex hela liggande varuflöde, för samtliga butiker på Lindex alla marknader. Vi har också ett flöde av hängande plagg, men detta fortsätter vi att outsource då detta är mycket små volymer och extremt säsongbetonat.

Vilka är fördelarna med er nya lösning?

Vi har en hög produktivitet och en anläggning som flexibelt kan hantera våra olika säsongsvängningar.

Vilka var de största utmaningarna med projektet?

Att få grepp på alla påverkande detaljer, men det löste vi under projektet på ett tillfredställande sätt med olika simuleringsmodeller. IT-integrationen var också en stor utmaning samt att få till en bra ergonomi i alla arbetsstationer.

Vilka delar av lösningen anser du är de viktigaste?

Alla delar är viktiga för oss eftersom dessa är tätt kopplade till varandra, men den del vi kallar "cross-dock" hanterar ca 65% av flödet och är förstas av särskild betydelse.

Hur kom ni i kontakt med Swisslog?

Främst genom olika kontakter.

Varför valde ni Swisslog som leverantör?

Swisslog erbjöd en robust "cross-dock"-anläggning samt hade en färdig systemintegration. Lokal närvaro var också en fördel.

Hur var det att arbeta med Swisslog under projektet?

Mycket bra när väl huvudprojektledare och systemprojektledare utsetts, dock tog det längre tid än vi hade förväntat att få dem på plats.

Hur fungerar samarbetet med Swisslog nu?

I huvudsak mycket bra. Några små utmaningar finns dock, som alltid i nära relationer. Men Swisslog levererar bra lösningar och har korta svarstider när det gäller våra löpande förändringsönskemål.

Vad tycker personalen om den nya lösningen?

Till största delen helt nöjda.

Har lösningen motsvarat förväntningarna? Finns det några nyckeltal?

Anläggningen och hela logistiklösningen har absolut motsvarat förväntningarna. Vi har en produktivitetsökning motsvarande ca 15% redan första året och räknar med att öka ytterligare i år.

Hur nöjd är du med avkastningen som Swisslogs lösning har givit?

Väldigt nöjd, helt enligt plan.

Hur påverkar logistiklösningen det dagliga arbetet?

Logistik är en viktig del inom Lindex, där DC påverkar arbetet inom många delar, men främst i samtliga butiker, och vi ser där både minskade kostnader och ett bättre flöde.

Vilken servicenivå erbjuder ni era kunder?

Rätt vara i rätt butik i rätt tid, är det gemensamma mål vi alltid strävar efter. Vi har kommit en bra bit på väg, men än finns det utmaningar kvar.

swisslog

Swisslog AB
Brodalsvägen 13B
SE-433 38 Partille
Tel. +46 31 336 60 00

marketing.se@swisslog.com

www.swisslog.com
www.swisslog.se