

Logistiek: een sector in beweging

De logistieke sector is meer dan ooit in beweging. Letterlijk en figuurlijk. Op alle fronten moet er worden geïnnoveerd om de verdubbeling(!) in het aantal pakjes in 2020 het hoofd te kunnen bieden. Daarnaast is er de drang naar duurzaamheid en is het verwachtingspatroon van de consument hoger dan ooit. Anderzijds moet de logistiek wel betaalbaar blijven. Die schijnbare tegenstellingen brengen vanzelfsprekend de nodige uitdagingen met zich mee. We gaan in gesprek met een aantal experts uit de logistieke sector en bespreken de laatste ontwikkelingen in deze boeiende sector, waarbij zelfs de Hyperloop niet wordt geschuwd.

De komst van e-commerce heeft de logistieke sector op zijn kop gezet. "Een zending naar een particulier adres vraagt een wezenlijk andere benadering dan naar een zakelijk adres, waar eigenlijk altijd wel iemand aanwezig is tijdens kantooruren," begint Martijn Kleij. "Consumenten daarentegen zijn (lang) niet altijd thuis, zelfs niet op het zelfgekozen tijdstip, en hebben bovendien ook nog een bepaald verwachtingspatroon. Komt nog bij dat we in 2020 waarschijnlijk een verdubbeling

zien ten opzichte van wat we nu doen. De vraag is hoe gaan we dat allemaal verwerken en hoe hou je iedereen tevreden? De webwinkel wil de logistieke kosten zoveel drukken om het aantal bestellingen te maximaliseren en de consument verwacht steeds meer keuze in afleveropties. Dat gaat per definitie niet altijd samen."

Paul Haagh ziet ook belangrijke ontwikkelingen binnen de vier muren. "We zien dat met name in de uitgaande stroom te-

genwoordig veel meer uitdagingen zitten. Kortere orderdoorlooptijden, een grilliger bestelpatroon en een fijnmaziger orderpatroon brengen met zich mee dat we het orderpickproces steeds slimmer moeten inrichten om te voorkomen dat men vast loopt. De processen van orders verzamelen, verpakken en sorteren naar het juiste adres zijn veel belangrijker geworden dan vroeger en ook veel arbeidsintensiever wanneer je deze niet goed inricht. Daarnaast is de markt grilliger, de capaciteitsbe-

hoefte vertoont pieken. Afhankelijk van de industrie is dat vooral in december, maar voor kleding ook tijdens collectiewisselingen in het voor- en najaar. Daarop moet het interne proces wel voorbereid zijn."

ONVOLWASSEN MARKT

Volgens Lex Vogelenzang hebben de steeds latere cut-off tijden ook een gigantische impact gehad. In vijf jaar tijd zien we bewegingen in cut-off tijden van 18.00 uur naar 00.00 uur om de volgende dag al te kunnen leveren. De consument wil het liefst het product de volgende dag al in huis hebben." Chantal Rensing kan dat beamen: "Cadeaus worden bijvoorbeeld vaak op het allerlaatste moment besteld,



CHANTAL RENSING, Business Developer bij Gamp ebiz

Gamp ebiz is een e-fulfilment partij die sterk is in hair-, beauty- en lifestyle producten. Als logistieke partner bieden wij de oplossing voor inkomende goederen, opslag, verpakken en verzenden. Bij Gamp ebiz staat een persoonlijke benadering en flexibiliteit centraal.

omdat de consument ervan uitgaat dat het product de volgende dag wordt geleverd." Toch vraagt Martijn Kleij zich af of de gemiddelde consument per definitie zijn pakje de volgende dag wil ontvangen? "Ik kan me voorstellen dat bij lang niet alle producten zo'n enorme haast is geboden. Eigenlijk zou de vraag moeten zijn 'wat heeft u ervoor over om producten de volgende dag te ontvangen?'" Eric ten Hoopen: "De behoefte van next day delivery hebben we als sector zelf gekweekt. Maar als je duidelijk communiceert dat het een dag of twee later wordt, respecteert men dat vaak ook." Het is overduidelijk een marketingtool, stelt Frodo Rijk. Paul Haagh vult aan: "Het is een gereedschap dat eigenlijk alleen maar werkt in een klein



PETER TJALMA, Directeur bij TransMission

Een fijnmazig distributienetwerk met 18 vestigingen in Nederland, België en Luxemburg voor verladers die pakketten, stukgoed, pallets en grotere zendingen graag met 1 partner willen meegeven naar hun klanten in industrie, retail, zorginstellingen en consumenten.

"We zien dat met name in de uitgaande stroom tegenwoordig veel meer uitdagingen zitten"



ERIC TEN HOOPEN MBA,
Consultant bij Avado Logistics

Met jarenlange ervaring in fijn distributie en fulfilment (B2B en B2C) richt Avado Logistics zich met een volledig pakket aan dienstverlening op de groeiende ‘kleine’ en middelgrote webshop. Avado Logistics helpt webshops met de transitie van hobby- naar professionele webshop.

land als Nederland met een goed netwerk. Toch is het naar mijn mening iets dat bij een onvolwassen markt hoort. In het begin kun je je dat veroorloven totdat de stroom zo groot wordt dat je die belofte niet meer kunt waarmaken.”

NIEUWE PIEKEN

Volgens Paul Haagh lopen we nu met de groei van e-commerce tegen een bepaalde grens aan. “Next day delivery kan nog wel in reguliere perioden, maar eigenlijk niet meer in piekperiodes. Het is zaak dat we consumenten heropvoeden en ertoe proberen te bewegen om niet de volgende dag al het pakje te willen ontvangen. En beloon ze daarvoor desnoods. Als de webwinkelier namelijk zijn pieken zou uitsmeren, is dat uitermate gunstig voor de logistieke sector.” Volgens Tim Helsen wordt de piek in de decembermaand steeds beter gemanaged, maar heeft de sector steeds meer te maken met nieuwe pieken op brugdagen na feestdagen zoals

Koningsdag en Hemelvaart.” Peter Tjalma kan dat volledig beaamen: “We hebben drie ontzettend mooie vrije dagen gehad met Pinksteren. Half Nederland dat niet aan het strand lag of aan het zwembad vertoefde, was vrolijk online aan het shoppen. Met als gevolg een enorme piekbelasting op ons netwerk.” Martijn Kleij: “Traditioneel gaan bedrijven uit van het aantal werkbare dagen per maand waarover het volume wordt verspreid. Echter, het aantal besteldagen is iets wezenlijk anders. Hoe minder werkbare dagen, hoe meer besteldagen. Dus hoe meer feestdagen, hoe meer volume, dat bovendien in minder dagen verwerkt moet worden.” »



RALPH CASPANNI,
Managing Partner bij
Groep Heylen Netherlands

Mijn functie is Managing Partner van Groep Heylen Netherlands. Vanuit deze rol ben ik verantwoordelijk voor de verdere expansie van alle logistieke vastgoed activiteiten van Groep Heylen op de Nederlandse markt.


LEX VOGELENZANG,
Product Manager bij Cikam

Lex Vogelenzang, productmanager bij Cikam. Cikam is een familiebedrijf dat al meer dan 70 jaar er op gericht is voor haar klanten besparingen te realiseren door het sneller en efficiënter inrichten van (productie)processen. In samenwerking met onze fabrikanten worden oplossingen ontwikkeld, onder andere e-fulfilment gerelateerde systemen, waarbij de kartonnen verpakking exact op maat per verzending wordt gecreëerd.

PLAFOND INSTELLEN

Hoe kan het toch dat dergelijke pieken steeds als een verrassing komen? Tim Helsen: "Grote partijen kunnen over het algemeen wel aangeven wanneer er mogelijk een piek zou kunnen ontstaan, maar negen van de tien keer wordt dat nog zwaar onderschat. Hun voorspelling is vaak gebaseerd op historische data en die kun je eigenlijk elk jaar bij het vuilnis zetten. Overigens zit in die redelijk accurate voorspelling nog altijd 20 tot 30% marge. Bij hoge volumes loopt dat dus ook nog flink

op. Kleinere spelers daarentegen kunnen op deze nieuwe pieken zomaar van 100 naar 700 pakketjes gaan per dag. Dat volume telt ook door." Peter Tjalma: "Ik moet per maand de bovenkant van mijn grafiek aanpassen, zo hard groeit onze sector. Aan de andere kant heb je wel te maken met een maximale sorteer capaciteit in loods en maximale retourruimte, een maximaal aantal mensen dat je flexibel kunt aantrekken, een maximum aantal voertuigen,... Komt nog bij dat de arbeidsmarkt er vandaag de dag ook heel anders uitziet dan vorig jaar. Kortom, dat vraagt een andere aanpak. We gaan nu bijvoorbeeld werken met een maximum aantal boekingen voor klanten die verantwoordelijk zijn voor die pieken, vergelijkbaar met Booking.com. We stellen op die manier een grens aan de piek volumes om de betrouwbaarheid niet te ondermijnen. Dat biedt de webshopeigenaar de mogelijkheid om serieus werk te maken van leverafspraken anders dan een 'simpel vandaag besteld morgen in huis'. Daar zal de wereld mee moeten gaan leven."

OPSCHALEN EN AFSCHALEN

Pieken in de verkoop leggen een enorme druk op interne processen. Gemechaniseerde oplossingen zouden die pieken relatief eenvoudig kunnen opvangen. Toch? Volgens Frodo Rijk zijn dergelijke systemen lang niet altijd de Heilige Graal en ondersteunt dat met een voorbeeld. "Laatst was ik op een groot vliegveld waar een serie robots staat opgesteld om koffers te handelen. Er staan er negen op een rij, waarvan slechts één in bedrijf. De verklaring: het systeem werkt alleen maar als alle passagiers ook daadwerkelijk drie uur voor de vlucht aanwezig zouden zijn. In de praktijk gebeurt dat natuurlijk niet. Dus worden de koffers handmatig verwerkt. Gemechaniseerde oplossingen hebben lang niet altijd grip op de grilligheid van de markt." Ook Chantal Rensing kan dat beamen: "Met Kerst vorig jaar hebben we een verdubbeling van het aantal pakjes gerealiseerd, mogelijk gemaakt omdat we manueel konden bijschalen."

SCHAALBAAR EN VERPLAATSBAAR

Volgens Paul Haagh heeft de markt behoefte aan oplossingen die schaalbaar zijn. "Dat wil zeggen, systemen die je in blokken kunt uitbreiden en demonteren om te anticiperen op groei en krimp. Gemechaniseerde systemen lopen hier inderdaad hier op vast. Na het schaalbaar maken van oplossingen is de volgende stap het verplaatsbaar maken om deze van de ene naar de andere operatie te kunnen verplaatsen." Eric ten Hoopen: "En als er even geen piek is, staan de systemen buiten werking. Dat

lijkt me economisch niet verantwoord." Paul Haagh antwoordt: "Het aardige van verplaatsbare oplossingen is dat ze kunnen worden gezien als leaseobject, net zoals je een auto of heftruck kunt leasen. Door mechanisatie in een leaseconcept te gieten, kun je vanaf dag één reduceren in operationele kosten." Eric ten Hoopen ziet het nog niet zitten: "We hebben allemaal tegelijk Kerst, dus ook in die periode loop je met dit concept tegen dezelfde problemen aan." Paul Haagh: "Niet iedere webwinkelier is hetzelfde en heeft zijn pieken in december. Dat maakt dat je onderling kunt schuiven met de verplaatsbare systemen. Bovendien, zoals eerder gesteld,

En als er even
geen piek is, staan
de systemen
buiten werking



GIJS VAN DEN OEVER,
Directeur / Eigenaar
bij DS 80 Verpakkingsmaterialen


FRODO RIJK,
Eigenaar van Human Workspace

Human Workspace is specialist in productieve werkpleksystemen en heeft veel kennis op het gebied van LEAN, Productief en Ergonomisch werken. Klanten zijn werkzaam in Logistiek, Assemblage, Elektronica, R&D en Onderwijs.

zullen we de consument moet heropvoeden om next day delivery zoveel mogelijk te voorkomen. De capaciteit waarop je de mechanisatie moet uitleggen is dan veel lager."

ZERO EMISSIE

Als we het hebben over de toekomst van logistiek gaat het ook over groene en duurzame vervoersmiddelen. Fossiele brandstoffen zijn eindig, dus er zal ook een alternatief moeten komen voor onder meer de dieselbusjes. "Als het gaat over toekomstige vervoersmiddelen, wordt in een gesprek veelal binnen de vijf minuten de drone aangehaald," zegt Tim Helsen. "Maar hoe ga je dat doen in steden met grote luchthavens, zoals Amsterdam, Rotterdam en Eindhoven? Dat mag gewoon niet, tenzij daar regels gaan veranderen. Dronebelevering in de last mile is wat mij betreft redelijk kansloos als die regelgeving niet verandert." Peter Tjalma heeft ook niet onmiddellijk een beeld bij een drone die bijvoorbeeld een speeltoestel

of tuinmeubilair aflevert. "Het is wel enorm belangrijk dat op gebied van distributie in hoog tempo een transformatie gaat plaatsvinden naar zero emissie. De inzet van steeds meer elektrische middelen is al een mooie stap. Helaas moeten we als sector zelf met initiatieven komen - en dat gebeurt ook al - omdat de grote autofabrikanten niet van hun plek komen voor onze markt van bestelgoederen. Momenteel zijn we nog een veelvoud kwijt aan een elektrisch voertuig in vergelijking met een diesel. Het is dus ontzettend jammer dat die voertuigen nog niet economisch beschikbaar zijn." Ook Tim Helsen kan dat beamen. "Op dit moment is een elektrisch >>

voertuig drie tot vier keer duurder dan een bestelwagen met dieselmotor. Dat maakt de last mile duurder en duurder, en is ook niet de bedoeling. Een e-sustainable oplossing vinden is best pittig, met name ook vanwege het feit dat op nationaal niveau er geen eenduidig beleid is in stadsdistributie. Iedere stad in Nederland houdt er momenteel een eigen (afwijkende) visie op na. Sommige zijn daarin iets ‘agressiever’ dan andere. Voor een distributiebedrijf is het lastig om te schakelen.”

TERUGDRINGEN VAN VERVOERSBEWEGINGEN

Veel mensen klagen over het feit dat er dagelijks zoveel busjes door hun wijk rijden. Met een verdubbeling in het aantal pakjes tot 2020 wordt dat alleen maar meer. Lex Vogelenzang: “Uit publicaties van de Vereniging van Nederlands Gemeenten blijkt dat er allerlei beleid wordt ontwikkeld om te voorkomen dat bijvoorbeeld acht keer per dag acht verschillende vervoerders door een woonwijk rijden.” Martijn Kleij: Onbemande kluislocaties zijn een goed alternatief aan de rand van een wijk om het aantal vervoersbewegingen in de wijk terug te dringen.” Lex Vogelenzang: “In Noord-Holland is een structuurvisie ontwikkeld die hier direct op ingrijpt. Men wenst de kluislocaties niet bij de entree van een woonwijk te situeren, maar in een gebied wat voor retail bestemd is. Juist, in een winkelgebied.” Chantal Rensing: “Een dergelijke locatie kan wel een wisselwerking teweegbrengen. Als mensen hun pakje gaan afhalen, is de kans groot dat ze ook de winkels nog bezoeken.”



MARTIJN KLEIJ, Sales Directeur bij DHL

Martijn Kleij, Sales Director DHL Parcel 45 jaar, opleidingen gevolgd op de Hogere Hotelschool Den Haag, Universiteit van Barcelona en Nyenrode Business University. 10 jaar werkzaam voor DHL, gespecialiseerd in Sales en klantgerichte onderwerpen. Eerder ruime management ervaring opgedaan in de uitzendbranche.

Paul Haagh vindt het overdreven om te stellen dat woonwijken dichtslibben als gevolg van de busjes. Martijn Kleij: “Er gaan inderdaad heel veel busjes de woonwijk in. Teveel. Maar verhoudingsgewijs is het aandeel van de logistieke partijen nog redelijk beperkt in Nederland. Alles is relatief als je kijkt naar alle installateurs, aannemers, et cetera. Alleen, als je het puur logistiek technisch bekijkt, is met z’n allen achter elkaar aanrijden natuurlijk niet zinvol.” Chantal Rensing: “Probleem is dat de busjes van vervoerders vaak stil staan op de weg in plaats van geparkeerd in een vak, zoals de busjes van bouwvakkers.” Martijn Kleij: “Onze busjes zijn over het algemeen binnen een minuut weer weg. Verhuisbedrijven in Amsterdam zorgen voor veel meer opstoppen dan dat wij doen.” »

”Voorkomen dat er acht keer per dag acht verschillende vervoerders door een woonwijk rijden”



TIM HELSEN,
Country Manager bij UPS Nederland

Tim Helsen is county manager bij UPS Nederland. Hij heeft meer dan 15 jaar ervaring binnen UPS en heeft een achtergrond in finance. Als country manager zorgt hij voor de verdere ontwikkeling van UPS' activiteiten in Nederland, een belangrijke markt, waar het al meer dan 30 jaar actief is.

HYPERLOOP

Tim Helsen: "De oplossing in de last mile gaat waarschijnlijk iets e-achtigs zijn. Er valt echter veel meer te halen in het stuk er tussenin; van een hublocatie naar een packagecenter of van land naar land. Platooning, waarbij vrachtauto's elektronisch aan elkaar gekoppeld zijn, of de Hyperloop, dat zijn pas echt innovatieve ontwikkelingen. We zijn er nog niet helemaal klaar voor, maar het is wel de toekomst. Bedenk dat de afstand van Amsterdam naar Parijs via de Hyperloop in een tiental minuten wordt afgelegd, dan kan je ook de cutoff tijden verlaten en de klanten veel meer opties geven. Of bepaalde hotspots van

met minder bezorgers en minder busjes. Het heeft dus gigantisch veel voordelen als je terug gaat in volume. Daar moet de tarifiering dan wel op worden aangepast." Martijn Kleij en Tim Helsen: "Onze systematiek is erop gebaseerd om juist wél lucht uit de doos te halen. Webwinkeliers verkrijgen een financieel voordeel door kleinere pakjes te versturen." Martijn Kleij gaat nog een stap verder en is voorstander om vanuit goed werkgeverschap het maximum gewicht van een pakket van 31,5 kilogram te verlagen naar 23 kilogram volgens de Arbonorm. Los van de prijsdiscussie, zien we gelukkig dat steeds meer webwinkeliers hun verantwoordelijkheid nemen en kiezen voor een maatwerkverpakking met verantwoorde materialen. Plastic wordt min of meer gezien als het nieuwe roken. Ook verpakkingsfabrikanten zullen met die ontwikkelingen om moeten gaan. Gelukkig is het steeds meer een thema." Lex Vogelenzang: "PE is lang niet zo vervuilend als men denkt. Als het in een vuilverbrandingsoven terecht komt, vervangt het andere fossiele brandstoffen voor de verbranding voor bijna 100%. Het karton waarin we verpakken daarentegen is vervuilend in de productie en als het niet bij het oud papier wordt gezet, is de milieubelasting dus veel groter. Als karton wél bij oud papier terecht komt, wordt het al gunstiger voor karton, omdat er dan minder nieuwe grondstoffen noodzakelijk zijn, terwijl PE moeilijker is te hergebruiken bij gescheiden inzameling."

ERGONOMIE

Over de milieubelasting gesproken, Nederland loopt voorop in het bouwen van

duurzaam vastgoed. Tim Helsen: "Er wordt niet alleen gekeken naar de milieubelasting tijdens de bouw, maar ook naar de milieuprestaties tijdens exploitatie. Het is zaak alle emissies uit een gebouw te halen, en dat gaat ver. Elk nieuw gebouw wordt bovendien ontwikkeld met in het achterhoofd 'fully automated' te zijn. Daarnaast hebben we ook te maken met een groot aanbod van bestaande logistieke gebouwen die helaas niet opgewassen zijn tegen die tendensen en de laatste nieuwe technologieën." Ook Frodo Rijk kan dat beamen en ziet dat laatste als een groot probleem. "In de logistiek wordt behalve op CO2 reductie tegenwoordig ook veel ingezet op ergonomie, een trend van de laatste vijf jaar. Dat betekent onder meer betere verlichting, meer daglicht binnen, geluidsreductie, en ga zo maar door. In logistieke centra gebeurt immers nog altijd veel met de hand. Er is echter een ernstig tekort aan werknemers. Ook de mentaliteit van de werknemers is de laatste jaren veranderd. En terecht overigens. Ze werken liever in een lichte en gezonde omgeving die Arbeidstechnisch verantwoord is ingericht. Deze mensen zijn steeds waardevoller voor een bedrijf, maar steeds moeilijker te vinden."

LOGISTIEK VASTGOED

Paul Haag: "In de logistieke sector onderscheiden we eigenlijk twee soorten operaties en gebouwen: warehouses en

"PE is lang niet zo vervuilend als men denkt"



PAUL HAAGH,
Senior Consultant bij Groenewout

Paul Haag is adviseur bij Groenewout. Hij is expert op het gebied van e-commerce warehouse logistiek met een specialisatie in gemechaniseerde oplossingen. De laatste drie jaar is Paul betrokken geweest bij het ontwerp en de realisatie van het Bol.com Fulfilment Center, Coolblue en Active Ants.

sorteercentra. De bestaande voorraad bestaat voornamelijk uit hoge gebouwen langs de snelweg, gebouwd om efficiënt pallets te kunnen opslaan. In e-fulfilment is de behoefte aan palletopslag veel kleiner, vanwege de variatie in producten. Er is dus ook geen behoefte aan grotere hoogtes dan pakweg een meter of zes. Het probleem is echter dat we wel kampen met een grote voorraad van deze hoge gebouwen. Hierin zal dus iets moeten gebeuren om de groei in e-commerce te kunnen opvangen." Lex Vogelenzang brengt een nuance aan: "Dat besef is er blijkbaar nog niet overal. Er worden door gemeentes nog altijd bedrijventerreinen gepland met logistieke partijen als doelgroep, waarbij de in het bestemmingsplan opgenomen maximale bouwhoogte voor logistieke bedrijven beperkend is." Martijn Kleij ziet wel een tendens dat nieuwe panden volgens een bepaald handboek worden gebouwd. "Onze recente logistieke centra zijn bijvoorbeeld overal identiek. Dat heeft ook

veel voordelen; je hoeft niet telkens het wiel opnieuw uit te vinden. Efficiënt, herkenbaar en ideaal om interne processen te stroomlijnen."

De logistieke sector heeft de afgelopen jaren een fantastische prestatie geleverd om de groei in e-commerce het hoofd te bieden. We staan nu aan de vooravond van een groot aantal nieuwe ontwikkelingen om voorbereid te zijn op de (nabije) toekomst. **IK**