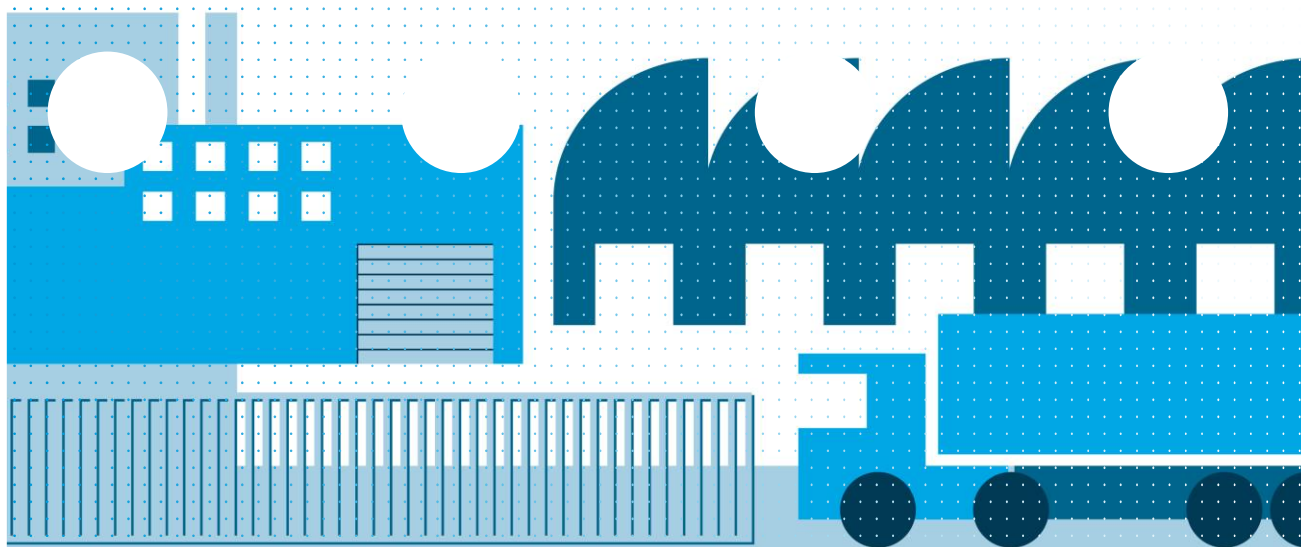




Logistiek in Beeld

Toekomstige locatiedynamiek bij
logistieke bedrijven
Resultaten 2019

Over Stec Groep

Stec Groep is een onderzoek- en adviesbureau op gebied van ruimtelijke economie & vastgoed. We adviseren overheden, marktpartijen en bedrijfsleven over strategische keuzes, beleid en uitvoering. Op gebied van logistiek adviseren we jaarlijks tientallen klanten over locatiekeuze, huisvesting, investor development, gebiedsontwikkeling en beleid.

Sinds 2000 monitoren we de vestigingsdynamiek van grote bedrijven in Nederland (Database Bovenregionale Locatiebeslissingen Nederland), waaronder de logistieke dynamiek. Omdat deze database terugkijkt naar locatie- en regiovoorkeuren, hebben we hiernaast 'Logistiek in Beeld' ontwikkeld: *een onderzoek naar de toekomstige locatiedynamiek en -voorkeuren onder logistieke bedrijvigheid in Nederland.*

Onze partners in dit onderzoek

Dit onderzoek is inhoudelijk en financieel gesteund door:

- Port of Zwolle (Zwolle-Kampen-Meppel)
- Gemeente Deventer / A1 Bedrijvenpark Deventer
- A12-zone (Waddinxveen, Lansingerland, Zoetermeer en Zuidplas)
- Ontwikkelbedrijf Greenport Venlo
- Gemeente Waalwijk
- Gemeente Lelystad
- Gemeente Nieuwegein
- Gemeente Weert



1 Introductie

1.1 Waarom Logistiek in Beeld?

Logistieke sector zeer dynamisch, maar ook discussie over toegevoegde waarde en 'verdozing'

Al meer dan vijftien jaar is sprake van een relatief constante en omvangrijke vraag naar nieuwe marktconforme locaties voor logistieke bedrijven. Jaarlijks noteren we in onze databases tientallen locatiebeslissingen, zoals nieuwe landingen (bv. Inditex in Lelystad), bedrijfsuitbreiding, nieuwbouw of herontwikkelingen (bv. Broekman Logistics in Venlo).

Met deze logistieke locatiebeslissingen zijn duizenden nieuwe banen en honderden miljoenen euro's per jaar aan investeringen gemoeid. Ook is logistiek vastgoed niet meer weg te denken uit de beleggingsmarkt met zeer aantrekkelijke rendementen op toplocaties.

De afgelopen jaren zijn bovendien nieuwe uitdagingen voor de logistieke sector ontstaan. Ten eerste de krapte op de arbeidsmarkt. Logistieke bedrijven zijn genooddaakt creatief om te gaan met dit nieuwe vraagstuk. Daarnaast speelt op dit moment een debat rond de 'verdozing' van Nederland. Door de sterke groei van de realisatie van XXL-panden voor logistiek is discussie ontstaan over de wenselijkheid ervan vanuit landschappelijk en ruimtelijk perspectief. Hierbij wordt ook de toegevoegde waarde van de logistiek voor de lokale economie in twijfel getrokken.

Explosieve groei voorraad van logistiek vastgoed: hoe lang zet dit nog door?

De hoeveelheid logistiek vastgoed in Nederland is in de periode 2010-2018 gestegen van circa 23 tot 31 miljoen m², een stijging van 34,8%. Sinds 2013 merken we een explosieve stijging. Ook de vraag naar logistiek vastgoed is in die periode sterk toegenomen. Van circa 1 miljoen m² in 2010 tot 3.1 miljoen m² in 2018. We verwachten dat deze vraag op de langere termijn zal normaliseren. Inzicht in dit kantelpunt is onder andere reden geweest om dit onderzoek te starten.

Figuur 1: Vraag naar logistiek vastgoed



Bron: Stec Groep, 2019, o.b.v cijfers eigen database en NVM/Bak

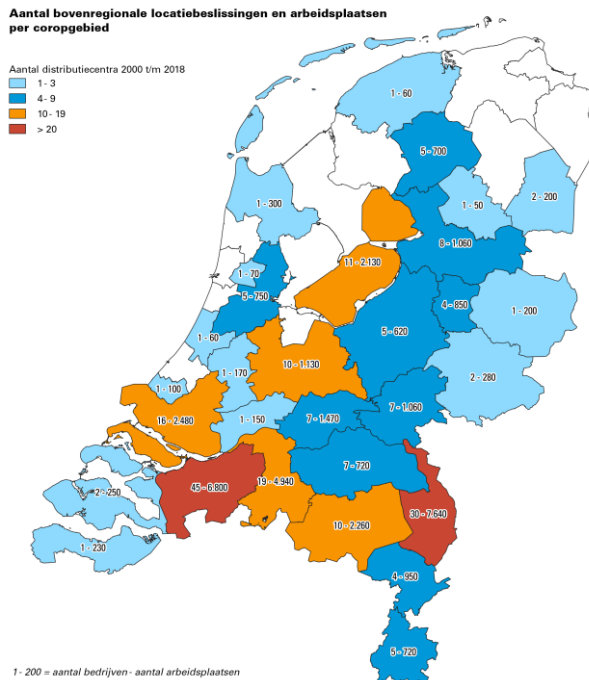
1.2 Wat weten we van regiovoorkeuren en marktorientatie van logistieke bedrijven?

'Database bovenregionale locatiebeslissingen Nederland' geeft al 20 jaar inzicht in regiovoorkeuren logistiek

In adviestrajecten spreken we voortdurend met eindgebruikers in de logistiek. Ook monitoren we al bijna 20 jaar de gerealiseerde locatiedynamiek onder grote logistieke bedrijven in Nederland.

Onderstaande figuur geeft een overzicht van de grootschalige locatiebeslissingen die sinds 2000 door ons zijn geregistreerd in Nederland (waarbij bedrijven over minimaal 25 kilometer verhuizen). We zien in West-Brabant (45 bedrijven, 6.800 arbeidsplaatsen) en Noord-Limburg (30 - 7.700) veruit de meeste bovenregionale logistieke vestigingen. De gehele provincie Noord-Brabant is in trek, maar ook in de centrale as A2/A28 bevinden zich gewilde locaties.

Figuur 2: Bovenregionale dynamiek grootschalige logistiek 2000-2018, aantal en arbeidsplaatsen



Bron: Stec Groep, 2019

Dynamiek in logistiek is echter wijdverspreid, logistieke bedrijven zijn honkvast

Het gros van de dynamiek speelt zich echter af binnen de regio- en gemeentegrenzen. Bedrijven die in dezelfde gemeente naar een groter warehouse verhuizen, of bijvoorbeeld bedrijven die op korte afstand van een bestaande locatie een extra distributiecentrum openen. In 2018 blijkt dat de bovenregionale dynamiek goed is voor zo'n 15% van de vraag naar logistiek vastgoed in Nederland; 85% van de vraag blijft dus binnen de regio. We concluderen dat logistieke bedrijven, net als andere sectoren, honkvast zijn.

Uit de locatiedynamiek blijkt dat met name de zuidelijke corridor (Noord-Brabant en Limburg) profiteert van de forse vraag naar logistiek vastgoed. Circa 45% van de opname vindt hier plaats. Ook West-Nederland scoort goed met een sterke opname in de regio Rotterdam, rond Schiphol en in de omgeving Utrecht/Nieuwegein. Als we kijken naar de sectoren, dan is de *retail & consumer* markt dominant (40% marktaandeel). Het gaat hierbij om fashion, supermarkt- en/of voedingsmiddelen. Voor een deel gaat het ook om e-commerce distributiecentra. *Pure players* in e-commerce zijn goed voor circa 20% marktaandeel. Ook parcel heeft de afgelopen jaren een groot marktaandeel met circa 10% in het totale volume.

BUITENLAND ZIT NIET STIL

Om de ruim 3 miljoen vierkante meter vraag in 2018 in Nederland in perspectief te plaatsen: de ingebruikname van logistiek vastgoed lag in Duitsland in 2018 op zo'n 6,5 miljoen m². Ook in België groeide de opname in 2018: ruim 800.000 m². De opname in Duitsland ligt dus ruim een factor hoger dan in Nederland. Het heeft een grotere thuismarkt en ook een enorme capaciteit aan verladingsplaatsen. Bovendien zijn de personeelskosten in Duitsland lager en is de Btw-afdracht minstens even gunstig. Veel bedrijven bevelen Nederland dan ook vanuit Duitsland. Duitsland heeft kortom een zeer aantrekkelijke logistieke propositie. Daarnaast zorgt de Brexit voor het verschuiven van het economisch zwaartepunt en de koopkracht binnen Europa. Deze ontwikkeling kan de concurrentiepositie van Nederland op de lange termijn ondermijnen.

Hoe lang zet (explosieve) groei nog door?

Een belangrijke vraag die mede in het licht van de discussie over de ‘verdozing’ van het landschap steeds weer terugkomt in onze adviespraktijk is hoe lang de sterke groei in opname van logistiek vastgoed nog doorzet en welke regio’s hiervan profiteren.

Vandaar dat Stec Groep – samen met een aantal van haar klanten – begin 2019 onderzoek heeft gedaan naar de wensen en voorkeuren van eindgebruikers in de logistieke sector. Daarmee bouwt dit onderzoek voort op ons vergelijkbare onderzoek uit 2015; ‘Logistiek in Beeld’.

RESULTATEN 2015 IN EEN NOTENDOP

We frissen de belangrijkste resultaten uit het eerdere Logistiek in Beeld-onderzoek nogmaals kort op:

- In 2015 bleek een hoge dynamiek onder logistiek dienstverleners en verladers. Groei in aantal klanten en de ombouw naar een e-commerce operatie bleken de voornaamste redenen voor dynamiek. Inmiddels zijn diverse destijds opgespoorde leads geland, zoals Bestseller, Boon Supermarkten, Toolstation, Arvato en Van Oers. Een aantal andere partijen zijn nog steeds zoekende.
- Belang van arbeidsmarkt bij locatiekeuze wordt crucialer. Uit de resultaten van 2015 bleek het relatieve belang van arbeidskosten en de beschikbaarheid van personeel. Veel bedrijven wezen op het strategisch belang van arbeidsmarkt bij locatiekeuze.
- Uit de resultaten in 2015 bleek heel duidelijk de schaalvergroting in de logistiek, door de concentratie van meerdere klanten op enkele strategische locaties. In 2018 was de vraag naar logistiek vastgoed ruim 3 miljoen m². Hiervan viel circa de helft in het XXL-segment. De beschikbaarheid van XXL-kavels was voor bedrijven een belangrijke bottleneck bij het vinden van geschikte locaties.
- Meer dan in eerder onderzoek beschreven hadden we in 2015 nadrukkelijk aandacht voor de rationaliteit en psyche bij de locatiekeuze van logistiek. Zo kwamen we erachter dat een deel van de logistieke bedrijven weliswaar goed geïnformeerd en dus rationeel haar locatiekeuze maakt, maar het bleek dat er nog relatief veel onbekende factoren waren (onbekende regio’s, weinig informatie over aanbod en kosten arbeid).

Dit vervolgonderzoek is uitgevoerd onder een breed spectrum van logistieke bedrijven. Onder andere logistiek dienstverleners en verladers, maar ook maakbedrijven, foodsector en e-commerce. De focus lag hierbij op de dynamiek die bedrijven verwachten in Nederland: welke bedrijven willen verhuizen? Waarheen, en waarom? Wat zijn belangrijke voorwaarden voor bedrijven om naar een regio te verhuizen, en wat kan een regio doen om bedrijven binnen te halen?

1.3 Onderzoeksverantwoording en onderzoeksresultaten

Primair doel: achterhalen van toekomstplannen van grote logistieke bedrijven

Doel van het onderzoek is om de *locatiedynamiek van grote bedrijven* met logistieke activiteiten goed in het vizier te krijgen. Hierbij gaat het niet alleen om huisvestingsvraagstukken, maar ook inzicht in de redenen voor deze dynamiek en belangrijke factoren bij regio- en locatiekeuze.

Het onderzoek is opgezet en uitgevoerd in het voorjaar van 2019 aan de hand van een gerichte vragenlijst. We hebben personen op directie- en managementniveau benaderd. Het onderzoek heeft zich gericht op bedrijven die in Nederland gevestigd zijn (zowel buitenlandse als Nederlandse bedrijven).

Op basis van ‘smart’ database...

Voor aanvang van het onderzoek is een database samengesteld met daarin de grootste logistiek dienstverleners en verladers (in diverse segmenten) in Nederland. De database is samengesteld op basis van bestaande bestanden, uitgebreid web- en deskresearch en eigen netwerken. Gebruikte bronnen zijn onder andere de LDV top 100 (logistiek.nl), Twinkle100, e-fulfilment (logistiek.nl), FD Gazellen, top 100 maakbedrijven (MT.nl) en top 100 winkelformules (Locatus).

...en met hulp van onze partners

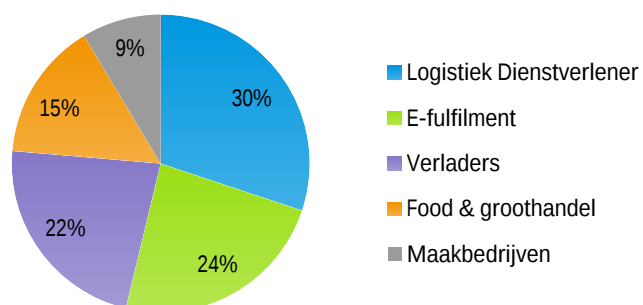
De opzet van de database en de interpretatie van de resultaten is samen met onze partners gedaan:

- Port of Zwolle (Zwolle-Kampen-Meppel)
- Gemeente Deventer / A1 Bedrijvenpark Deventer
- A12-zone (Waddinxveen, Lansingerland, Zoetermeer en Zuidplas)
- Ontwikkelbedrijf Greenport Venlo
- Gemeente Waalwijk
- Gemeente Lelystad
- Gemeente Nieuwegein
- Gemeente Weert

Respons van 22%; representatieve verdeling naar marktorientatie en sectoren

Uit de benadering van 450 vooraf geselecteerde grotere bedrijven is een respons van circa 22% bereikt. Bedrijven konden via e-mail of telefonisch meedoen aan het onderzoek. Omdat we gericht te werk zijn gegaan en bedrijven hebben geselecteerd voor deelname aan dit onderzoek (grootste bedrijven en waar locatievraagstuk verwacht kan worden) kunnen we ook goede uitspraken doen over de logistieke sector. Het onderzoek is niet bedoeld als representatieve steekproef. Onderstaand figuur geeft een weergave van de verdeling van de sectoren waarin respondenten actief zijn. Alleen de respons bij de geselecteerde maakbedrijven blijft enigszins achter.

Figuur 3: Database naar type logistiek bedrijf



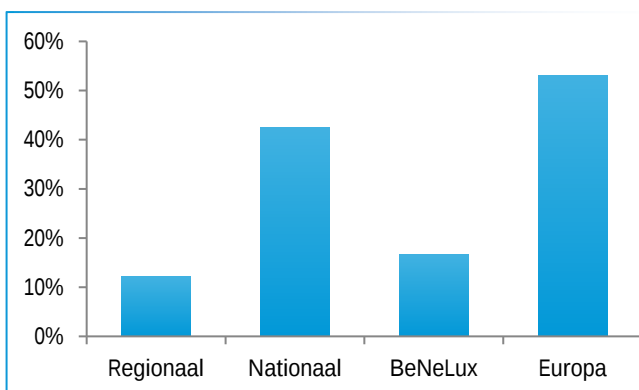
Verklaring typen logistiek in het onderzoek

- Logistiek dienstverlener: grote logistieke ondernemingen, incl. grotere transportondernemingen en parcel
- E-fulfilment: e-commerce bedrijven met een primaire focus op logistiek van online bestellingen
- Verladers: producenten en (non-food)retailers met forse goederen- en logistieke stromen, incl. online onderdeel van traditionele retailers
- Food & groothandel: producenten, retailers en groothandel in food
- Maakbedrijven: selectie van snel groeiende productie- en maakbedrijven

Voornamelijk nationale of Europese oriëntatie

Als we kijken naar de marktorientatie van de logistieke bedrijven in ons onderzoek, blijkt een evenredige verdeling. Bedrijven zijn voornamelijk nationaal of Europees georiënteerd (deelnemers konden meerdere oriëntaties opgeven). Meer dan 50% geeft aan Europa als marktregio te zien.

Figuur 4: Marktorientatie van bedrijven

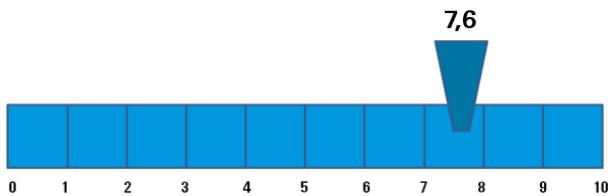


2 Resultaten Logistiek in Beeld 2019

2.1 Bedrijven tevreden met huidige locatie, dynamiek blijft onverminderd hoog als gevolg van economisch hoogtij

Logistieke bedrijven geven hun locatie een 7,6

Bedrijven in de database Logistiek in Beeld 2019 zijn gemiddeld tevreden over hun bestaande locatie en/of distributienetwerk. Dit blijkt uit het gemiddeld rapportcijfer: 7,6. Hierin zien we wel een lichte afname met de gegeven beoordeling in 2015 (destijds een 7,8).



75% van de bedrijven beoordeelde de bestaande locatie en/of distributienetwerk tussen de 7 en 8. Circa 15% was erg tevreden en gaf een score van 9 of zelfs 10. Slechts enkele bedrijven zijn erg ontevreden over de locatie, met een beoordeling van 4 of 5 als gevolg.

De top-3 redenen van bedrijven die de locatie/netwerk een cijfer lager dan 7 gaven (circa 10%) is als volgt; capaciteitsproblemen (in bestaand pand of bij uitbreidingsplannen) staat bovenaan, gevolgd door veroudering van pand/locatie en de krapte op de arbeidsmarkt.

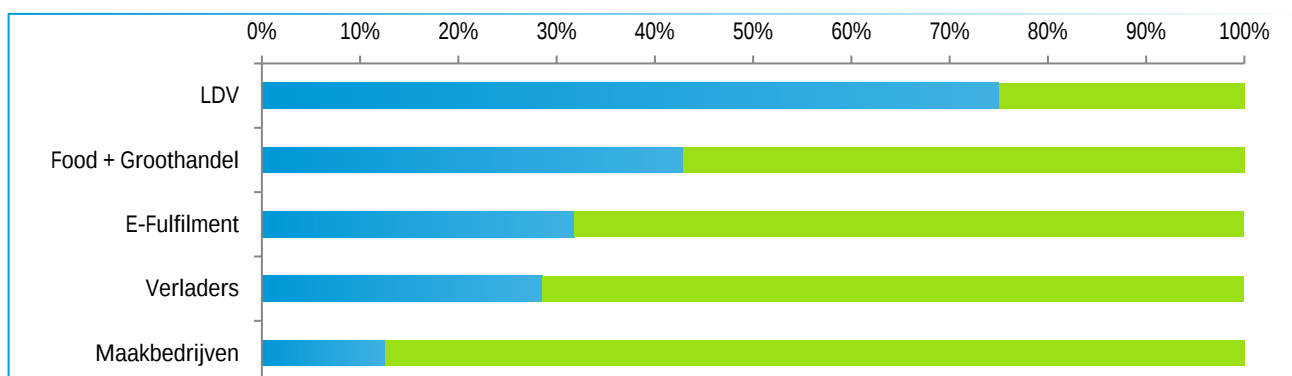
Veel locatiedynamiek verwacht, ondanks hoge rapportcijfer

Circa 40% van de bedrijven geeft aan met een locatie- en/of huisvestingsvraagstuk te zitten. Dit kan betekenen dat een bedrijf op de huidige locatie doorgroeit (met een nieuwbouwinvestering), een extra locatie zoekt of nadenkt over verhuizing- /verplaatsing van activiteiten. In het geval van verladers kan het ook gaan om dynamiek als gevolg van een ver- of hernieuwd contract. Ten opzichte van 2015 is de opgespoorde dynamiek lager. Destijds gaf circa 50% van de bedrijven aan voor een huisvestingsvraagstuk te staan. Desalniettemin is de verwachte dynamiek hoog te noemen.

Hierbij valt op dat voornamelijk de groep logistiek dienstverleners (hierna: LDV) verwacht dat er veel dynamiek aankomt: circa 75% denkt hierover na. De groep 'maakbedrijven' kent veel minder dynamiek, slechts 15%.

Figuur 5: Locatiedynamiek onder groepen binnen database

(Blauw: bedrijven met verwachte dynamiek. Groen: geen dynamiek verwacht)

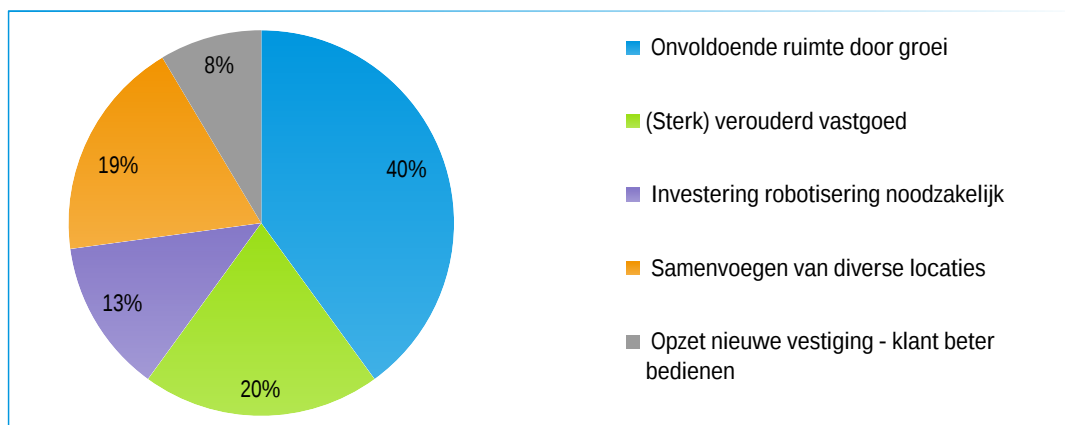


De hoge dynamiek onder de LDV'ers wordt overigens niet verklaard vanuit het rapportcijfer. Deze bedrijven beoordelen hun bestaande vestigingslocatie juist hoger dan gemiddeld, namelijk met een 7,9. De verwachte (contract)groei en capaciteitsgebrek zijn veelgehoorde redenen voor deze hoge dynamiek. Specifiek voor (sommige) logistiek dienstverleners is ook een gewenste multimodale ontsluiting belangrijk.

Groei belangrijkste reden voor ruimtevraag

40% van de bedrijven geeft aan een ruimte- en/of huisvestingsvraagstuk te hebben door groei van de huidige bedrijfsactiviteiten. De huidige huisvesting is te klein geworden of het distributienetwerk moet worden uitgebreid als gevolg van groei. Een aantal bedrijven oriënteert zich op een nieuwe locatie dicht(er) bij de afzetmarkt. Afhankelijk van marktorientatie, kan dit centraler in Nederland gelegen zijn (voor bedrijven met een nationale marktorientatie), of juist richting de rand van Nederland (voor Europese marktorientatie).

Figuur 6: Oorzaken locatie- en huisvestingsvraag



Andere oorzaken voor dynamiek op korte en middellange termijn zijn: de samenvoeging van diverse distributiecentra op één of meerdere locaties (behalven van efficiency) of de behoefte aan een multimodaal ontsloten locatie.

Voor de logistiek dienstverleners hebben we de oorzaken vergeleken met het totaalbeeld. Hieruit blijkt dat ruimtegebrek door groei – weliswaar de belangrijkste reden (30%) is - maar in mindere mate dominant dat voor de totale groep bedrijven. Het opzetten van een nieuwe vestiging om klanten beter te bedienen en het samenvoegen (centraliseren) van bestaande vestigingen wordt door de logistiek dienstverleners in hogere mate als reden voor een huisvestingsvraagstuk gezien.

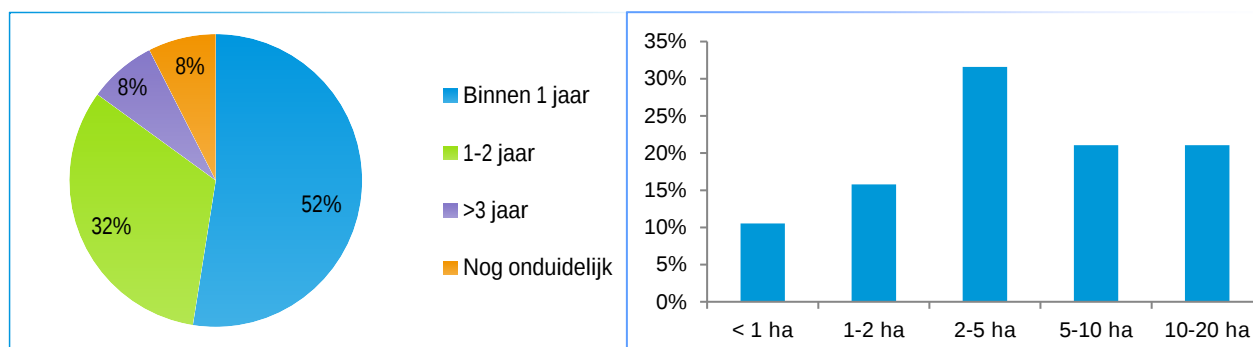
Helft van verwachte dynamiek binnen één jaar en van aanzienlijke omvang

Ruim de helft van de bedrijven die aangeeft een ruimtevraagstuk te hebben, wil binnen nu en 1 jaar de knoop hierover doorhakken. In totaal wil 85% van de ondervraagden dit uiterlijk binnen twee jaar doen. Toch kijkt ook al circa 15% van de bedrijven verder vooruit en denkt nu al na over investeringen over drie tot vijf jaar. Bij de grotere logistiek dienstverleners zijn enkele bedrijven met meerdere huisvestings- en locatievraagstukken. Het valt in elk geval op dat de logistieke bedrijven en geconstateerde dynamiek op korte termijn plaats zal vinden. Gelet op de belangrijkste oorzaken (groei en verouderd vastgoed) is dit niet verwonderlijk. Het tekent overigens wel ook dat bedrijven met een ruimtevraagstuk op langere termijn dit nu nog niet kenbaar maken of hier op dit moment nog niet bij stil staan.

Niet alleen geven veel deelnemers uit ons onderzoek aan een ruimtevraagstuk te hebben en dit binnen korte tijd op te willen lossen, uitgedrukt in (verwachte) omvang van de nieuwe locatie en/of uitbreiding is dit ook aanzienlijk. Zo verwacht circa 50% van de ondervraagden met een ruimtevraagstuk meer dan 5 hectare nodig te hebben. Onderstaand figuur geeft een weergave van de kavelgrootte die men wil realiseren.

Figuur 7: Termijn van dynamiek

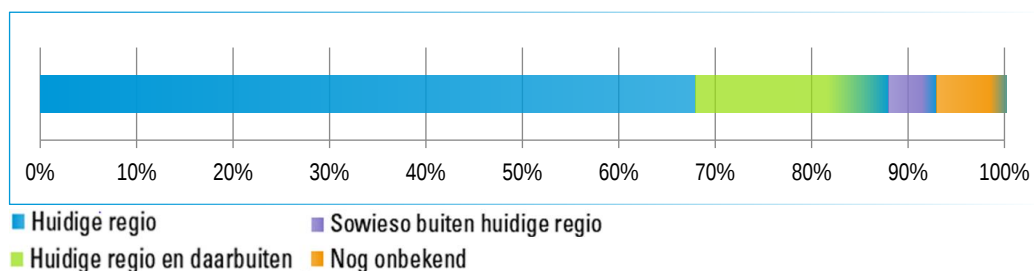
& Omvang ruimtevraag



Bedrijven voornamelijk lokaal verankerd

Deelnemers aan ons onderzoek met een ruimtevraagstuk, oriënteren zich voornamelijk op de huidige regio (circa 70%). Hierin constateren we dus geen verschil met de resultaten uit ons 2015 onderzoek. De meest gehoorde redenen hiervoor zijn als volgt: geworteld zijn in de regio (o.a. het personeelsbestand) of dat de huidige regio voldoet aan alle wensen (centraal gelegen, goed bereikbaar). Circa 30% van de bedrijven overweegt ook buiten de huidige regio een nieuwe locatie te zoeken. Redenen hiervoor zijn het bedienen van nieuwe klanten en het profiteren van (betere) (multimodale) ontsluiting van deze regio's.

Figuur 8: Regionale oriëntatie van bedrijven



2.2 Klassieke regiovoorkeuren blijven dominant

Midden & West-Brabant meest gekozen spontane voorkeursregio

We vroegen bedrijven naar hun spontane regiovoorkeuren. Hieruit blijkt dat veel bedrijven spontaan de regio Midden & West-Brabant als aantrekkelijke regio zien, gevolgd door Midden-Nederland (Utrecht, Tiel, Almere). Dit is ook niet onlogisch gelet op de samenstelling van de bedrijven in ons onderzoek. Ongeveer 40% van de bedrijven in ons onderzoek zijn nu gevestigd in deze regio's. Eerder constateerden we al dat bedrijven een sterke voorkeur geven aan de huidige regio als vestigingslocatie voor eventuele uitbreiding.

Bovendien speelt mee dat een groot deel van de deelnemers in ons onderzoek een nationale marktorientatie heeft. De as Tilburg – Almere is voor deze bedrijven een logische locatie.

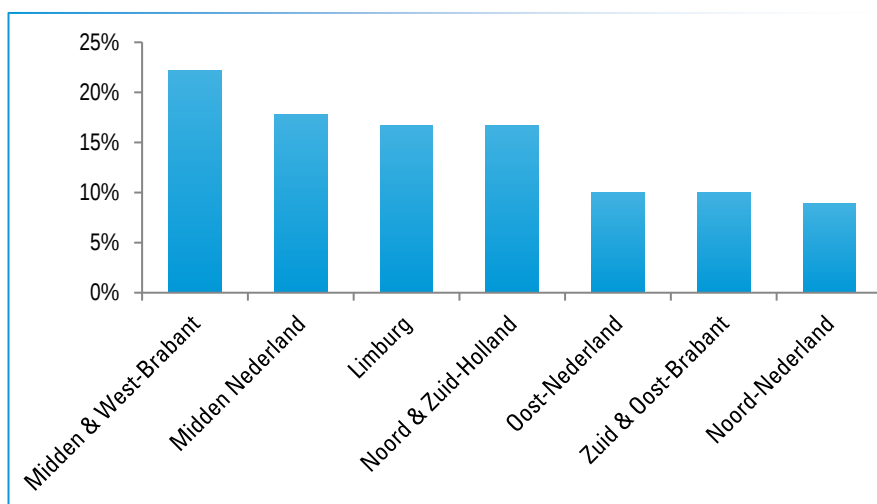
Noord-Brabant en Limburg staan nadrukkelijk op netvlies, ook West-Nederland logistieke hotspot

Sowieso zijn Noord-Brabant en Limburg de provincies met de meeste spontane regiovoorkeur. Ook dit is niet onlogisch, gelet op de sterke vertegenwoordiging van de logistieke sector alhier. Circa de helft van de spontane regiovoorkeur gaan naar deze twee provincies.

De Randstad (Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht) wordt door veel bedrijven gezien als een aantrekkelijke vestigingslocatie voor logistieke activiteiten. Het gaat met name om e-commerce/fulfilment, food en retail. Ruim 25% van de bedrijven in ons onderzoek ziet West-Nederland als logistieke hotspot voor zijn/haar bedrijf. Uiteraard speelt hier mee in welke regio een bedrijf momenteel gevestigd is en welke marktorientatie het bedrijf heeft.

De resultaten van de spontane regiovoorkeuren zijn weergegeven in onderstaand figuur.

Figuur 9: Spontane regiovoorkeuren van logistieke bedrijven (meerdere antwoorden mogelijk)



Ook interesse in plekken buiten de traditionele hotspots

We kunnen op basis van de resultaten in ons onderzoek een beeld geven van de interesse naar regio per sector. Wat opvalt is – zoals hiervoor besproken – dat de traditionele hotspots voor veel bedrijven interessant zijn voor vestiging. Over de gehele breedte bestaat er interesse, zowel vanuit de hoek van de logistiek dienstverleners, maar ook bij bedrijven in food, retail en e-fulfilment. Wat opvalt is dat de logistiek dienstverleners (met meerdere zoekvragen in de komende jaren) hoofdzakelijk op het zuiden van het land georiënteerd zijn. Echter, plekken aan de randen van de hotspots zijn hierbij ook vaak een aantrekkelijk alternatief. Denk bijvoorbeeld aan een locatie als Weert, maar ook Zwolle en Deventer.

In de Randstad, Midden-Nederland en Noordoost-Nederland zien we dat de gevestigde bedrijven met een huisvestingsvraagstuk overwegend in de eigen regio dit vraagstuk willen realiseren. Ze zijn tevreden over de bestaande kwaliteiten in de regio. Incidenteel zoeken bedrijven van buiten de regio in deze gebieden naar een nieuwe vestigingslocatie.

2.3 Personeel cruciaal voor logistiek succes

Arbeidskosten en beschikbaarheid van personeel zijn voor logistieke bedrijven 'top of mind'

We hebben de logistieke bedrijven gevraagd welke aspecten voor toekomstig logistiek succes cruciaal zijn.¹ Hieruit blijkt dat arbeidskosten en de beschikbaarheid van geschikt personeel van groot belang zijn voor logistiek succes. Overall geeft respectievelijk de helft en 40% van de bedrijven aan deze aspecten cruciaal te vinden voor logistiek succes.

Bedrijven in alle sectoren geven aan dat de arbeidskosten, maar ook de beschikbaarheid van geschikt personeel van groot belang zijn. De krapte op de logistieke arbeidsmarkt heeft de afgelopen jaren grote vormen aangenomen. Eind 2018 waren er verspreid over heel Nederland bijna 60.000 unieke vacatures voor logistiek medewerkers, en ruim 6.500 vacatures voor logistiek professionals.²

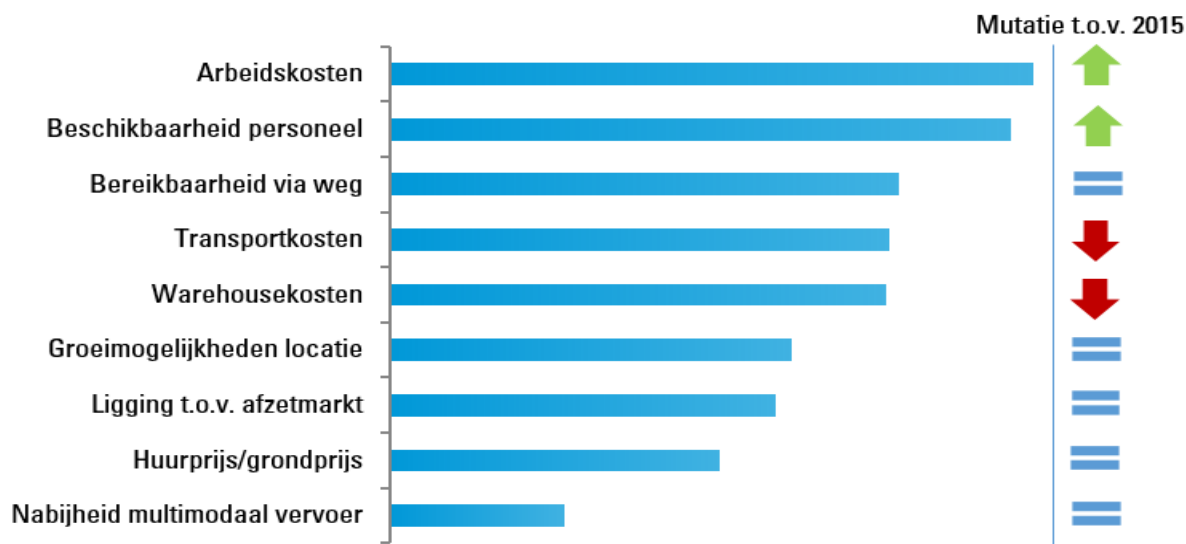
Logistieke factoren als bereikbaarheid en de kosten om producten van A naar B te krijgen blijft overigens onverminderd hoog scoren.

¹ Bedrijven konden per factor aangeven of zij deze 'onbelangrijk' (weging 0), 'belangrijk' (weging 2) of 'cruciaal' (weging 5) vonden.

² Bron: Tempo Team 2019

Deze resultaten zijn weergegeven in onderstaand figuur. Ook maken we een vergelijking met de resultaten uit het eerdere onderzoek (2015). We zien hierbij dat het relatieve belang van de factor 'arbeid' is toegenomen ten opzichte van eerder onderzoek.

Figuur 10: Ranking factoren voor logistiek succes



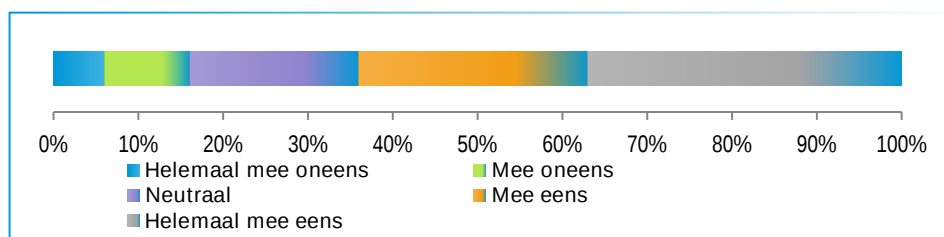
Personeel speelt nog grotere rol in regiokeuze

Het belang van (de beschikbaarheid van) personeel is ook zichtbaar in de voorkeursregio van bedrijven om zich te vestigen/uit te breiden. In 2015 gaf 55% van de bedrijven aan zich enkel op de huidige regio te oriënteren, in 2019 is dit percentage gestegen tot circa 70%. De bedrijven geven als reden voor deze lokale verankering vrijwel allemaal dat het huidig personeelsbestand bindend is voor hun keuze binnen de regio te blijven. Dit ligt in lijn met een recente studie van Prologis waarin is beschreven dat de krapte op de arbeidsmarkt leidt tot meer consolidaties als locatiestrategie.³ De transportkosten, die in 2015 nog als belangrijkste factor beoordeeld werd, is teruggezaakt naar de middenmoot. Personeelszaken zijn anno 2019 doorslaggevend geworden.

Verder opvallend aan de factor arbeid. In de resultaten vindt circa de helft van de bedrijven personeel (kosten en beschikbaarheid) cruciaal voor logistiek succes. Als we dieper op deze bedrijven inzoomen, dan blijkt dat bedrijven die aangeven de beschikbaarheid van personeel cruciaal te vinden, enigszins bereid zijn om hiervoor ook extra te betalen (hogere arbeidskosten accepteren). Er zijn namelijk relatief veel bedrijven die dan aangeven arbeidskosten minder cruciaal te vinden.

We hebben de logistieke bedrijven de stelling voorgelegd in hoeverre beschikbaarheid van personeel leidend is in de locatiekeuze. Het blijkt dat ruim 60% aangeeft dat deze beschikbaarheid leidend is bij de locatiekeuze. Opvallend zijn de logistiek dienstverleners. Bijna 90% van deze groep geeft aan dat de beschikbaarheid een leidend criterium is.

Figuur 11: Stelling: Beschikbaarheid personeel leidend in locatiekeuze



³ Prologis 2019; Top Solutions to Source, Train and Retain Labour in Logistics Facilities.

Ongeveer een derde van de bedrijven - met een vestiging in de top-3 hotspots - geeft aan dat de arbeidsmarkt buiten deze regio's mogelijk beter is/aansluit bij de behoefte van de bedrijven.

Multimodaliteit van belang voor specifieke bedrijven

Wat verder opvalt is het mindere belang van een multimodale ontsluiting voor het logistieke succes van de totale groep bedrijven. Juist bij de logistiek dienstverleners (en enkele verladers) wordt dit element vaker als cruciaal aangemerkt. De multimodale ontsluiting is daarmee een belangrijk criterium voor vestiging van deze bedrijven. Gelet op de fijnmazigheid van de beschikbare rail- en bargeterminals in Nederland is een terminal vaak niet ver weg van een vestigingslocatie. Bedrijven zien wel de voordelen van multimodaliteit, maar slechts enkele bedrijven hebben baat bij rechtstreekse aantakking op een terminal. Wat we wel steeds vaker zien is dat bij de ultieme locatiekeuze van logistieke bedrijven sterk meespeelt welke verbindingen er op een nabij gelegen terminal beschikbaar zijn en of de vestigingslocatie voorzien is van een multimodale ontsluiting.

2.4 Lokken van logistiek: wat zijn belangrijkste aspecten?

Diverse regio's en locaties in Nederland richten zich op logistiek. Hoe kunnen zij het verschil maken bij het aantrekken van logistiek? Waar moet men op inspelen? We vroegen in Logistiek in Beeld wat doorslaggevende aspecten kunnen zijn, waarin een regio voor hen het verschil kan maken in locatiekeuze.⁴ Ook maken we een vergelijking met de resultaten uit 2015. De categorie 'arbeidsmigrantenhuisvesting' en 'BREAAAM-advies' zijn nieuw in het onderzoek.

Figuur 12: Belangrijke aspecten bij locatiekeuzetraject (waarop ingespeeld kan worden)



⁴ Bedrijven konden per aspect aangeven of zij deze 'onbelangrijk' (weging 0), 'belangrijk' (weging 2) of 'cruciaal' (weging 5) vonden.

Beschikbaarheid XXL-kavels essentieel, gevolgd door data over arbeidsmarkt

De beschikbaarheid van voldoende XXL-kavels wordt als belangrijkste aspect gezien. Dit ligt in lijn met de recente ontwikkelingen, waar we een afname zien in direct beschikbaar XXL-kavels voor grootschalige logistiek. Het is daarom logisch dat deze uitkomst zichtbaar wordt. Omdat de beschikbaarheid van XXL kavels is afgenomen en omdat onduidelijkheid bestaat over de doorgang van enkele locaties (op korte termijn) is voor bedrijven daarnaast van belang om snel operationeel te (kunnen) zijn (binnen 8 maanden na ondertekening van contracten).

Ook data over de arbeidsmarkt (nu en in de toekomst) wordt door bedrijven aangegeven als essentiële informatie bij locatiekeuze. Dit laatste aspect wordt met name door de groep verladers, producenten en e-fulfilment aangegeven. Bij logistiek dienstverleners is dit aspect van minder belang. Mogelijke verklaring is dat logistiek dienstverleners al goed op de hoogte zijn van arbeidsmarktinformatie omdat zij in meerdere regio's gevestigd zijn.

Duidelijke verschillen zichtbaar tussen bedrijven

We zien duidelijke verschillen tussen de verschillende sectoren wat zij belangrijk vinden. De 'verladers' en 'logistiek dienstverleners' geven vaker aan de beschikbaarheid van XXL-kavels cruciaal te vinden dan bijvoorbeeld e-fulfilment, groothandel en food. Voornamelijk de logistiek dienstverleners kennen veel dynamiek, gecombineerd met een snelle en grote ruimtevraag. Deze bedrijven zoek vrijwel uitsluitend XXL-kavels in de logistieke hotspots. Als gevolg van het tekort overwegen zij nu ook locaties buiten de hotspots.

De belangrijkste verklaring hiervoor is het feit dat logistiek dienstverleners in de huidige markt zelden een 'dedicated' warehousefaciliteit bouwen en altijd meerdere klanten willen faciliteren in een nieuw warehouse. Om in deze 'campus'-gedachte te kunnen voorzien zijn grote locaties nodig en mogelijkheden om in de toekomst aaneengesloten verder te ontwikkelen. Juist op bestaande en beschikbare bedrijventerreinen blijkt dit moeilijk te realiseren. Opvallend is verder dat de logistiek dienstverleners nauwelijks waarde geven aan de grondprijs als onderscheidend aspect bij de locatiekeuze. Slechts een enkel bedrijf geeft aan dat dit belangrijk is bij de locatiekeuze. Alle andere bedrijven geven aan dat dit aspect onbelangrijk is.

RATIONALITEIT VS. BESCHIKBARE INFORMATIE

Circa 60% van de bedrijven in ons onderzoek geeft aan dat de te nemen huisvestingsbeslissing(en) rationeel tot stand komt. Dit betekent dat zij op basis van beschikbare feiten een keuze maakt. Als we vervolgens kijken naar de informatie die bedrijven tot zich nemen, blijkt dat slecht tweederde niet over alle beschikbare informatie beschikt bij de locatiekeuze. Ten opzichte van ons onderzoek in 2015 is de beschikbare informatie die bedrijven tot zich nemen licht toegenomen.

3 Visie Stec Groep op resultaten

De resultaten uit dit onderzoek Logistiek in Beeld, gecombineerd met onze bureauexpertise, leiden tot de volgende verwachtingen over de logistieke sector en adviezen om hierop in te spelen.

3.1 Verwachting Stec Groep over toekomstige dynamiek logistieke sector

1. Huidige volume van logistieke nieuwbouw op lange termijn niet realistisch

De opname van logistiek vastgoed is al enkele jaren zeer hoog met circa 2,5-3 miljoen vierkante meter per jaar. Op lange termijn verwachten we een normalisatie van deze opnamevolumes naar 1-1,5 miljoen vierkante meter per jaar. De resultaten uit dit onderzoek wijzen uit dat op korte termijn de dynamiek onder logistieke bedrijven nog hoog is. Over de hele breedte van de sector is dynamiek zichtbaar. Voor de langere termijn is het echter realistisch om te verwachten dat de opnamevolumes naar een normaal niveau terugzakken.

We geven hier een aantal redenen voor:

- a. De ombouw van een 'normale' operatie naar een e-commerce operatie heeft geleid tot een sterke groei in warehouse ruimte. Een webshop heeft veel meer artikelen in haar productassortiment. Die producten moeten opgeslagen worden. Bovendien kan een e-commerce operatie vaak niet samen met de retail/groothandels operatie. De orderafhandeling is vrijwel geheel anders en de fysieke afhandeling is gescheiden, in de meeste gevallen met één centrale voorraad. Omdat veel bedrijven de omslag gemaakt hebben zal de huidige groei afvlakken.
- b. Het productassortiment is bij huidige (e-)retailers massaal. De ontwikkeling die hier nog te verwachten is, is het personaliseren van het product. Dit zou kunnen inhouden dat het product niet meer op voorraad is, maar op bestelling gemaakt wordt. Dit kan leiden tot een daling van de voorraad. Bovendien: traditionele winkels hebben het moeilijk, veel winkelketens gaan failliet of reduceren het aantal winkels. Het volume dat naar winkels gaat daalt.
- c. In de huidige praktijk gaan artikelen vaak door twee magazijnen (van de merkleverancier en de webshop). Op het moment dat de volumes die de e-retailers kopen van merkleveranciers zo groot wordt dat het interessant wordt voor de merkleverancier om deze volumes rechtstreeks vanuit de fabriek naar het magazijn van de e-retailers te laten lopen ontstaat een efficiency.
- d. Het gemiddeld inkomen stijgt amper, vaste kosten nemen toe en de groei van de vrije bestedingsruimte blijft daardoor beperkt. Gecombineerd met een stijgend duurzaamheidsbewustzijn is groei van volume geen vanzelfsprekendheid meer. Economen verwachten dat de langjarige haalbare economische groei in de toekomst halveert.

ADVIES: VOORKOM OVERAANBOD DOOR REGIE EN AFSTEMMING IN DE LOGISTIEKE CORRIDOR. ER MOETEN OP KORTE TERMIJN XXL-LOCATIES BIJ, MAAR ONTWIKKEL DAARNAAST EEN ADAPTIEF SYSTEEM WAARBIJ DE EINDGEBRUIKER CENTRAAL STAAT EN OOK HERONTWIKKELING VAN BESTAANDE PLEKKEN VAN DE GROND KOMT. KORTOM; MEER REGIE IS WENSELIJK.

2. Logistiek dienstverleners sterkste groeiers

Uit de resultaten van ons onderzoek blijkt dat (nog steeds) veel logistiek dienstverleners zich oriënteren op nieuwe locaties (vanwege groei, uitbreiding of consolidatie). Een aantal grote spelers is vrijwel continue op zoek naar nieuwe locaties voor activiteiten. Het gaat om een nieuwe huisvestingsbeslissing per (twee) jaar. Ook oriënteren enkele grotere partijen zich op consolidatie (vernieuwing) van bestaande vastgoedportefeuilles.

Het is niet vreemd dat de LDV's een grote dynamiek hebben. De portefeuille is door het aflopen van contracten, het deelnemen aan tenders en het winnen van tenders telkens aan verandering onderhevig. Op het moment dat een LDV een contract verliest ontstaat altijd de vraag of de betreffende vestiging open blijft, samengevoegd wordt met een andere vestiging, et cetera. Indien de tender gegund wordt is een snelle implementatie vereist, immers de betreffende klant zal maximaal 1-1,5 jaar later met de operatie willen starten. Men moet dus snel kunnen bouwen. Hiervoor is goede en bruikbare informatie essentieel.

ADVIES: ZORG DAT U OP HET NETVLIES STAAT BIJ LOGISTIEK DIENSTVERLENERS. INVESTEER VEEL TIJD EN ENERGIE IN EEN STERKE PROPOSITIE EN DATA OVER UW REGIO/LOCATIE.

3. Omvang locatiedynamiek: zowel klein- als grootschalig

In hoeverre is de huidige trend van XXL-warehouses robuust? We verwachten dat de vraag naar grootschalige kavels de komende jaren onverminderd hoog blijft. Met name voor de logistiek dienstverleners is het interessant grote campuslocaties op te zetten. Zo zetten bedrijven als DHL Supply Chain, DSV, GEODIS en XPO het liefst twee of drie sites op in de directe nabijheid van elkaar (elk bijvoorbeeld 40.000 m²), om zodoende flexibel te zijn als een klantencontract afloopt. Op dergelijke locaties worden diverse klanten gebundeld (ook wel public warehousing). In een campus van bijvoorbeeld 100.000 m² is het verlies van een klant die bijvoorbeeld 10.000 m² in beslag neemt veel gemakkelijker op te vangen dan in een magazijn van 20.000 m². Door de flexibele personeelsschil zijn dan afvloeiingskosten te vermijden. Hiermee is het voor de logistiek dienstverlener makkelijker om een efficiënte bedrijfsvoering te onderhouden en leidt het vertrek van één klant niet direct tot problemen.

De markt voor kleinere distributiecentra groeit daarnaast ook. We zien namelijk een trend naar *same day delivery*. De klant wil binnen 2-4 uur of in ieder geval de dag van bestelling zijn of haar bestelling thuis bezorgd krijgen. Hierdoor is het noodzakelijk om voorraden dichtbij de klant te hebben liggen en nabij stedelijke concentraties kleinere magazijnen te openen. We zien dit met name in de food (bijvoorbeeld Picnic), e-commerce (bv. Bol.com, Coolblue en in het buitenland Amazon en Zalando), bouw (bv. bouw hubs) en automotive (auto-onderdelen). Ook zien we nieuwe logistieke dienstverleners op de markt toetreden die stadsdistributie aanbieden (bijvoorbeeld CityHub en Hubble Distributie) en daarvoor kleinere magazijnen aan de rand van de stad / binnenstad willen hebben. Deze magazijnen zijn veel kleiner en variëren van 2.000 – 8.000 m² bvo.

Tabel 1: Verwachting Stec Groep ten aanzien van ontwikkeling DC's naar omvang

Omvang kavel	Verwachting ten aanzien van dynamiek	Motivatie
< 3 hectare		We verwachten een stijging in de dynamiek van kleinere logistieke locaties (tot 3 hectare), met name ten behoeve van stadsdistributie (<i>last mile</i>) omdat steeds meer bedrijven dichtbij de klant willen zitten om levering op de dag van bestelling mogelijk te maken.
3 – 8 hectare		Concentratie van meerdere klanten op enkele strategische locaties leidt tot schaalvergroting in de logistiek. Dominant is echter het XXL-segment
> 8 hectare		Op korte termijn voorzien we hier nog groei. De B2C-markt ontwikkelt zich nog en een paar grote spelers uit het buitenland zullen naar verwachting nog wel naar Nederland komen. We verwachten ook dat de grote LDV's zich meer op een campus-model gaan richten. Concentratie van meerdere klanten op enkele strategische locaties leidt tot schaalvergroting in de logistiek.

ADVIES: BEPAAL EEN (REGIONALE) PROPOSITIE EN KANSRIJKE MARKTSEGMENTEN. LEG AAN BESTUUR UIT WELKE TOEGEVOEGDE WAARDE LOGISTIEKE ACTIVITEITEN HEBBEN (ZOWEL IN TERMEN VAN WERKGELEGENHEID, ALS ENABLER VOOR ANDERE SECTOREN EN ALS VLEGWIEL VOOR TRANSITIE NAAR CIRCULAIRE ECONOMIE).

4. Brede groei in diverse segmenten en sectoren

E-commerce is een van de belangrijkste drivers voor de groei van de logistieke (vastgoed)markt. Onze verwachting is dat de komende vijf jaar e-commerce het meest dominante marktsegment blijft in de logistieke vastgoedmarkt. Zowel retailers (H&M, Michael Kors, MediaMarkt) als platforms (Bol.com, Coolblue, Zalando) bouwen grote nieuwe e-fulfilment centra (of breiden deze uit). Daarnaast zien we vanuit diverse redenen (groei, consolidatie, vernieuwing) dat ook andere segmenten de komende jaren ruimte blijven vragen. We denken onder andere aan food (zowel B2B als B2C) en *Fast Moving Consumer Goods*. Mocht het tot een harde Brexit komen, dan verwachten we dat bedrijven alsnog vestigingen op het vaste land gaan openen. Dan heeft Nederland en dan met name het Oosten van Nederland daar baat bij, omdat het centre of gravity zonder Verenigd Koninkrijk volume meer oostwaarts komt te liggen.

Tabel 2: Verwachting Stec Groep ten aanzien van ontwikkeling DC's naar segment

Segment	Verwachting ten aanzien van dynamiek	Motivatie
Food/Retail		Minimaal gelijk blijvende dynamiek, maar waarschijnlijk lichte plus door groei e-commerce bij supermarkten, producenten en gespecialiseerde vervoerders.
Non-food / Retail		Blijvende dynamiek, waarschijnlijk geen groei. E-commerce en internationalisering zorgen voor beperkte groei (overlap).
E-commerce		Groei van online betekent andere inrichting van warehouses en daardoor ook meer dynamiek (mogelijk ook dichterbij afzetmarkt). We verwachten dat grote E-commerce spelers zoals Zalando en Amazon één of meer magazijnen in Nederland gaan openen.
Medtech/pharma		Booming sector waar veel dynamiek verwacht wordt. Zoekt met name in Noordwest-Europa. De Brexit zal met name in dit segment mogelijkheden bieden.
Postal/Parcel		Door de opkomst van e-commerce zoeken express- en parcediensten kleinere locaties op plekken nabij het afzetgebied. Zij bouwen wel steeds grotere sorteerlocaties, zoals DHL (Zaltbommel) en DPD (Oirschot) laten zien met locaties waar 50.000 dozen per uur gesorteerd kunnen worden.

ADVIES: VERKEN WELKE LOGISTIEKE SECTOREN EN SEGMENTEN PASSEN BIJ UW REGIONALE PROPOSITIE. BEDRIJVEN ZIJN HONKVAST DUS SPEUR GROEIPLANNEN BIJ BESTAANDE BEDRIJVEN OP. VOOR BEDRIJVEN VAN BUITEN; OVERTUIG MET DATA OVER UW VESTIGINGSKLIMAAT.

5. Marktoriëntatie blijft cruciaal bij locatie- en regiovoorkeuren

We zien dat bedrijven zich niet meer alleen op de traditionele knooppunten focussen, maar dat ze feitelijk vestigen in de hele corridor. Dit hangt enerzijds samen met het niet beschikbaar zijn van voldoende aanbod van XXL kavels in de traditionele knooppunten, maar ook met het zoeken naar spreiding om knelpunten in de arbeidsmarkt zoveel mogelijk te vermijden. Dit onderzoek bevestigt dat bedrijven inmiddels zeer sterk kijken naar de beschikbaarheid van personeel bij hun locatiekeuze. EDC operaties blijven primair zich richten op de Zuidoost-corridor, NDC operaties blijven zich primair vestigen in het hart van Nederland. Toch zien we door de toenemende invloed van B2C en same day levering een neiging dichterbij de bevolkingsconcentraties te kruipen. Voordeel van deze trend is dat daar niet alleen de consumenten zitten, maar ook de potentiële medewerkers gevonden kunnen worden.

Tabel 3: Verwachting Stec Groep ten aanzien van ontwikkeling DC's naar marktorientatie

Type markt-oriëntatie	Verwachting ten aanzien van dynamiek	Motivatie
RDC (regionaal)		We verwachten een blijvende concentratie van regionale distributieactiviteiten. Mede als gevolg van een toenemende zoektocht naar <i>last-mile</i> oplossingen is er in de nabijheid van bevolkingsconcentraties de komende periode een toenemend aantal transactie.
NDC (nationaal)		We verwachten dat de concentratie en opschaling van nationale/Benelux distributieactiviteiten zich doorzet.
EDC (Europees)		We verwachten dat de groei in het EDC segment zich stabiliseert. De enige reden dat hier op korte termijn nog groei mogelijk is is de Brexit, maar dit is afhankelijk van het type Brexit. Indien er toch een harde Brexit komt, verwachten wij dat EDC locaties meer richting de oostgrens van Nederland trekken of zelfs in Duitsland komen te liggen door het wegvallen van het VK volume in de zwaartepuntanalyses. De concurrentie met locaties in het buitenland blijft sterk aanwezig (en voor sommige typen EDC's is een locatie buiten Nederland aantrekkelijker). Vernieuwing, schaalvergroting en herinvestering op strategische locaties zorgen voor veel dynamiek met kansen voor Nederland. Ook het mogelijk stijgende kostenniveau van Duitsland kan leiden tot meer vestiging in Nederland.

ADVIES: BEPAAL UW PROPOSITIE EN KANSRIJKE MARKTSEGMENTEN. VERTAAL DEZE ANALYSE NAAR UW LOCATIES IN ZOWEL GREEN- ALS BROWNFIELDS.

3.2 Verwachting Stec Groep over belang arbeidsmarkt bij locatiekeuze

1. Dominantere positie arbeidsmarkt in locatiekeuze komt tot uitdrukking

Bedrijven ervaren knelpunten bij het realiseren van groei en dynamiek. Naast het afnemend aanbod op echt goede logistieke toplocaties, is het hebben en vinden van voldoende en goed personeel een belemmering. Vergrijzing en krimp van de beroepsbevolking, de steeds hogere eisen aan het opleidingsniveau van logistieke arbeidskrachten en bovenal ook het matige imago van de logistiek onder scholieren (niet 'sexy'), zijn hier oorzaken van.

Toch is het strategisch belang van de factor arbeidsmarkt bij de locatiekeuze van logistieke bedrijven nog onderbelicht. Vaak heeft arbeidsmarkt een ondergeschikte rol tegenover factoren als ligging ('centre of gravity'), bereikbaarheid, logistieke faciliteiten en beschikbare ruimte. Op één of andere manier lukt het meestal ook nog wel om voldoende geschikt personeel uit de vijver te vissen, maar onderliggend zijn er steeds meer signalen dat arbeidsmarkt een knelpunt vormt en de logistiek onder druk zet. De 'war for talent' groeit en arbeidsmarkt wordt steeds belangrijker voor het maken van een duurzame locatiekeuze.

Arbeidsmigranten zijn de redding voor de bel, maar deze 'gemakkelijke' oplossing wordt naar de toekomst toe ook steeds moeilijker omdat ook hier krapte ontstaat en draagt zeker niet bij aan het draagvlak voor de logistiek in de regio. We hoeven hier maar te verwijzen naar de kritiek op de 'verdozing' van Nederland in combinatie met de geringe bijdrage aan de lokale economie juist door de inzet van arbeidsmigranten.

Het is dan ook essentieel om hier als logistieke bedrijven en regio's meer grip op te krijgen. Te meer ook gelet op de verwachte groei, de vergrijzing van personeel en de (te) beperkte instroom van nieuw personeel. In feite betekent dit ook dat meer gevoel en kennis op de logistiek medewerker van de toekomst nodig is.

ADVIES: ONTWIKKEL SAMEN MET BEDRIJFSLEVEN MEER KENNIS OVER ARBEIDSPROFIELEN IN DE DC'S VAN DE TOEKOMST. KOPPEL DE VERWACHTINGEN AAN UW INSPANNINGEN TEN AANZIEN VAN DE LOGISTIEKE ARBEIDSMARKT.

2. Systematische en fundamentele beoordeling van arbeidsmarkt wordt belangrijker

We pleiten voor een strategischer en op (betere) feiten gebaseerde analyse van de (nationale en regionale) arbeidsmarktverschillen bij een locatiekeuze/-afweging. Nog te vaak blijft arbeidsmarkt (in kwantiteit en kwaliteit, maar ook naar de toekomst) onderbelicht. Vandaar dat we een beoordelingsmatrix hebben ontwikkeld om te komen tot een (betere) beoordeling van locaties en regio's. De exacte locatie van het DC speelt hierbij een belangrijke rol; de ligging, (natuurlijke) barrières, ontsluiting op microniveau, etc. spelen nadrukkelijk mee. Gegevens op regionaal niveau zijn vaak onbetrouwbaar voor de lokale situatie (die kan immers sterk afwijken) en we pleiten dan ook voor meer data-analyses. Uit eigen ervaring weten we dat een locatie in het oosten of westen van een stad een wezenlijk verschil kan uitmaken voor de hoeveelheid personeel die aangeboord kan worden voor (korte) diensten.

Met het oog op de kritiek op het huisvesten van arbeidsmigranten en het opofferen van mooi Nederlands (polder)landschap aan de XXL-logistiek is het raadzaam met de sector meer in te zetten op lokaal personeel. Actief beleid en inspanningen van werkgevers om stille reserves, statushouders, WIA/Wajong uitkeringsgerechtigden etc. te activeren helpt om draagvlak te creëren. Men draagt bij aan de lokale toegevoegde waarde.

We beseffen dat feiten en informatie (nu) niet altijd voorhanden is. Enerzijds dagen we daarom bedrijven uit om veel systematischer en fundamenteeler de arbeidsmarkt bij hun locatiebeoordeling mee te nemen. Anderzijds is het de taak aan de overheid om de feiten te presenteren (informatie, bewijs) zodat bedrijven een weloverwogen keuze kunnen maken.

Figuur 13: Beoordelingsmatrix arbeidsmarkt bij locatiekeuze



3.3 Verwachting Stec Groep over rol logistiek in transitie naar circulaire economie

1. Nieuwe volumestromen bieden kansen voor logistieke sector

Het doel in 2050 een volledig circulaire economie te realiseren is een enorme opgave. Er zullen grote volumestromen en nieuwe verwerkende industrieën en businessmodellen ontstaan. Consolidaties van (sommige) volumes zijn hierin noodzakelijk. Een nieuw ecosysteem van verwerkende industrie kan hierdoor ontstaan.

De circulaire economie is een enorme kans voor de logistieke sector, omdat de nieuwe volumestromen op een efficiënte manier vervoerd moeten worden en mogelijk ook activiteiten binnen warehouses

verschuiven en veranderen. Denk onder andere aan retourstromen, (eerste) demontage en/of verwerking van materialen en refurbishing.

Logistiek is dus cruciaal voor het sluiten van circulaire ketens. Om logistiek zo slim en duurzaam mogelijk te organiseren, worden ligging en bereikbaarheid van bedrijventerreinen nog belangrijker dan het nu is. De vraag naar locaties met een centrale positie in de circulaire waardeketen en dicht bij de stad is groot. Door gezamenlijk met ondernemers logistieke bewegingen van en naar dit soort centrale punten te organiseren is het mogelijk efficiënt lading te bundelen. Wij denken dat logistiek en de nieuwe circulaire (verwerkende) industrie elkaar fysiek gaan opzoeken.

ADVIES: ONTWIKKEL EEN VISIE OP RUIMTELIJK-ECONOMISCHE VERTALING VAN DE CIRCULAIRE ECONOMIE IN UW REGIO EN DE ROL VAN HET LOGISTIEK INDUSTRIEEL COMPLEX HIERBINNEN.

2. Belang multimodaliteit groeit, speel hierop in door regie op de knooppunten

(Nieuwe) goederenstromen moeten duurzaam/energieneutraal uitgevoerd worden. Bereikbaarheid over de weg blijft voor logistiek een essentieel locatiecriterium, maar het belang van multi- en synchromodale (barge, rail en bus) oplossingen zal verder toenemen denken wij. Met name vervoer over water naar een centraal verzamel- en/of verwerkingspunt is vaak een reëel alternatief, bijvoorbeeld voor kunststoffen (recycling van plastics, waste-to-plastic-productie), agrifood (biovergisting en –raffinage, waste-to-chemical-productie), consumptiegoederen (kartons, luiers, plastic verpakkingen, autobanden, et cetera) en bouwlogistiek en stadsdistributie ('last mile') bestaan innovatieve mogelijkheden over het water.

Ook ontstaat in onze optiek een ander distributienetwerk omdat hergebruik van materialen en recycling leiden tot een stroom van consument/bedrijf naar de logistiek/verwerkende industrie. Denk aan kleding, elektronica en huishoudelijke artikelen. In een 'lease-economie' worden deze goederen juist hergebruikt of uit elkaar gehaald voor nieuwe toepassingen.

Door de verwerkende industrie op (multimodale) knooppunten te integreren, worden lege kilometers benut. Bovendien wordt door volume-consolidatie op de knooppunten gebruik van spoor en binnenvaart haalbaar en versterkt het de economische structuur van de knooppunten. In zowel ruimtelijke als planologische zin is meer aandacht voor een dergelijke clustering wenselijk. Immers, vaak ontbreekt het aan ruimte nabij water en/of is er te beperkte milieuruimte voor het ontplooiën van recycling-activiteiten.

ADVIES: RESERVEER RUIMTE OP (MULTIMODALE) KNOOPPUNT VOOR (LOGISTIEKE) ACTIVITEITEN DIE BIJDRAGEN AAN HET ONTSTAAN VAN EEN CIRCULAIRE ECONOMIE.

3. Inzicht in ketens en supply chains wenselijk

Het is van belang de nieuwe supply chains die gaan ontstaan in beeld te brengen. Hoe ziet de business case eruit, welke mate van volumebundeling is noodzakelijk, wat zijn de juiste locaties voor het nieuwe ecosysteem, welke kansen ontstaan daardoor voor de regio?

De supply chain zal per materiaalsoort anders zijn. Een biobased supply chain zal enorme volumes met zich meebrengen, een verwerkingslocatie moeten hebben die aan het water ligt, ver van de bewoonde wereld (in verband met geuroverlast) en draagt in belangrijke mate bij aan het in stand kunnen houden van het belang van de agrarische sector in Nederland omdat overtollige fosfaten en stikstoffen aan de Nederlandse bodem onttrokken en geëxporteerd kunnen worden. Daarmee ontstaat een win-win-win situatie. Voor de metaalindustrie, de kledingindustrie, et cetera zal de keten er geheel anders uitzien. Uitdaging is om de rol van de logistiek in de circulaire economie meer uit te kristalliseren en hier gericht op te handelen en acteren.

ADVIES: MAAK DOMINANTE LOKALE/REGIONALE KETENS EN SUPPLY CHAINS INZICHTELIJK. DIT DRAAGT BIJ AAN HET OP WAARDE SCHATTEN VAN LOGISTIEK IN EEN CIRCULAIRE ECONOMIE EN DAAGT BOVENDIEN UIT TOT HET GENEREREN VAN NIEUWE BUSINESSCASES.

4 Visie op regio- en locatiekeuze

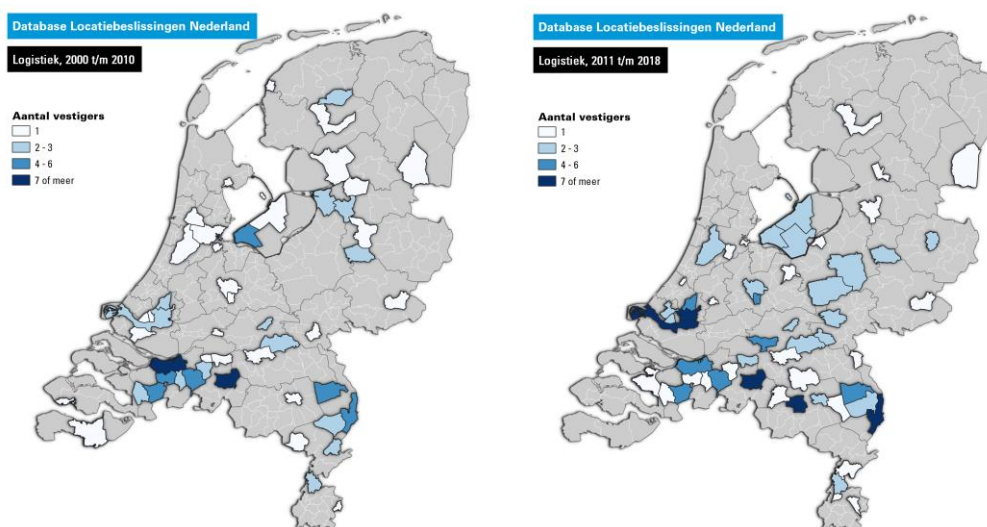
4.1 Regiovoorkeuren afhankelijk van type business en marktoriëntatie nieuwe vestiging

Nederland heeft door haar ligging in Europa een natuurlijk voordeel. Het ligt op een ontkoppelpunt in de logistieke keten te midden van heel veel consumenten. Volgens onderzoek van Prologis (2017) is Nederland het meest gewilde land in Europa als het gaat om logistiek. De ligging van Nederland in het 'hart' van de Europese koopkracht, maar ook de mainports Rotterdam en Schiphol en de aanwezig logistieke kennis en kunde zijn belangrijke dragers voor deze sterke uitgangssituatie.

Nationaal perspectief: Zuid-Nederland dominant in locatiekeuze

Binnen Nederland zien we een dominantie van logistieke locatiedynamiek in Zuid-Nederland. Op basis van langjarig onderzoek van Stec Groep is in onderstaande figuur een beeld geschetst van de bovenregionale vestigingsdynamiek in Nederland in de logistiek.

Figuur 14: Bovenregionale locatiedynamiek logistieke sector (2000-2018)



Bron: Stec Groep 2019

Wat opvalt is dat de locatiedynamiek na 2010 veel meer verspreid heeft plaatsgevonden. Logistieke hotspots als Moerdijk, Breda, Roosendaal, Tilburg, Waalwijk, Venlo en Venray blijven weliswaar dominant, maar ook andere regio's en plekken pikken een graantje mee van de dynamiek in de logistieke sector. We zien onder andere plekken als Eindhoven, Tiel/Zaltbommel, omgeving Nijmegen, Deventer/Apeldoorn/Zwolle en Lansingerland als nieuwkomers verschijnen.

Marktoriëntatie van distributiecentrum sterk bepalend voor locatie- en regiovoorkeur

Binnen Nederland is een duidelijk beeld te herkennen in de regiovoorkeuren van logistieke bedrijven met een bepaalde marktoriëntatie. Deze oriëntatie heeft weer van doen met de functie van een distributiecentrum. Waar moeten de opgeslagen spullen naar toe? In de basis gaat het om een regionale, nationale (Benelux) of (Noordwest-) Europese oriëntatie. Afhankelijk van de logistieke keten zijn locaties en

regio's meer of minder aantrekkelijk voor bedrijven. Onderstaand een (niet uitputtend) beeld met vestigingen / distributiecentra in Nederland uitgesplitst naar welk gebied het magazijn beleevert.

	Regionaal georiënteerd DC	Nationaal georiënteerd DC	Europees georiënteerd DC
Ruimtelijke spreiding			
Toelichting	De logistieke bedrijven, verladers en winkelketens die niet heel Nederland vanuit één magazijn kunnen beleveren, hebben meerdere locaties, die een deel van Nederland beleveren. Het betreft hoofdzakelijk supermarkten, groothandels en pakketdienstverleners zoals Post NL, DHL en DPD.	In de as Tilburg-Almere is het gros van de logistieke bedrijven met een nationale marktorientatie gevestigd. Het betreft hoofdzakelijk retailers, food, supermarkten. De randen van Nederland (zuidoosten, noorden) zijn eigenlijk niet geschikt voor nationale distributie. Toch komt het voor dat een nationaal magazijn toch aan de randen van Nederland ligt, vaak vanwege een historische binding of omdat er een relatie is met een productielocatie.	Veel goederen bestemd voor Europa komen binnen via Rotterdam. Nederland heeft zich na het wegvallen van de binnengrenzen ontwikkeld als een sterke vestigingslocatie voor logistiek om grote delen van Europa te beleveren. Gelet op de relatief kleine thuismarkt en de ligging nabij het hart van de Europese koopkracht is ligt het zwaartepunt van deze logistiek in Zuid-Nederland. Met name de grensstreek (bv. West-Brabant, Midden-Brabant, Twente, Noord-Limburg en Zuid-Limburg) zijn aantrekkelijk voor dergelijke vestigingen. Ook rond Schiphol en Rotterdam zijn vestigingen van Europese distributiecentra gevestigd.

Hét centre of gravity bestaat niet!

Uit de analyses en het onderzoek blijkt dat hét centre of gravity niet bestaat. Het aanwijzen van één logistieke hotspot in Nederland voor alle typen logistiek is daarom onmogelijk. Afhankelijk van de type business, leveranciers en klanten zal een regiovoorkeur ontstaan. Door beschikbaarheid (XXL) kavels en personeel zien we dat ook 'randen' van het verzorgingsgebied opgezocht worden door logistieke bedrijven.

4.2 Aanbevelingen voor een strategische regio- en locatiekeuze

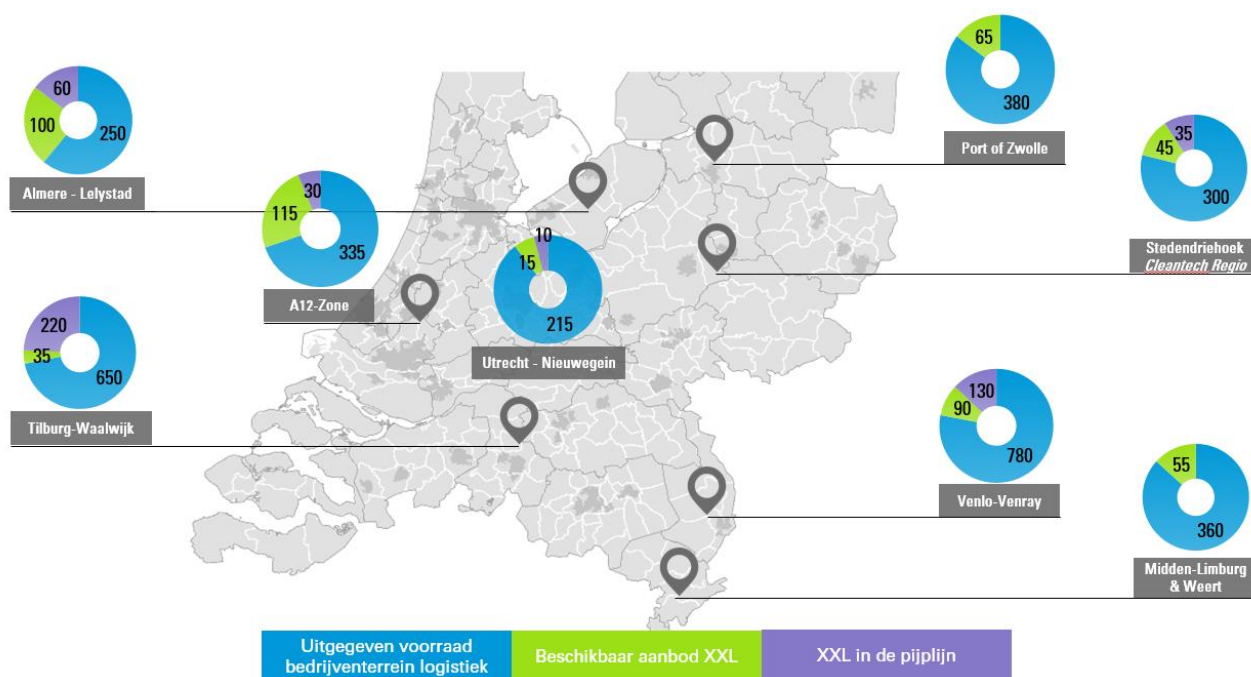
Voor welke locatie moet een logistiek bedrijf kiezen? En hoe zorgt u ervoor dat uw locatiekeuze ook op lange termijn een goede investering blijkt? Hieronder leest u enkele tips van Stec Groep voor het locatiekeuzetraject gebaseerd op dit onderzoek en onze adviespraktijk.

1. Beschikbaarheid XXL-locaties neemt af: *market intelligence* nodig

Als gevolg van de grote vraag naar XXL-kavels, zien we dat de beschikbaarheid van deze kavels aan het afnemen is. Wel zijn er in diverse logistieke regio's plannen om nieuwe locaties te ontwikkelen. Echter de doorlooptijd van planologische procedures is vaak lang. Onderstaand figuur geeft een beeld van de actuele beschikbaarheid in enkele logistieke regio's in Nederland. Op veel kavels ligt bovendien al een reservering of worden al gesprekken gevoerd met potentiële klanten. Diverse marktpartijen hebben op (top)locaties strategische posities verworven.

Het is dus zaak om goed op de hoogte te zijn en blijven van de beschikbaarheid van grote(re) kavels.

Figuur 15: Verhouding tussen huidig aanbod, pijplijn toekomstig aanbod en bestaande voorraad (in hectare bedrijfskavel)



Bron: Stec Groep 2019, op basis van lokale informatiebronnen

ADVIES: BLIJF VIA MARKTONDERZOEK OP DE HOOGTE VAN KANSRIJKE INVESTERINGSPLEKKEN. AD HOC (INVESTERINGS)BESLISSINGEN ZIJN RISICOVOL IN EEN SCHAARSE MARKT.

2. Benader arbeidsmarkt en personeel meer strategisch bij locatiekeuze

Bij strategische beslissingen wordt vaak voorkeur gegeven aan de klantwens. Een van de redenen hiervoor is dat bedrijven er over het algemeen nog steeds in slagen om voldoende personeel te werven; het gaat zelden mis. Deels wordt het ‘probleem’ ook verplaatst naar wervingsbureaus die de opdracht krijgen om het warehouse te bemensen. Toch lijkt hier een kentering in plaats te vinden. Uit dit onderzoek en eerder aangehaald onderzoek van Prologis (2019) blijkt dat (logistiek) bedrijven steeds meer oog hebben voor arbeidsmarkt als aspect bij de locatiekeuzestrategie.

Naast de aanbevelingen in hoofdstuk 3.2 geven we hieronder een aantal maatregelen die op korte en lange termijn kunnen bijdragen aan het hebben en houden van voldoende personeel.

HOE KUNNEN LOGISTIEKE BEDRIJVEN INSPELEN OP ARBEIDSMARKTVRAAGSTUK?

Maatregelen korte termijn	Maatregelen lange termijn
• Verhogen lonen logistiek medewerkers • Opzetten van eigen afroep pools is de beste manier om flexibel te zijn (ervaren krachten uit de omgeving die flexibel werken) • Stille reserves activeren / daarvoor benutten levert ook de hoogste toegevoegde waarde voor de regio • Arbeidsmigranten faciliteren en hierin ook een ‘eigen’ verantwoordelijkheid nemen • Mobiliteit verbeteren (transport naar locatie) en voor pieken ook deels reistijd vergoeden • Flexibele arbeidstijden toestaan • Uitwisselen van medewerkers tussen bedrijven onderling • Tijd-voor-tijd modellen optimaliseren	• Werk maken van employer branding • Aantrekkelijkheid werken in de logistiek verhogen, met name door meer uitzicht op een vaste aanstelling te bieden • Afwisseling in werk en carrière perspectief positioneren • Arbeidsmigrantenhuisvesting is een middel om je concurrerend te positioneren (krapte ontstaat in toekomst ook bij de arbeidsmigranten) • Actief statushouders scholen en integreren • Van ploegendiensten naar werken wanneer je kunt / wilt • Een gezamenlijke arbeidspool opzetten • Flexibiliteit eigen personeel verhogen door nieuwe afspraken met OR

3. Ontwikkel strategie op herontwikkeling van bestaande bedrijfskavels

De sterke groei aan logistiek vastgoed en gebouwen heeft zijn weerslag op de beschikbaarheid van locaties. De beschikbare kavels voor XXL-logistiek zijn in de afgelopen jaren sterk teruggelopen. Wij verwachten meer kritiek op greenfieldontwikkelingen. Op hetzelfde moment zijn er veel bedrijventerreinen in Nederland die vol staan met de vorige logistieke standaard – hallen met een vrije hoogte van 5,5 meter. In deze hallen zitten inmiddels afhankelijk van locatie inferieure activiteiten die langzaam leiden tot verloedering van de betreffende plekken. Als gevolg van deze ontwikkeling zijn er meerdere ontwikkelingen op *brownfields* (herontwikkeling van bestaande bedrijfskavels).

Een impressie hiervan:

Etten-Leur - SugarFields (voormalige fabriek Spijker)	Venlo – Heylen/Broekman Logistics (voormalig terrein van DSM)	Eindhoven – Rhenus Logistics (voormalige locatie Beton Son)
<i>Oude situatie</i>	<i>Oude situatie</i>	<i>Oude situatie</i>
		
<i>Nieuwe situatie</i>	<i>Nieuwe situatie</i>	<i>Nieuwe situatie</i>
		

Meer zicht en grip op kansrijke plekken is wenselijk voor een gedegen locatiestrategie. Waar in de bestaande portefeuille liggen kansen voor herontwikkeling (op termijn)? Of is herontwikkeling interessant (mede gelet op de schaarste aan XXL-greenfields)?

Herontwikkeling wordt op dit moment bemoeilijkt door de investeringskosten, versnipperde grondposities en onbekendheid ten aanzien van dergelijke plekken. Toch investeren enkele marktpartijen nu volop in het zoeken naar mogelijkheden binnen de bestaande vastgoedvoorraad. Met name in de top-3 hotspots, maar ook in stedelijke gebieden in de Randstad (Utrecht, Amsterdam, Den Haag) is er behoefte aan dergelijke sites.

ADVIES: OVERWEEG HERONTWIKKELING VAN VEROUDERDE LOCATIES, BIJVOORBEELD DICHT BIJ WATER OF IN DE DIRECTE NABIJHEID VAN VEEL CONSUMENTEN. MOGELIJK ZIJN DEZE LOCATIES IETS DUURDER IN DE ONTWIKKELFASE, MAAR AANTREKKELIJKER TIJDENS DE EXPLOITATIE.

4. Ontwikkel een strategie op uw locatie- en vastgoedportefeuille

In het verlengde van voorgaande. Meer grip op prestaties binnen de bestaande vastgoedportefeuille en kansen voor strategische toevoeging, maar ook herontwikkeling is van belang voor een optimaal rendement en het bedrijfseconomisch resultaat. Logistiek dienstverleners moeten vaak in hele korte tijd op een tender reageren. Het niet inzichtelijk hebben van welke locatie(s) beschikbaar zijn leidt tot risico-opslag. Ook blijkt heel vaak dat investeerders en/of projectontwikkelaars al hun handen op te ontwikkelen terreinen hebben liggen. Hierdoor zijn de opties voor zelf te ontwikkelen gering. Ook zoeken bedrijven vaker (dan voorheen) ook buiten de 'bekende' regio's.

Goed inzicht in de bestaande en potentieel nieuwe locaties wordt van strategisch belang voor logistiek. Bovendien zien we dat partijen graag in eigen beheer strategische locaties voor nieuwbouw zelf realiseren. Hiermee is momenteel veel geld te verdienen. Hiervoor is een meer proactieve houding ten aanzien van grondposities nodig. Een hele expliciete locatiestrategie is daarvoor een vereiste, alsook een

faseringsmodel voor de schaal van de gewenste locaties. Bovendien kan het actief vrijspelen van een sterke herontwikkellocatie op langere termijn veel geld opleveren.

Van belang om te inventariseren:

- De Business Development-strategie (sectoraal, strategisch).
- De locatiestrategie, incl. mogelijkheden voor herontwikkeling.
- Kennis over (beschikbare en nieuwe) locaties. Onder andere fasering van locaties (campus-model), ligging ten opzichte van nieuwe markten, ontwikkeling lokale en regionale) arbeidsmarkt, herontwikkelingsmogelijkheden etc.
- Overzicht van (relevante informatie over) bestaande locaties, huurtermijnen en huurprijzen.

De match van de marktanalyse (aanbod, arbeidsmarkt) en de locatiestrategie (prestaties, toekomststrategie, Business Development) maakt het mogelijk om gerichte vragen te beantwoorden, zoals:

- a. Welke locaties zijn strategisch/toekomstbestendig?
- b. Welke bestaande locaties afstoten of kritisch bezien?
- c. Waar herontwikkelen?
- d. Is meer proactief grondbeleid wenselijk/nodig?
- e. Welke differentiatie zit er in de locatiestrategie naar sector en functietype distributiecentrum?

Huren of kopen?

We zien een trend dat steeds meer logistieke partijen zelf ontwikkelen. De reden is dat veel geld verdient kan worden (na verkoop aan een belegger) en dat een belangrijk deel van de waarde niet het gebouw zelf is, maar juist het huurcontract dat afgesloten wordt. Het huurcontract – zeker als het een gevestigde, financieel sterke partij is - garandeert immers een constante inkomstenstroom, niet het gebouw zelf. Logistiek dienstverleners in pakket- en/of expre netwerken neigen ertoe panden wel op de eigen balans te houden. Dit omdat zij veel langer plannen op dezelfde locatie blijven. Elke locatie is een schakel in het netwerk en men is niet afhankelijk van één of enkele contracten zoals in de contractlogistiek. Voor deze partijen is het veel belangrijker om zo min mogelijk huurkostenstijging te hebben gedurende de lange looptijd op de betreffende locatie.

ADVIES: BETER INZICHT IN DE VASTGOEDPORTEFEUILLE, INCL. KANSEN EN BEDREIGINGEN IS VAN BELANG VOOR STRATEGISCHE BEOORDELING VAN PLEKKEN.

5. Ontwikkel een visie op circulaire ketens, locatievoorkeuren en rol logistiek

De rol van de logistieke sector in de circulaire economie is nog ongewis. Stec Groep denkt dat er grote kansen liggen. In een circulaire economie ontstaan meer/grotere retourstromen, worden grondstoffen hergebruikt en is er een noodzaak voor logistiek met een lagere *footprint*. Logistiek (dienstverleners) en producenten zullen dichter op elkaar kruipen. Immers, goederen moeten voor hergebruik terug naar de oorspronkelijke/nieuwe schakel in de keten. Kennis is nodig over waar producten (en onderdelen/materialen) zich bevinden in de keten zodat efficiënt ingespeeld kan worden op vraag en aanbod (en hergebruik). Op dit moment wordt vooral geïnvesteerd in het verduurzamen van transport, ladingbundeling en het verminderen van het aantal wegkilometers. Wij denken echter dat meer nodig is.

Vanuit strategisch oogpunt is het van belang als de logistiek betrokken is bij de realisatie van nieuwe (circulaire) ketens. Het biedt kansen voor de logistiek om haar bijdrage aan de (circulaire) economie te waarborgen. Denk onder andere aan logistiek als de regisseur over retourstromen en waardeketens, als beheerder van waardevolle data en/of als waardevermeerderende schakel in de keten (door onder andere primaire demontage, scheider van diverse stromen en slimme regisseur van data). Vanuit businessmodellen gedacht betekent dit omzet, werkgelegenheid en onmisbare schakel in de waardeketen voor bedrijven.

Meer gevoel krijgen bij supply chain van de toekomst en locatievoorkeuren

Ons beeld is dat logistieke bedrijven nog niet voldoende zicht hebben op de eigen rol binnen de circulaire economie. Ja, er wordt gewerkt aan verduurzaming en optimalisaties in retourstromen. Echter, met name op het gebied van het ontstaan van nieuwe ketens en businessmodellen als gevolg hiervan, merken we dat slechts enkele bedrijven hier echt het voortouw willen nemen. We dagen logistieke bedrijven dan ook uit om met een visie te komen hoe de toekomstige supply chains (stromen) er uit komen te zien.

Wij verwachten in elk geval dat de afhankelijkheid van producenten en logistiek groter wordt. Omdat de producenten en verwerkende bedrijven veel volumestromen gaan realiseren is het voor logistieke bedrijven van belang om in de directe nabijheid gevestigd te zijn. Een trend die we nu bijvoorbeeld al zijn bij grote e-commerce distributiecentra. Post- en pakketbedrijven zijn graag in de directe omgeving gevestigd gelet op het volume en *cut-off* tijden.

ADVIES: MAAK INZICHTELIJK WELKE IMPACT DE TRANSITIE NAAR EEN CIRCULAIRE ECONOMIE HEEFT OP BUSINESSMODELLEN EN LOCATIE-/VASTGEOEDSTRATEGIE.