

# ‘Ook buiten de Blauwe Banaan heb je een kans’

ZO BOUW JE ANNO 2017 EEN LOGISTIEKE HOTSPOT

Wie niet in ‘de Blauwe Banaan’ zit, heeft een achterstand in de logistieke hotspot-concurrentiestrijd. Hoe kunnen de zogeheten B-locaties alsnog een deel van de logistieke taart pakken? Dan maar goedkope grond aanbieden, is vaak de eerste reactie bij gemeenten, maar wie een duurzaam en aantrekkelijk logistiek vestigingsklimaat wil bouwen, heeft meer nodig dan stuntprijzen en een voormalig grasveld.

**AUTEUR** Jeroen Bruinenberg

igitalisering heeft een grote impact op ons koopgedrag. Middenstanders hebben het zwaar en menig grote winkelketen heeft de deuren moeten sluiten. Niet omdat we minder kopen, integendeel, maar omdat we almaar meer online bekijken en ook bestellen. Het fenomeen ‘pakketje aan de voordeur’ heeft ook een grote ruimtelijke impact, denk aan de tientallen busjes die dagelijks door uw straat rijden, maar nog iets verder – aan de randen van steden langs logistieke assen – worden grootschalige distributiecentra (dc) gebouwd. Deze mega-dc’s zijn voorraadschuren om bestellingen te verzamelen en sneller

en efficiënter af te leveren. De consument neemt geen genoegen meer met een wachttijd van vijf werkdagen voor een levering uit China en kan online volgen wanneer het product wordt geleverd.

Gemeenten spelen daar handig op in door in rap tempo grote kavels aan te bieden. Rotterdam, Amsterdam maar ook Arnhem, Nijmegen, Venlo, Utrecht, Tiel, Moerdijk en Tilburg profiteren volop. Ze zitten op de corridor vanuit de Mainports Rotterdam en Schiphol van waar veel lading richting het Europese achterland trekt (met het Ruhrgebied, Zuid-Duitsland en

Noord-Italië als belangrijke eindbestemmingen). Lading die prima gecombineerd kan worden met ‘regionale’ lading (onze bestellingen) en die via een terminal op is te slaan op een naastgelegen bedrijventerrein. Voor je het weet heb je een logistiek knooppunt, is het idee.

Coen de Lange, eigenaar van Stockspots en programmamanager Topconsortia voor Kennis en Innovatie Dinalog, licht bekende voorbeelden toe: ‘Venlo ontpopt zich tot de voorraadkast van Duitsland en ook het midden van Nederland boekt succes met e-fulfilmentcentra – een soort postsorteercentra voor pakjes.’

Ook buiten de regio’s die onderdeel vormen van de ‘banaan’, barst een strijd los om een graantje van de logistieke investeringen mee te pakken. Marcel Michon, Managing Partner bij Buck Consultants International en logistiek vestigingslocatie-expert: ‘Er zijn zeker kansen voor regio’s buiten de bekende corridor. Als je je bewust bent van je positie in het speelveld, kun je een heel gezond logistiek cluster bouwen. Door het scheppen van de juiste randvoorwaarden kun je als overheid je logistieke vestigingsklimaat verbeteren. Concreet voorbeeld vind ik Lelystad dat onlangs veel succes heeft geboekt met het aantrekken van Inditex.’ (zie kader) Het vestigingsklimaat wordt door de Logistieke Hotspot verkiezing 2017 lager geschat dan Emmen, Hoogeveen, Heerenveen en Delfzijl, maar toch komt daar een ontwikkeling van de



### Logistieke hotspot Lelystad

Michon haalde gemeente Lelystad al aan als voorbeeld van een regio die logistieke successen boekt vanuit een onderdogpositie. De logistieke corridor Lelystad-Emmeloord eindigde op de 27ste (van de 28) plek in de Logistieke Hotspot verkiezing 2017 en zakte daarmee drie plekken ten opzichte van vorig jaar. Kloosterboer ontwikkelt op een kavel van 2,6 hectare grond een logistiek vrieshuis voor aardappelverwerker McCain en Inditex bouwt op 35 hectare grond een centrum voor de Europese distributie op Lelystad Airport Businesspark (LAB). Hoe is dit ogenschijnlijk plotselinge succes te verklaren? Jop Fackeldey, wethouder Economische Zaken van de gemeente Lelystad, benadrukt de inspanningen die door de provincie, gemeente en Lelystad Airport Businesspark zijn gedaan. 'Je zou kunnen zeggen dat we hier leegte hadden en dat wordt nu door onze inspanningen herkend als ruimte. Het is een samenkost van omstandigheden: Flevokust Haven gaat open in 2018, Lelystad Airport gaat in 2019 open en de infrastructuur is vernieuwd. Inditex kiest uiteindelijk voor LAB omdat het dicht bij Schiphol is en wij hier direct veel ruimte kunnen aanbieden. Dat zo'n grote jongen voor Lelystad kiest, trekt ook weer veel andere geïnteresseerde logistieke ondernemers aan en zorgt dat we ook nu weer veel gesprekken voeren. We staan aan de vooravond van logistiek succes', zegt Fackeldey.

grond door de aanleg van een multimodale overslaghaven. Het is slechts een voorbeeld van een regio die logistiek succes boekt. Samen met Michon en De Lange kijken we naar de vijf factoren waarmee elke regio een logistiek aantrekkelijk vestigingsklimaat kan creëren. Ofwel hoe kunnen ze vanuit het 'rechtterijtje' van hotspots toch meestrijden met de top-hotspots.

### FACTOR 01 Grote kavels

'De vraag naar grote kavels van 7 hectare of meer is de laatste 3 jaar extreem toegenomen en veel gemeenten hebben die kavelvraag nog niet voor elkaar. Dus zelfs als je op een aantrekkelijke logistieke corridor ligt, lukt het soms niet om daarvan te profiteren. DocksNLD in 's-Heerenberg is een mooi voorbeeld van een logistiek terrein met extreem veel potentie, maar dat nu al te weinig ruimte heeft om de grote jongens te vestigen. Verladings willen zich op korte afstand van de terminal huisvesten, dus moet

### Terminalsucces in Weert

Wel schurend tegen de Blauwe Banaan aan, maar lange tijd onontdekt is de gemeente Weert. Tot de gemeente begin dit jaar haven- en railterminal De Kempen opende. 'Sindsdien gaat het heel snel', zegt Mathieu Dolders, Acquisiteur en Projectmanager Bedrijventerreinen bij de gemeente Weert. 'Door de trimodale ontsluitingsmogelijkheden komen we ineens op de logistieke radar te staan en krijgen we de aandacht van investeerders.' Recentelijk klopte de Belgische investeerder Groep Heylen op de deur om op een bedrijventerrein op 10 kilometer afstand meer dan 17 hectare op te kopen. 'Dit toont eens te meer dat er ook buiten de banaan kansen zijn om investeerders aan te trekken', zegt Michon.

je een bedrijventerrein hebben naast of in de directe omgeving van je terminal. Weer andere gemeenten moeten nog een Ladder-procedure doorlopen om aan te tonen dat er daadwerkelijk vraag is; dan ben je al rijkelijk laat. Voor regio's die minder strategisch gelegen zijn voor logistiek, vormt de Ladder voor duurzame verstedelijking natuurlijk een obstakel om zonder onderbouwing de echt grote partijen aan je te binden. Je zult vraaggericht moeten ontwikkelen om zoiets te verantwoorden', zegt Michon.

### FACTOR 02 Een terminal

'Essentieel voor logistiek succes is naast het 'grasveld' een terminal.



Grote logistieke spelers willen hun goederen meer en meer vervoeren via het treinnetwerk of een binnenvaartverbinding. Per spoor vervoeren is vaak lastig omdat er een kritische massa van 20.000 containers per jaar per bestemming nodig is om het rendabel te maken. Ron Kervezee is namens de gemeente Alphen aan

je stromen aan en dan kan er een vliegwieleffect optreden. Het is veilig als je al weet dat je een grote gebruiker hebt zoals ze gedaan hebben bij de Container Terminal Doesburg waar Rotra al jaren belang heeft bij een multimodale overslaghaven. Een mooi voorbeeld is ook Flevokust Haven in Lelystad. Daar is veel on-

te plegen, commercie uit te rollen. Maar ook als club in het rechterrijtje van de eredivisie kun je een keertje winnen van aansprekendere logistieke regio's als je een warm bad kunt aanbieden.'

## FACTOR 05

### Arbeidspotentieel

De Lange: 'Stel het lukt je om een mooi distributiecentrum binnen te halen, dan moet je ook nog nadenken over je arbeidspotentieel. Er zijn gemeenten die heel gekke dingen doen met de grondprijzen om maar een grote naam binnen te halen, maar die niet een arbeidsmarkt hebben die past bij de logistieke vraag. Er zijn fanaten die zeggen dat machines het toch vooral zullen overnemen, maar er moeten ook mensen werken die de machines aansturen. Er zijn altijd paniekkusjes die niet geautomatiseerd moeten worden, het assortiment zal steeds vaker wijzigen en slimme IT'ers moeten de systemen onderhouden. Zelfs de grote logistieke partijen houden daar vaak niet voldoende rekening mee en dan kunnen de operationele kosten hoog oplopen. Logistiek succes binnenhalen is één ding, het behouden een tweede.'

### Groot, groter, grootst

'De grote vraag is hoe lang deze opschaling door blijft zetten', zegt De Lange. 'De distributiecentra worden groter en groter, maar er zijn ook experts die denken dat het kleiner wordt, maar juist veel meer en dichter bij de steden. Er wordt volop geïnvesteerd in grote dc's, maar ook de kleinere dc's vinden gretig aftrek. Wordt het alsnog groter? Ik durf daar geen uitspraak over te doen.' Michon vult aan: 'Je ziet dat de verzorgingsgebieden steeds kleiner worden van de grootschalige distributiecentra. Doordat we zoveel online kopen, kunnen bedrijven het zich permitteren om meerdere centra te bouwen in Europa. Dat biedt ook weer kansen voor de zogeheten B-locaties.'

# 'Je moet toch wel 20.000 containers per jaar kunnen overslaan om een terminal rendabel te krijgen.'

den Rijn bezig met een railterminal, maar dat krijg je niet zomaar van de grond. Een binnenvaartterminal is eenvoudiger van de grond te krijgen en biedt potentie om grote massa's te vervoeren. In Weert hebben ze onlangs haventerminal De Kempen geopend. De verkoop van het bedrijventerrein liep daarvoor niet optimaal, maar nu loopt het ineens als een tierelier. Zo simpel kan het soms zijn', aldus Michon.

## FACTOR 03

### Verladerscapaciteit

'Heel belangrijk element voor je gaat denken aan een terminal is de regionale verladerscapaciteit, wat zit er aan lading in een regio? Zoals ik al aangaf moet je toch wel 20.000 containers per jaar kunnen overslaan om een terminal rendabel te krijgen. Soms is het een kip-eiverhaal. Je kunt de vraag kunstmatig stimuleren door aanbod te creëren. Door het bouwen van een terminal trek

derzoek naar het potentiële achterland gedaan, toen is er een operator gevonden (CTU, red.) en vervolgens kan het heel snel gaan als ook de politiek warm wordt gemaakt. Het binden van lokale partijen is heel belangrijk met het oog op de toekomst', zegt Michon.

## FACTOR 04

### Warm bad

Michon: 'Het gaat in discussies vaak over unique sellingpoints, maar ik heb het liever over sellingpoints. Veel regio's hebben ruimte, een terminal en capaciteit, maar het gaat er ook om wie het eerst erbij is, wie de beste research heeft uitgevoerd. Kortom: wie het warme bad aanbiedt! Als gemeente moet je op de kaart zien te komen bij de regionale ontwikkelingsmaatschappijen en de NFIA om internationale spelers binnen te harken. Uiteindelijk is dat eenvoudiger voor grotere regio's omdat ze meer middelen hebben om acquisitie