

Relatief onbekend

Het Italiaanse Vailog is een relatief onbekende speler op de Nederlandse logistiek vastgoedmarkt. Het bedrijf, dat zetelt in Milaan, is marktleider in Italië en daarnaast ook actief in Frankrijk en China. “Nederland wordt steeds belangrijker voor Vailog omdat het een belangrijk Europees doorvoerland is”, zegt Eelco Ouwerkerk. Officieel is Vailog sinds 2007 actief in Nederland.

DRIELAAGS DC IN DE POLDER

De animo voor meerlaagse dc's is al jaren niet groot. Een drielaags logistiek centrum bij Schiphol moet deze trend doorbreken. De initiatiefnemers willen de sector uitdagen om mee te praten over dit ambitieuze plan.

Na het ondertekenen van een intentieovereenkomst afgelopen juli hebben de Italiaanse logistiek vastgoedontwikkelaar Vailog en SADC, de organisatie die verantwoordelijk is voor de gronduitgifte en de ontwikkeling van Schiphol Trade Park, toegezegd dat zij het komende half jaar samen gaan onderzoeken hoe zij een drielaags logistiek centrum (Multi Layer Center) kunnen ontwikkelen.

Het pand moet niet ver van de snelweg A4 verrijzen op een kavel van circa 60.000 vierkante meter, en wordt volledig energieneutraal gebouwd en geschikt gemaakt voor alle soorten van transport en logistiek. “De eerste twee bouwlagen zijn ieder circa 30.000 vierkante meter en de bovenste circa 18.000 vierkante meter, waardoor we uitkomen op een

totale beschikbare oppervlakte van ongeveer 83.000 vierkante meter, inclusief 5.000 vierkante meter kantoren. Omdat het pand volledig energieneutraal wordt, willen we daarnaast dat het milieu tijdens de bouw zo min mogelijk wordt belast”, zegt Eelco Ouwerkerk, chieft representatieve van Vailog in Nederland. Volgens Ouwerkerk is het streven dat het pand ook na oplevering volledig CO₂-neutraal is. “We willen bij het beperken van het energieverbruik en bij de energieopwekking zo veel mogelijk gebruik maken van natuurlijke bronnen zoals de zon en de wind. We zullen grondige studies laten uitvoeren hoe we daar straks het beste gebruik van kunnen maken.”

Activiteiten combineren

Het concept van het meerlaagse

dc moet voor de gebruikers kostenbesparend zijn door de mogelijkheid om verschillende logistieke activiteiten met elkaar te combineren en faciliteiten te delen. “Partijen hebben steeds meer behoefte aan ketenintegratie en daar moet je als ontwikkelaar van logistiek vastgoed op inspringen door de markt oplossingen aan te bieden die er toe doen. Dit meerlaagse pand, met zijn centrale ligging ten opzichte van alle modaliteiten, biedt ruimte voor volumineuze goederen waar zowel verladings als logistiek dienstverleners laden kunnen bundelen. Ook is het prima geschikt voor luchtvrachtdoeleinden maar het is meer dan alleen dat: je kunt verder ook denken aan e-fulfilmentactiviteiten waarmee je je meer op de business-to-consumer markt richt.”

Ook in deze hoek ziet Ouwerkerk kansen. “E-fulfilmentactiviteiten kun je juist goed verrichten vanuit de Randstadregio. Met dit dc kun je deze activiteiten straks efficiënt uitvoeren vanaf Schiphol Trade Park. LZV's kunnen niet

naar boven rijden, maar kunnen op de begane grond zorgen voor de aanvoer van de voorraden. Na het orderpickproces op de tweede verdieping gaan de pakketjes naar boven waar het crossdocken plaatsvindt, en vervolgens vertrekken de DHL en PostNL-busjes voor de distributie van de webbestellingen naar de binnensteden.”

Ronde tafel

Na de zomer willen SADC en Vailog in samenwerking met Jones Lang LaSalle met marktconsultaties de sector vragen om nader inzicht te geven in hun behoeftes. “Met rondetafelgesprekken willen we van supply chain mensen weten hoe zij tegen dit concept aankijken.”

ANALYSE door Kees Verweij

ANALYSE

Met welke oliespuit kunnen we de Nederlandse economie weer op gang brengen? Eén van de belangrijkste kandidaten is onze handelsgeest, want Nederland staat al jaren in de top-10 van im- en exportlanden in de wereld, ondanks onze bevolking van nog geen 17 miljoen mensen. Onze zeehavens zijn hierbij belangrijke draaischijven, waarlangs in 2012 circa 575 miljoen ton aan goederen werd verhandeld. Toch lijkt ook de groei van het overslagvolume in de zeehavens de laatste jaren wat stil te liggen. De haven van Rotterdam kende in de eerste zes maanden van 2013 bijvoorbeeld een daling van 1% in het totale overslagvolume, mede door de daling in containeroverslag met zo'n 2%. Enkele jaren geleden werden de zeehavens gezien als dé motoren voor onze positie als handelsland, maar de vraag is hoe dat anno 2013 met een stagnerende overslag is. Verdienen de zeehavens extra aandacht

nemers. Geen wonder dat de arbeidsproductiviteit in Rotterdam dan ook vrij hoog is, met zo'n 140.000 euro per arbeidsplaats, 2x zo hoog als gemiddeld in Nederland. Met deze arbeidsproductiviteit scoort Rotterdam ook bij de top-3 havens in Europa, samen met Antwerpen en Le Havre, volgens de recente studie (2013) The Competitiveness of Global Port-Cities, the case of Rotterdam-Amsterdam van de OECD. In aantallen arbeidsplaatsen scoort Rotterdam met zo'n 75.000 in de haven zelfs het hoogste, dit ondanks dat grote volumes weinig menskracht vragen. De haven van Amsterdam blijft hier met ruim 20.000 arbeidsplaatsen en 110.000 euro per arbeidsplaats wat bij achter, maar hierbij is Tata Steel niet meegenomen en dat scheelt. De economische rol van zeeha-

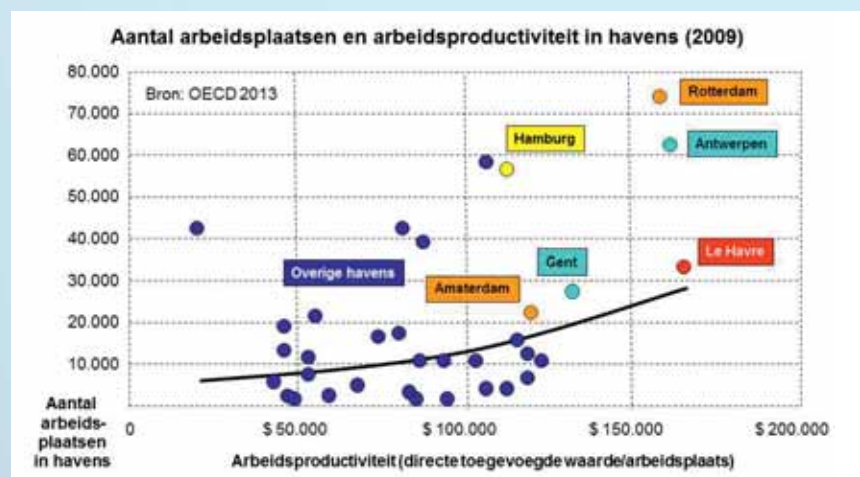


Kees Verweij
Principal consultant bij
Buck Consultants
International,
kees.verweij@bciglobal.nl

ZEEHAVENS: WONDEROLIE VOOR DE ECONOMIE?

van bijvoorbeeld het Kabinet als een probaat middel om de economie weer te laten draaien? Zeehavens zijn meer dan draaischijven, omdat met de overslag en de procesindustrie ter plaatse ook geld wordt verdiend en werkgelegenheid gecreëerd. Alle bedrijven in de zeehavens zelf zorgen voor ruim 4% van de toegevoegde waarde en 2% van de werkgelegenheid in Nederland. Logisch, dat verschil tussen waarde en werkgelegenheid, want de grote goederenstromen als kolen en olie worden door een relatief beperkt aantal werknemers afgehandeld. Ook de chemische procesindustrie in de havens weet een hoge omzet te realiseren met weinig werk-

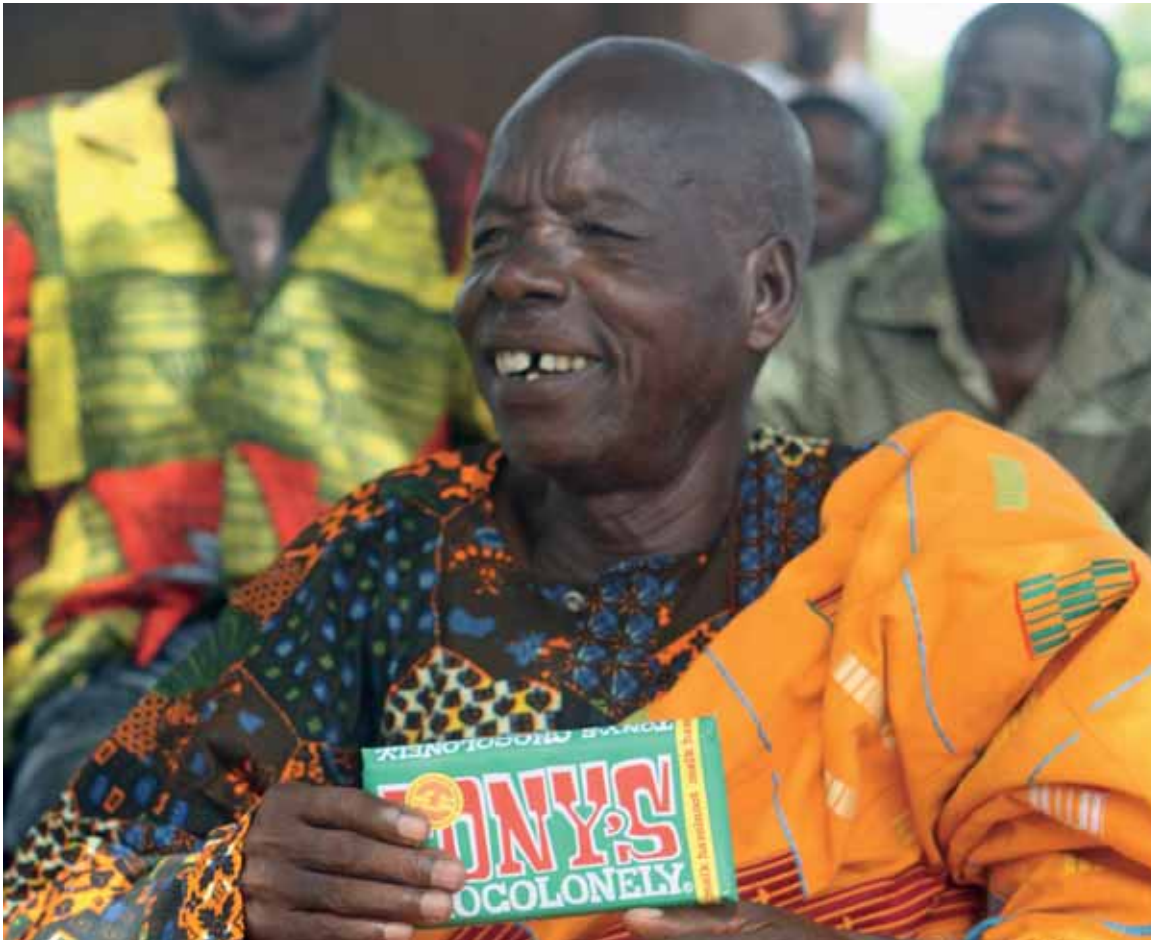
vens voor Nederland beperkt zich niet tot deze resultaten, want er zijn ook toeleveranciers en afnemers die grotendeels afhankelijk zijn van zeehavenbedrijven. De berekening van deze indirecte effecten is vaak omstreden, want hoe voorkom je dat je je rijk rekent? Mijn schatting is dat deze direct afhankelijke toeleveranciers en afnemers rond de 4% extra toegevoegde waarde en 3% extra arbeidsplaatsen voor opleveren, zodat het economische belang van de zeehavens verdubbelt. Dus ja, de Nederlandse zeehavens lijken het waard extra aandacht te krijgen van het Kabinet, en de vraag is of dat nu voldoende gebeurt in het topsectorenbeleid.



logistiek.nk



Scan deze QR-code en lees alle eerder verschenen analyses online.



Drie miljoen

In 2012 boekte Tony's een omzet van 4,5 miljoen euro, goed voor drie miljoen chocoladerepen. Dit totaal staat volgens het jaarverslag van Tony's voor exact 472.134 kilogram ingekochte chocolade. Belangrijkste afnemer is sinds 2009 Albert Heijn en daarnaast zijn Jumbo en C1000 ook grote afnemers. Een reguliere chocoladereep van Tony's kost in de Albert Heijn 2 euro 49.

Hazelberg: "Onze repen zijn iets duurder dan die van de bekende merken. Dat komt omdat we extra kosten maken om in onze keten helemaal terug te gaan naar de boeren, de premies die we betalen en de herinvesteringen ter bevordering van de ontwikkeling van de boeren en coöperaties."



terecht komen. Daardoor mag de tussenpersoon die cacao voor ons inkoop in Ghana een eigen magazijn gebruiken waar hij de cacaobonen onder overheidstoezicht mag opslaan. Dat is wat we nodig hadden om onze cacao traceerbaar te krijgen."

Logistiek avontuur

Eind 2012 is Tony's begonnen met het invoeren van de eerste rechtstreeks ingekochte biologische Fair trade cacaobonen uit Ghana.

"De eerste repen met onze eigen bonen zijn geproduceerd door onze repenmaker en liggen sinds juli in de schappen van onze eerste klanten. Je hebt twee oogstmomenten: de eerste is van augustus tot en met januari. Vanaf dat eerste moment hebben we containers laten aanvoeren." Dat was één groot logistiek avontuur. "De zakken cacaobonen van tachtig kilo worden in de haven van Accra handmatig uit de loodsen gehaald en in zeecontainers

gepakt. Er komt geen vorkheftruck aan te pas."

Verdwenen container

De vertraagde productie van de eerste chocoladerepen heeft een reden. "We kregen maar niet de melding dat de container aan boord was van het schip. Wat bleek: de container was kwijt. Een collega is vervolgens naar de havenstad Tema afgereisd en is bij de havenmeester in de boeken gaan zoeken naar die container.

Supply chain manager Johan Hazelberg: "De eerste repen liggen sinds juli in de schappen"

Achteraf bleek dat er een koper was die meende dat onze cacao uit zijn gebied kwam en niet via hem verkocht was maar door een andere partij. Voor hem was dat reden om via zijn contacten in de haven de container te verstoppen."



INTERNATIONALE E-TAILERS BIJTIJDS KEUZES DURVEN

Online retailers moeten diverse afwegingen maken om zich goed aan te kunnen passen aan de behoeften en verwachtingen van hun zeer uiteenlopende clientèle. Voor internationale e-tailers zijn de uitdagingen nog groter. Hoe komen zij tot een evenwichtige logistieke strategie?

Van de Europeanen koopt momenteel 8,8 procent online bij webshops in andere landen. Deze online shoppers gebruiken het internet tijdens het hele shoppingproces: om informatie op te zoeken over prijs, kwaliteit, service en leveringsmogelijkheden tot aan het moment wanneer ze de transactie afronden en daarna om hun mening en ideeën te delen.

Volgens de European Commission Digital Agenda Scoreboard verklaart 65 procent van de kopers, dat ze in het buitenland kopen, omdat het product daar goedkoper is. In landen als Finland, Portugal, Litouwen, Letland, Griekenland en Tsjechië vermeldt zelfs tachtig procent van de respondenten dit argument. Eenderde van de EU-burgers geeft te kennen dat ze zouden overwegen een product of een dienst online te kopen in een ander EU-land als het daar goedkoper of beter zou zijn. Ook eenderde van de consumenten in de EU vindt het geen probleem om goederen en diensten te kopen in een andere taal, terwijl 59 procent van de kleinhandelaars bereid is transacties te verwerken in meer dan één taal. Uit het onderzoek blijkt verder dat ervaren klanten meer winkelen, een bredere selectie producten online kopen en vaker hun gading over de grenzen heen zoeken.

Volgens hetzelfde EU-rapport koopt 56 procent van de respondenten hun producten over de grens, omdat ze niet verkrijgbaar zijn in hun eigen land, waarmee dit de tweede belangrijkste reden is om in het buitenland te kopen. Anderzijds toonde het onderzoek aan dat 47 procent van de online consumenten minder geneigd is artikelen in het buitenland te kopen, vooral vanwege onzekerheid over de precieze kosten en de levering.

Keuzes

Met deze zaken in het achterhoofd moet een internationale e-tailer een aantal keuzes maken: Als een internationale e-tailer kiest voor een



plaatselijke positionering, dan staat hij in directe concurrentie met nationale spelers. Hij moet dan voor zijn internationale klanten dezelfde leveringskwaliteit bieden tegen dezelfde prijs als plaatselijke spelers.

Fulfilmentstrategie

- Een gecentraliseerde interne fulfilmentstrategie biedt de bedrijven een betere beheersing van de voorraadkosten. Maar de rechtstreekse leveringen aan internationale klanten zorgen voor hogere verzendkosten.

- Een gedecentraliseerde interne fulfilmentstrategie biedt de bedrijven meer flexibiliteit: doordat ze dicht bij de klanten gevestigd zijn, liggen de leveringskosten lager omdat de zendingen vertrekken in het land waar de klant woont. Daartegenover staan grotere overheadkosten, omdat de voorraad vermenigvuldigd wordt, waardoor de prijs per verkocht exemplaar stijgt.

- Met een strategie waarbij fulfilment uitbesteed wordt, kan het bedrijf zich op zijn corebusiness