

Transport & Logistiek

DRIËNTWINTIGSTE JAARGANG

5 maart 2015 • 05

FOCUS OP E-COMMERCE EN E-FULFILMENT

Veranderende vraag



MAN TGX EfficientLine 2

De zuinigste MAN nu nog zuiniger

Maak kennis met de nieuwe MAN TGX EfficientLine 2, deze is nu leverbaar.

Door consequente doorontwikkeling van de MAN EfficientLine 1, die het brandstofverbruik ten opzichte van standaard trucks al met 10% wist te reduceren, is MAN nu in staat om **een extra 6,5% verbruiksbesparing** te realiseren. Kernstukken van de recente besparing zijn een motor met een hoger koppel, een versnellingsbak die nog sneller en slimmer schakelt en een super intelligent GPS-gestuurde cruisecontrol MAN EfficientCruise®. In het intensieve internationale transport kunt u, bij een gebruiksduur van 4 jaar met een jaarkilometrage van 150.000 kilometer, zo'n **12.000 liter extra besparen**.

Meer weten? Maak nu een afspraak met uw MAN-dealer of kijk op www.man-trucks.nl

www.man-trucks.nl



Bespaar € 20.000,- in 5 jaar!

Kent u de voordelen van een jong gebruikte truck? Deze voordelen lopen al snel op tot een besparing van € 20.000,- in 5 jaar! En dat zonder financiële tegenvallers: TruckStore maakt de variabele kosten vast, zodat u vooraf precies weet waar u aan toe bent en niet voor verrassingen komt te staan. Meer weten? Neem vrijblijvend contact met ons op en we rekenen het u voor.

TruckStore Roelofarendsveen, Pasteurweg 1, 2371 DW Roelofarendsveen
Tel. +31 (0)71 20620 10, Fax. +31 (0) 71 20620 19, E-mail info@truckstore.nl
Let's talk about trucks.
www.truckstore.com

TruckStore

Gebruikte trucks en diensten van Mercedes-Benz

YES! MONEY

Never lets you down

YES!Money-kaart: de ideale back-up kaart voor iedere internationale transportonderneming

Direct liquide middelen voorhanden bij iedere
ongewenste situatie

Betaling van boetes binnen 5 minuten mogelijk

24/7 telefonische juridische assistentie/ondersteuning
bij aanhouding

Direct in bezwaar tegen (te) hoge of onterechte
boetes

Member of:



Monsterseweg 9 - 2291 PB Wieringen - Tel: 0174 - 219 039 - info.nl@yes-money.com - www.360-paymentsolutions.com

Colofon

Transport en Logistiek is het elke 14 dagen verschijnende

vakmagazine voor de transport- en logistieke sector en orgaan van Transport en Logistiek Nederland, de ondernemers-organisatie voor goederenvervoer en logistieke dienstverlening.

Drieëntwintigste jaargang, nummer 05, uitgave 811

UITGEVER Transport en Logistiek Nederland
Boris Pasternaklaan 22 • 2719 DA Zoetermeer •
I www.tln.nl

HOOFDREDACTIE Rick Ohm

REDACTIE Twan van der Heijden (eindredactie),
Anita Hestens, Marcel Krol (vormgeving), Annelies
van Stijn, René Welmers

Postbus 3008 • 2700 KS Zoetermeer
T 088 4567111 • F 088 4567262 • E redactie@tln.nl

MEDEWERKERS Jelle Boonstra, Eric Doppert,
Arjan van den Haak, Babiche van de Loo,
Hélène Minderman, Daphne Smaling

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE Koninklijke BDU
Uitgeverij BV • Postbus 67 • 3770 AB Barneveld

Advertentiewerving Martin ten Hoven •
T 0342 494291 • E m.t.hoven@bdu.nl • Gert-Jan
Bloemendal • T 0342 494807 • E g.bloemendal@
bdu.nl • Ron van de Hoef • T 0342 494263 •
E r.v.d.hoef@bdu.nl

Alle advertentiecontracten worden afgesloten conform de Regelen voor het Advertentiewezen gedeponneerd bij de rechtbanken in Nederland. Een exemplaar van de Regelen voor het Advertentiewezen is op aanvraag kosteloos verkrijgbaar.

ABONNEMENTEN Kees Kanbier • T 088 4567244 •
E ckanbier@tln.nl • Postbus 3008 • 2700 KS
Zoetermeer • F 088 4567263

Tarieven in 2015

Jaarabonnement in Nederland 168,50 euro; extra jaar-abonnement 110 euro; jaarabonnement in Europa 260 euro; jaarabonnement buiten Europa 341 euro; losse nummers, voor zover voorradig, 10 euro; alle prijzen exclusief BTW.

Jaarabonnement voor leden van TLN: gratis. De abonnementsperiode loopt van 1 januari t/m 31 december. Indien twee maanden voor het verstrijken van de abonnementsperiode geen schriftelijke opzegging is ontvangen, wordt het abonnement automatisch verlengd.

DRUKKERIJ Koninklijke BDU Grafisch Bedrijf BV
Postbus 67 • 3770 AB Barneveld

GEGEVENSBESCHERMING TLN legt uw persoonsgegevens vast voor de uitvoering van een lidmaatschaps-overeenkomst of wanneer u gebruik maakt van de dienstverlening van TLN. Meer info: www.tln.nl.

© 2015, TLN



INHOUD

10



E-COMMERCE EN LOGISTIEK

Sinds het begin van deze eeuw is de wereld van het winkelen sterk veranderd. Internet speelt daarbij een belangrijke rol. Sinds de lancering van de eerste webwinkels in 1994 leidde dit tot grote veranderingen in de verkoop van producten en diensten.

12 NAAR VOLGENDE FASE

Retaildeskundige Cor Molenaar stelt dat veel logistiek dienstverleners nog vastzitten in hun eigen structuren. Terwijl de huidige tijd juist om nieuwe modellen vraagt, zeker als het e-commerce betreft.

14 LOGISTIEK EN IMAGO

Bij het logistieke concept achter bol.com, met de belofte van snelle levering, diverse aflevermogelijkheden en een aanbod van 9 miljoen artikelen, speelt fulfilment een essentiële rol. Vanuit die gedachte startte het bedrijf 'Logistiek via bol.com'.



MEER DAN PAKKET BIJ DEUR

16

Na eerst andere bedrijven te hebben geadviseerd, waagde hij in 2010 zelf de sprong in het diepe, met interieurdesign via een eigen webshop. De focus ligt op groei. Om die te realiseren, heeft hij op het gebied van logistiek nog wel wat wensen.

30 EERST ZIEN, DAN GELOVEN

In de loop van 2014 is de stemming geleidelijk veranderd van negatief naar licht positief. Met de nadruk op licht. Ondernemers zijn en blijven uiterst sceptisch over de toekomst. Voor veel bedrijven bleek 2014 een jaar van herstel.



LADING ONVERKOOPBAAR?

38

Als de verzegeling bij tanktransport is verbroken, kan de klant de lading weigeren en schadevergoeding eisen. Ook al is de lading niet beschadigd of vervuild. Als de verzekeraar vervolgens weigert te betalen, zit de vervoerder vaak met hoge kosten.

En verder...

Actueel

06 Berichten

Logistiek & ICT

- 10 Nog weg te gaan met e-fulfilment, maar wel volop kansen
- 12 Cor Molenaar over e-commerce logistiek
- 14 Huub Vermeulen, directeur Operations en Fulfilment bij bol.com
- 16 Geert-Jan Smits van webshop Flinders
- 18 Roland Slegers van DeliveryMatch over logistiek van webshops
- 20 Aandacht besteden aan retourlogistiek levert webshops geld op
- 22 Rhenus Logistics actief voor webwinkels
- 24 Vervoerders over e-commerce logistiek in de praktijk
- 28 Martin Slangen al 20 jaar actief met online bestellingen

Financiën & Markt

- 30 TLN Conjunctuurbericht, 4^e kwartaal 2014
- 33 Bedrijfsnieuws

Recht & Voorwaarden

- 36 Nieuwe Europese privacy verordening in aantocht
- 38 Grote risico's bij verbroken verzegeling bij tankvervoer

Materieel & Lading

- 41 Jungheinrich presenteert heftrucks en accu's
- 43 Nieuwe VW Caddy leverbaar met ondersteuningssystemen
- 44 Productnieuws

Meer Duitse tolkilometers in januari 2015

De cijfers van het Bundesamt für Güterverkehr (BAG) laten, zoals altijd, een wisselend beeld zien. Het totaal aantal ritten – gecorrigeerd naar kalenderdagen en inclusief de uitbreiding naar Bundesstraßen met vier rijstroken – lag in januari 2015 in totaal 1,3% hoger en bij de Nederlanders 4,7% lager.

De kilometrages van de volgende EU-nationaliteiten – gecorrigeerd naar kalenderdagen – daalden en laten het volgende beeld zien: België (-7,7%), Cyprus (-1,0%), Denemarken (-11,2%), Finland (-0,2%), Frankrijk (-2,4%), Griekenland (-2,2%), Groot-Brittannië (-18,1%), Italië (-11,1%), Luxemburg (-7,1%), Nederland (-4,7%), Oostenrijk (-6,8%) en Zweden (-8,1%). Hieruit blijkt dat Nederland het in vergelijking met de West-Europese landen nog relatief goed doet. De kilometrages van de meeste vervoerders uit Midden- en Oost-Europa blijven een stijgende lijn vertonen: Bulgaren (+9,2%), Esten (+6,7%), Kroaten (+13,7%), Letten (+0,6%), Litouwers (+0,3%), Polen (+11,1%), Roemenen (+14,6%), Slowaken (+1,6%), Slovenen (+5,4%) en Tsjechen (+6,3%). En dus verliezen de West-Europeanen verder marktaandeel aan de Oost-Europeanen. De Polen maken – na uiteraard de Duitsers – de meeste ritten, namelijk 1.558.383 en houden de Nederlanders ver achter zich op de derde plaats, met 846.713 ritten. De Tsjechen volgen op enige afstand met 585.530 ritten. Qua kilometrage hebben de Duitsers een aandeel van 59,4%, de Polen 13,5%, de Tsjechen 4,4% en de Nederlanders 3,6%. Van alle kilometers werd 53% geproduceerd door Euro 5 vrachtauto's, 16% door EEV, 4% door Euro 3, 4% door Euro 4 en intussen al 23% door Euro 6. Oostenrijkers, Duitsers, Denen, Slowaken, Slovenen, Hongaren, Tsjechen, Nederlanders en Luxemburgers reden in januari 2015 met het schoonste wagenpark op de Duitse autosnelwegen; Grieken verreweg met het minst schone wagenpark. (RO)

Invoering kilometerheffing België

De Belgische regering zou hebben besloten het tarief voor de kilometerheffing voor vrachtverkeer op autowegen vast te stellen op 12,5 cent per kilometer.

Met dit besluit voert de overheid in België het tempo van de besluitvorming over de invoering van een kilometerheffing verder op. De kilometerheffing zal waarschijnlijk op 1 februari 2016 ingaan. Dit betekent naar inschatting van TLN dat dit voorjaar alle voorbereidingen moeten zijn afgerond. TLN maakt zich zorgen over deze ontwikkeling en kan absoluut niet instemmen met de voorgenomen plannen. TLN stelt zich op het standpunt dat er pas van kilometerheffing sprake kan zijn als invoering plaatsvindt als onderdeel van een breed pakket aan maatregelen van het Bouwen, Benutten en Beprijzen van de wegen voor alle (gemotoriseerde) weggebruikers op hetzelfde moment. Daarnaast eist TLN dat de opbrengsten uit kilometerheffing rechtstreeks worden geheerinvesteerd in de wegen. (SB)



Duitsland maakt haast met tol voor auto

De Duitse regering probeert nog dit voorjaar het wetsvoorstel voor de invoering van het tolvignet voor personenauto's door de Bundestag en de Bundesrat te loodsen. In de loop van 2016 kan het tolvignet dan worden ingevoerd.

De zogenoemde tweede en derde lezing van het wetsvoorstel in het Duitse parlement – de Bundestag – staat voor 26 mei op de agenda. Vrijwel parallel kunnen dan de beide wetten – voor de invoering van het tolvignet en voor de verlaging van de motorrijtuigenbelasting voor Duitse auto's – in de vertegenwoordiging van de deelstaten – de Bundesrat – op 8 mei worden behandeld. Dat laatste is een formaliteit, omdat de deelstaten er niets over te zeggen hebben. Hoewel er vanaf het begin vanuit de buurlanden protesten klonken tegen het tolvignet, verwacht Denemarken dat de Duitse plannen EU-conform zijn en dus niet op een blokkade vanuit de EU zullen stuiten. Volgens de Deense minister van Verkeer, Magnus Heunicke, zijn de Duitse plannen een zaak van nationale orde, zolang Duitsland zich houdt aan de EU-regelgeving. Hij zei dit in een gesprek met zijn Duitse collega Alexander Dobrindt. Voorts is hij van mening dat elk land moet zorg dragen voor een goede infrastructuur, inclusief bijbehorende financiering. In totaal moet de Pkw-Maut 3,19 miljard euro per jaar van binnenlandse automobilisten opleveren en 733 miljoen van buitenlanders. Dobrindt rekent met iets meer dan 8 miljoen



buitenlanders die een jaarvignet van meer dan 70 euro kopen en bijna 16 miljoen die een 10-dagenkaart van 10 euro kopen. De inkomsten komen volgens de prognose van zakelijke trips (360 miljoen), privétrips zonder overnachting (211 miljoen), vakantietrips met overnachting (83 miljoen), zakelijke trips met overnachting (31 miljoen), overige ritten met overnachting (29 miljoen) en woon-werkers (19 miljoen euro). Na aftrek van de systeemkosten en de verlaging van de Duitse motorrijtuigenbelasting blijft er jaarlijks straks 500 miljoen euro over om in het Duitse wegennet te investeren. (RO)

Stoere MAN ter beschikking gesteld

MAN heeft een stoere trekker ter beschikking gesteld voor het Veilig op Weg-project. De sleutels werden overhandigd door Maikel Cath.

Met het Veilig op Weg-lesprogramma leren leerlingen van groep 7 en groep 8 om te gaan met grote voertuigen in het verkeer, zodat zij Veilig op Weg kunnen. Zij leren dat zij rechts van en minimaal 3 meter achter een vrachtauto moeten gaan staan om goed zichtbaar te zijn. Veilig op Weg is een initiatief van TLN en Veilig Verkeer Nederland, waarbij met behulp van een speciale vrachtauto de kinderen les krijgen over de gevaren van de dode hoek. Dit schooljaar bezoekt Veilig op Weg voor het 18^e jaar ongeveer 1.300 scholen. De les bestaat uit een theoriegedeelte in de klas en een praktijkgedeelte. Tijdens het praktijkgedeelte mogen de kinderen achter het stuur plaatsnemen om zo zelf het gevaar van de dode hoek te ervaren. (HB)



Mogelijk voor iedereen Frans minimumloon

Op 17 februari is een voorstel van de Franse regering aangenomen over de detachingsregels in het wegvervoer. Dit amendement houdt in dat het Franse minimumloon (SMIC) van toepassing wordt op cabotageritten en internationaal vervoer voor buitenlandse chauffeurs.

Hoewel dit het uitgangspunt is, blijft er nog veel onduidelijk, zoals de invoeringsdatum en de juridische en operationele uitvoering. Denk hierbij aan de eventuele noodzakelijkheid tot registratie en eventuele bewijsvoering. Volgens de Franse wegvervoerorganisaties is het vooral een maatregel die de Franse vervoersmarkt moet beschermen. Het voorstel zou een antwoord moeten zijn op een dubbel probleem dat al jaren in Frankrijk speelt, namelijk gebrek aan concurrentiekracht van de Franse sector en oneerlijke concurrentie door de liberalisatie in de EU, gekoppeld aan een gebrek aan harmonisatie. Deze nieuwe maatregel wordt door de wegvervoerorganisaties FNTR, Unostra en TLF toch vooral gezien als een gedeeltelijke oplossing voor dit probleem. Ze zouden liever zien dat er een oplossing uit Brussel komt. Franse vervoerders denken hierbij eerder aan een andere cabotageregeling met een maximering van het aantal ritten. TLN is een groot voorstander van het gelijk trekken van de concurrentieverhoudingen in de EU. Voorzitter Arthur van Dijk van TLN: 'Alles wat daartoe kan bijdragen, is een goede zaak. We vragen ons echter wel af of de individuele maatregelen van verschillende EU-landen - na Duitsland nu ook Frankrijk - de oplossing is. Te meer daar die individuele maatregelen voor de Nederlandse sector extra administratieve lasten veroorzaken.' TLN ziet als enige oplossing om op Europees niveau maatregelen te nemen op het vlak van het creëren van een gelijk speelveld. Het ontstaan van een lappendeken aan individuele maatregelen van diverse landen is niet de oplossing van een breed Europees probleem. (TP)



Europese dieselprijzen

Dieselprijzen per liter excl. BTW en valuta per 27 februari 2015. Alle dieselprijzen zijn slechts indicatief en gebaseerd op een gemiddelde wisselkoers. Meer info: www.tln.nl > Dieselprijs.

	Diesel- prijs in vreemde valuta	Vreemde valuta in euro	Diesel- prijs in euro	Per
NL	1,135	1	1,135	27-feb
BE	1,055	1	1,055	27-feb
DE	1,090	1	1,090	27-feb
FR	1,121	1	1,121	27-feb
LU	0,919	1	0,919	27-feb
AT	1,085	1	1,085	27-feb
PL	3,959	4,1482	0,954	27-feb
ES	1,015	1	1,015	27-feb

Bron: BP, Shell, Valuta.nl

NIEUWE LEDEN

Onderstaande ondernemingen (tussen haakjes de statutaire bestuurders) hebben zich gemeld als lid van TLN. Bezwaren tegen het lidmaatschap kunnen tot uiterlijk 14 dagen na publicatie, schriftelijk en met redenen omkleed, worden ingediend bij het desbetreffende regiokantoor. De bezwaren worden meegenomen in de overwegingen omtrent de toelating als lid van de vereniging. De directie, respectievelijk het algemeen bestuur, beslist op de toelating tot het lidmaatschap binnen 3 maanden na indiening van de aanvraag. Over de ingediende bezwaren zal geen inhoudelijke correspondentie worden gevoerd.

West

- Haast Logistiek (B.H.M. Haast), Rotterdam
- Tank Services Pernis BV (M.W. Koster), Vondelingenplaat

Zuid

- Zinkunie BV (A.N. van der Heijden), Boxtel

Noord

- MLH Trans (M. Loschinski), Heeg

In memoriam

- John Grootsholte (20 februari 2015, 48 jaar), J. Grootsholte Transport, De Lier

Energieverbruik stijgt meer dan een derde

Uit de jongste Energy Outlook van BP blijkt dat de wereld in 2035 ongeveer 37% meer energie zal verbruiken dan nu. Vooral in China en India stijgt de vraag naar energie. Jaarlijks groeit de vraag de komende 20 jaar met gemiddeld 1,4%. De CO₂-uitstoot neemt in diezelfde periode met 20% toe, waardoor de klimaatdoelen niet worden gehaald. Terwijl in het Westen de vraag door verbetering van de efficiëntie daalt, stijgt die vooral in de twee landen met de grootste bevolking: China en India. BP verwacht dat de olieprijs zich pas over enkele jaren zullen herstellen. (RO)



EVENEMENTEN AGENDA

Voor informatie over TLN-bijeenkomsten: www.tln.nl > Agenda of mail naar evenementen@tln.nl.

Divers

• 7 maart, Regiocongres West en Noord West, Soest • 16 maart, deelmarkt Ferrytransport – AFTO-ledenvergadering, Ridderkerk • 19 maart, KDN-werkbezoek, Eindhoven • 21 maart, Regiocongres Oost, Urk • 26 maart, Transfrigoroute Ledenvergadering, Gorinchem

Workshops

Verdiepingsworkshop functioneringsgesprekken

• 17 maart, Venlo

Verzuim

• 3 maart, Ugchelen

Pensioen

• 10 maart,

Functiewaardering

• 31 maart, Zoetermeer

Beurzen

• 17-19 maart, Transport Compleet, Hardenberg • 17 maart, '2015: Hét jaar van Papierloos Transport en Transfollow', tijdens Transport Compleet, Hardenberg



LOBBY-AGENDA

TLN vertegenwoordigt de belangen van haar leden op vele fronten: lokaal, regionaal, nationaal, internationaal. Om een beeld te geven, biedt TLN een beknopt overzicht van diverse overleggen waaraan TLN deelneemt. Reageren? Mail naar info@tln.nl.

9 maart • Brainstorm over meerjarenplan ministerie SZW, Den Haag

• Overleg met Transport en Logistiek Vlaanderen, o.a. over Transfollow, digitale vrachtbrief op een Europees niveau, Nootdorp • Overleg Maatregelpakket Milieuzone Bestelverkeer, Amsterdam • Overleg projectplan Stadshartlus, Amsterdam • Bestuurlijk overleg Mobiliteitsplan, Amsterdam

10 maart • Vergadering Gebruikersraad CBR, Rijswijk • Overleg Beter Benutten regio Haaglanden, Den Haag • Overleg convenant Bereikbaar Haaglanden, Zoetermeer • Juridische Commissie SvA, bespreking deelmarktvoorwaarden, Nootdorp

11 maart • IRU-commissie verkeersveiligheid (CSR), Genève • Overleg regio Groningen-Assen over doorgaand vrachtverkeer Haren, Groningen • Projectteam Bereikbaar Haaglanden, Den Haag • Overleg landbouwverkeer westelijk deel provincie, Utrecht

12 maart • KennisDC Gelderland, overleg tussen TLN, Hogeschool Arnhem Nijmegen e.a. over samenwerking onderwijs-bedrijfsleven, Arnhem • IRU Technische Commissie, Genève • Werkdiner Verkeersveiligheid, Utrecht • Overleg logistieke regio Noord-Limburg met minister Schultz, Venlo • Overleg Beter Benutten regio Rotterdam, Rotterdam • Commissie Mededinging VNO-NCW, o.a. bagatelvrijstelling, Den Haag • Werkgroep Scheltema, ministerie V&J over nadeelcompensatie, Den Haag

13 maart • KennisDC Logistiek, landelijk overleg van TLN, EVO en zes HBO's over samenwerking onderwijs bedrijfsleven, Amsterdam • SO-APK-overleg, Bunnik • Gesprek met ministerie EZ over topsector logistiek, Den Haag • Douanecommissie VNO-NCW, o.a. nieuwe Douanewetboek, Den Haag

16 maart • Kennismaking met Kees Riezebos van ministerie V&J, Den Haag • Overleg ministerie V&J, Nationaal Platform Criminaliteitsbeheersing, Den Haag

17 maart • Bijeenkomst European Logistics Platform over digitalisering, Brussel • Hoorzitting Europees parlement met IRU over herziening Witboek Transport, Brussel

18 maart • Bestuursvergadering Logistieke Alliantie, Zoetermeer • Kernteam Port of Utrecht, Utrecht • Overleg Strategisch Masterplan Zeeland Seaports, Breda

19 maart • Werkgroep verkeersbesluit Maasvlakte, Rotterdam • Auteursrechtencommissie VNO-NCW, o.a. positie collectieve beheersorganisaties, Den Haag

Tol op alle Oostenrijkse wegen?

De Oostenrijkse vervoerssector verzet zich tegen de wens van de deelstaten om ook op alle regionale en gemeentelijke wegen tol te gaan heffen op vrachtauto's. In een recent rapport laat de sector zien welke gevolgen zo'n maatregel zou hebben. Het vervoer wordt duurder, consumenten moeten meer voor hun goederen betalen, afgelegen en economisch zwakkere regio's ondervinden economische nadelen, zo stelt de opsteller hoogleraar Sebastian Kummer van de Wirtschaftsuniversität Wien, Institut für Transportwirtschaft und Logistik. Zo'n uitbreiding zou ook tot de omschakeling van de huidige microgolftchniek naar satelliettechnologie nopen, met duidelijk hogere systeemkosten. Onder de streep blijft dan 282 miljoen euro aan extra tolinkomsten over. (RO)



Column

Groei transport gevaar voor klimaat

Aangezien er wereldwijd steeds meer goederen worden vervoerd, zou de CO₂-uitstoot van het goederenvervoer tot 2050 met 290% kunnen stijgen, meldt een nieuw OECD-rapport.

De groeiende vraag naar transportdiensten is volgens het jongste OECD-rapport een gevaar voor de wereldwijde klimaatdoelen. Volgens prognoses van de organisatie voor economische samenwerking en ontwikkeling zou het goederenvolume zich tussen 2010 en 2050 wel eens kunnen verviervoudigen. Daardoor staat de transportsector voor twee uitdagingen. Ten eerste is in veel landen de infrastructuur ontoereikend om de groei op te vangen, waardoor de ontwikkeling van de handel zou kunnen worden afgeremd. Ten tweede zorgt de sterke stijging van het goederenvervoer voor een stevige aanslag op het klimaat. De deskundigen van de OECD voorspellen dat de CO₂-uitstoot van het goederenvervoer tot 2050 met 290% zou kunnen gaan stijgen. Daardoor zou het goederenvervoer het personenverkeer inhalen als belangrijkste bron van CO₂-uitstoot in het verkeer en vervoer over land. Door de verdergaande, wereldwijde arbeidsdeling en vervlechting van de economieën zal de gemiddelde vervoersafstand tot 2050 met 12% toenemen. De zeeroute via de noordelijke Stille Oceaan zal de route via de noordelijke Atlantische Oceaan als belangrijkste handelscorridor aflossen. Daarnaast voorspelt de OECD een verviervoudiging van het vervoer op de zeeroutes over de Indische Oceaan. Het vervoer op het continent zal het sterkste groeien in Afrika (+715%) en Azië (+403%). Het leeuwendeel zal voor rekening komen voor het wegvervoer, omdat vervoersalternatieven veelal ontbreken. (RO)



In memoriam

Met droefenis hebben we vernomen dat Arjen van Wieren op 66-jarige leeftijd is overleden. Jarenlang was hij directeur en mede-eigenaar van het transportbedrijf Van Wieren uit Emmeloord. Een slopende ziekte trof hem. Arjen was geliefd bij zijn personeel en bij TLN. Hij was een man met een grote betrokkenheid bij de sector. Dat uitte zich ook bij inspanningen die hij voor TLN heeft gedaan. Hij was oud-voorzitter van de regio Oost en oud-hoofdbestuurder bij TLN. Hij was een groot bestuurder voor TLN. Het was dan ook niet meer dan terecht dat hij erelid bij TLN was. Opvallend was ook zijn inlevingsvermogen bij de chauffeur; hij had altijd aandacht voor hun omstandigheden. Zelf mocht hij ook nog lang graag ritten uitvoeren, zodat hij ook aan den lijve kon ondervinden wat er onderweg zoal gebeurde. Vol passie en met pretoogjes kon hij daar dan over vertellen. Helaas heeft de familie op 18 februari afscheid van hem moeten nemen. TLN wenst de familie en nabestaanden sterkte toe met dit grote verlies.

Verkeersveiligheidscultuur loont

Nederland doet het goed qua verkeersveiligheid. Maar het kan altijd beter, want elk slachtoffer is er één te veel. De Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid (SWOV) publiceert daarom regelmatig onderzoeken over verkeersveiligheid. Onlangs verscheen het rapport 'Veiligheidscultuur in de praktijk'. Dit rapport gaat over de motieven, uitvoering en effecten van een veiligheids-cultuur in transportbedrijven.

Voor TLN-leden is dit geen nieuw onderwerp, want onder de noemer schadepreventie werkt onze sector al jarenlang aan het terugdringen van schades en zo aan het verkleinen van de ongevals-kans. Voor het onderzoek zijn ook transportbedrijven benaderd die ervaring hebben opgedaan met een actieve schadepreventie. SWOV concludeert dat zo'n aanpak loont, omdat de schadelast fors terugloopt. Een belangrijke voorwaarde voor succes is dat directie en medewerkers op kantoor de aanpak voluit ondersteunen.

Het streven naar meer verkeersveiligheid rechtvaardigt brede investeringen. Niet alleen door onze sector, maar natuurlijk ook bij andere weggebruikers. TLN is hier ook actief mee bezig. Denk aan het succesvolle scholenproject Veilig op Weg, dat nu voor het 18^e jaar draait. En met het ontwikkelen van een nieuwe dode hoek sticker, die enthousiast is ontvangen door onze leden. Veilige voertuigtechniek en infrastructuur zijn ook belangrijk. Denk bij infrastructuur maar eens aan te krappe rotondes en kantstenen in te krappe bochten waarop vrachtauto's hun banden kapot rijden. Ook daar liggen kansen. De voertuigtechniek is ook enorm in beweging. Talrijke voorzieningen voor de verkeersveiligheid zijn intussen standaard op nieuwe vrachtauto's. En dat is natuurlijk prima waar het een effectieve bijdrage levert aan minder verkeersslachtoffers.

Kortom, de transportsector speelt dicht op de bal als het om verkeersveiligheid gaat. Maar de betrokkenheid bij ongevallen is niet hetzelfde als het veroorzaken van ongevallen. Zo weten onze beroepschauffeurs dagelijks veel verkeersgevaaren af te wenden. Een actieve veiligheidscultuur en defensief rijden zijn het credo om ook andere weggebruikers te beschermen. Soms tegen zichzelf, want elk slachtoffer is er één te veel.



Arthur van Dijk
Voorzitter
Transport en Logistiek Nederland



Nog weg te gaan met e-fulfilment, maar wel volop kansen

E-commerce en logistiek moeten elkaar beter vinden

Sinds het begin van deze eeuw is de wereld van het winkelen sterk veranderd. Internet speelt daarbij een belangrijke rol. Sinds de lancering van de eerste webwinkels in 1994 leidde dit tot grote veranderingen in de verkoop van producten en diensten.

DOOR JELLE BOONSTRA EN BABICHE VAN DE LOO

In 2014 werd in Nederland *online* voor 13,7 miljard euro aan producten en diensten gekocht. Dit is bijna 8 procent van de totale detailhandelverkoop. Dit lijkt gering, maar de invloed op verkoopkanalen en distributiestructuren is groot en zal nog veel groter worden. De verwachting is dat het *online* aandeel *non-food* stijgt naar 30 à 35 procent van het totaal. Ramingen kunnen echter sterk afwijken door de introductie van nieuwe technologieën. Denk bijvoorbeeld aan de verkoop van cd's en dvd's. Daarbij betekende e-verkopen de doorbraak, maar door de digitalisering werd bijvoorbeeld iTunes een dominant kanaal. Nu ziet iTunes de omzet onder druk staan door *streaming* diensten. Maar niet in alle productcategorieën spelen internetaankopen een vooraanstaande rol, zoals (voorlopig) in de foodsector.

Groei in e-commerce

De *supply chain* is het geheel van stromen en processen van en tussen alle partijen, vanaf de inkoop, naar de productie en de detailhandel tot en met de consument. In deze *supply chain* spelen vijf consumententrends een steeds grotere rol. De consument verwacht '24/7' service en transparantie in informatie. De consument wil 'in control' zijn. Consumenten zijn steeds minder loyaal aan producten en diensten en worden steeds rationeler, gedreven door de informatie die voorhanden is. Zij gebruiken hiervoor steeds vaker sociale media. Ook willen consumenten steeds vaker weten waar producten vandaan komen. Nieuwe technologieën leiden tot nieuwe mogelijkheden en kansen, waarmee aan de behoefte van consumenten steeds meer kan worden voldaan. Door onder andere technologieën als 3D-printing, *the internet of things*, *big data* en *drones* worden compleet nieuwe producten, informatiestromen en diensten mogelijk. Verder wordt duurzaamheid steeds belangrijker. Consumenten (en de volgende wet- en regelgeving) eisen van organisaties dat ze steeds meer milieubewust en maatschappelijk ondernemen. Dit leidt tot meer samenwerking in de keten om te komen tot een circulaire (gesloten) economie. Denk daarbij



aan kopieerapparaten die bedrijven in het verleden kochten en waarbij ze nu een servicecontract voor een bepaald aantal kopieën sluiten. Het apparaat blijft dan eigendom van de leverancier. De focus richt zich meer op gebruik dan op bezit, wat leidt tot minder beslag op middelen, hergebruik en tweedehands handel. E-commerce kent geen grenzen, maar wetten wel, waardoor nieuwe wetgeving in ontwikkeling is en kan ontstaan. Klanten krijgen steeds meer rechten, denk hier bijvoorbeeld aan het 14 dagen retourrecht. Daarnaast komt er (meer) wetgeving voor 24/7-leveringen in binnensteden en grensoverschrijdende e-commerce activiteiten. Ten slotte neemt de internationale concurrentie sterk toe. Denk hier aan het Duitse Zalando, het Amerikaanse Amazon of het Chinese Alibaba. In 2011 verkocht Amazone meer e-boeken dan fysieke boeken.

Voorraadrisico minimaliseren

Binnen de *supply chain* zelf speelt ook een aantal trends en ontwikkelingen een grote rol. De *supply chain* bestaat uit een aantal dimensies: inkoop, voorraad en planning, *handling* en transport, retourneren en overblijvers, *supply chain control* en informatie. Partijen aan de inkoopkant worden gedwongen om het voorraadrisico te minimaliseren door flexibel in te kopen en te produceren. Bij de dimensie voorraad en planning zijn voorraadinformatie en schapbeschikbaarheid essentieel, terwijl de levensduur van producten afneemt. Op het gebied van *handling* en transport is een aantal trends duidelijk zichtbaar. De verwachtingen ten aanzien van de levertijden en -snelheden nemen toe. Door toenemende congestie wordt bundeling steeds noodzakelijker. Daarnaast vergroot de groei van e-commerce de inefficiëntie in het voorraadmanagement. De verwerking van *online* orders en fijnmazige distributie dagen bestaande distributiepatronen uit. Logistiek dienstverleners zullen en kunnen een steeds grotere rol spelen om aan de wensen van de consument te voldoen. Daarnaast zien we dat het aantal retouren toeneemt en dat door maatwerk en *fashionability* het moeilijker wordt om retouren opnieuw te verkopen. Daarmee wordt de afhandeling van retouren een steeds grotere uitdaging. Denk daarbij ook aan de financiële afhandeling, naast de snelheid om die producten weer in de verkoopvoorraad te brengen. *Supply chain control*, waarbij samenwerking met andere ketenpartijen moet worden aangaan, en informatie, waarbij grote hoeveelheden data beschikbaar komen voor optimalisatievraagstukken, spelen een rol door de gehele *supply chain* heen.

Nieuwe behoefte

Gedreven door deze trends en ontwikkelingen in de *supply chain* ontstaat een andere en nieuwe behoefte aan logistieke dienstverlening. Nieuwe kansen ontstaan in de ontwikkeling en groei van e-commerce en e-fulfilment. De kennis en ervaring van de huidige logistiek dienstverleners kunnen bijdragen aan het succes van een webwinkel. Op dit moment wordt de logistiek van webwinkels naar schatting door meer dan 90 procent van de webwinkels zelf geregeld. De uiteindelijke distributie wordt voornamelijk uitbesteed via de pakketbezorging. De uitbesteding van de webshoplogistiek zal echter zeer sterk toenemen. Niet alleen in de B2C-markt, maar zeker ook in het B2B-segment. De



Voor de logistiek ontstaan kansen in de ontwikkeling en groei van e-commerce en e-fulfilment.

huidige e-fulfilmentmarkt vertoont een parallel met de jaren '90 van de vorige eeuw. Toen had nagenoeg elke verlader zijn logistiek in eigen beheer. Men was huiverig

Afhandeling van retouren steeds grotere uitdaging

om die uit te besteden, vanwege de extra kosten en omdat processen niet goed waren uitgewerkt. De logistieke sector heeft zich echter de afgelopen jaren meer dan bewezen, waardoor vergaande uitbesteding is ontstaan. Verladers hebben daardoor ruimte gekregen om zich op de eigen kernactiviteiten te richten.

Flexibiliseren

Logistiek dienstverleners investeren in een goede ICT-infrastructuur, innoveren het logistieke proces, inclusief de afhandeling van retouren en de focus op reductie van fouten, en zetten in op het flexibiliseren van mensen, middelen en processen. Hiermee spelen ze in op de wensen en eisen van opdrachtgevers. Voor de distributie betekent dit bijvoorbeeld dat vanuit een centrale voorraad andere eisen aan software, doorlooptijden en inpakproces worden gesteld bij de levering voor B2B- en B2C-klanten. En dat eventueel met een

regionaal distributiecentrum moet worden gewerkt om 24 uur leveringen mogelijk te maken, zeker ook met de toenemende grensoverschrijdende leveringen. Steeds vaker is sprake van 'gratis verzenden', waardoor er een enorme druk op de logistieke kosten van het proces komt te liggen. Mechanisatie van de *handling* kan daaraan bijdragen. Maar ook daaraan kleven beperkingen, bijvoorbeeld bij afwijkende maten en gewichten en in relatie tot de hoge initiële investeringen.

Volop kansen

Volgens voorzitter Arthur van Dijk van TLN bieden de toekomstige ontwikkelingen en verwachte verdere groei in de e-commerce volop kansen voor de logistieke sector. 'Producten zullen nog altijd van de fabrikant naar de consument gaan, zij het via andere routes en kanalen. Er ligt een uitdaging om de kloof tussen webwinkels en e-fulfilmentbedrijven te verkleinen. In de praktijk weten die elkaar nog niet altijd te vinden. En als ze elkaar weten te vinden, dan lijken zij elkaar nog niet altijd te begrijpen. Er is dus nog een weg te gaan om elkaars krachten en *business* modellen te versterken en tot een verdere efficiëntie in e-commerce en e-fulfilment te komen. Maar dat die weg er ligt, is zeker.'

Auteurs zijn werkzaam bij TLN

Cor Molenaar over e-commerce logistiek:

'Van houtje touwtje

Retaildeskundige Cor Molenaar stelt dat veel logistiek dienstverleners nog vastzitten in hun eigen structuren. Terwijl de huidige tijd juist om nieuwe modellen vraagt, zeker als het e-commerce betreft.

DOOR TWAN VAN DER HEIJDEN

Het zijn interessante tijden voor Cor Molenaar (65). Volgens de retaildeskundige bevinden we ons namelijk op een belangrijk scharnierpunt in de ontwikkeling van e-commerce; de volgende fase doet zijn intrede en zal naar verwachting veel verandering teweeg brengen in de retail, maar zeker ook in de logistiek. 'Op dit moment zijn de oude logistieke structuren nog in tact, terwijl de wereld eigenlijk al een stap verder is. Er is in de logistiek nog vrijwel niets veranderd, terwijl klip en klaar is dat de maatschappij aan het veranderen is. En dus ontstaat er steeds meer frictie, die uiteindelijk een definitieve verandering forceert, waarmee de volgende fase wordt ingeluid.'

Stappen maken

Molenaar vervolgt: 'Of het nu gaat om voorraad, fysieke winkels of retourafhandeling, het is noodzakelijk om voor een andere aanpak te kiezen. Internetwinkel Alibaba levert nu al spotgoedkoop aan in potentie de hele wereld. H&M en Zara zijn meesters in scherpe omlooptijden. En Sandd doet het slim door De Buren over te nemen waardoor het relatief eenvoudig aan een goed netwerk van onbemande afhaalpunten komt. Maar de meesten denken nog vrij traditioneel en dat kan niet langer.' Molenaar gelooft dat ICT één van de instrumenten is die de volgende fase gaan inluiden. 'Nieuwe technologie stelt bijvoorbeeld logistiek dienstverleners in staat om stappen te maken. Een houtje touwtje operatie krijgt dankzij ICT structuur, waardoor aspecten als *e-billing* en *tracking & tracing* binnen ieders handbereik komen.'

Nieuwe oplossingen

Op e-commerce gebied geldt Amazon nog altijd als voorbeeld. Echter, volgens Molenaar loert er zelfs voor een partij als Amazon gevaar. 'Zij beschikken weliswaar over een sterk platform, maar worden toch nerveus van de sterke opkomst van het al eerder genoemde Alibaba. Dat zegt toch wel wat. En het maakt direct duidelijk dat Nederland het lastig gaat krijgen als het de concurrentieslag moet aangaan met bijvoorbeeld een land als China. Verandering is daarom noodzakelijk, om zo in de toekomst voldoende onderscheidend te kunnen blijven. Traditionele paden moeten worden verlaten. Er moet – liefst samen met anderen en op basis



Cor Molenaar: 'Aansluiten bij platformen.'

van wederzijds vertrouwen – worden gezocht naar nieuwe oplossingen. Waarbij het geen kwaad kan om te kijken naar landen als de Verenigde Staten en Groot-Brittannië. Wat e-commerce betreft, lopen die toch voorop.'

Groot belang

Molenaar gelooft in *drones* en zelfrijdende auto's als oplossing voor distributievraagstukken in voornamelijk stedelijke gebieden. Wetgeving wordt volgens hem nu nog krampachtig ingezet om dergelijke ontwikkelingen uit te stellen of zelfs tegen te houden.

naar structuur'

Maar dat zal uiteindelijk geen soelaas bieden, zo stelt hij. 'Net zoals de eerste trein zullen *drones* en zelfrijdende auto's eerst op weerstand stuiten, maar uiteindelijk de wereld veroveren. Ook hier wil men graag vasthouden aan vaste structuren, maar dat zal tevergeefs blijken te zijn. Het belang is immers te groot om dergelijke ontwik-

E-commerce logistiek verdient volle aandacht

kelingen wel levensvatbaar te maken én te houden. Het is bijvoorbeeld gunstig voor het milieu en het biedt logistiek gezien tal van nieuwe mogelijkheden. Het is puur een kwestie van acceptatie en dus tijd. Mensen moeten altijd wennen aan iets nieuws. Webwinkels kampten in eerste instantie ook met veel wantrouwen, maar dat is inmiddels volledig verdwenen. Sterker, het is gemeengoed geworden om *online* je aankopen te doen.'

Rol van betekenis

Een ander fenomeen waar Molenaar in gelooft, zijn platformen. Hij stelt dat bijvoorbeeld logistiek dienstverleners af moeten van de gedachte dat ze alles alleen kunnen of zelfs moeten oplossen. 'De eigen

operatie vormt vaak het beginpunt van een veranderproces. Ik zou dat graag omdraaien. Neem een probleem van de consument als beginpunt en ga vervolgens kijken wat daarvoor de beste oplossing is. Door een centraal platform aan elk probleem te koppelen, stel je iedereen in staat de krachten te bundelen, door zich aan te sluiten bij een specifiek platform. Als uiteindelijk alle belanghebbenden – denk bijvoorbeeld aan gemeenten, winkels en logistiek dienstverleners – zich hebben aangesloten bij zo'n platform, heb je alles in huis om relatief eenvoudig en dus snel tot een oplossing te komen waarmee de consument is geholpen. Het is dus niet de bedoeling dat iedereen zelf het wiel probeert uit te vinden. Wel is het slim om met vereende krachten problemen de wereld uit te helpen. Met andere woorden: kijk als belanghebbende bij welke platformen je een rol van betekenis kunt spelen en maak vervolgens gebruik van die mogelijkheid.'

Internetgerelateerd

Verder denkend, kan Molenaar zich voorstellen dat TLN één of meerdere platformen omarmt en deze op neutrale wijze gaat aansturen. 'Een platform waar bijvoorbeeld de betaalproblematiek centraal staat, kan interessant zijn voor een partij als TLN. Maar bijvoorbeeld ook voor banken en instanties als Thuiswinkel.org en PayPal. Sa-

Nieuw boek

'Kijken, kijken, anders kopen', het nieuwe boek van Cor Molenaar, is onlangs verschenen en gaat dieper in op de huidige dynamiek in de retail en de voornaamste oorzaken daarvan. Meer info: www.cormolenaar.nl.

men kun je dan naar eventuele problemen kijken en onderzoeken waar de oplossing ligt.' Als Molenaar wordt gevraagd wat hij van de terminologie vindt die rondom e-commerce is ontstaan, stelt hij dat alle termen wat hem betreft direct de prullenbak in kunnen. 'Met de term 'internetgerelateerd' dek je immers alles af. Trouwens, over niet al te lange tijd is het niet eens meer noodzakelijk om aan te geven dat er een relatie bestaat met het internet, want dan loopt alles in meer of minder mate via het internet.'

Volle aandacht

Ten slotte wil Molenaar nog kwijt dat e-commerce kansen biedt voor zowel grote als kleine logistiek dienstverleners. 'Natuurlijk zal er een sanering plaatsvinden. Bedrijven die niet aanhaken, redden het op termijn niet. Maar ik wil per se geen onderscheid maken tussen groot en klein. Beiden beschikken namelijk over karakteristieken met potentie. Kleine logistiek dienstverleners zijn bijvoorbeeld flexibel en kunnen zich meer op niches richten. Grote logistiek dienstverleners beschikken weer over de nodige schaalgrootte. Maar beiden zijn – zoals altijd al het geval is geweest – vooral afhankelijk van goed ondernemerschap; ze moeten erin slagen slim in te spelen op wat de markt vraagt.' Molenaar adviseert logistiek dienstverleners om zich allereerst op de eigen kernactiviteiten te richten en dan pas e-commerce als nieuwe tak van sport op te pakken. 'Zo krijg je de juiste focus en wordt het eenvoudiger je te onderscheiden.' Volgens Molenaar moeten logistiek dienstverleners niet overal belangrijk in willen zijn. 'Dat zie je nu nog best veel, bedrijven die alles doen. In mijn optiek red je het dan niet. Want e-commerce logistiek is iets dat de volle aandacht verdient en niet iets wat je er even bij doet.'



Zelfs een partij als Amazon wordt nerveus van de snelle opkomst van Alibaba.

Huub Vermeulen, directeur Operations en Fulfilment bij bol.com:

'Kwaliteit logistieke capaciteiten gekoppeld aan imago'

Bij het logistieke concept achter bol.com, met de belofte van snelle levering, diverse aflevermogelijkheden en een aanbod van zo'n 9 miljoen artikelen, speelt *fulfilment* een essentiële rol. Vanuit die gedachte startte het bedrijf 'Logistiek via bol.com'.

DOOR ARJAN VAN DEN HAAK

Huub Vermeulen (51) is als directeur Operations en Fulfilment bij bol.com verantwoordelijk voor het *fulfilment*-gedeelte. Maar wat houdt die modieuze Engelse term eigenlijk in? 'Fulfilment is alles wat je doet om een bestelling te realiseren naar een klantlevering', legt Vermeulen uit. En dat is veel. Bol.com levert het gros van de producten uit via het *fulfilment center* in Waalwijk, waar Docdata de logistiek organiseert. Vermeulen spreekt opzettelijk over een *fulfilment center*, want magazijn dekt de lading niet. 'In een *fulfilment center* ga je op zoek naar individuele producten, voor individuele klanten, die op een individuele manier voor die klant worden verpakt. Eventueel wordt het product ingepakt in cadeaupapier en ieder product krijgt een leverconditie mee. Dat kan aan de deur zijn, een afhaalpunt, *next day delivery*, een avondlevering

et cetera. Je ziet in ons *fulfilment center* veel meer mensen aan het werk dan in het magazijn van een *retailer*, want alles wat binnenkomt, gaat meteen uit de doos en wordt product voor product gescand. De pallets die binnenkomen, hebben vaak geen uniforme inhoud. Er liggen bijvoorbeeld niet 3.000 dezelfde cd's op, maar 3.000 verschillende cd's.'

Stromen

Vanuit het *fulfilment center* wordt de 'op voorraadstroom' verzonden. Dit zijn veelal de producten die aan de belofte 'voor 23 uur besteld, morgen in huis' kunnen voldoen. Daarnaast levert bol.com ook producten via het *crossdock*-principe. Vermeulen: 'Dit zijn producten zoals Engelstalige boeken, die wij pas bestellen wanneer de klant die bestelt. Hier liggen

de levertijden anders, zoals we duidelijk aangeven op de website.' Deze twee goederenstromen gaan allemaal via het *fulfilment center* en kunnen zodoende en zo nodig worden gebundeld. Daarnaast is er een derde stroom waarbij het bedrijf samenwerkt met particuliere en retailpartners in het zogeheten 'Verkopen via bol.com'-concept, ook wel bol.com Plaza genoemd. Vermeulen: 'De producten die we via Verkopen via bol.com verkopen gaan niet via ons *fulfilment center*, maar rechtstreeks van de verkooppartner naar de klant. Het idee achter dit concept is dat je een groter aanbod kunt creëren door je retailnetwerk te vergroten door met veel partijen samen te werken. Inmiddels hebben ruim 12.000 Nederlandse en Belgische winkeliers een verkoopaccount bij ons.'



Logistiek via bol.com

Maar een groeiend bedrijf als bol.com groeit ook verder in de uitbreiding van opties, service en concepten. Onlangs lanceerde bol.com de nieuwe logistieke service 'Logistiek via bol.com', waarmee de zakelijke verkooppartners hun *fulfilment* uitbesteden voor de orders die via bol.com lopen. De klant mag zodoende op dezelfde snelheid en service bij deze verkopers rekenen als die ze bij bol.com gewend zijn. Waaronder supersnelle levering, gratis retourneren, 30 dagen bedenktijd en 24 uur per dag klantenservice. En voor bol.com geeft dit voordelen als bundeling van producten, meer controle en zicht op service en kwaliteit, maar vooral meer producten die aan de hoge eisen van de organisatie voldoen. En opnieuw is dit concept ontstaan vanuit een netwerkgedachte. Vermeulen: 'Die netwerkgedachte is enorm belangrijk geworden voor hoe bol.com tegen de wereld aankijkt. *Online* is je schapruimte onbeperkt, maar dan moet je gaan nadenken over hoe je aanbod onbeperkt wordt. Het liefst heb je die 9 miljoen producten in je *fulfilment center*, dan kun je ze allemaal 'vandaag besteld, morgen in huis' leveren. Dat is praktisch en economisch onmogelijk. *Second best* is dat je een netwerk bouwt van partijen die je helpen om dit voor elkaar te krijgen. Wij zien dat we als winkel onderdeel zijn



Netwerkgedachte is enorm belangrijk voor visie van bol.com

van een netwerk van allerlei partijen die ook in het retaillandschap zitten en iets willen betekenen voor onze klanten. Samen met die partijen kunnen we een netwerk bouwen dat een unieke propositie voor de klant biedt.'

Retourlading

Met Logistiek via bol.com wordt niet alleen de *fulfilment* van het partnernetwerk geoptimaliseerd, datzelfde geldt voor de retourlogistiek. En retourlading heeft volgens Vermeulen een evenredige hoeveelheid aandacht als de verzending. 'Retourlading is een proces apart dat je per productgroep moet bekijken. Geretourneer-

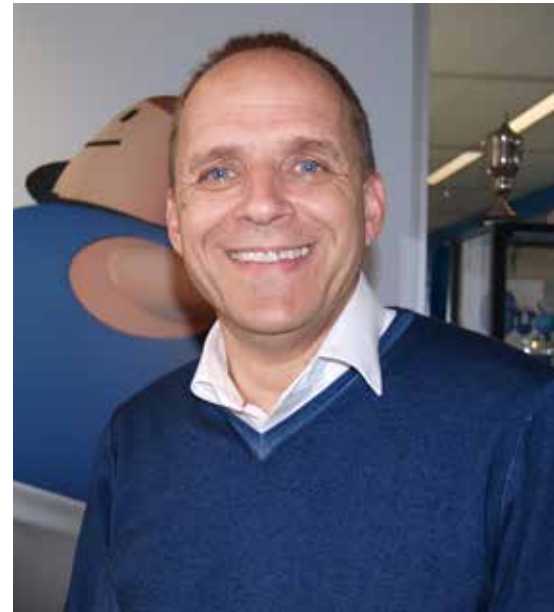
de elektronica is iets anders dan een cd die terugkomt. Je moet er verstand van hebben en je krijgt te maken met reparaties. Dat zijn andere *flows*. Het retourproces is zeker zo ingewikkeld als het verzendproces. Ik las rond kerst ergens dat webwinkels in de problemen zouden komen vanwege de retourstroom rond die periode. Onzin natuurlijk, het maakt gewoon onderdeel uit van ons *business* model. Als je daardoor in de problemen komt, heb je je eigen *business* model niet goed begrepen. Logistiek gezien, is het wel iets dat aandacht nodig heeft. Wij geven 30 dagen recht op gratis retour. Dat moet je wel goed regelen, anders wordt het of een teleurstelling in de service voor je klant of je krijgt er zelf enorme kosten aan. En met name doordat we aan de voorkant van de winkel nieuwe functionaliteiten ontwikkelen die klanten helpen bij het maken van de juiste keuze, kunnen we retourlogistiek voorkomen. Bijvoorbeeld door ervoor te zorgen dat een klant ervan overtuigd is dat hij de juiste keuze heeft gemaakt. Je voorkomt veel retourlogistiek met service aan de voorkant.'

Levertijd

Levert de belofte van snelle levering problemen op vanwege het netwerk met verkooppartners? Heeft bol.com er zicht op of de verzendende verkooppartner die belofte waar kan maken? Vermeulen: 'Als er bij een product staat 'voor 23 uur besteld, morgen in huis' komt het altijd uit ons *fulfilment center*. Gegarandeerd. Verkooppartners hebben hun eigen levertijden, zoals aangegeven op de site.' Daarnaast moet Logistiek via bol.com er straks voor zorgen dat die partnerproducten ook via het *fulfilment center* gaan en daarmee dus voor snelle levering in aanmerking komen. Vermeulen: 'Klantloyaliteit hangt in hoge mate af van hoe betrouwbaar je bent. Als je het belooft, moet je het waarmaken. En als je denkt dat je het niet kunt waarmaken, moet je het niet beloven.'

Logistieke capaciteiten

Kernpunt volgens Vermeulen is dat je goed moet gaan samenwerken. 'Want als je dit soort ambitieuze beloftes doet, zal je veel meer op elkaar ingespeeld moeten raken. Wij geloven dat als je met Logistiek via bol.com die services met je partners kunt delen, je de e-commerce kunt laten stijgen.



Huub Vermeulen: 'Er is maar één laatste stem en dat is de stem van je klant.'

Als het aanbod steeds interessanter wordt voor de consument zullen ze ook steeds meer gebruik maken van e-commerce. Maar nadat de klant zijn order heeft gemaakt, is de dienst die we verlenen het product op tijd bij hem afleveren. En dat is waar we op afgerekend worden. Het imago dat je hebt als winkel is enorm gekoppeld aan de kwaliteit van je logistieke capaciteiten. Er is maar één laatste stem en dat is de stem van je klant. Dus je doet nergens concessies aan je kwaliteit.'

Out-of-the-box

Om ervoor te zorgen dat bol.com ook in drukke periodes snel en efficiënt de bestellingen aan de klant kan leveren, denkt het bedrijf ook 'out-of-the-box'. Zo neemt bol.com in het *fulfilment center* eventueel een deel van de sortering van PostNL over. Vermeulen: 'Zoals het nu werkt, sorteert PostNL naar een sorteercentrum toe en in dat centrum sorteren ze vervolgens de ronde. Je kunt je voorstellen dat als je de eerste slag zelf doet, je tijd kunt winnen in het nachtproces. Ook hier spreek je van een netwerk dat je met elkaar probeert te managen. Van leverancier tot *fulfilment center*, sorteersystemen en last mile probeer je alles helemaal inzichtelijk te hebben, zodat je zo optimaal mogelijk met je tijd en flow kunt omgaan. Op deze manier kunnen we ook in drukke periodes ervoor zorgen dat klanten die voor 23 uur bestellen, hun producten de volgende dag ontvangen.'

Geert-Jan Smits van webshop Flinders:

'Klant verwacht meer dan pak



Na eerst andere bedrijven te hebben geadviseerd, waagde hij in 2010 zelf de sprong in het diepe, met interieurdesign via een eigen webshop. De focus ligt op groei. Om die te realiseren, heeft hij op het gebied van logistiek nog wel wat wensen.

DOOR RICK OHM

Eind 19^e eeuw verlieten nog kanonnen de poort van deze prachtige locatie in Zaandam-Zuid, langs het Noordzeekanaal. Eind 2014 streek Flinders als leverancier van interieurdesign hier op het Hembrugterrein neer. In de fraai opgeknapte, zo'n 2.000 vierkante meter grote affuithal, een Rijksmonument, heeft directeur-eigenaar Geert-Jan Smits (43) van Flinders een strakke betonnen vloer laten storten en een showroom annex winkel met café, een magazijn en een kantoorcontainer laten plaatsen. Met dertig medewerkers bedient hij vanuit dit industrieel erfgoed de Nederlandse markt. En binnen afzienbare tijd ook de rest van de wereld, te beginnen met België, Duitsland en China.

Winkel schept vertrouwen

'Het grote voordeel van dit terrein is dat veel kan en mag. Als ik hier een groot terras wil neerzetten, dan heb ik binnen enkele dagen de vergunning rond. En ik bied mijn klanten gratis parkeerruimte', zegt Smits met een wijds gebaar. Op het eerste gezicht komt het vreemd over dat zijn webshop een 'klassieke' winkel kent, maar daar is een simpele verklaring voor. 'Mijn leveranciers zitten in het hogere segment en verlangen dat ik hun producten ook toon. En daarnaast schept een fysieke aanwezigheid vertrouwen. Zowel bij leveranciers als klanten.' Zijn in 2010 gestarte bedrijf zat eerst met het magazijn binnen de ring van

Amsterdam, maar daar had hij te maken met onnodig dure vierkante meters. Daarnaast is Flinders in Amsterdam, Groningen en Hilversum aanwezig met vier cafés. Hoewel die cafés zichzelf moeten bedruipen, zijn ze in zekere zin zijn toonzalen; praktisch de gehele inrichting is stuk voor stuk via zijn webshop te bestellen.

Aan begin van disruptie

Smits adviseerde eerst 10 jaar lang grote bedrijven als ABN AMRO en Wehkamp over hun aanwezigheid op internet alvorens hij in 2010 zelf de stap waagde. 'Ja, zelf doen is veel leuker. Ik heb niet een sector gepakt die al ver is op internetgebied, zoals boeken, muziek en mode, maar een sector die aan het begin van de disruptie zit: de meubelbranche. Sinds 2008 heeft die branche te maken met een dalende omzet, maar de omzet via internet groeit juist.' Hoe hard het op internet kan gaan, laat onder andere de schoenenbranche zien. 'Daar is al sprake van een miljardenomzet in een paar jaar tijd. Wie had dat een aantal jaar geleden verwacht?' Voor de meubelbranche is het volgens Smits van belang dat een leverancier vanuit voorraad kan leveren, dat er een

Fysieke aanwezigheid helpt, leert ervaring van cafés

winkel is, dat die winkel op een *high traffic* locatie zit en dat er horeca bij zit. Lachend: 'En dan maar hopen op een klant. Dat kun je je personeel eigenlijk niet aandoen.' Zijn concept bestaat er onder andere uit op een kleine ruimte dezelfde omzet te realiseren. Maar hoewel zijn concept eigenlijk niet voorzorg in een winkel, is het verbazingwekkend hoeveel aanloop internet genereert in Zaandam-Zuid.

Van theedoeken tot stoelen

In zijn ogen is een webshop niets anders dan een logistieke operatie. Smits: 'De verzending is het lastigste, omdat onze *product range* loopt van theedoeken tot stoelen. Wat dat betreft, hebben webshops met kleding het een stuk eenvoudiger met hun standaard verpakkingen.' Doordat Flinders in het hogere segment actief is, loopt hij ook tegen het probleem op dat de klant meer verwacht dan dat het pakket bij de voordeur of in de voortuin wordt afgeleverd. Daarom is Smits naarstig op zoek naar een logistiek dienstverlener die ook een uitpak- en installatieservice in geheel Nederland kan aanbieden. En binnen een tijdvenster van 2 uur kan leveren. 'Bij dure goederen verwacht de klant dat je assemblage aanbiedt. Hier ligt echt een kans voor logistieke bedrijven, want we praten over duizenden pakketjes per dag.' Hoewel hij best tevreden is over zijn vervoerders, stelt hij toch vast dat hij nu niet de gewenste

ket bij voordeur'

service kan bieden. Intussen bouwt hij aan nieuw systeem en hebben zijn medewerkers net de afmetingen van de verpakkingen van 15.000 producten ingetikt. Doel is om de klant straks de keuze te geven, met uitpakservice en verschillende soorten van vervoer en aflevermomenten, met verschillende prijskaartjes.

Systemen integreren

Voor een relatieve buitenstaander is het vreemd dat een webshop zoveel producten zelf op voorraad moet houden. Waarom komen de producten niet direct vanaf de producent naar de consument? Smits: 'Ja, dat is het ideaal beeld. Maar dat is erg complex. Dan moet je je systemen integreren met elke producent. Daartoe is een producent pas bereid als die slechts met bijvoorbeeld drie partijen zaken doet. Nu is die markt nog veel te versnipperd. Misschien over 4 jaar...' Hij stelt vast dat er in de meubelbranche in Nederland nu 4 miljard euro omgaat, waarvan Ikea een kwart voor zijn rekening neemt. 'Daarvan gaat nu 5 procent via internet. Straks is dat 20 procent.' Hoewel hij beaamt dat Nederland een typisch Ikea-land is, zou hij graag zien dat zijn doelgroep een designlamp boven een Ikea-tafel hangt. Of bij die tafel designstoelen plaatst. 'Voor veel mensen is dat nu nog een drempel. Ik wil die drempel voor ze verlagen.' Dat een fysieke aanwezigheid daarbij helpt, leert de ervaring van de Flinders cafés. 'In steden met onze cafés is de conversie op internet substantieel

hoger. In de meubelbranche lijkt dat zo te werken. Vandaar dat we elk jaar een nieuw café willen openen.'

Retouren ten koste van marge

Net als andere webshops heeft Smits te maken met retouren en stelt hij vast dat die relatief veel energie kosten. Glimlachend: 'Gelukkig hebben wij niet te maken met die hoge retourpercentages als in de modebranche, maar de controle op beschadigingen, de discussie met de klant over schade, het terug op voorraad zetten en in de sale plaatsen vergen wel een medewerker. En die retourlogistiek wordt belangrijker naarmate je groter wordt, want die gaat ten koste van je marge. Op kleding zit relatief veel marge, maar bij ons is die veel kleiner, dus moeten we die kosten onder controle zien te houden.'

Veel en snel verkopen

Zijn ambitie om binnenkort ook de Chinese markt te veroveren, ziet Smits zelf niet als razend lastig of overdreven spectaculair. 'De Chinese webshop Alibaba kent een omzet van 7 miljard euro per dag. Maar veel van wat ze verkopen, is nep. De Chinezen willen nu ook echt design. En dat gaan wij leveren vanuit Nederland. Uiteindelijk draait deze *business* om veel inkopen met hoge korting en veel en snel verkopen. Dat zie je iedereen doen. Daarbij ben je niet gebonden aan een bepaald verzorgingsgebied; misschien dat een pakketje via PostNL naar een Duits adres een euro



Geert-Jan Smits: 'Bij dure goederen verwacht de klant dat je assemblage aanbiedt.'

duurder is. Het is ook niet mijn ambitie om naar Duitsland te gaan, maar om groot te worden. Uiteraard is het essentieel dat je goed vindbaar bent op internet. Wat vroeger een A-locatie was, is nu bovenaan staan bij de zoekresultaten op internet. Om je naamsbekendheid te vergroten, kun je vervolgens investeren in reclame, zodat de klanten direct naar je toe komen.'

Verplating van markt

Smits ziet op de langere termijn ketenintegratie ontstaan en een verplating van de markt. 'De verkopers worden producenten en de producenten worden verkopers. Apple, H&M en Zara zie je dat al heel succesvol doen. Uiteindelijk willen we allemaal groot worden in een bepaald segment en de gehele keten beheersen. De oplossing om uit de *rat race* te ontsnappen, is zelf producten produceren. Albert Heijn is daar een goed voorbeeld van. Op Coca-Cola accepteren ze verlies, maar uit AH basic halen ze hun marge.' In de toekomst ziet hij alle tussenlagen verdwijnen, net als het verschil tussen fysieke winkels en internetwinkels. Smits herhaalt nog maar eens het credo voor internetwinkels: 'Alles draait om volume en marktleider worden in een bepaalde niche.' Voor logistiek dienstverleners betekent dat dat stromen gaan veranderen. Om mee te kunnen met hun nieuwe, steeds groter wordende opdrachtgevers, moeten ze een landelijke dekking aanbieden en van daaruit een Europese. Smits: 'Dat betekent meegroeien met de markt.'



Flinders is gevestigd in een Rijksmonument in Zaandam-Zuid, vlakbij het Noordzeekanaal.



Roland Slegers van DeliveryMatch over logistiek van webshops:

‘Pleister na pleister plakken’

Hij heeft zijn sporen wel verdiend met functies als directeur, interim-manager en consultant bij diverse logistieke bedrijven en webshops. Vanuit die ervaring heeft hij software ontwikkeld om webshops te ondersteunen bij de logistiek.

DOOR RICK OHM

Roland Slegers-Leijsten (47), directeur van DeliveryMatch in Esbeek, heeft weinig aansporing nodig. Hij heeft een duidelijke visie op de rammelende logistiek van webshops en brengt die graag voor het voetlicht. ‘Vroeger was het veel simpeler. In één distributieauto zat lading voor één tot vijf klanten, met een *service level agreement* eronder. Nu hebben we te maken met duizenden consumenten met elk hun eigen behoefte. Door die diversiteit is het aantal oplossingen enorm toegenomen. Daarnaast is een webshop eigenlijk eenvoudigweg een etalage met een sterk *push*-proces naar het *warehouse* en de distributie van de laatste kilometers. En de logistiek dienstverlener mag het oplossen. Of de webwinkel zelf, als die zijn eigen *fulfilment* doet. In veruit de meeste gevallen beloven webshops dat je pakketje dat je nog laat op de avond hebt besteld de volgende dag bij je wordt afgeleverd. Dat levert een onbetrouwbaar proces

op. Ten eerste hebben een *warehouse* en een vervoerder geen oneindige capaciteit, ten tweede is de trefkans bij de aflevering laag. Dat kost allemaal geld. En ergens worden die extra kosten in de keten doorberekend. Ze gaan ten koste van de marge van de *subcontractor* van de vervoerder, de vervoerder zelf of de webshop.’

Nog eens aangeboden

Deze schets maakt duidelijk dat er veel ruimte voor verbetering is. Slegers knikt. ‘Zeker, want niet alleen het proces is onbetrouwbaar, ook de consument. Slechts in ongeveer 70 procent van de gevallen treft de bezorger iemand thuis aan. Dat percentage gaat wel wat omhoog door aflevering bij de burens, maar elke consument vindt daar iets anders van. Niet iedereen wil zijn burens immers laten weten wat hij koopt en niet elke relatie met de burens is goed. En hoe dan ook, in 15 tot 20 procent van de gevallen moet het pakketje nog eens wor-

den aangeboden, of je moet het uiteindelijk zelf ergens ophalen, of het wordt ten langste teruggestuurd. Het resultaat is teleurstelling bij de consument. Uit onderzoek van eind 2013 blijkt dat de consument de hoogste waarde hecht aan transparantie en betrouwbaarheid, gevolgd door zelf keuzes kunnen maken over het hoe en wanneer afleveren van zijn pakket. Snelheid hangt er als factor redelijk achteraan, met 8 procent. En toch ligt vrijwel bij elke webshop de nadruk op snelheid. Maar dat blijkt alleen van groot belang bij bijvoorbeeld cadeaus en witgoed. Een consument is best bereid 2 tot 7 dagen op zijn bestelling te wachten, als hij maar een keuze kan maken en het proces betrouwbaar is. En dat gegeven biedt perspectief voor het logistieke systeem.’

Laat bestelmoment

Slegers noemt Nederlandse webwinkels kampioen late *cut-off* tijden, in de late avond, waardoor ze het logistieke proces

onnodig kostbaar, complex en onbetrouwbaar maken. ‘Die cultuur kun je mooi zien in België. Webshops die van oorsprong Nederlands zijn, kennen ook late *cut-off* tijden, maar van oorsprong Belgische en Franse webshops kennen juist vroege *cut-off* tijden. Bij Britse webshops ligt dat moment in de vroege avond. Een ander opvallend punt is dat Nederlandse webshops slechts in iets meer dan de helft van de gevallen in staat zijn grensoverschrijdende verzending aan te bieden, terwijl Britse webshops op 95 procent zitten. Je ziet het probleem van het snel leveren ook terug bij bol.com. Dat bedrijf heeft aan haar webwinkel inmiddels duizenden andere webwinkels gekoppeld, die ieder over hun eigen vervoerders, eigen voorraden en eigen capaciteiten beschikken. Dat krijgen ze niet onder controle. Bol.com zelf belooft de consument ‘morgen in huis’, maar heeft geen zicht op de vraag of de verzendende webwinkel dit waar kan maken op het moment van verkoop.’ Hij is ervan overtuigd dat webshops de logistiek moeten laten werken als een verkoopmachine. ‘Bied de consument verschillende verzend- en afleveropties. Als je dat goed doet, dan stijgt je omzet met gemiddeld 17 procent, zo blijkt uit onderzoek. En het is goed voor de retentie, ofwel het vasthouden van klanten. Webshops moeten zich namelijk realiseren dat de *last mile* ervaring voor de consument zeer bepalend is.’

Voorkomen van pieken

De boodschap is dus dat webshops er goed aan zouden doen de consument meer keuzes te bieden, maar tegelijkertijd te sturen. Slegers: ‘Laat alleen zien wat je kunt, anders raak je verzeild in operationele drama’s, zoals een stoel die naar een Kia-laafhaalpunt gaat. Richt je op het voorkomen van pieken. Nu vindt 35 procent van de bestellingen in het weekend plaats. Door de huidige aanpak leveren die bestellingen een enorme piek in het begin van de week op, om daarna in te zakken. Laatst, tijdens een congres in Groot-Brittannië, ging het alleen maar over dit dilemma. De oplossingen werden gezocht in zondag en in de nacht leveren. Er zitten echter maar 24 uur in een dag en 7 dagen in een week, dus ergens houdt het een keer op met dit soort ‘oplossingen’. Slechts één bedrijf opperde de suggestie dat je via vraagsturing aan capaciteitsmanagement kunt doen. Laat de consument net iets meer betalen als die zijn bestelling snel wil hebben. Verder kan iedereen verzinnen dat de vraag

in Groningen kan worden afgedekt met bijvoorbeeld drie aflevermomenten per week, maar dat je in Amsterdam wel drie aflevermomenten per dag moet hebben. Waarom zou je dan dagelijks in Groningen door alle straten rijden? Een consument is allang blij als hij afleveropties krijgt aangeboden, zoals de keuze voor een afleverdag, afhalen bij een afhaalpunt, afhalen bij een winkelfiliaal en afhalen bij pakketkluizen. Als je weet te sturen, krijg je een vlakker en betrouwbaarder proces, zonder reparatiekosten.’

Negatieve dynamiek

Slegers geeft nog een voorbeeld van de huidige, suboptimale werkwijze. ‘Iemand bestelt een tuinset bij een grote webwinkel. Deze verstuurt de tuinset direct dezelfde dag en gaat naar de *hub* van een *subcontractor* van de vervoerder. Die laat de tuinset via zijn eigen distributiecentrum gaan en moet de tuinset mogelijk tijdelijk opslaan. De *subcontractor* plant vervolgens zijn eigen routes. In 40 procent van de gevallen komt het geplande levermoment de consument niet uit. Dus moet er een ander moment worden gekozen en moet de *subcontractor* herplannen. Dat gooit echter zijn oorspronkelijke planning in de war en dus ontstaat er een enorm negatieve dynamiek. De oplossing

Waarde hechten aan transparantie en betrouwbaarheid

is natuurlijk om standaard routes te plannen met capaciteiten en die keuzes aan de consument aan te bieden, in de *checkout* van de webwinkel. Dus niet achteraf. Bijna elke vervoerder heeft een relatief vast schema waarin staat op welke dag van de week hij in welk gebied komt om af te leveren. Die info moet je al tijdens het aankoopproces gebruiken. Nu wordt er pleister na pleister geplakt. *Track & trace* is volgens mij ooit uitgevonden, omdat het logistieke proces notoir onbetrouwbaar is. Als ik als consument een keuze heb en er zeker van kan zijn dat de door mij gekozen verzend- en aflevermethode ook betrouwbaar uitgevoerd zal worden, is er mijns inziens geen behoefte aan *track & trace*. Daarom: geef de consument gestuurde en gecheckte keuzes in de webshop *checkout*, want dan is het afleverproces vervolgens *first time right*.’



Roland Slegers: ‘Bied de consument verschillende verzend- en afleveropties.’

Van voordelen overtuigen

Het is op zich vreemd dat voor B2B-leveringen wel regelmatig met een *pull*-principe wordt gewerkt, maar in de B2C een order vooral nog door het proces heen wordt gepusht. Volgens Slegers is de verklaring simpel: de nadruk ligt bij webshops vooral op de commerciële kant, namelijk de verkoop. Zelfs als een product niet beschikbaar is. ‘Daarom mijn advies: laat *realtime* zien wat er kan en organiseer dit in de *checkout*. Het enige wat je hoeft te doen, is het pakketje op het juiste moment in het netwerk plaatsen, wanneer een consument voor een afleverdag heeft gekozen. Ik durf zelfs te stellen dat aflevering in dagtjdvakken goedkoper kan zijn dan de huidige werkwijze.’ Volgens hem is het aan de logistiek dienstverlener om de webshops van de voordelen van een slimme en betrouwbare logistiek te overtuigen. Intussen heeft Slegers zijn visie en ruime praktijkervaring omgezet in een concreet product: het platform DeliveryMatch, een standaard softwarepakket voor webshops en logistiek dienstverleners, ontwikkeld in Nederland. ‘Een paar jaar geleden liep ik voor de harmonie uit, maar nu komen de vragen wel. Over 4 tot 5 jaar is deze aanpak standaard, omdat webshops en logistiek dienstverleners anders niet meer kunnen voldoen aan de vraag om oplossingen voor deze diversiteit en complexiteit aan te bieden.’

Aandacht besteden aan retourlogistiek levert webshops geld op

Waarde van retour ite

Winkelen via webshops neemt in populariteit toe. Daarmee groeit ook het aantal retourzendingen. Die zijn een gruwel voor veel webshops; ze vreten veelal aan de marge. Toch bieden ze ook kansen, met een goede logistiek.

DOOR RICK OHM

Flexibiliteit en kostenbesparingen hebben bij veel detailhandelaren bij de inkoop van vervoerdiensten altijd hoog op de agenda gestaan. Maar het belang van retourlogistiek (*reverse logistics*) en de snelheid waarmee klanten goederen retourneren, blijven vaak onderbelicht. Hierdoor blijven kansen onbenut binnen de logistieke keten van consumentengoederen. *Multi-channel* bedrijfsmodellen hebben er ondertussen voor gezorgd dat consumenten altijd en overal goederen kunnen kopen, waardoor de detailhandel voorgoed is veranderd.

Klant centraler

Volgens ICT-leverancier Cognizant zijn er vier redenen waarom de *online* detailhandel zich meer zou moeten richten op retourlogistiek, namelijk de toename van retourzendingen, de groeiende vraag naar



Consumenten zijn gewend geraakt aan al eerder gekochte én geopende producten.

flexibiliteit vanuit de consument, de druk vanuit wet- en regelgeving en de bredere acceptatie van retourzendingen. In Nederland behaalden *online retailers* in 2013 een omzet van 10,6 miljard euro. Naar verwachting komt de omzet in 2014 uit op 13,7 miljard (+29%), zo berekende brancheorganisatie Thuiswinkel.org. Een groeiende *online* markt betekent dat meer producten worden verzonden en geretourneerd. Dat stelt ook de nieuwe EU-richtlijn, die zich richt op het waarborgen van gelijke concurrentievoorwaarden in Europa en het beschermen van de consumentenrechten. Dit betekent dat het beheer van deze retourstromen steeds belangrijker wordt en dat de Europese detailhandelaren hiermee rekening moeten houden. Door de opkomst van de verkoop via meerdere kanalen (*omni-channel retail*) staat de klant centraler dan voorheen, omdat hij zelf kan bepalen wanneer en waar hij producten koopt. De *retail*-industrie moet voldoen aan het 'buy anywhere, return anywhere'-beleid en dezelfde retourneringsmogelijkheden bieden via alle kanalen.

Los van elkaar

Om flexibele retourneringen mogelijk te maken, is het voor veel *retailers* noodzakelijk hun beleid en systemen opnieuw op elkaar af te stemmen. De fysieke en *online* winkel ontwikkelden zich in het verleden onafhankelijk van elkaar, waardoor ze vaak los van elkaar opereren. Doordat bestaande procedures en structuren niet gelijk zijn, kunnen *retailers* klanten vaak nog niet de flexibiliteit en klantenservice bieden die ze

Modebranche staat bekend om hoog percentage retouren

willen. Daarnaast zorgt de toename van geretourneerde goederen voor meer druk op de naleving van wet- en regelgeving. *Retailers* moeten zich houden aan de wetten qua afhandeling, verzending en verwijdering van producten en goederen. Geretourneerde items vormen een probleem, omdat het materiaal waarvan het is gemaakt, bepaalt hoe

ms behouden

het moet worden vervoerd en geïnclassificeerd. Daarnaast zorgt verhoogde aandacht voor productkwaliteit en voedselveiligheid voor meer *recalls*. Zo'n terugroepactie kan leveranciers veel geld kosten en schaadt het klantvertrouwen. Een effectief retourneringsbeleid is daarom steeds belangrijker.

Opnieuw aanbieden

Verder vertegenwoordigen geretourneerde goederen nog altijd een waarde. Webwinkels als Amazon hebben ervoor gezorgd dat consumenten gewend zijn geraakt aan al eerder gekochte én geopende producten. *Retailers* hoeven daarom deze zogenaamde *open box items* en *warehouse deals* niet af te schrijven, maar kunnen ze opnieuw aanbieden. Dit creëert nieuwe mogelijkheden voor *retailers* om de waarde van retour items te behouden. Dat geldt voor veel productcategorieën, zoals kleding, meubels, elektronica en huishouditems. Gezien die ontwikkeling wijst Stéphane Weishard, *director supply chain management* bij Cognizant, *retailers* erop dat ze de retourlogistiek niet langer als een kostenpost moeten beschouwen. 'Een goed geplande retourneringsstrategie biedt concurrentievoordeel om een bedrijf te laten groeien via



In Nederland nog relatief veel offline aankopen, maar online groeit razendsnel.

meerdere kanalen. Met een correct beleid en de juiste processen kunnen *retailers* de efficiëntie bevorderen en kosten besparen. Daarnaast vergroten ze hiermee de waarde van het geretourneerde item, beheren ze de risico's die gepaard gaan met bepaalde producten en maken ze retourlogistiek een winstgevend onderdeel van de organisatie.'

Vakanties en kleding

De populariteit van *online* winkelen blijft, zoals gezegd, toenemen en dus het belang van een goede retourlogistiek. In 2013 kochten 10,3 miljoen Nederlanders tussen 12 en 75 jaar goederen en diensten via internet, ofwel maar liefst 83 procent van de bevolking in dat leeftijdsegment. Het aantal groeide met 400.000 ten opzichte van 2012, volgens het CBS. Aankopen van vakanties en kleding zijn verreweg het populairst, waarbij de *online* modebranche bekend staat om zijn hoge percentage retouren, tot soms wel 70 procent. Er zijn wel verschillen naar leeftijd: het *online* kopen van kleding is vooral populair bij 12- tot 25-jarigen (69%). Ter vergelijking: van de *online* winkelende 65-plussers kocht maar 32 procent kleding. Aan de andere kant boekten jongeren juist weer minder vaak vakanties dan ouderen, al kochten ze wel beduidend vaker digitaal studiemateriaal, *games* en elektronica. Bij de 65-plussers vormen elektronische boeken, tijdschriften en kranten de op één na belangrijkste categorie aankopen.

Aan begin van ontwikkeling

Eén van de redenen voor de toename in de *online* bestedingen in 2014 komt door de ontwikkeling van Nederlandse supermarkten. Supermarktketens als Albert Heijn, Jumbo en Hoogvliet hebben stappen gezet in hun *online* strategie en bouwen die in 2015 verder uit. Binnen het segment *food/near food* ligt het aandeel *online* omzet rond de 5 procent, terwijl dit aandeel voor supermarkten op ongeveer 1 procent ligt. Qua internetaankopen loopt Nederland in Europa sowieso niet voorop. De *online* verkopen in West-Europa kwamen in 2014 uit op zo'n 205 miljard euro, tegen 178 miljard in 2013 (+15%), volgens Ecommerce Europe.

Clicks en bricks

Hoe verhouden de clicks zich tot de bricks? Volgens ABN AMRO bedroeg de online omzet als percentage van de totale omzet van de detailhandel in Nederland in 2013 4,2 procent. In Duitsland (5,1%), Frankrijk (5,5%) en Groot-Brittannië (9,5%) liggen die percentages duidelijk hoger. De online winkelomzet is in Nederland de afgelopen jaren wel explosief gegroeid: van 41 miljoen euro in 1998 naar 13,7 miljard euro in 2014. 'Terwijl in 1998 slechts 2 procent van de Nederlanders wel eens een product online kocht, steeg dit in 2000 al naar 9 procent en in 2013 naar maar liefst 70 procent', aldus ABN AMRO. De Nederlandse markt voor online winkelen trekt veel nieuwe ondernemers aan: sinds 2006 is het aantal webwinkels ruimschoots verdubbeld. Volgens Thuiswinkel.org telt Nederland in totaal 45.000 bedrijven met een webwinkel als hoofd- of deelactiviteit. Driekwart van alle webwinkels is een eenmanszaak. Vier op de vijf webwinkels hebben minder dan twee werknemers in dienst.

In Groot-Brittannië, de meest volwassen *online* markt van West-Europa, stegen de bestedingen op internet van 107,1 naar 127,4 miljard euro (+19%). In 2013 gaven internetkopers uit Groot-Brittannië met een gemiddelde van 1.867 euro al het meeste uit, gevolgd door *online* consumenten uit Ierland (1.643 euro), Luxemburg (1.533 euro) en Frankrijk (1.503 euro). Nederland volgde op ruime afstand met 982 euro. Volgens Ecommerce Europe heeft de relatief lage *ranking* van Nederland te maken met de hoge winkeldichtheid, waardoor er minder reden is om *online* te winkelen. Aan de dichtheid van internetaansluitingen ligt het namelijk niet; Nederland voert die ranglijst wel aan, met 95 procent van de huishoudens. Deze cijfers illustreren dat *online* verkopen én retourlogistiek in Nederland nog maar aan het begin van een snelle ontwikkeling staan.





Rhenus Logistics actief voor webwinkels

'Continu bezig met wat als-scenario's'

Klanten zijn veeleisend, de markt zeer dynamisch. Zie daar de uitdaging voor logistiek dienstverleners, actief in de e-commerce. Toch ambieert Rhenus Logistics een stevige positie op deze markt. Waarom?

DOOR TWAN VAN DER HEIJDEN

Sinds 2009 handelt Rhenus Logistics in Tilburg *dedicated* de orders af van een grote *online* verkoper van diervoeders en andere benodigdheden voor huisdieren. Het beschikt hiervoor over een sterk geautomatiseerd distributiecentrum van zo'n 34.000 vierkante meter, goed voor zo'n 40.000 opslaglocaties en circa 7.000 verschillende artikelen, aangestuurd via een *in-house* ont-

wikkeld warehouse management systeem. Per dag verstuurt Rhenus Logistics tienduizenden pakketten naar consumenten in de Benelux, Frankrijk en Groot-Brittannië. Daarnaast draagt het in Tilburg onder meer zorg voor de retourafhandeling. Om de hoge orderoutput voor deze klant te kunnen garanderen, werkt Rhenus Logistics onder meer met een gemechaniseerd verpakingsstation, waar maandelijks tot een

kwart miljoen orders in een grote variatie doosformaten worden verzameld, verpakt en voorzien van een etiket.

Enorm potentieel

Volgens Jos Kagenaar (48) is de opkomst van e-commerce en de daarmee samenhangende e-commerce logistiek onomkeerbaar. Daarom stapte Rhenus Logistics al vroeg in deze markt, zo vertelt hij. 'Zo'n

10 jaar terug zijn we gestart met *online business-to-consumer* activiteiten en sinds enige tijd richten we ons ook op het *online business-to-business* segment. Allemaal vanuit de gedachte dat het potentieel van e-commerce enorm is.' Het bracht Rhenus Logistics er tevens toe specifiek voor de e-commerce activiteiten in de volle breedte te investeren, met name in de logistieke operatie en de daarmee samenhangende automatisering. 'Met het aantal orders dat wij per dag voor deze klant verwerken, is ICT enorm belangrijk. Stel dat slechts 1 procent van de orders onverhoopt de mist ingaat, dan heb je het in ons geval nog altijd over hele grote aantallen. Dat wil je dus koste wat kost voorkomen.'

Grote uitdaging

Kagenaar vervolgt: 'De mate waarin je je onderscheidt naar je opdrachtgever, wordt bepaald door de waardetoevoegende diensten die je hem aanbiedt. Dat ging in de logistiek natuurlijk altijd al op, maar geldt in extra sterke mate voor de e-commerce. Die waardetoevoeging kan 'm zitten in het aanbieden van bepaalde opslagmogelijkheden, maar bijvoorbeeld ook in een volledige *tracking & tracing*.' Een extra element in het geval van deze klant is het feit dat deze opdrachtgever door Rhenus Logistics vanuit niet één, maar vier soortgelijke locaties in Europa wordt bediend. De logistieke uitdaging wordt daarmee alleen maar groter, aldus Kagenaar. 'Neem alleen de *cut-off* tijden bij de *carriers* of de lokale gewoonten waarmee je rekening moet houden.' Daarbij is de vraag relatief lastig te voorspellen, weet Kagenaar. 'Het is vaak hollen of stilstaan, we hebben te maken met flinke schommelingen.' Ten slotte groeit deze klant nog altijd flink. 'Natuurlijk is dat positief, maar je logistieke capaciteit moet daar wel op berekend zijn.'

IJzersterke case

De samenwerking tussen Rhenus Logistics en deze klant kwam weloverwogen tot stand, vertelt Kagenaar. 'Vaak halen wij klanten op vestigingsniveau binnen. Dat was hier niet het geval. Vanwege de schaalgrootte is deze samenwerking op bestuursniveau tot stand gekomen. Waarbij er uiteraard altijd enige onzekerheid blijft bestaan. Natuurlijk hebben we in detail alle mogelijke scenario's doorgenomen en natuurlijk was er sprake van een ijzersterke case, maar dan nog stap je met elkaar in een relatief onbekend avontuur. Want wat gaat de toekomst brengen? Het liefst

kijk je naar de lange termijn, maar hoe ga je bijvoorbeeld om met een tijdelijke terugval van de vraag?' Rhenus Logistics en de klant kwamen overeen om bij een eventuele doorgroei te kiezen voor het dupliceren van de logistieke processen. Zo is er immers sprake van minder afbreukrisico. 'Wat succesvol is neergezet, kun je in de basis succesvol dupliceren naar een tweede, derde en vierde locatie. Dat biedt garanties en dat is voor de klant, maar natuurlijk ook voor ons wel zo prettig.'

Volledige focus

Als Kagenaar desgevraagd naar de huidige e-commerce markt kijkt, spreekt hij van 'prachtige voorbeelden' en 'veel huislijf'. Zeker op kleinere schaal is er volgens hem sprake van mooie initiatieven die uiteindelijk een springplank kunnen vormen naar iets groters. Andersom ziet hij grotere partijen soms nog stoeien met de grote onvoorspelbaarheid in de markt. 'De klant is

Waardetoevoeging in e-commerce extra belangrijk

veeleisend, de markt zeer dynamisch. Dat maakt dat je als logistiek dienstverlener, actief op de e-commerce markt, continu bezig moet zijn met wat als-scenario's.' Het liefst doet Kagenaar dit op basis van zoveel mogelijk transparantie. 'Uiteindelijk gaat het erom dat je snel kunt schakelen en mee kunt blijven bewegen met de klant en markt vraag. Echter, acteren in die dynamiek vraagt wel om vertrouwen tussen opdrachtgever en logistiek dienstverlener. Immers, alleen dan kan de opdrachtgever zijn logistiek aan de logistiek dienstverlener laten en zich volledig focussen op zijn kernactiviteit. Een andere klant van ons, een groot kledingmerk uit Spanje, is daar een mooi voorbeeld van; die kiest er bewust voor om zich specifiek te richten op zaken als assortiment, prijs en marketing en brengt de logistiek bij een specialist onder.'

Marktverschuiving

Kagenaar constateert op dit moment een verschuiving in de markt; een groter aantal e-commerce partijen kiest ervoor de logistiek uit te besteden. Dit biedt echter geen garantie voor de toekomst, stelt hij. 'Je ziet nu al dat sommige grotere internetpartijen zoals Amazon er juist voor kiezen om de

logistiek in ieder geval voor een deel voor eigen rekening te nemen. Dat hoeft niet per se verkeerd te zijn, ook dan kun je succesvol zijn. Maar je ziet wel dat het voornamelijk is voorbehouden aan grotere spelers. Middelgrote en kleinere spelers vinden het toch lastiger om zich te richten op hun kernactiviteit én de logistiek. Wellicht verandert dit in de toekomst, als er sprake is van een stabielere marktsituatie en daarmee een grotere voorspelbaarheid. Echter, in mijn optiek zal de eerder geschetste dynamiek op de e-commerce markt altijd blijven bestaan.'

Meer uitwisselen

Richting de toekomst ziet Kagenaar onder meer nog mogelijkheden in het 'oplossen' van het *multi-user* vraagstuk. 'Dedicated' is er inmiddels sprake van een optimum, met nog enkele marginale verbetermogelijkheden. Het is nu vooral interessant om, liefst geautomatiseerd, meer te gaan uitwisselen tussen verschillende *online* opdrachtgevers. Daardoor kun je de productiviteit significant verhogen, door meer generieke oplossingen aan te bieden.' Dit vraagt wel om een grotere mate van ketensamenwerking, iets wat in de traditionele logistieke wereld al niet altijd even eenvoudig is. Laat staan in de 'digitale' logistieke wereld, die zich kenmerkt door een nog hogere automatiseringsgraad en een nog grotere dynamiek. Niettemin is Kagenaar hoopvol gestemd: 'Niets is onmogelijk. Ook nu zullen ketenpartijen bereid zijn stappen te maken en met elkaar nieuwe, interessante concepten bedenken en deze implementeren voor de e-commerce markt.'



Jos Kagenaar: 'Het is vaak hollen of stilstaan.'

Vervoerders over e-commerce

Webshops kiezen er steeds vaker voor om de logistiek bij een logistieke specialist neer te leggen. Die weet namelijk op basis van zijn expertise inefficiënties in het afhandelingsproces te voorkomen. Vijf vervoerders vertellen hoe ze dit doen.

DOOR TWAN VAN DER HEIJDEN EN ANNELIES VAN STIJN

Ter Riele Transport: 'Zoeken naar juiste invulling'



Bij B. ter Riele Transport zijn ze ervan overtuigd dat de e-commerce de komende jaren alleen maar zal groeien. 'De redenen daarvoor zijn onder meer het gemak en de snelheid waarmee je op die manier producten en diensten kunt bestellen', zegt Remko ter Riele (28), directeur van het gelijknamige bedrijf. 'De eindgebruiker kan nu dichterbij de oorsprong zijn producten halen, waardoor er schakels wegvallen tussen producent en afnemer. Dit komt ten goede van de kwaliteit en de prijs.' Tot nu toe is B. ter Riele Transport nog niet erg actief op het gebied van e-fulfilment. 'Wij zijn onder meer gespecialiseerd in het geconditioneerd vervoer van sierplanten, veevervoer en verhuizingen en zien dat sommige van onze opdrachtgevers zoeken naar hoe zij het e-commerce verhaal moeten invullen. Hierin willen wij samen met hen zoeken naar de juiste invulling. Wij willen ons ontwikkelen als logistiek partner in plaats van traditioneel transportbedrijf. Het is daarom ook dat wij de juiste ICT-systemen moeten ontwikkelen om dit

alles mogelijk te maken.' Op de vraag waar volgens Ter Riele nog kansen liggen als het gaat om e-commerce, antwoordt hij: 'Er kunnen meer diensten en producten worden verkocht zonder dat er veel meer personeel voor nodig is. Ook kunnen processen worden verkort, waardoor onder meer de communicatie vele malen eenvoudiger, sneller en betrouwbaarder is.' Over de rol van TLN in dit kader is Ter Riele duidelijk. 'Er zijn vele goede initiatieven, zoals papierloos transport. Waarbij de basis laagdrempelig moet zijn, zodat er een groot draagvlak ontstaat en ontwikkelingen als deze gemeengoed worden. TLN heeft hierin een voortrekkersrol te vervullen.' Voor wat betreft de toekomst van e-commerce verwacht Ter Riele dat deze, als het gaat om B2B, altijd zal blijven groeien en veranderen. 'Bedrijven blijven altijd zoeken naar oplossingen om sneller en makkelijker te kunnen werken of communiceren.' Voor de B2C-markt voorziet Ter Riele een plafond. 'Mensen willen bij veel producten toch eerst zien wat ze kopen.'

Dobbe Transport: 'Alles in één keer geregeld'

Dobbe Transport, gespecialiseerd in distributievervoer en warehousing van verpakte en gepalleteerde industriële goederen en halffabricaten, richt zich sinds 3 jaar ook op e-fulfilment. 'Met ons uitgebreide distributienetwerk in Europa, met name de Benelux en Zuid-Frankrijk, en onze mogelijkheden voor en ervaring met voorraadbeheer, orderverwerking, orderpicking en assemblage was voor ons de stap naar e-fulfilment activiteiten eigenlijk een logische', zegt Ben Dompeling (31), accountmanager bij Dobbe Transport. 'Natuurlijk hebben we hierover vooraf goed nagedacht, maar ons netwerk is zeer geschikt voor e-fulfilment en het uitleveren van B2C-zendingen. Ook onze warehousing activiteiten sluiten goed aan bij de voor e-fulfilment gevraagde kennis en vaardigheden. In plaats van het in- en uitslaan van goederen op palletniveau, doen we dat nu ook op colliniveau.' Volgens Dompeling komt de vraag naar e-fulfilment activiteiten tot nu toe voornamelijk van bestaande klanten van Dobbe Transport. 'Dat zijn vaak verladers, opererend in het B2B-segment, die ervoor hebben gekozen naast de reguliere activiteiten hun producten ook in de markt te zetten via webshops. Deze klanten zijn actief in uiteenlopende sectoren.' Dompeling ziet absoluut groeipotentieel in e-fulfilment. 'Tot nu toe is het aandeel e-fulfilment in de totale omzet van Dobbe Transport nog maar een klein, maar dat aandeel zal snel groeien. Zeker als we daarvoor binnenkort de benodigde ICT hebben geïmplementeerd.' Dobbe Transport kiest er bewust voor om zich in de e-fulfilment dienstverlening niet te richten op het bezorgen van pakketjes. Dat laat de logistiek dienstverlener over aan de daarin gespecialiseerde pakketdiensten. 'Wij richten ons vooral op het bezorgen van grotere producten, zoals meubels, tuinhout en levensmiddelen', vertelt Dompeling. Om het e-fulfilment proces vlekkeloos te laten verlopen, is Dobbe Transport bezig haar huidige ICT-systemen uit te breiden. Dompeling: 'Onze bestaande klanten die hun producten nu ook via webshops aanbieden, plaatsen hun reguliere orders meestal zelf via onze webportal in ons WMS.' Het bedrijf ziet mogelijkheden tot verbetering. 'De automatisering is continu in beweging. Waar klanten nu hun orders zelf het WMS/TMS inschieten, bieden koppelingen tussen de systemen van opdrachtgever en logistiek dienstverlener uitkomst. Sterker, ze zijn van cruciaal belang. Dat is de reden waarom dit proces zo snel mogelijk wordt geautomatiseerd.' De kracht van de Dobbe e-fulfilment is volgens Dompeling dat 'alles in één keer

ce logistiek in de praktijk

Brink XL: 'Meegaan in verwachting van klant'

Eigenlijk is Brink XL 'een vreemde eend in de bijt', aldus directeur-groo-taandeelhouder Henk Brink (49). 'We richten ons specifiek op goederen met een niet-courante omvang en afmeting, terwijl de e-commerce markt zich juist laat kenmerken door veelal gestandaardiseerde pakketten en processen.' Als voorbeeld van producten die Brink XL door heel Nederland vervoert, noemt Brink tuinmaterialen. 'Voor klanten en klanten van klanten zijn wij een tussenstation. Klanten stallen hun goederen in onze opslag en wij maken een bestelling van bijvoorbeeld een tuinhuisje compleet en leveren deze vervolgens uit. Dat doen we op afspraak en indien gewenst met extra services.' Brink XL, van oorsprong een dedicated vervoerder, was eind vorige eeuw op zoek naar een verbreding van de bestaande activiteiten en zag eigenlijk 'per toeval' het levenslicht, vertelt Brink. 'In eerste instantie ging het om een specifieke opdracht, maar al snel rolden we van de ene in de andere vervoersopdracht voor met name langere producten.' Ook de stap naar de e-commerce logistiek maakte Brink XL op natuurlijke wijze. 'Via een klant van ons kwamen we in contact met een partij in het buitenland die via internet luxe rondhouten chalets als bouw pakket verkoopt aan consumenten, onder meer in Nederland en België. Aangezien wij op dat moment al min of meer soortgelijke pakketten kunststof buizen vervoerden, wilde deze partij graag in zee gaan met ons. Sindsdien distribueren wij – eerst bescheiden, later grootschaliger – chalets en vergelijkbare artikelen naar adressen in Nederland.' Door de jaren heen heeft Brink XL zich verder geprofessionaliseerd. Het bedrijf is inmiddels onder meer actief voor meerdere online opdrachtgevers, waarbij het vaak de complete fysieke afhandeling betreft. 'Onze klanten komen uit Nederland, België, Duitsland, Roemenië en Rusland. Bij elkaar realiseren we een flink volume, maar dat staat echter niet in verhouding tot het volume dat bijvoorbeeld integrators als DHL op e-commerce vlak realiseren. Wij bevinden ons met ons werk in een nichemarkt, dit komt omdat elke zending eigenlijk uniek is en daardoor veel handwerk oplevert. Om verder te groeien, moeten wij ons natuurlijk blijven ontwikkelen, ook wat betreft de ICT. Echter, in ons geval gaat het dan om een gestage ontwikkeling.' Door te blijven investeren in automatisering én een slimme op- en overslag wil Brink zijn positie in de markt verder uitbreiden en bestendigen. 'De omgang met lengtegoederen is lastig. Deze specialisatie heeft zich naast de websales tevens uitgebreid naar de B2B-markt. Vervoerders kunnen zo iets er niet even bij doen. De producten zijn ook nog eens extra kwetsbaar en vragen om een specifiek

uitgerust wagenpark. Zo kiezen wij er vaak voor zijwaarts te laden en te rijden met langere opleggers die het mogelijk maken pakketten tot bijna 14 meter lengte te vervoeren. Daarnaast maken we gebruik van speciale kooiapen die in vier richtingen kunnen rijden, om bijvoorbeeld op de plaats van bestemming een maximale flexibiliteit te kunnen bieden.' Brink XL mag dan wel een speciale speler in de e-commerce markt zijn, dat betekent niet dat klanten en klanten van klanten het bedrijf ook op een afwijkende manier benaderen. 'De klant van de klant verwacht dezelfde services als bij elke andere webshop, terwijl de inspanning die wij moeten verrichten toch echt afwijkt van de standaard. Dit geldt zeker ook voor de cross-docking, waarbij de grote aantallen zendingen met afwijkende afmetingen niet zoals gebruikelijk via een laaddock van de ene in de andere oplegger verdwijnen.' Toch wil Brink zoveel mogelijk meegaan in de verwachting van de klant van de klant, simpelweg om ook op dit vlak onderscheidend te kunnen zijn. 'We proberen steeds meer zaken aan elkaar te koppelen, maar uiteindelijk vereist een investering in ICT een bepaald volume om de operatie aan het einde van de rit rendabel te kunnen houden. Wij zijn nu druk doende met ons transport management systeem, om dit meer te koppelen aan de webshops van onze klanten. Maar telkens blijft de afweging: wanneer doen we dit? De e-commerce markt is weliswaar een snelle markt, maar je moet niet te snel willen gaan. Wel gaan we mee in de ontwikkeling en zijn we bereid waar nodig mee te veranderen. Want de e-commerce markt heeft natuurlijk wel de toekomst.'



is geregeld'. Hij stelt: 'Wij slaan de voorraad op, picken en verpakken de binnengekomen orders en dragen zorg voor de aflevering op het afgesproken moment. Dat doen we betrouwbaar, efficiënt en professioneel. In ons WMS heeft de opdrachtgever binnen een paar muisklikken real-time inzicht in de voorraad en lopende orders, 24 uur per dag, 7 dagen per week, 365 dagen per jaar. Zo houden de klanten de regie over de voorraad en de verwerking ervan en kunnen ze altijd up-to-date worden geïnformeerd.' Dobbe Transport, dat inmiddels ruim 150 jaar bestaat, telt 140 medewerkers en 80 voertuigen.





Nu
5 pallets
gratis

Uw pakketten en pallets in één keer opgehaald

In de transport en logistiek draait het om efficiency en slimme oplossingen. Daarom halen we al uw pakketten, pallets en rolcontainers in één keer bij u op. U heeft dus maar één keer per dag een vrachtwagen voor de deur. Dat is wel zo makkelijk. Tel daar ons fijnmazige internationale netwerk bij op en u weet zeker dat uw transport bij ons in veilige handen is. Ervaar het gemak zelf en laat nu 5 pallets en/of rolcontainers gratis ophalen en bezorgen.

Nieuwsgierig? Kijk op postnl.nl/transport of bel 088 236 37 73.

we hebben iets voor je

postnl

NE Distriservice: 'Webshops ontzorgen'

E-commerce is 'het nieuwe zakendoen', aldus Herman Bult (57), directeur van NE Distriservice. 'Door het toenemende aantal webshops met laagdrempelige verkoopsites en apps voor mobiele telefoons in combinatie met een goede klantenservice en lagere prijzen neigt de consument er steeds vaker toe dit verkoopkanaal te verkiezen boven het traditionele kanaal.' NE Distriservice zelf doet niet aan e-commerce. 'Wel verzorgen wij sinds 3 jaar de logistieke dienstverlening en het transport voor webshopklanten.' Voor een dienstverlener als NE Distriservice liggen de kansen volgens Bult op het 'ontzorgen van de webshop in combinatie met een specialisatie voor veelal lange en kwetsbare goederen'. Aanvullend biedt NE Distriservice een uitgebreide mail-, sms- en track & trace-functionaliteit voor de consument met betrekking tot het aflevermoment. 'Heldere en volledige communicatie voorkomt onnodige vragen en ontevreden consumenten', zegt Bult. Bedreigingen ziet hij als het gaat om e-commerce in de tariefontwikkeling. 'Het verschil tussen hanteerbare doosjes

en kwetsbare lengtecolli is groot. Toch wordt er regelmatig slechts op basis van het tarief een vergelijking gemaakt. Als onze organisatie de kans krijgt om het complete logistieke webshopverhaal te presenteren, realiseert een prospect zich dat onze oplossingen wel degelijk volledig en concurrerend zijn in vergelijking met bestaande alternatieven.' Op de vraag of de sector e-commerce voldoende oppakt, antwoordt Bult: 'De sector heeft het nog steeds moeilijk. Met als gevolg: druk op de prijzen en tarieven die niet meer in verhouding staan met de geleverde prestatie. Wij blijven vasthouden aan onze toegevoegde waarde en het daarbij behorende tariefniveau.' TLN zou volgens Bult ook voor dit onderwerp een discussieplatform kunnen zijn voor haar leden. 'Uiteraard zal de markt zelf bepalen wat wel of niet haalbaar is ten aanzien van toegevoegde waarde en tarieven. Overleg, discussie en ervaringen zouden wellicht kunnen worden gebruikt om de AVC-voorwaarden te spiegelen aan de e-commerce activiteiten.' Met het oog op de toekomst geeft Bult aan dat de



systemen van webshop en logistieke partner naadloos op elkaar moeten aansluiten. 'De consument moet moeiteloos inzicht kunnen krijgen in de voortgang van zijn of haar bestelling. Het feit dat er altijd meerdere organisaties betrokken zijn bij het bestel- en afleverproces is voor de consument niet interessant. Het gaat om transparantie en betrouwbaarheid.' Op dit moment bestrijken de e-commerce activiteiten van NE Distriservice nog slechts enkele procenten van het totale activiteitenpakket. 'Dat lijkt weinig, maar als we zien hoe snel dit volume van jaar tot jaar toeneemt, zal de verhouding over een aantal jaren absoluut van betekenis zijn', aldus Bult.

Carpenter Europe: 'Inefficiënties voorkomen'

Carpenter Europe, de internationale paraplu van Timmermans Transport & Logistics, zette de eerste stappen op het vlak van e-commerce toen met name internationale klanten hierom steeds meer gingen vragen. 'Het was een natuurlijk groeiproces', stelt directeur Richard Massop (53). 'We richten ons al op value added services en trachten altijd waar mogelijk mee te groeien met de klant. En aangezien onze klanten online steeds actiever worden, is het niet meer dan logisch dat wij ons ook op dat terrein begeven.' Uiteraard vergde dit wel substantiële aanpassingen in de logistieke operatie. 'In eerste instantie was ons standaard warehouse management systeem niet toereikend', vertelt business development engineer Leon Maas (27). 'Zeker in relatie tot e-fulfilment biedt een rechttoe rechtaan oplossing geen soelaas. Bij e-commerce wordt het logistieke basisprincipe namelijk omgedraaid; ineens heb je het over enkele picks uit een ruimer assortiment voor een veel groter aantal klanten. Dat vraagt om een andere mindset; efficiënt bundelen is bijvoorbeeld nog belangrijker dan voorheen.'



Carpenter Europe houdt voor haar klanten een beperkte voorraad snelloppers aan. De overige producten worden op dagbasis direct bij de leverancier besteld. 'Uiteindelijk komen deze stromen samen in ons magazijn, waar we de orders zo efficiënt mogelijk bundelen en gereed maken voor verzending.' Massop vertelt dat hij door de jaren heen wel een verschuiving in de werkwijze ziet. 'Met name klanten uit non-EU-landen zijn geneigd om in eerste instantie te kopiëren wat ze in hun eigen land al succesvol doen. Echter, meestal komen ze er dan op een gegeven

achter dat de Europese markt net even wat anders werkt en dat dit om een ietwat andere logistiek vraagt.' Ook de gewenste levertijd bepaalt voor een deel de werkwijze, vertelt Maas. 'Leveren binnen 2 dagen vraagt logischerwijs om een andere aanpak dan leveren binnen 24 uur. In het laatste geval moet je bijvoorbeeld een groter assortiment aan producten op voorraad houden.' Massop merkt op dat de e-commerce klant meer dynamiek vertoont dan de traditionele klant. 'Bij e-commerce richt de opdrachtgever zich veel meer op de eindklant, die van nature flegmatiek is. Dat betekent dat de ideale aanpak nooit echt vaststaat, iets wat in de traditionele logistiek vaak nog wel het geval is.' Carpenter Europe richt zich bewust op het e-fulfilment gedeelte binnen de e-commerce. Massop vertelt: 'Op dat vlak kunnen we ons onderscheiden. Dat geldt echter niet voor de distributie, dat kunnen we zelf niet concurrerend aanbieden. Hier werken we met partners in pakketvervoer.' Maas stelt dat de e-commerce logistiek zich pas tijdens de goederenuitslag echt van de traditionele logistiek onderscheidt. 'Meer dan bij de inbound en opslag zijn efficiëntie, bundeling en tijdigheid bij de goederenuitslag bepalend voor het succes, naast de capaciteit om mee te kunnen blijven groeien met de klant. De basis moet staan, de opdrachtgever en de eindklant moeten kunnen uitgaan van een gegarandeerde dienstverlening.' Massop vult aan: 'Het is een sterk concurrerende markt, online heb je veel plekken met min of meer hetzelfde aanbod. Je moet je dus als aanbieder onderscheiden op bijvoorbeeld service en kwaliteit. Een logistiek dienstverlener kan daaraan invulling geven, mits hij beschikt over voldoende toewijding én de juiste middelen.' Maas knikt: 'E-commerce logistiek doe je er niet even bij. Het vraagt bijvoorbeeld ook om een sterke ICT-structuur die het aantal fouten in de operatie minimaliseert.' Volgens Massop is e-commerce logistiek dan ook echt een specialisme. 'Het is niet voor niets dat leveranciers en producenten er vaak voor kiezen, zodra voldoende schaal grootte is bereikt, om de achterkant van de webshop bij een specialist neer te leggen. Zelf lopen ze bij continue groei op een gegeven moment tegen logistieke inefficiënties aan die een logistiek dienstverlener op basis van zijn expertise kan verhelpen.'

Ron van Kerkhoff van Martin Slangen Internationale Meubellogistiek:

'Logistiek binnen e-comm



E-commerce is niet meer weg te denken in de huidige logistiek. Ook niet bij meubeldistributeur Martin Slangen. Dit bedrijf is al 20 jaar bezig met e-commerce, sinds consumenten niet alleen via telefoon of postorderkaartjes, maar ook *online* bestellen.

DOOR ANNELIES VAN STIJN

E-commerce is actueler dan ooit. De gemiddelde consument beschikt tegenwoordig over minimaal drie verschillende *media devices* – mobiel, laptop en tablet – waarmee hij of zij in staat is op ieder gewenst moment van de dag en met het grootste gemak over de gehele wereld te winkelen. Kortom, een enorme verandering van het koopgedrag en vanzelfsprekend ook een enorme verandering in de logistiek.

Grootste valkuilen

Martin Slangen Internationale Meubellogistiek uit Simpelveld is gespecialiseerd in de distributie van kostbare en kwetsbare goederen, in hoofdzaak nieuwe meubelen, van fabrikant naar vakhandel (B2B) en naar de eindklant (B2C). 'De transitie bij

homeshopping bedrijven van catalogus naar e-commerce hebben we van dichtbij mogen meemaken', zegt directeur Ron van Kerkhoff (47). 'Wij distribueren al 40 jaar meubelen, wit- en bruingoed naar particulieren. Door de ervaringen die we dus in een vroeg stadium hebben opgedaan, kunnen we ons nu voldoende onderscheiden in de logistiek die we onze klanten aanbieden. Servicegerichtheid en flexibiliteit staan hierin centraal. Dat lijken in eerste instantie standaardbegrippen in de huidige logistiek. Bij e-commerce zijn dit echter de grootste valkuilen.' De logistiek binnen de e-commerce doe je er volgens Van Kerkhoff niet zomaar even erbij. 'Het is echt een specialiteit geworden waar de juiste mensen en middelen op moeten worden ingezet.' Logistiek dienstverleners die nu nog willen

beginnen met het ontwikkelen en toepassen van e-commerce activiteiten in hun eigen bedrijfsvoering hebben naar zijn zeggen al een behoorlijke achterstand ten aanzien van de innovatieve bedrijven. 'Pionieren is wel nog steeds mogelijk, aangezien de ontwikkelingen elkaar in een sneltreinvaart opvolgen. Ook zijn er nog voldoende niches, waarin bedrijven zich kunnen onderscheiden. Kijk op dit moment maar eens naar de experimentele toepassingen van *drones*.'

Bij uitstek geschikt

De Nederlandse transportsector is volgens Van Kerkhoff een koploper in Europa als het gaat om e-commerce en de daarbij behorende logistiek. 'Dat heeft te maken met het feit dat onze sector van nature zeer snel inspelt op marktontwikkelingen

erke echte specialiteit'

en zich hierop in korte tijd weet aan te passen. Zoals eerder gezegd, is flexibiliteit van essentieel belang. Als je alleen al kijkt naar de logistiek dienstverleners die zijn aangesloten bij de TLN-deelmarkt KDN, dan zie je bedrijven die bij uitstek geschikt zijn voor e-commerce activiteiten. Ze beschikken over de juiste faciliteiten, hebben ervaring met distributie, werken onderling samen, delen de ervaringen en lopen voorop met de inzet van zeer schone voertuigen.' En hoe verhoudt e-commerce zich ten opzichte van *e-fulfilment* en e-distributie? Volgens Van Kerkhoff bepaalt de schaalgrootte van e-commerce de mate van *e-fulfilment*. 'Het mooie van e-commerce is dat het laagdrempelig is. Vrijwel iedereen kan vrij eenvoudig en zonder al te veel risico een e-commerce bedrijf starten en zolang het kleinschalig blijft, speelt *e-fulfilment* nauwelijks een rol. Als het e-commerce bedrijf succesvol wordt en de massa van de zendingen groter wordt, dan zal *e-fulfilment* een steeds grotere rol gaan

B2B- en B2C-stromen worden strikt gescheiden

spelen. E-distributie wordt op dit moment uitsluitend toegepast in de stadsdistributie, maar zal binnen afzienbare tijd ook voor de woonwijkdistributie relevant worden. Zowel bij *e-fulfilment* als e-distributie zie je veel KDN-leden.'

Wederzijdse afhankelijkheid

Voor de toekomst verwacht Van Kerkhoff dat de Nederlandse transportsector een steeds grotere rol gaat spelen in de e-commerce. Vooral omdat de sector in staat is om de regiefunctie naar zich toe te trekken. 'De logistiek bij e-commerce vormt een essentieel onderdeel van het gehele bedrijfsproces en is niet meer een sluitstuk, zoals dat in de traditionele logistiek vaak gezien wordt. De opdrachtgever regelt simpel gezegd de verkoop en marketing en de logistiek dienstverlener zorgt ervoor dat de zending op het gewenste moment bij de klant wordt afgeleverd. Er is veel meer sprake van een wederzijdse afhanke-

lijkheid, waardoor een intensieve samenwerking noodzakelijk is om succesvol te kunnen opereren.' Op dit moment bestrijken de distributie en op- en overslag van e-commerce zendingen naar particulieren bij Martin Slangen zo'n 20 procent van de omzet. 'Indirect zal e-commerce een groter aandeel hebben, omdat we ook meubelen leveren aan bedrijven die via internet verkopen', zegt Van Kerkhoff. Bij Martin Slangen worden de B2B- en B2C-stromen strikt gescheiden. 'Het zijn twee totaal verschillende disciplines. De distributie naar de vakhandel gebeurt in de regel met één man en bij particuliere leveringen is het vrijwel altijd noodzakelijk om met twee man te leveren.'

Ook montage en installatie

E-commerce omvat overigens niet alleen de distributie, maar ook de aanvullende activiteiten, zoals voorraadbeheer, montage en andere VAL-/VAS-activiteiten. Van Kerkhoff: 'Afgelopen jaar zijn we gestart met het dienstenpakket voor onze klanten. Daardoor kunnen we onze opdrachtgevers nu een *full service*-pakket aanbieden. Naast transport, distributie en opslag bieden we nu ook de montage en installatie van meubelen aan. Daardoor behoort nu ook de uitvoering van grote projecten, zoals de inrichting van hotels of de installatie

Woonwijkdistributie

Al jarenlang staat het dossier Stedelijke Distributie hoog op de agenda van TLN en recent heeft de Green Deal ZES zijn beslag gekregen. 'Ik zou graag zien dat TLN de aandacht van stadsdistributie uitbreidt naar de woonwijkdistributie', zegt Van Kerkhoff. 'De groeipotentie van e-commerce leidt tot een enorme toename van vrachtverkeer in de woonwijken en ik vraag me af of dit wenselijk is. Juist hier moeten we de positieve ervaringen en ontwikkelingen van de stedelijke distributie gaan toepassen met als doel om zoveel mogelijk onnodig vrachtverkeer te vermijden in de woonwijken. De grote pakketvervoerders staan vaak achter elkaar in dezelfde straat met een enkel pakketje en met een beetje geluk komt Martin Slangen Internationale Meubellogistiek dan op hetzelfde moment ook nog meubelen bezorgen. Zowel op maatschappelijk vlak als op het gebied van veiligheid verdient dit de aandacht.'

van medische meubelen en apparatuur in praktijken, maar ook de opbouw van een wandkast bij een particulier tot de mogelijkheden. Dit sluit perfect aan bij de ontwikkeling die e-commerce doormaakt. Wat dat betreft, zijn we klaar voor de toekomst!



Martin Slangenij levert al 20 jaar online bestellingen aan particulieren.

Eerst zien, dan geloven

In de loop van 2014 is de stemming geleidelijk veranderd van negatief naar licht positief. Met de nadruk op licht. Ondernemers zijn en blijven uiterst sceptisch over de toekomst. Voor veel bedrijven bleek 2014 een jaar van herstel.

DOOR ERIC DOPPERS



Positieve ondernemers vormen al zes kwartalen achtereenvolgend een meerderheid. In het laatste kwartaal van 2014 steeg het aantal positieve ondernemers naar het hoogste punt sinds 2008, het jaar waarin voor de Nederlandse transportsector de crisis startte. Het aantal negatieve ondernemers bereikte in het afgelopen kwartaal het laagste punt sinds 2008; een positieve ontwikkeling.

Financieel aangesterkt

Veel bedrijven zijn vorig jaar financieel (verder) aangesterkt. Een meerderheid van 53 procent noemt de financiële situatie van zijn bedrijf 'sterk'. Niet schokkend veel misschien, maar precies een jaar geleden ging het hier nog om 45 procent. Bijna driekwart van alle bedrijven sloot 2014 met winst af. Een jaar geleden was dat minder dan twee derde en het jaar daarvoor iets meer dan de helft. Een verrassende uitkomst, want sinds 2008 telden we niet zo veel bedrijven die het jaar positief afsluiten. Dat de transportsector weer in de lift zit, is goed te merken aan de toenemende bedrijvigheid. Ook de omzet en winst zien we in het 4^e kwartaal verder omhoog klimmen. Het totale personeelsbestand groeide

vorig jaar tussen 1 januari en 31 december met bijna 3 procent, terwijl we in 2013 nog een krimp van 0,4 procent zagen. De vacaturegraad bereikt in het laatste kwartaal met 1,7 procent het hoogste punt in 3 jaar.

Minpunt

Naast alle positieve ontwikkelingen, vormen de prijzen een sterk minpunt. Met name de prijzen voor transportactiviteiten zijn nog altijd 'onder de maat', aldus de meeste transportondernemers. Er heerst dan ook grote ontevredenheid onder ondernemers over de hoogte van de prijzen. Voorlopig verwacht een stevige meerderheid van 83 procent dat de prijzen niet zullen stijgen. Wel gaat het de goede kant op met de Nederlandse economie. In de laatste 3 maanden van 2014 heeft die het namelijk iets beter gedaan dan verwacht. De groei kwam uit op 0,5 procent, terwijl op 0,3 procent was gerekend. Na 2 jaren van krimp kunnen we voor 2014 een groei van 0,8 procent noteren. Alle belangrijke seinen staan weer op groen en veel indicatoren geven positieve signalen af. Zo bericht het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) dat de detailhandel weer goede zaken doet. In het 4^e kwartaal realiseerde de detail-

handel een omzetstijging van 3 procent. Sinds 2008 zijn de detailhandelsverkoop in 2014 weer voor het eerst gegroeid. In de bouwsector is ook een positieve ommekeer waargenomen. Het Economisch Instituut voor de Bouw (EIB) voorspelde onlangs dat het beeld in de bouw steeds rooskleuriger wordt, na een aantal jaren van diepe malaise. En ook de huizenmarkt laat al een tijdje een opleving zien. Vorig jaar zijn er bijna 40 procent meer woningen verkocht. De verkoop van nieuwbouwwoningen stijgt zelfs met 80 procent ten opzichte van 2013.

Niet iedereen positief gestemd

Maar ondanks alle positieve berichten zijn ondernemers in de transportsector zeer terughoudend. 'Eerst zien, dan geloven', zo redeneren veel ondernemers. Zo'n 60 procent voorspelt voor 2015 een gelijke bedrijvigheid als in 2014. En 11 procent gaat uit van een lagere bedrijvigheid. Al met al zal het niveau van bedrijvigheid, op basis van deze voorspelling, dit jaar licht dalen. Ook de omzet zal volgens de meeste ondernemers niet hetzelfde niveau bereiken als vorig jaar. Maar ondernemers kunnen er ook naast zitten. Het blijft natuurlijk koffiedik kijken, maar de voorspellingen over

2014 waren een stuk minder rooskleurig dan de praktijk uiteindelijk liet zien. Maar laten we het lot niet tarten. Beter is het om ondernemers zelf aan het woord te laten. Het resultaat van de TLN Conjunctuurenquête gaat uit van een gemiddelde. De spreiding van de algehele stemming is zeer wijd, wat eigenlijk wil zeggen dat veel ondernemers zich niet in de uitkomsten zullen herkennen. Want ondanks de overwegend positieve uitkomsten uit de laatste conjunctuurmeting, is lang niet iedereen positief gestemd, zo blijkt.

Buiten spel gezet

René (50) en Paulien Rijkenberg (43) zijn eigenaar van Koeriersdienst Heerhugowaard te Heerhugowaard. Hun bedrijf is gespecialiseerd in spoedvervoer. Beiden zijn niet bepaald positief gestemd. Vorig jaar is er voor hun bedrijf geen herstel opgetreden. Integendeel. Wat hen betreft, gaat het niet beter met de sector transport en logistiek. Uiteraard is hun mening gebaseerd op basis van eigen ervaringen. 'Veel van onze klanten zijn sinds de start van de kredietcrisis in 2008 failliet gegaan, of opgeslokt door een groter bedrijf, dat al gebruik maakte van een eigen of andere koeriersdienst. Hierdoor is ons bedrijf meerdere malen buiten spel gezet. Het aantal opdrachten wordt dan ook steeds minder, het werk trekt bij ons nog steeds niet aan. Er is veel concurrentie in de wereld van koeriersdiensten. En maar al te vaak gaat het om 'oneerlijke' concurrentie. Zo vervoeren taxi's pakketjes voor een zeer laag tarief.'

Bodemprijzen

Verder constateren ze dat de grote bedrijven onder de koeriersdiensten voor zeer lage tarieven *subcontractors* in dienst nemen. En daarnaast zien ze steeds vaker transportbedrijven die ook koeriersdiensten aanbieden voor een zeer lage prijs. 'Opdrachtgevers die van ons absurd lage tarieven eisen; slikken of stikken, is hun motto. De lonen binnen onze branche gaan al jaren omhoog, terwijl wij onmogelijk onze prijzen kunnen verhogen, want klanten accepteren geen prijsverhoging. Dan zoeken ze een concurrent die wel voor bodemprijzen rijdt. Dit zijn vaak mensen met een blanco auto, zonder vergunningen en zonder verstand van zaken. Het zou goed zijn als er een verplichting komt voor het plaatsen van je bedrijfsnaam op je auto's, inclusief het vergunningsnummer. We wachten met smart op de vergunningplicht



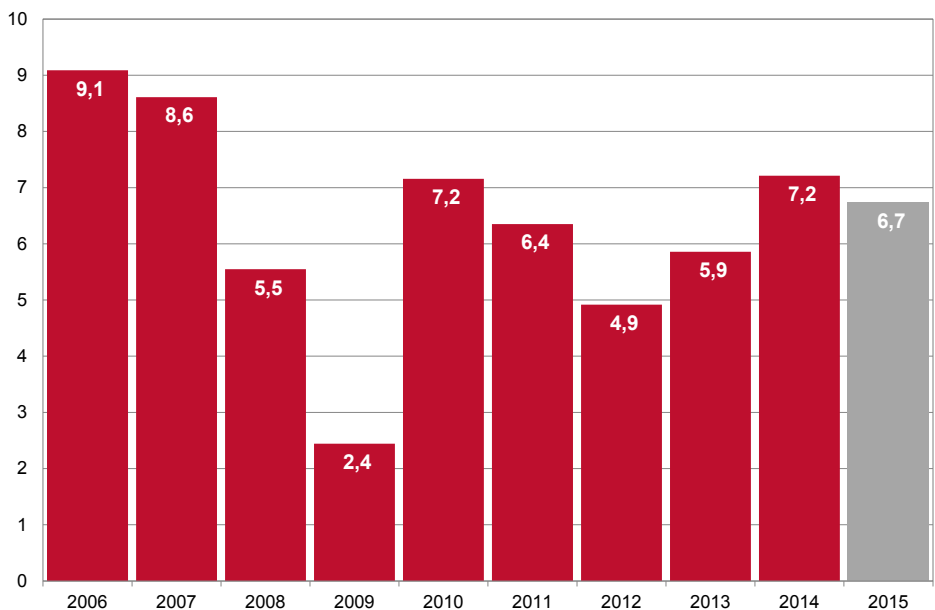
Koeriersbedrijf Heerhugowaard kampt met veel 'oneerlijke' concurrentie.

van 500 naar 0 kilogram. Dat scheelt een hoop beunhazerij.' En wat is de stand van zaken met betrekking tot Koeriersdienst Heerhugowaard? René en Paulien hebben een uitgesproken mening: 'Slecht. Onze winst is flink gedaald. We hebben personeel moeten ontslaan. En als je probeert je personeel met een goede regeling weg te sturen, dan word je door allerlei regeltjes met een buitenproportionele ontslagvergoeding opgezadeld. Dat kan je dan net weer de nek kosten. Werknemers zijn veel beter beschermd dan 'kleine' werkgevers. Wij geloven niet in een structureel herstel van de sector. Wat 2015 betreft, wordt het voor ons verder inkrimpen en overleven.'

Lange betalingstermijnen

Edwin Salomons (45), eigenaar van E. Salomons Transport in Hardenberg, bestiert naast een transportbedrijf een handelsbedrijf en mesthandel. Salomons heeft een groot afzetgebied van mest dat strekt tot ver in Duitsland. Hij heeft een positief verhaal met enkele kanttekeningen. 'Het gaat de goede kant op, het gaat iets beter dus. Maar de tarieven zijn nog steeds laag en de betalingstermijnen te lang. Hier en daar zie je nog overcapaciteit, waardoor opdrachtgevers nog keuze genoeg hebben om hun vrachten tegen lage tarieven te kunnen plaatsen. Een voorbeeld is een grote speler in het afvalstoffenvervoer. Dit bedrijf biedt

Ontwikkeling stemmingsindicator bedrijvigheid in transport en logistiek (2006-2015)



2015 betreft de gemiddelde voorspelling van ondernemers

'Dat de transportsector weer in de lift zit, is goed te merken aan de toenemende bedrijvigheid'

op hun site vrachten aan waarop je kunt bieden. Maar wel tegen lage prijzen en een zeer late betaling van wel 90 dagen. Dit dwingt ons om onze tarieven aan te passen. Positief is dat we een stevig netwerk met collega-transporteurs onderhouden en dat binnen dit netwerk de tarieven op een redelijk niveau zijn. Als we dit jaar onze prijzen kunnen vasthouden en de dieselprijs blijft zoals hij nu is, dan zijn onze vooruitzichten gunstig. Economisch gaat het goed met E. Salomons Transport. Ik moet wel zeggen dat wij het meer van de mesthandel moeten hebben, met name de verkoop van vaste mest. Er zal dit jaar veel mest geëxporteerd moeten worden. Voor ons betekent dit een grote uitdaging.'

Hogere marges

Hoe dan ook moeten de marges naar Edwins mening wel omhoog. Door samen met zijn vrouw enkele uren extra per week te werken, kunnen ze goed rondkomen. 'Helaas kunnen we geen extra personeel aannemen. Dat is voorlopig nog te duur. Daarnaast drukken we de kosten door efficiëntie. Onze chauffeurs moeten netjes en zuinig rijden. We hebben op elke auto een brandstofmanagement systeem zitten waarmee het rijgedrag wordt geregistreerd. Ook zit op elke trekker/oplegger een weegsysteem, zodat we optimaal kunnen laden. Wij vinden het belangrijk dat we onze klanten op een hoog serviceniveau bedienen en dat onze auto's op tijd bij onze klanten zijn. Alles in het werk stellen om aan de wensen



Het gaat economisch redelijk met Sijtsma Transport.

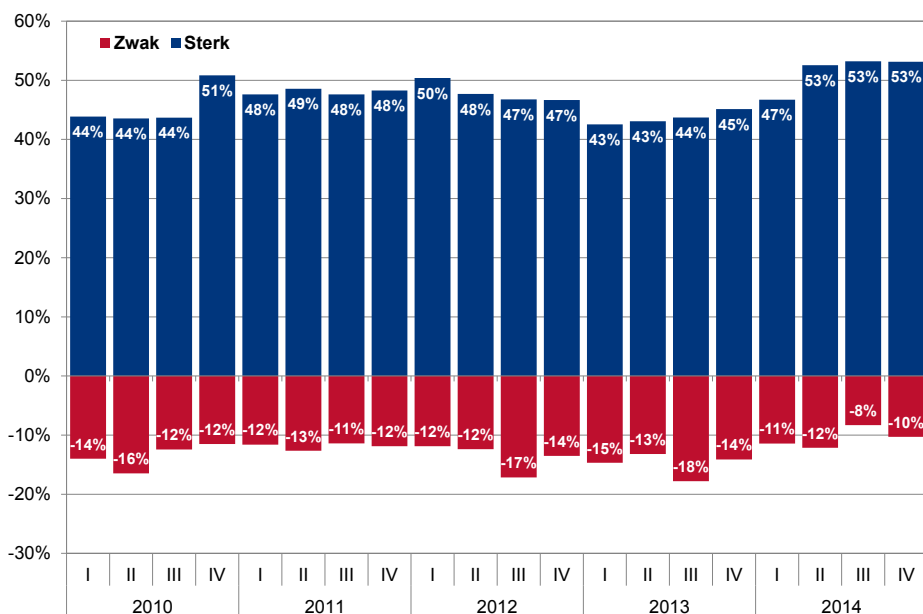
van onze klanten te voldoen; de hoogste kwaliteit leveren. Persoonlijk denk ik dat de totale economie eerst weer goed moet gaan draaien. Dan komt het transport er wel achteraan.'

Boycot van Rusland

Annelies Sijtsma (54) is samen met haar man Peter, die op de auto zit, eigenaar van Sijtsma Transport. Naast het vervoer van onder andere containers zit Sijtsma Transport in het agrarische vervoer van onder andere uien en aardappelen. Het

bedrijf ondervindt momenteel een hoop problemen door de Europese boycot van Rusland. Annelies: 'Door de boycot van Rusland was het einde van 2014 en het begin van dit jaar niet om over naar huis te schrijven. Ook de export naar Algerije liep dit jaar in negatieve zin anders dan de afgelopen jaren.' Desondanks gaat het economisch redelijk met Sijtsma Transport. 'Naast het agrarische vervoer en het containervervoer, verzorgen wij het kliepen van zeecontainers en we charteren bij een vaste opdrachtgever. Het ene compenseert het andere. Onze chauffeurs zijn overal inzetbaar, wat voor de nodige afwisseling zorgt. Of het economische herstel voor de hele transportbranche doorzet, weet ik niet. Wat ik zo hoor van collega's is dat de prijzen weer onder druk staan, omdat de brandstof veel goedkoper is geworden. Dat is voor verladings een reden om de prijzen naar beneden aan te passen en ook het basistarief te verlagen. Ik hoop maar dat dit jaar de prijzen van landbouwproducten weer zullen stijgen. Dat komt zowel de handel als het transport ten goede. Als producten weinig opbrengen, komen de transportprijzen ook onder druk te staan. Ik vind het zeer belangrijk om tevreden te zijn met wat je hebt. Je moet je best doen om klanten te houden door ze zoveel mogelijk tevreden te stellen. Plezier in je werk is belangrijk, dat geldt zowel voor mijzelf, mijn man als ook voor onze chauffeurs.'

Ontwikkeling aantal bedrijven met sterke en zwakke financiële positie (2010-2014)



Betreft oordeel van ondernemer over eigen bedrijf
'Veel bedrijven zijn vorig jaar financieel verder aangesterkt'

Auteur is researcher bij TLN

Bakker en Vetipak slaan handen ineen

Bakker Logistiek en Vetipak zijn een partnership aangegaan. De verpakingsactiviteiten van Bakker Logistiek in Zeewolde en Tilburg worden nu 'in house' verzorgd door Vetipak External. Over activiteiten in het nieuwe warehouse van Bakker Logistiek in Willebroek (B) wordt nog gesproken. Voor beide bedrijven vormt de samenwerking een belangrijke stap in de verdere optimalisatie van de logistieke keten. Vetipak External verzorgt alle in house-activiteiten van Vetipak en neemt nu dus ook de verpakingsactiviteiten van Bakker Logistiek over. Daarbij gaat het in eerste instantie vooral over confectionary en koel- en versproducten. (TH)



VSE-stuursysteem voor ZTT

Zwaar Transport Twente (ZTT), onderdeel van Van der Vlist, laat een trailer voorzien van ETS2. De stuursystemen van VSE worden steeds meer geaccepteerd in het zwaar- en exceptioneel transport. De trailer



is door de Duitse specialist Recker gebouwd en bedoeld voor landbouwmachinetransport. Het betreft een twee-assige semi-dieplader met een afneembare nek. De hydraulica van de trailer wordt ook ingezet om het stuursysteem te voeden. De trailer is verder uit-

schuifbaar langs een uitschuifkoker. Het geheel weegt in lege toestand iets meer dan 10 ton. Dit relatief lage gewicht werd onder meer bereikt doordat de trailer geen echte 'bodem' heeft, eerder een tweetal rijplaten die op het chassis zijn gemonteerd. (RW)

Volvo FH-trekkers voor Weeda Transport

In Klundert nam Weeda Transport twee bijzondere Volvo FH-trekkers in gebruik. Beide zijn FH 500 4x2 trekkers. De ene is uitgevoerd met een klassieke slaapcabine en de andere met een Globetrotter XL-cabine. Opvallend aan de voertuigen is de special paint, met afbeeldingen van de film Death Race op de ene en afbeeldingen uit de jaren '80 serie Miami Vice op de andere trekker. De twee Volvo FH-trekkers vormen een uitbreiding van het wagenpark. Weeda is actief in het containervervoer vanuit Rotterdam, Antwerpen en Moerdijk. Het bedrijf is 27 jaar geleden opgericht door Weeda senior. Naast hem zijn de twee broers Guido en Marco actief in het bedrijf. Alle auto's zijn geschikt voor ADR-vervoer en iedere chauffeur is ADR- en VCA-gecertificeerd. (RW)



PV Transport investeert in nieuwe DAF's

Om kostenefficiënt te kunnen blijven presteren, heeft Zwitserland-specialist PV Transport uit Budel drie nieuwe DAF's in gebruik

genomen. Gezien de gebruikelijke trajecten richting dit Alpenland is deze investering ingegeven door besparingen op de toelastkosten. PV bestaat 28 jaar en is uitgegroeid



tot een bedrijf met 20 trekkende eenheden en 28 opleggers. De centrale nieuwbouw in Budel die in 2009 werd betrokken, biedt 3.500 m² aan opslagruimte. Tevens beschikt het bedrijf hier over een eigen werkplaats. Ten behoeve van de opslagactiviteiten is het bedrijf IFS-gecertificeerd. (RO)

E. van Wijk Logistics breidt uit

Het wagenpark van E. van Wijk Logistics is uitgebreid met drie nieuwe trekker-oplegger combinaties ten behoeve van het vervoer van farmaceutische goederen. Aanleiding voor deze uitbreiding is een recent afgesloten contract voor de distributie naar ziekenhuizen. Naast internationaal transport biedt het bedrijf ook temperatuurgecontroleerde opslag aan en distributie naar apothekers en patiënten. De E. van Wijk Group heeft vijftien vestigingen in Nederland, Roemenië, Moldavië en Oekraïne.



Met een vloot van meer dan 300 eigen vrachtauto's verzorgt het bedrijf vervoer vanuit West-Europa naar Oost-Europa en de CIS-landen (v.v.). Bij de E. van Wijk Group zijn 1.100 medewerkers in dienst die gezamenlijk een omzet genereren van 150 miljoen euro. (TH)

DAF XF-trekkers voor Jan Deckers

Jan Deckers, directeur-eigenaar van Jan Deckers Jr. Transport, ontving onlangs de sleutels van drie nieuwe DAF XF 460 FTG Super Space Cab 6x2-trekkers. Met meer dan 45 jaar ervaring transporteert Jan Deckers Jr. Transport samen met 65 medewerkers, nationaal en internationaal, droog en geconditioneerd, de producten van de opdrachtgevers. De basis is het transport van dagverse producten in de foodsector, naast groenten, fruit, eieren, bloemen en planten, die Jan Deckers Jr. Transport gedurende het jaar met lijndiensten vanuit Bleiswijk, het Westland, Barendrecht en Breda met koel- en vriestailers aflevert op diverse bestemmingen. Jan Deckers Jr. Transport beschikt over een op- en overslagruimte van ruim 1.200 m², waarbij voor circa 150 pallets plaats is met geconditioneerde producten. (RW)



WEL DE LUSTEN?
NIET DE LASTEN?



UITZENDEN



PAYROLL



TRUCK & TRAILER
VERHUUR

- ✓ 24/7 bereikbaar
- ✓ Snelle levering
- ✓ Afspraak = Afspraak

- ✓ Flexibiliteit
- ✓ Kwaliteit
- ✓ Betrouwbaarheid



VAN DER LAAN
UITZENDBUREAU

Zeelandhaven 5d, 3433 PL Nieuwegein

T: +31 (0) 30-630 63 40

F: +31 (0) 30-630 63 46

E: info@vanderlaanuitzendbureau.nl

I: www.vanderlaanuitzendbureau.nl



Thuis in uw
omgeving >

Alfa Amersfoort-Nijkerk, 088 2533200, nijkerk@alfa.nl

Alfa Groningen, 088 2531600, [groningen@alfa.nl](mailto: groningen@alfa.nl)

Alfa Heythuysen, 088 2532150, [heythuysen@alfa.nl](mailto: heythuysen@alfa.nl)

Alfa Naaldwijk, 088 2532450, [naaldwijk@alfa.nl](mailto: naaldwijk@alfa.nl)

Alfa Zwolle, 088 2533050, [zwolle@alfa.nl](mailto: zwolle@alfa.nl)

Alfa Gorinchem-Dodewaard-Raamsdonksveer,
088 2531950, [gorinchem@alfa.nl](mailto: gorinchem@alfa.nl)

Overal dichtbij

Elke ondernemer kent ze wel. Beslissende momenten die het verschil maken. Tussen winnen en verliezen. Stilstand en vooruitgang. Die momenten willen we met u delen. Om elkaar scherp te houden. Om ze te herkennen én te benutten.

Uw bedrijf, branche en uitdagingen, wij willen het van dichtbij meemaken. Vanuit een landelijk actieve organisatie met meer dan 800 specialisten in accountancy en bedrijfsadvisering, maar met een kantoor bij u om de hoek. Met brede financiële kennis én specialistische kennis van transport en logistiek.

Thuis in uw omgeving, dichtbij u en uw werkgebied. Daar zijn we op ons best. We voelen ons sterk betrokken bij en geloven in de kracht van het lokale midden- en kleinbedrijf. Daar weten we dan ook alles van. Ontdek het zelf en neem contact op met het kantoor bij u in de buurt. Waar u ook bent, wij zijn overal dichtbij.



Overal dichtbij

www.alfa.nl

V8 voor vervoer van auto's en caravans

Benedictra uit het Friese Harkema is gespecialiseerd in het vervoer van auto's, bestelauto's en caravans door heel Europa. Het bedrijf is vooral ingericht op speciale klussen met exclusieve voertuigen. De



lage bouwwijze van alle voertuigen van Benedictra maakt het mogelijk om ook volumineuze caravans te vervoeren en daar onderscheidt het bedrijf zich mee. Om de voortdurende stroom opdrachten goed te kunnen afhandelen, heeft Benedictra zijn

vloot uitgebreid met de Scania R500. Hij nam deze autotransporter over van BMW-dealer De Beier uit Heerenveen. Het voertuig was slechts 4 jaar oud en had bijzonder weinig kilometers gereden. (RW)

Mercedes-Benz Actros voor Dorrestein

Transport- en aannemingsbedrijf Dorrestein uit Den Dolder heeft een nieuwe Mercedes-Benz Actros 1939 aan zijn vloot toegevoegd.

De 2-assige trekker is door een eenvoudige ingreep voorzien van een portaalopbouw, waardoor het voertuig breed inzetbaar is. Dorrestein ontwikkelde de multi-inzetbare Actros samen met HSM uit Utrecht. Dit bedrijf houdt zich bezig



met reparatie, onderhoud en montage van hydraulische installaties op vrachtauto's en trailers. De samenwerking resulteerde in een portaalstelsel dat in een goede 10 minuten op de trekker kan worden geplaatst en er even snel ook weer vanaf kan. Op deze manier kan het bedrijf de Actros zo efficiënt mogelijk inzetten bij de uitvoering van opdrachten. (RW)

Wielemaker kiest voor Volvo FH's

Wielemaker, gevestigd in Middelburg, heeft twee nieuwe Volvo FH's in gebruik genomen: een 4-assige bakwagen met kraan voor het vervoer van containers en een 6x2-trekker voor regulier en exceptioneel transport. De bakwagen kan ook worden ingezet voor het kraanwerk. De trekker kan met alle standaard trailers rijden, maar wordt vooral ingezet bij exceptioneel transport. Wielemaker is een

gekende naam in de provincie en ver daarbuiten. Bijna een eeuw bestaat het bedrijf en



het is een familiebedrijf pur sang. Wielemaker wordt gestuurd door een driekoppige directie en beweegt zich in de wereld van transport en afvalinzameling. Zo speelt het een belangrijke rol op de stranden van Zeeland. (RO)

Tien Volvo's voor Vredeveld Transport

Vredeveld Transport, met vestigingen in Hoogersmilde en Borne, heeft voor haar bulktransporten tien Volvo FH 460-trekkers in gebruik genomen. De oorsprong van de internationaal opererende logistiek dienstverlener ligt in

1937. Nog steeds is het een familiebedrijf en inmiddels specialist in het bulktransport en bouwvervoer. Het bouwvervoer is de laatste jaren enorm afgenomen. In die activiteit heeft



het bedrijf nog tien trekker-opleggers rijden. In de bulk zijn dat nu 65 trekkers en 150 opleggers. In het verlengde daarvan is voor het vervoer naar Italië en Groot-Brittannië een intermodale tak opgezet. (RO)

Mercedes-Benz voor Van Zaal Transport

Van Zaal Transport uit De Kwakel heeft onlangs de sleutels van de laatste zes Mercedes-Benz vrachtauto's in ontvangst genomen.

Tien Actros 1836 LS-trekkers, vijf Actros 1840 LS-trekkers en een Antos 1836-bakwagen werden deels via CharterWay aangeschaft. De laatste vijf Actros-trekkers en de Antos-bakwagen zet Van Zaal Transport in voor het collectief vervoer en de landelijke distributie van planten en bloemen. Het vervoer van planten en bloemen van kwekers naar veilingen en van veilingen naar retailers in Nederland, België en het westen van Duitsland is de kernactiviteit. Daarnaast wordt met warehousing en het om- en overpakken van goederen veel toegevoegde waarde geleverd. Het wagenpark bestaat uit 55 trekkende eenheden. Gedurende het piekseizoen zijn door inhuur 140 eenheden voor Van Zaal Transport onderweg. (RW)



Renault T voor Léon Suntjens

Léon Suntjens Transport uit Swalmen heeft de eerste Renault Trucks T 520 toegevoegd aan het wagenpark en een tweede staat in bestelling. Léon Suntjens startte oorspronkelijk als eigen rijder, maar groeide uit naar een bedrijf in opslag en transport van voornamelijk levensmid-



delen. Suntjens is in hart en nieren fan van Renault Trucks. Dat begon al in 1985 toen hij zijn eerste Berliet 350 ging rijden. Ook had hij één van de eerste Magnums, een 380 AE, met alles erop en eraan. Toen hij voor de chauffeurs vrachtauto's aanschafte, veranderde dat en ging hij veel meer kijken naar de exploitatiekosten. (RO)



Nieuwe Europese privacy verordening in aantocht

Denk nu al na over risico's

In Nederland kennen we de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) met het CBP als toezichthouder. In EU-verband komt de Algemene Verordening Gegevensbescherming er aan met enkele extra eisen voor bedrijven om gegevens te beschermen.

DOOR HÉLÈNE MINDERMAN

Ieder land heeft nu nog eigen privacy wetgeving met onderlinge verschillen. De nieuwe verordening is rechtstreeks van toepassing in alle EU-landen en overall gaan dezelfde privacy regels gelden. Het College Bescherming Persoonsgegevens (CBP) zal in Nederland ook toezicht gaan uitoefenen op deze nieuwe EU-verordening. Hierin staat een aantal nieuwe elementen die gevolgen hebben voor de bedrijfsvoering. Voorbeelden hiervan zijn het melden van datalekken binnen 72 uur, het verplicht aanstellen van een *privacy officer* en het uitvoeren van een Privacy Impact Assessment (PIA). De verwachting is dat er medio 2015 zicht is op overeenstemming in het kader van de Europese verordening.

Meldplicht datalekken

De Nederlandse overheid wil niet wachten op de in werking treding van de Europese verordening en is van plan om de data-

lek meldplicht op te nemen in de Nederlandse wet. Als er geen melding wordt gemaakt van een datalek kan dit bestraft worden met een bestuurlijke boete van het CBP. De Nederlandse meldplicht zal alleen gelden voor beveiligingsinbreuken die 'ernstige nadelige gevolgen hebben voor de bescherming van de verwerkte persoonsgegevens'. Op dit moment is nog niet duidelijk hoe het criterium 'ernstig' wordt ingevuld. Een datalek kan het gevolg zijn van een *hack*, maar ook van te kort schietende beveiligingsmaatregelen, zoals achterstallig autorisatiebeheer. Een bedrijf moet zelf kunnen aantonen dat het voldoende greep heeft op alle privacy regels; er moet privacy- en beveiligingsbeleid zijn. Dit beleid moet zijn vertaald in concrete maatregelen en procedures. De inrichting en het beheer van informatiesystemen en bedrijfsprocessen dienen goed gedocumenteerd te zijn. Inzichtelijk moet zijn met

welke informatiesystemen voor welk doel welke persoonsgegevens worden verwerkt, waar de gegevens worden opgeslagen, wat de bewaartermijnen zijn en welke partijen persoonsgegevens ontvangen. In het geval van *outsourcing* en *cloud computing* zijn niet alleen bewerkovereenkomsten belangrijk, maar ook het bewijs van de naleving ervan. Een bedrijf dient periodiek te controleren of de bewerkovereenkomsten daadwerkelijk door *ICT-service providers* worden nageleefd. Dit alles moet weer een aantoonbaar onderdeel zijn van de management control cyclus.

Datalekken melden

Het verplicht melden van een gegevensverwerking bij het CBP vervalt. Hiervoor komt in de plaats het hiervoor genoemde bijhouden van documentatie van alle verwerkingen (en informatiesystemen). Een *privacy officer* wordt verplicht voor een

Wetswijziging

In de Tweede Kamer heeft recent de stemming plaatsgevonden over de wetswijziging Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp). De meldplicht datalekken is op proportionele manier beperkt gebleven tot het melden van 'een inbreuk op de beveiliging, bedoeld in artikel 13, die leidt tot een aanzienlijke kans op ernstige nadelige gevolgen dan wel ernstige nadelige gevolgen heeft voor de bescherming van persoonsgegevens'. Dit is een belangrijke verbetering ten opzichte van het eerste voorstel van de staatssecretaris, zowel wat betreft duidelijkheid als in reikwijdte. De protocolplicht (het bijhouden van lekken in een administratie) is beperkt gebleven tot het bijhouden van 'een overzicht van iedere inbreuk die leidt tot de aanzienlijke kans op ernstige nadelige gevolgen dan wel ernstige nadelige gevolgen heeft voor de bescherming van persoonsgegevens'. In de praktijk betekent dit het bijhouden van de lekken die toch al moesten worden gemeld. Boetes zijn door het CBP direct op te leggen bij (voorwaardelijke) opzet of in geval van ernstig verwijtbare nalatigheid. In andere gevallen dient eerst een bindende aanwijzing te worden gegeven. Vervolgens kan het niet opvolgen van deze aanwijzing bestraft worden, of de overtreding zelf. De wetswijziging wordt nu naar de Eerste Kamer gezonden. TLN houdt u op de hoogte over de uitkomsten.

bedrijf dat van meer dan 5.000 personen in 1 jaar gegevens verwerkt. Voor risicovolle verwerkingen geldt in bepaalde gevallen de verplichting een PIA uit te voeren. Datalekken moeten binnen 72 uur bij het CBP worden gemeld. Onder voorwaarden zullen personen moeten worden geïnformeerd van wie de gegevens zijn gelekt.

CBP kan naleving afdwingen met hoge dwangsommen

En zo zijn er nog meer zaken, zoals meer rechten voor betrokkenen (recht om vergeten te worden), *privacy by design* (privacy maatregelen doorvoeren in de architectuur van een informatiesysteem) en certificeringsmogelijkheden. De sanctiemogelijkheden voor het CBP worden fors uitgebreid. Afhankelijk van een overtreding kan een boete van duizenden tot zelfs honderden miljoenen euro's worden opgelegd. Het CBP kan naleving ook afdwingen door

hoge dwangsommen op te leggen. Die mogelijkheden hebben de privacytoezichthouders in de andere EU-landen ook. Internationale bedrijven met vestigingen in die landen dienen zich dit terdege te realiseren. Toezichthouders zullen steeds meer gaan samenwerken. Momenteel is de EU-verordening nog onderwerp van bespreking in de Raad van Ministers van Justitie en Binnenlandse Zaken van de EU. Niet uitgesloten is dat er nog wijzigingen komen. Maar de verwachting is ook wel dat belangrijke zaken als hiervoor beschreven, niet al te zeer meer zullen wijzigen. Medio 2015 is er waarschijnlijk meer zicht op de definitieve inhoud. De verordening zou dan voor bedrijven in 2017 van kracht worden.

Aanbevelingen

Het verdient aanbeveling om nu al na te denken over privacy risico's. Hoe lang en waar worden welke gegevens bewaard en is het inderdaad noodzakelijk om de betreffende gegevens te bewaren? Het (laten) uitvoeren van een PIA is een goed

instrument om privacy risico's inzichtelijk te krijgen en in te spelen op de nieuwe verordening. Voor zover u het al niet heeft gedaan, verdient het aanbeveling om zo spoedig mogelijk de volgende vragen te agenderen: beschikt ons bedrijf over een privacy- en beveiligingsbeleid, is dit ingebed in de managementcyclus en hebben we hiermee greep op de huidige privacywetgeving, wat komt er met de nieuwe verordening nog meer op ons af en wat is de invloed hiervan op de bestaande of nog te ontwikkelen informatiesystemen, welke privacy risico's lopen we mogelijk, hoe kunnen we die beheersbaar maken en welke concrete acties gaan we daarop ondernemen, voldoen we voor wat betreft zaken die de privacy van werknemers raken (bijvoorbeeld de verwerking van persoonsgegevens) aan de eisen die artikel 27 Wet op de Ondernemingsraad hieraan stelt (instemming OR voor wat betreft regelingen omtrent het verwerken van, alsmede de bescherming van de persoonsgegevens van de in de onderneming werkzame personen) en hebben we hiervoor toereikende middelen en mensen?

Risico's inzichtelijk maken

Het (laten) uitvoeren van een privacy inventarisatie (wat hebben we aan verwerkingen/ICT en zijn we met de privacyregeling 'in control'?) of PIA (welke privacy risico's zijn er voor specifieke verwerkingen/informatiesystemen?) kunnen goede instrumenten zijn om risico's inzichtelijk te maken en te anticiperen op de verordening. Via http://www.vno-ncw.nl/pages/quickscan_privacy.aspx kunt u een vragen beantwoorden over type en inhoud van uw gegevensverwerking. De *quickscan* geeft u een eerste inzicht in uw privacy risico's.

Auteur is beleidsadviseur bij TLN



Ieder land heeft nu nog eigen privacy wetgeving met onderlinge verschillen.

Grote risico's bij verbroken verzegeling bij tankvervoer

Lading onverkooptbaar?

Als de verzegeling bij tanktransport is verbroken, kan de klant de lading weigeren en schadevergoeding eisen. Ook al is de lading niet beschadigd of vervuild. Als de verzekeraar vervolgens weigert te betalen, zit de vervoerder vaak met hoge kosten.

DOOR DAPHNE SMALING

De producten voor de levensmiddelenindustrie worden vaak in tanks vervoerd en van een verzegeling voorzien. Helaas komt het nog wel eens voor dat de verzegeling tijdens het transport wordt verbroken. Meestal merkt de vervoerder hier niets van. Zo komt het nog wel eens voor dat een verstekeling zich in de tankcontainer wil verstoppen, maar er – na het verbreken van de verzegeling – achter komt dat de tankcontainer vol is. Op het losadres weigert de ontvanger dan de lading, omdat de verzegeling verbroken is. De gedachte achter de verzegeling is immers dat, als de verzegeling nog intact is, het product bij het lossen nog hetzelfde is als bij laden. Als de verzegeling al eerder verbroken is, trekt de ontvanger daaruit de conclusie dat er tijdens de rit iets met de lading gebeurd kan zijn. De klant (opdrachtgever) vordert vervolgens schadevergoeding, omdat die geen risico wil nemen en het product niet langer wenst te verkopen. In veel gevallen weigert de verzekeraar van de vervoerder

om dekking te verlenen, omdat door de klant niet is bewezen dat de lading is beschadigd. De vervoerder zit dan vaak met de gebakken peren.

Aansprakelijkheid vervoerder

Het uitgangspunt in het vervoerrecht is dat de vervoerder de lading in dezelfde staat moet afleveren als waarin de vervoerder de lading heeft ontvangen. Levert de vervoerder de lading niet of beschadigd af, dan is de vervoerder aansprakelijk. Deze aansprakelijkheid is beperkt tot schade aan of verlies van de lading zelf en dan tot 3,40 euro per kilo voor binnenlands vervoer of 8,33 SDR per kilo voor internationaal vervoer. Gevolgschade, zoals vernietigingskosten of winstderving, is niet verschuldigd. Dit is overigens anders als sprake is van opzet of bewuste roekeloosheid, in dat geval dient 100 procent van de schade (waaronder de gevolgschade) vergoed te worden. Staat een verbroken verzegeling dan gelijk aan ladingschade? De vraag is of het enkele feit dat de verzegeling verbroken is, betekent

dat de lading beschadigd is. Het enkele feit dat de verzegeling is verbroken, betekent niet per definitie dat de lading is gecontamineerd (vervuild/beschadigd). De lading kan ook na verbroken verzegeling nog in precies dezelfde staat verkeren als toen de verzegeling nog intact was. De klant (of geadresseerde) dient in principe te bewij-



zen dat de lading door de vervoerder goed in ontvangst is genomen en niet gecontamineerd is afgeleverd. De klant dient hiervoor strikt genomen voor of tijdens het laden een laadmonster te nemen en voor of tijdens het lossen een losmonster te nemen. Beide monsters dienen dan met elkaar vergeleken te worden.

Intact en ongeopend

Vaak blijkt uit de monsters dat de lading niet gecontamineerd is. Desondanks wenst de klant het risico vaak niet te lopen dat de lading toch gecontamineerd blijkt. Controle van de gehele lading is voor de klant vaak onbegonnen werk. De klant zal de lading dan ook als verloren willen beschouwen en niet langer meer willen verkopen. Maar is de lading dan daadwerkelijk verloren en onverkoopbaar? Dat de klant het risico niet wil lopen dat de lading gecontamineerd is en daarom de lading wenst te vernietigen, betekent niet direct dat de lading als verloren moet worden beschouwd en dus dat de schade door de vervoerder moet worden gedragen. Het kan echter zo zijn dat de lading op grond van wet- en regelgeving onverkoopbaar is geworden. Over een dergelijke situatie heeft de rechtbank in Den Bosch geoordeeld op 15 april 2014. In deze zaak was tijdens het vervoer alcohol gestolen. Een klein deel van de flessen is later geheel intact en ongeopend teruggevonden. De rechtbank oordeelde dat de lading als verloren moest worden beschouwd, omdat de lading onverkoopbaar was geworden. Omdat de flessen in handen van de dieven waren geweest, was de garantie van 'fabrieksnieuwzijn' verloren gegaan. Daarnaast was de lading door de diefstal (tijdelijk) niet traceerbaar, waardoor de flessen onverkoopbaar werden gelet op artikel 18 van de Europese Algemene Levensmiddelenverordening. De douane heeft de lading daarom vernietigd. Het voornoemde artikel ziet op de traceerbaarheid van de goederen toe en dus niet op het verbreken van een verzegeling. In het geval van een verbroken verzegeling blijft de lading immers traceerbaar.

Ongeschonden staat

Wat zegt de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) hierover? De NVWA is bij uitstek het orgaan dat bekend is met de regels op het gebied van de levensmiddelenindustrie. Daarom is aan de NVWA de vraag gesteld of het enkele feit dat de verzegeling verbroken is, betekent dat de lading onverkoopbaar is. De NVWA geeft

aan dat in veel voedselveiligheidsplannen (HACCP) wordt beschreven dat bij ontvangst van de goederen de verpakking schoon en in ongeschonden staat moet zijn. Daarnaast bepaalt de Europese verordening inzake levensmiddelenhygiëne (bijlage II, hoofdstuk IX onder 3) dat levensmiddelen in alle stadia van productie, verwerking en distributie moeten worden beschermd tegen elke vorm van verontreiniging, waardoor de levensmiddelen (1) ongeschikt kunnen

Controle van gehele lading is voor klant onbegonnen werk

worden voor menselijke consumptie, (2) schadelijk worden voor de gezondheid, dan wel (3) op een zodanige wijze kunnen worden verontreinigd dat zij redelijkerwijze niet meer in die staat kunnen worden geconsumeerd. Indien de verzegeling tijdens het tanktransport wordt verbroken, is het voor de geadresseerde onmogelijk te beoordelen of er nog voldaan wordt aan bovenstaand artikel. De NVWA geeft aan dat dit de redenen zijn dat tanktransporten met een verbroken zegel worden geweigerd. De NVWA kan echter geen antwoord geven op de vraag of een verbroken verzegeling betekent dat de lading wel of niet gecontamineerd is. De geadresseerde zal

echter het voorzorgsprincipe hanteren en geen risico nemen.

Eerst bewijzen

Uit de wet- en regelgeving blijkt niet (uitdrukkelijk) dat de lading onverkoopbaar is doordat de verzegeling is verbroken. Of voornoemde regeling uit de Levensmiddelenhygiëneverordening leidt tot de conclusie dat de lading onverkoopbaar is, zal door de rechter moeten worden bepaald. De weigering van de geadresseerde is wel ergens op gebaseerd en het is ook verklaarbaar dat de klant de lading niet langer wenst te verkopen als de verzegeling verbroken is. Strikt juridisch genomen is de vervoerder niet aansprakelijk, omdat met het verbreken van de verzegeling (vooralnog) niet vaststaat dat de lading onverkoopbaar is. De klant zou dus eerst moeten bewijzen dat de lading beschadigd/gecontamineerd is. De klant zal met deze bewijslast niet snel genoeg nemen. TLN begrijpt de commerciële positie van de tankvervoerder en zal dit probleem ook bij andere organisaties onder de aandacht brengen, waaronder bij verzekeraars. Indien u met het tanktransport van levensmiddelen te maken heeft, raden wij u aan om contact op te nemen met uw verzekeraar en te proberen dit risico mee te verzekeren.

Auteur is bedrijfsadviseur bij TLN

Mocht u vragen of twijfels hebben over de verzegeling bij tankvervoer, neem dan contact op met één van de juridische adviseurs van TLN via E.juridisch@tln.nl of T 088 4567567.





DE KEIJ

IDEALE PARTNER VOOR BETONPLATEN



De Keij Betonplaten in Opheusden (Betuwe) is specialist in de in- en verkoop van betonplaten. Vanaf de vrachtwagen ter plekke afgeleverd en gelegd!

DE KEIJ BETONPLATEN

Tolsestraat 8 • 4043 KB Opheusden
T + 31(0) 488 44 33 24 • F + 31(0) 488 44 37 29
info@dekeij.nl • www.dekeij.nl

Wel een opdrachtgever,



maar nog geen vergunning?

Haal dan zo snel mogelijk het Getuigschrift Beroepsgoederenvervoer (het "vakdiploma"). Dit getuigschrift is wettelijk verplicht als u vervoer voor derden wilt verzorgen.

Wij verzorgen opleidingen door het hele land, o.a. in Deurningen (Frans op den Bult), Heesch (De Pas), Nieuwegein (NBC), Yerseke, Den Haag (OUB), Staphorst (Waanders) en Waarland (Noord Holland). Andere wensen? Laat het ons weten. Al vanaf 6 deelnemers kunnen we een nieuwe opleiding plannen.



Ook Uw Bedrijfsbelang bv

Nieboerweg 71
2583 JV Den Haag
Tel. (070) 3555771
Fax (070) 3586492
info@oub-bv.nl
www.oub-bv.nl

IRU erkend
trainings-
instituut



Meer weten? Vraag vrijblijvend een brochure aan, bezoek onze website of pak de telefoon.

U kunt inschrijven voor bijvoorbeeld de reguliere opleidingen, de spoedopleidingen (2 modules in 1 week) of een schriftelijke opleiding.

Groot in kwaliteit Groot in kleinschaligheid



De totaalaanbieder voor koel- en verwarmingssystemen

- Laadruimte verwarming en koeling
- Standverwarming en koeling voor lichte en zware bedrijfsvoertuigen
- Klimaatbeheersing voor mini- en midibussen
- Geïntegreerde maatwerk oplossingen

www.webasto.nl



Financieel gezond internationaal transportbedrijf gespecialiseerd in het vervoer van hoogwaardige geconditioneerde luchtvracht. Gevestigd in de omgeving Amsterdam/Schiphol, is op zoek naar:

Commerciële bedrijfsleider m/v,

welke de groei van de afgelopen jaren kan continueren en verder uitbouwen

ALS U BESCHIKT OVER DE JUISTE KWALIFICATIES, STUUR UW CV EN MOTIVATIE NAAR:

BDU Media afd. Vaktijdschriften
brief onder nummer 1303
Postbus 67, 3770 AB Barneveld

Naderend chauffeurstekort?

Voor vakbekwaam EU personeel in transport.



1toDrive BV, Ekkersrijt 4409, 5692 DL Son, T: +31 (0) 88 522 522 5



Jungheinrich presenteert heftrucks en accu's

Li-ion ideale krachtbron

Vooruitlopend op de beurs LogiMAT 2015 presenteerde Jungheinrich een nieuwe generatie orderpickers, een nieuwe trekker én een uitbreiding van het lithium-Ion accu-programma.

DOOR RENÉ WELMERS

Voor Jungheinrich staat het vast: aandrijving van interne transportmiddelen zal in toenemende mate gebeuren met elektromotoren die hun energie halen uit lithium-ion batterijen. De fabrikant levert deze accu's in steeds grotere capaciteiten; nu kunnen de heftrucks naar wens worden uitgerust met accu's van 110, 240 of 360 Ah en het eind lijkt nog niet in zicht. Voor vorkheftrucks is deze ontwikkeling niet zo interessant. Deze hebben geen voordeel van het lage gewicht van de li-ion accu, omdat het traditionele loodaccu-pakket een wezenlijk deel vormt van het noodzakelijke contragewicht. Worden de accu's lichter, dan moet het tegenwicht op een andere manier worden aangebracht.

Concept 2 Shifts 1 Charge

Naast zijn lagere gewicht onderscheidt de li-ion accu zich door zijn snelle oplaadtijden en probleemloze deelopladingen. Dat geeft in *warehouses* de mogelijkheid de heftrucks tijdens koffie- en lunchpauzes aan de laadapparatuur aan te sluiten, waarna de machine er weer voor een aantal uren tegenaan kan. Tijdrovende wissels van accupakketten zijn niet meer nodig. Hiermee geeft Jungheinrich invulling aan zijn '2 Shifts 1 Charge'-concept. Naast de uitgebreide li-ion accu reeks presenteert Jungheinrich twee nieuwe voertuigen: een orderpicker en een trekker. Jungheinrich benadrukt dat de nieuwe ECE220/225 meer is dan een verbeterde versie van de ECE220. De nieuwigheid is sneller, kan meer lading vervoeren en de aandrijflijn is krachtiger, sneller en verbruikt tot 5 procent minder energie. De ECE220/225 kan met diverse pakketten worden uitgerust die de machine nog zuiniger maken of juist meer nadruk leggen op zijn prestaties. De fabrikant benadrukt dat ook in de standaarduitvoering de nieuwe *Kommissionierer*, zoals een orderpicker in het Duits zo mooi heet, een krachtig voertuig is. Hij kan met ladingen tot 2.500 kilogram rijden en liften.

Rechtuitstand

Op het gebied van ergonomie heeft de nieuwe orderpicker ook



stappen vooruit gezet. De bediener vindt een comfortabele plek op het plateau, waar een uitklapbare zitting steun biedt bij wat langere 'ritten'. Prettig is de afwerking van de voorkant, waar de bestuurder dan met zijn knieën tegenaan drukt. Deze is wat verend uitgevoerd, waardoor hij zijn houding zonder problemen kan volhouden. Het plateau met sensoren is stabiel uitgevoerd, waardoor het geheel een stevig gevoel geeft. De sensoren in het vloerdeel zijn uiteraard noodzakelijk om te detecteren of er wel degelijk een bestuurder aanwezig is als de opdracht 'rijden' wordt gegeven. Ondanks deze veiligheidsvoorziening kan de ECE220/225 wel rijden zonder dat de bestuurder erop heeft plaatsgenomen. Op de zijkant zit een drukknop waarmee het voertuig in rechte lijn naar voren kan worden gereden. De heftruck rijdt alleen zolang de knop wordt ingedrukt en maximaal stapvoets. Deze mogelijkheid is erg handig wanneer tijdens het orderpicken slechts een korte afstand naar een volgend stellingdeel moet worden gereden. Op- en afstappen zou dan onnodig omslachtig zijn. Een belangrijke voorwaarde om deze actie veilig uit te voeren, is een betrouwbare rechtuitloop van de machine. Jungheinrich heeft de stuurinrichting met het oog hierop opnieuw onder de loep genomen en in de besturing nog duidelijker gemarkeerd. Het stuurwiel komt na manoeuvres automatisch en duidelijk terug in de rechtuitstand.

Snelle trekker

Naast de nieuwe orderpicker presenteerde Jungheinrich een nieuwe trekker die vooral in grote magazijnen een dankbare rol kan spelen bij het verplaatsen van karren en containers. De trekkerreeks wordt aangeduid met EZS. De nieuwe generatie bestaat uit de 570, 580 en 590, waarbij deze achtereenvolgens beschikken over trekcapaciteiten van 7, 8 en 9 ton. De trekkers zijn uitgerust met de voor Jungheinrich kenmerkende 48 Volt-motoren met drie-fasen AC-techniek. Deze maakt relatief hoge snelheden bij een laag energieverbruik. De trekker komt dankzij deze motoren aan een topsnelheid van 18 km/u. Op het gebied van ergonomie deelt hij in de eigenschappen van de ECE-serie.

**WAAR OOK IN EUROPA GESTRAND?
GEEN PROBLEEM MET
INTERNATIONALE BERGING JOH. V/D ZAND**
(BUREN BIJ TIEL)



**24 UURS
SERVICE**



**Telefoon 0344-650400
www.joh-vd-zand.nl**



365

Payroll

Tijd voor transport

GRATIS

**CODE
95**

088-336 55 00 www.gratiscode95.nl

Logi.SPAN

■ BOOMSCHORS ZAAGSEL HOUTCHIPS HOUTPELLETS ■

GEVRAAGD:

**VASTE
CHARTERS
VOOR
WALKING
FLOOR
OPLEGGERS**

Logispan logistiek b.v. is gespecialiseerd in het vervoer van losgestorte agrarische producten en rest-producten afkomstig van de houtindustrie en de bosbouw.

Wij transporteren deze producten door geheel BeNeLux, Duitsland en Denemarken

WIJ BIEDEN:

- Goede opbrengsten
- Snelle betaling
- Vast werk
- Gehele planning Logispan

WIJ VRAGEN:

- Charters in het bezit van eigen oplegger
- Ervaring in het losgestort
- Ervaring in het buitenlands transport

VOOR MEER INFORMATIE:

Mail: info@logispan.nl
Telefoon: 0595-445470
Fax: 0595-441653
Postbus 24
9950 AA Winsum

WWW.LOGISPAN.NL

OP ZOEK NAAR DE BESTE CHAUFFEURS?



HFWORKS
LOGISTIEK PERSONEEL

Het Schakelplein 10
5651 GR Eindhoven
+31 (0)40 26 20 617
www.hfworks.eu

AANGEBODEN PER DIRECT: koelopleggerchauffeurs, tankopleggerchauffeurs, containerchauffeurs, kipperchauffeurs, etc

TE KOOP: KALMAR TERREINTRUCK

**v.v. nieuw haakarm
containersysteem geschikt voor
alle container lengtes.
Arbo cabine met draaistoel,
alle opties, zeer robuust en degelijk
prijs € 98.000 excl.**

W.MEIJER MATERIEELSERVICE, DE KWAKEL
06-55961236, WWW.MEIJERMATERIEEL.NL

www.vrachtautopolis.nl

Nieuwe VW Caddy leverbaar met scala aan ondersteuningssystemen

Nieuwe generatie

Volkswagen lanceert de vierde generatie Caddy. Met zijn nieuwe motoren is deze generatie schoner en zuiniger dan de vorige. Ook biedt hij meer veiligheid, comfort en gebruiksgemak.

DOOR RENÉ WELMERS

Zoals bij alle fabrikanten gebruikelijk is, rust ook Volkswagen de nieuwe Caddy uit met een scala aan elektronische voorzieningen die de bestuurder meer veiligheid, comfort én gebruiksgemak bieden. Dit gebeurt deels standaard, deels als optie. Zo heeft de Caddy optioneel Front Assist met City-noodremfunctie. Dit systeem houdt met behulp van een afstandsradar het verkeer voor de auto in de gaten. Als de afstand tot de voorganger te kort wordt, geeft de Front Assist een waarschuwings-signaal. Tot 30 km/u kan dit systeem zelfstandig een noodstop uitvoeren als de elektronica er aan twijfelt dat de bestuurder zelf nog op tijd zal ingrijpen. Ook als de bestuurder wel remt, maar te weinig om een aanrijding te voorkomen, zal Front Assist ingrijpen en harder remmen.

Remassistent

Naast deze optionele assistent is Multi Collision Brake standaard gemonteerd op de Euro 6-versies. Dit systeem beperkt of voorkomt vervolgschade ná een aanrijding. Als voertuigdetectoren - onder meer voor de *airbags* - zo'n impact vaststellen dat sprake moet zijn van een aanrijding, komt Multi Collision Brake in actie. Automatisch remt het systeem de Caddy dan volledig af tot stilstand. Dat is nuttig, omdat uit onderzoek blijkt dat bestuurders na de klap van een aanrijding stoppen met sturen en/of remmen.



Het zeer zakelijke dashboard biedt toegang tot tal van elektronische hulpsystemen.



Uiterlijk veranderde niet veel aan de nieuwe Caddy.

De bestuurder kan het systeem buiten werking stellen door gas te geven of zelf te remmen. Slimme opties zijn de grootlichtassistent, vermoeidheidsherkenning en voorruitverwarming. Ook *adaptive cruise control* (ACC) is als extra verkrijgbaar. Verder kan de Caddy worden uitgerust met diverse soorten multimedia-systemen, zoals navigatiesystemen. Deze zijn allemaal te combineren met een achteruitrijcamera. Park Assist is optioneel. Het maakt automatisch inparkeren mogelijk, handig voor koeriers- en bezorgdiensten.

Euro 6-diesels

De Caddy krijgt een nieuwe 2.0 TDI-dieselmotor in vier varianten: van 55 kW/75 pk tot 110 kW/150 pk. De zuinigste variant is de Caddy BlueMotion met een verwacht verbruik van 4,0 l/100 km. De Caddy EcoFuel (CNG/aardgas) met een 1.4 TGI-motor is krachtiger en tegelijkertijd 30 procent zuiniger dan zijn voorganger. Ook zijn er drie benzinemotoren: de 1,2 liter viercilinder TSI met 62 kW/84 pk, de 1,0 liter driecilinder TSI met 75 kW/102 pk en de 1.4 TSI met 92 kW/125 pk. Naast de nieuwe Euro 6-versies zijn voorlopig ook nog Euro 5-dieselmotoren beschikbaar. De levering van de nieuwe Caddy in Nederland start deze zomer. De Nederlandse prijzen worden in de aanloop naar de marktintroductie bekend gemaakt. Om te voorkomen dat de verkoop van de huidige Caddy stil valt, komt hiervan een aantrekkelijk geprijsd actiemodel, de C-Edition, op de markt. Op de vierde generatie Caddy rust een grote verantwoordelijkheid. Hij lost in het VW-programma de succesvolle derde generatie af die 11 jaar in productie was en waarvan 1,5 miljoen exemplaren werden verkocht.

Thermo King introduceert V-800 MAX Spectrum koelmachine

Thermo King komt met een nieuwe koelmachine met voertuigaandrijving. Met deze V-800 MAX Spectrum, die geen diesel verbruikt, wordt het voor transportbedrijven eenvoudiger om in stedelijke gebieden producten op meerdere temperaturen te distribueren. De V-800 MAX Spectrum biedt milieuvriendelijk geconditioneerd vervoer voor vrachtauto's met een maximum bruto gewicht (GVW) van 12 ton. De units bieden een grotere koelcapaciteit, terwijl tegelijkertijd het energieverbruik laag wordt gehouden. De tweedelige units zijn ontworpen voor transport in twee compartimenten en zijn flexibel qua temperatuur, ongeacht of het om verswaren, diepvries- of verwarmde producten gaat. Meer info: www.thermoking.nl. (RW)



DAF CF- en XF-trekkers met gestuurde naloopas

Speciaal voor toepassingen waarbij een hoog nuttig laadvermogen moet worden gecombineerd met een grote wendbaarheid introduceert DAF een gestuurde naloopas op zijn CF- en XF-trekkers. Bij de 3-assige CF- en XF-trekkers is achter de aangedreven as (13 ton) een gestuurde naloopas (7,5 ton) gemonteerd met enkele montage. Dat maakt de nieuwe uitvoeringen bij uitstek geschikt voor werkzaamheden waar weinig

ruimte voor manoeuvreren bestaat en extra laadvermogen noodzakelijk is. Bijvoorbeeld vanwege de aanwezigheid van een laadkraan achter de cabine. De nieuwe trekkers zullen daarom in de praktijk veelal worden ingezet voor het transport van



bouwmaterialen en machines. DAF levert de nieuwe 3-assige trekkers met keuze uit de 10,8 liter MX-11- of de 12,9 liter MX-13-motoren met vermogens van 291 kW/396 pk tot 375 kW/510 pk. Aan deze motoren zijn vernieuwingen doorgevoerd en in combinatie met innovatieve technologieën als Predictive Cruise Control met Predictive Shifting en Eco Mode zijn brandstofbesparingen tot 5% mogelijk. De CF-trekker met gestuurde naloopas is leverbaar met Day Cab, Sleeper Cab en Space Cab; de XF wordt aangeboden met Space Cab en Super Space Cab. Alle uitvoeringen zijn met onmiddellijke ingang verkrijgbaar. (RW)

Advertentie

TRANSPORT >>

>> COMPLEET

Kom naar hét transport event van het noorden!

>> Registreer u nu op www.evenementenhal.nl/transport-hb

Kennissessie ING

Symposium Truck van de Toekomst

>>

HARDENBERG 17 T/M 19 MAART 2015



Hiab introduceert X-HiPro 858

Hiab komt met een nieuwe kraan met een groot hefvermogen: de Hiab X-HiPro 858. Met een hefvermogen van 80 tonmeter en een bereik van 34,5 meter in het horizontale vlak is de 858 breed inzetbaar voor een reeks van toepassingen. De 858 beschikt over nieuwe vereenvoudigde besturingsinstrumenten, die gemakkelijk in het gebruik zijn en een soepele en nauwkeurige manoeuvreerbaarheid bieden. Daarnaast beschikt hij over een display voor afstandsbediening en een extra

extern display, gemonteerd op de basis. Hier kan de machinist gegevens van de kraancapaciteit bekijken voor elke hoek van de jib, afhankelijk van de stabiliteit van de vrachtauto, een belangrijke factor in de veilige bediening. Meer info: www.hiab.com. (RW)

Meer laadvermogen op 7-assige Nootboom-trailer

Nootboom Trailers speelt met zijn nieuwe OVB-95-07 ballastrailer in op de lagere aslasten die door Nederland en Duitsland worden ingevoerd, waarbij de maximale aslasten van 12 naar 10 ton worden



verlaagd. Om te voorkomen dat dit ten koste gaat van het nuttig laadvermogen van de trailer heeft Nootboom gezocht naar mogelijkheden om het eigengewicht te reduceren. De oplossing is onder meer gevonden in het gebruik van een andere staalsoort met een groter draagvermogen bij een geringer eigen gewicht. Daarnaast is

de OVB-95-07 berekend voor een 6x4-trekker, terwijl voor oudere ballastrailers een 8x4-trekker werd gebruikt. Het resultaat: een hoger laadvermogen en lagere kosten. Meer info: www.nootboom.nl (RW)

Veldhuizen breidt uit met 27 tons DAF CF

Om het gat in zijn leveringsprogramma tussen de 23 ton oprij Cargo en de 34 ton oprij Trakker te dichten, heeft Veldhuizen een 27 tons



Oprij CF ontwikkeld met een netto laadvermogen van 17,5 ton. Als basisvoertuig dient een DAF CF met een PX7-motor. Deze wordt voorzien van

een verzinkt dieplader chassis. Op 1,31 meter achter de aangedreven as wordt een luchtgeveerde en fusee gestuurde as geplaatst. Op de aangedreven as wordt de bandenmaat 315/45R22,5 inch gemonteerd, zodat de rijkhoogte slechts 88 centimeter is. Om tijdens het laden en lossen de achterzijde van de laadvloer extra te laten zakken, wordt op de achterste as de nog kleinere 247/70R17,5 inch diepladerband gemonteerd. Meer info: www.veldhuizen.eu. (RW)



Innovatie.Drager.

De nieuwe trailer-generatie met unieke chassistechnologie



The Trailer Company.

De nieuwe curtainsiders S.CS GENIOS bieden u meer performancereserves in de opbouw en het chassis plus een snellere handling bij de belading en de ladingborging – just more.

TLN LEDENVOORDEEL

Transport in cijfers 2015

De nieuwste Transport in cijfers is uit. Net als editie 2014 verschijnt de nieuwste uitgave van Transport in cijfers uitsluitend in pdf. Transport in cijfers 2015 is inhoudelijk niet veranderd. Alle tabellen en grafieken hebben direct en indirect betrekking op ontwikkelingen van het Nederlandse goederenvervoer over de weg. Daarnaast schenkt Transport in cijfers aandacht aan ontwikkelingen van andere vervoermodaliteiten en ontwikkelingen van het goederenvervoer in en door andere Lidstaten.



Wij menen in ieder geval dat het weer gelukt is om aan de hand van deze nieuwe uitgave van Transport in cijfers het economische belang van transport en logistiek te onderstrepen en een duidelijk beeld te schetsen van de actuele stand van zaken in de Nederlandse transportsector.

De TLN Ondernemerscoach

Als ondernemer in transport en logistiek wordt u vaak meegenomen in de hectiek van alledag. U ziet uw onderneming groeien of juist krimpen. Uw activiteiten zijn vooral gericht op het aantal medewerkers, de inzet van meer of minder vrachtauto's en het verkrijgen van meer lading. Maar houdt u bij veranderingen ook rekening met zaken als kennis, structuur en managementvaardigheden?

Ontwikkelingen in uw onderneming moeten worden voorbereid. TLN Consultancy biedt daarom de TLN Ondernemerscoach aan. Hij benut de tool van het IKTO profiel. Hiermee wordt de voorkeur van communicatie zichtbaar, de karakter kwaliteiten en de stappen in het proces van besluitvorming. Als jezelf weet wie je bent kan je de ander ook beter begrijpen! Hij is een coach die ondernemers voorbereidt op en begeleidt in ontwikkelingen van het bedrijf.

- Confrontatie coaching
- IKTO profiel
- Aanbrengen van structuur
- Het moeilijke bespreekbaar maken in het proces van opvolging

U bent de ondernemer. U heeft de ambitie. TLN heeft het vermogen om u te coachen in uw persoonlijke groei binnen uw bedrijf: wordt de coach van uw eigen team!

Meer informatie? Bel TLN Consultancy, telefoonnummer 088 4567146.

tlnledenwinkel.nl

In het TLN ledenvoordeel vindt u in elke uitgave van Transport & Logistiek producten en diensten die exclusief of onder bijzondere voorwaarden beschikbaar zijn voor leden van de TLN en tegen veel inkoopvoordeel te verkrijgen zijn via de TLN Ledenwinkel.

Gecertificeerde spanbanden

Voor het muurvast bevestigen van uw vracht. De spanbanden zijn voorzien van gelaste spitshaken en worden geleverd met CE-label onder nr. 12195-2. Uit voorraad leverbaar. Blijvend in prijs verlaagd!

Specificaties

- LC2000/4000 Dan.
 - Lengte 850+50 cm, breedte 50 mm.
 - De spanbanden zijn voorzien van gelaste spitshaken.
 - Bandbreuk bij 6000 Kg. Spankracht 4000 kg.
 - STF 320 daN.
 - Bestelnummer 26502
- Prijs per stuk van € 9,00 voor € 8,50



Spanbanden met ratel

- LC2500/5000 Dan
 - Lengte 950+50 cm, breedte 50 mm.
 - Bandbreuk bij 7500 Kg. Spankracht 5000 kg.
 - STF 500 daN.
 - Bestelnummer 26503
- Prijs per stuk van € 11,50 voor € 8,75

Verzegelingsmateriaal

Uniek bedrukt en genummerd verzegelingmateriaal met gepatenteerd sluitsysteem tegen vervalsing. Extreem weerbestendig met vele toepassingsmogelijkheden. Gebruiksvriendelijk en de sterkste in hun soort! Diverse soorten en maten uit voorraad leverbaar bij de TLN Ledenwinkel. Zoals bijvoorbeeld:



MPT Seal, 10"
82150
€ 99,50 /1000 st.



Metall ball seal 51-A
82154
€ 118,75/1000 st

Kijk voor alle aanbiedingen in onze webshop:

www.tlnledenwinkel.nl waar u eenvoudig kunt bestellen.

Bellen kan natuurlijk ook naar

030 65 95 275

of mail naar

info@tlnledenwinkel.nl



Inkoopvoordeel voor TLN leden

Optac3: De beste software voor uw digitale tachograaf

Software die de data uit de digitale tachograaf zichtbaar maakt is van essentieel belang voor ieder transportbedrijf. Zonder deze software kunt u immers niet controleren of u, of uw chauffeurs, de rij- en rusttijdenwetgeving hebt overtreden.

TLN heeft alle softwareleveranciers voor het analyseren van data uit de digitale tachograaf op een

rij gezet en voor u de beste geselecteerd. Optac3, geproduceerd door Stoneridge en in Nederland geleverd door Casu, kwam hierbij als beste uit de bus.

TLN leden ontvangen een korting van 20% op de aanschaf van deze software en 15% korting op

aanschaf van hardware zoals uitleesapparatuur. Wilt u ook de beste software tegen een scherpe prijs?

Neem contact op met uw relatiebeheerder voor een demonstratie of kijk op onze website onder het kopje ledenvoordeel



TLNplanner
internet
TEST NU
GRATIS

Bezoek www.tlnplanner.nl en vraag uw **GRATIS** testversie aan.

PTV GROUP

the mind of movement

PTV Group Nederland
Energieweg 1
3542 DZ Utrecht

Tel.: +31 (0) 346 581 600
info.nl@ptvgroup.com
www.ptvgroup.com

VOORDELEN TLNplanner internet:

- Geen installatiekosten voor computers of servers
- Routes berekenen op straatniveau door heel Europa
- Berekening CO₂
- 24/7 online
- Altijd up to date
- Het berekenen van huidige en toekomstige toelkosten
- Directe koppeling met Teleroute

Ondersteunende brancheorganisaties



8%

Scania
Active Prediction

Scania Opticruise
met Economy mode

Tweede generatie
Euro 6-motoren

Optimale
stroomlijning

Versnellingsbak
met lage wrijving



Nieuwe Euro 6
motor 450 pk SCR

Automatische
Retarder bediening

Brandstof-
besparende olie

Verbeterde
Scania Eco-Roll

Vrijloop
Retarder

+3%

Altijd Verder

Extra verbeteringen voor brandstofbesparing.



23,29L/100km



Bij de lancering van de Scania Streamline realiseerden we een brandstofbesparing tot 8%. Sinds die lancering blijven we elk onderdeel van deze nu al ongeëvenaarde truck verbeteren. Dat is wat u én ons altijd verder brengt. Dankzij een hele reeks innovaties en updates zijn we erin geslaagd om het brandstofverbruik met een extra 3% te verlagen. Bekijk de brandstoftesten en ontdek hoe wij onze beloften waarmaken op www.scania.nl/altijdverder.



SCANIA