



Kerst is een niet meer weg te denken familiefeest in Nederland. Voor de echte kerstfanaten kan 'het kerstgevoel' niet vroeg genoeg de huiskamer binnen worden gehaald. Kerstmis, en alles wat daar mee samenhangt, is big business geworden. Hoe wordt die enorme logistieke stroom aan kerstwaren gereguleerd? En hoeveel hoofdbrekers kost dat producent en afnemer?

Door Jenny Westra

Een pickgang met kerstartikelen voor de HEMA.



Van de Noordpool tot de huiskamer: kerstlogistiek

In de zomer spuitsnieuw inkopen

Het Verre Oosten is een belangrijke leverancier van kerstparafernalia voor grote retailers als HEMA en Leen Bakker, maar de Nederlandse producent Heijting Holland heeft zijn eigen fabrieken in Polen. Vaak gaat er minstens een jaar aan vooraf, voordat de consument te zien krijgt met welke kerstartikelen hij zijn huis of tuin kan verfraaien. Tuincentra overtroeven elkaar met uitbundige kerstshows en hebben hun schappen in de herfstvakantie al vol liggen. De grote retailers volgen in november. Leveranciers van ouder- en nieuwerwetse kerstpakketten hebben hun bestellingen dan al lang en breed binnen en bereiden het uitleveren van de kerstpakketten voor.

Geén piek

Hoe hectisch is de kerstperiode bijvoorbeeld voor een populair warenhuis als HEMA? Is daar sprake van een stressvolle piek in de maand december? 'Nauwelijks', verkondigt hoofd logistiek Peter

Meyer. 'Natuurlijk gaan er dan heel wat kerstballen, flessen wijn, kerstbroden en kerstmaaltijden over de toonbank, maar wij hebben de situatie dankzij een uitgekende planning en logistiek goed onder controle. Met kerst is er bij ons geen uitzonderlijke "piek". Voor een supply chain is de kerstperiode eigenlijk het mooiste wat er is. Je weet precies wanneer het plaatsvindt en je kent – gebaseerd op ervaringscijfers – de vraag van de klant, dus daar kun je goed en tijdig op in spelen. Eigenlijk creëren wij gedurende het hele jaar al pieken. Elke twee weken komt er een folder uit met aanbiedingen. Daarnaast organiseren wij grote acties als "HEMA op hol" en "HEMA Stapelgoed", waarbij wij de artikelen van tevoren pushen op basis van inschatting en verkopen in het vorige jaar. Grote hopen doen verkopen. Binnen ons vaste assortiment hanteren wij een feilloos bestelsysteem: de kassa's houden per artikel de verkoop bij en bestellen automatisch aanvullingen bij het dc. Onze klant pulst dus in feite de

voorraad. En dit zogenaamde replenishmentsysteem functioneert ook op ons dc.'

Apart dc

Voor de push-artikelen, waar ook de kerstartikelen onder vallen, heeft HEMA een aparte locatie van 20.000 m². De totale leadtime van door de eigen designers ontworpen artikelen is van ontwerp tot realisatie, productie en verzending ongeveer 26 weken. De zeecontainers met kerstartikelen worden via Rotterdam met binnenvaartschepen naar de terminal in Utrecht gebracht. Om alles in één keer (via een bepaalde verdeelsleutel) uit te kunnen leveren bij alle vestigingen, wordt er 's avonds en in het weekend gewerkt met 100 à 150 uitzendkrachten om 23.000 rolcontainers en kratjes met artikelen van de vrachtwagen in de winkel te krijgen. Om een idee te geven hoeveel containers dat zijn: als je ze allemaal achter elkaar zou zetten, zou dat ongeveer een rij vormen van Utrecht naar Amsterdam.



TIJDSPLANNING TINTELINGEN

Voordat de consument zijn uiteindelijke keuze kan bepalen, wordt er achter de coulissen heel wat werk verzet. Net als bij grote retailers als HEMA en Leen Bakker neemt de totale leadtime ook bij Tintelingen, leverancier van 'eigen keuze kerstpakketten', bijna een heel jaar in beslag.



JANUARI
-MEI

Assortiments-
bepaling

Bezoek verschil-
lende inkoopbeurzen
(Duitsland, Frankrijk,
Nederland)

FEBRUARI

JUNI

Presentatie
assortiment
aan klanten/
prospects



Patrick Moreu, direc-
teur Tintelingen: 'Om
praktische redenen
werken wij alleen met
Nederlandse toeleve-
ranciers.'

dc van 14.000 vierkante meter komen.' Na alarmerende berichten in de media over malafide Chinese producten zijn de Nederlandse afnemers extra alert op de kwaliteit van ingevoerde kerstspullen. Alle kerstverlichting heeft het KEMA-KEUR, beamen zowel Leen Bakker als HEMA.

Onderscheidend

China mag met een jaarlijkse productie van 16 miljard dollar aan kerstparaferalia de absolute marktleider zijn, ook in Nederland richten veel partijen zich succesvol op de kerstmarkt. De concurrentie is heftig, de kunst is dus om je te onderscheiden. Dat kan door 'gewone' producten bijzonder te maken, zoals dat bij HEMA gebeurt. Maar je kunt je ook profileren door onderscheidende diensten aan te bieden. Zoals producent, importeur en groothandel voor kerstdecoraties Heijting Holland, die ook graag een graantje meepikt van de kerstevorie. 'Onze collectie is niet de breedste van Nederland, maar wij kiezen de krenten uit de pap. Al in november/december hebben wij onze monstercollectie voor het volgende jaar klaar en in maart/april zijn alle grote orders binnen. Wij produceren deels in het Verre Oosten en deels in Polen. En daar ligt onze kracht. Als warehouses zijn uitverkocht of grote instellingen zoals hotels of ziekenhuizen hun kunstkerstbomen, guirlandes, kerstballen of kerstverlichting wat later bestellen, is China geen optie meer. Die hebben twee maanden productietijd nodig en bovendien ligt alles daarna nog minstens twee weken in het douanede- pot. Dankzij onze fabrieken in Polen

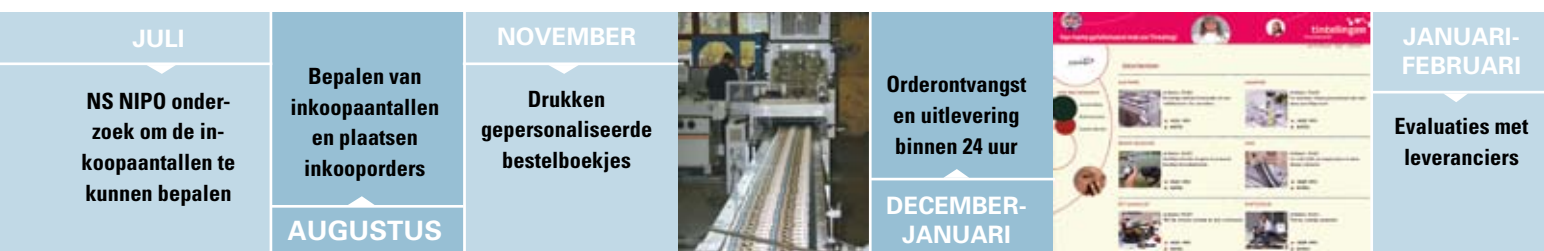
Ook bij Leen Bakker wordt gebruik gemaakt van een apart seizoens-dc, waar vooral de kerst- en tuinartikelen worden opgeslagen. 'Wij hebben drie en soms vier aparte inkopers speciaal voor de tuinmeubelen, actiematige en seizoensproducten', vertelt manager logistiek Marco Seitzinger, 'en die hebben het daar het hele jaar flink druk mee. Onze producten komen uit de hele wereld en dan met name uit het Verre Oosten. Kort na Kerstmis zijn er alweer beurzen waar wij onze keuze bepalen voor de volgende kerstperiode. Van alle artikelen waarvan wij voornemens zijn om die te bestellen, vragen wij eerst monsters op om te checken of zij voldoen aan de door ons gestelde kwaliteitseisen. Pas dan plaatsen wij onze orders. Eind augustus/begin september zijn onze bestellingen binnen

en in drie fases komen de artikelen in week 41 tot 44 in de schappen te liggen. Dat lijkt vroeg, maar zodra het wat eerder donker wordt kopen mensen al graag wat sfeerspullen en daar spelen wij op in.'

Chinese producten

Leen Bakker huurt geen extra mankracht in voor de kersthausse. 'Zelf produceren wij niets, wij kopen voor onze 160 filialen rechtstreeks bij de bron in. Door groot in te kopen, kunnen wij de prijzen laag houden. De infrastructuur in het Verre Oosten is echter nog niet aangepast op de wereldwijde vraag naar producten uit die contreien. Als je je bestelling te laat verscheept, is het aanbod daar door de enorme vraag groter dan de vervoerscapaciteit. Daarom laten wij alles al in augustus/september naar ons seizoens-

'Als warehouses zijn uitverkocht of grote instellingen zoals ziekenhuizen hun kerstartikelen wat later bestellen, is China geen optie meer'



kunnen wij ook zeer individuele wensen en nabestellingen echter nog heel lang en snel doorleveren. Verder verhuren wij grote, compleet aangeklede kerstbomen en decoreren wij bijvoorbeeld hotellobby's. Ook daar is veel vraag naar. Half oktober/begin november is het druk in ons magazijn en rond Sinterklaas en in januari bij het plaatsen en weghalen van decoraties en kerstbomen gaat het er bij ons hectisch aan toe. Die drie maanden huren wij in Nederland extra mankracht in. De rest van het jaar klaren wij alles met een compact team. Alle bestellingen gaan via internet.'

Eigenkeuzepakket

Belastingtechnisch gezien wordt het geven van kerstpakketten weer aantrekkelijker gemaakt. Het jonge (recentelijk door de ACCOR groep overgenomen) bedrijf Tintelingen onderscheidt zich als leverancier van 'eigen keuze kerstpakketten'. De aanpak van Tintelingen is uiterst persoonlijk. Werkgevers kunnen bij Tintelingen in verschillende budgetklassen geschenken, belevenissen en goede doelen inkopen voor hun personeel. Ieder personeelslid kan met zijn eigen inlogcode op internet zijn eigen persoonlijk kerstpakket samenstellen binnen het gegeven budget. Directeur Patrick Moreu: 'Onderzoek wees uit dat dit jaar de verhouding traditioneel kerstpakket en eigenkeuzepakket 2:1 zal zijn. Wij beseffen dat een kerstpakket een product is met emotionele waarde. Bij ons kies je dus altijd iets wat je écht leuk vindt.'

Tintelingen doorloopt twee logistieke processen. Het eerste als voor de tweeduizend klanten al het gepersonaliseerde



Peter Meyer, hoofd logistiek HEMA: 'Voor een supply chain is de kerstperiode eigenlijk het mooiste wat er is. Je weet precies wanneer het plaatsvindt en je kent – gebaseerd op ervaringscijfers – de vraag van de klant.'

drukwerk gerealiseerd moet worden. De tweede hausse is als de werknemers begin december na het ontvangen van hun cadeauboekje gaan bestellen. En dat is vaak al dezelfde dag waarop ze hun boekje hebben gekregen. 'In januari begint ons inkoopseizoen voor de volgende kerst. Om praktische redenen werken wij alleen met Nederlandse toeleveranciers. De ervaring leert dat mensen bekende merken willen hebben, en

bovendien weten wij dan dat de garantie (en eventuele reparatie) 100 procent is geregeld. Onze inkopers bezoeken alle retailbeurzen in Europa en in mei is het assortiment afgekaderd. Dit jaar werken wij met tachtig leveranciers en is er in totaal keuze uit zo'n 250 producten. Alle leveranciers leveren hun spullen volgens onze instructies af bij fulfilmentspecialist TopPak in verzendklare dozen, inclusief stickers en barcodes. Wij hoeven dan alleen nog maar de pakbon te verzorgen. Sommige Nederlandse leveranciers laten de containers bij ons lossen, om daarmee snelheid en prijsvoordeel te behalen. Op vijf november is alles op voorraad. In principe levert TNT elke cadeaukeuze die vóór 15.00 uur is besteld binnen 24 uur af aan de deur. Geen concurrent doet ons dat na', aldus Moreu. En wat krijgen de werknemers van Tintelingen als kerstcadeau? Naast het obligate kerstdiner een pakket van een concurrent in opkomst... Ter lering en vermaak.

Evolutie

Het moge duidelijk zijn... Een van oorsprong christelijk familiefeest is dus in de loop der jaren geëvolueerd in een festijn dat niet echt meer aan religie is gebonden en dat tussen het Verre Oosten en Nederland, maar zeker ook in de rest van de wereld indrukwekkende logistieke goederenstromen in beweging zet. En ook al stellen de betreffende bedrijven waar we mee hebben gesproken zich beleefd maar afwijzend op als we vragen naar hun omzetten of productieaantallen, het is evident dat kerst een aanzienlijke bijdrage levert aan de omzet in de wereld van de supply chain. <