

Snoepabrikant Haribo zocht voor de Nederlandse markt een nieuwe partner voor logistieke dienstverlening. Schenker België won de tender. Een niet zo direct voor de hand liggende keuze. De beide directeuren van Haribo en Schenker lichten de totstandkoming van de samenwerking toe. **Door Marieke Jansen**

## Food-synergie met familiale benadering

# Haribo kiest Schenker voor fijnmazige distributie

**O**p 30 maart is er gebak voor de medewerkers van snoepproducent Haribo in Breda. Haribo Benelux-directeur Govert van der Miessen en Schenker-directeur (vestiging Willebroek) Frans Broeckx hebben namelijk zojuist onder begeleiding van Willem Mulderij van Logistics Result hun handtekening gezet onder een contract, waarin staat dat

Haribo de warehousing en distributie uitbesteedt aan Schenker in België. De goederen van zestien Europese fabrieken met bestemming Benelux worden voortaan in Tisselt Willebroek ingeslagen, opgeslagen, gepickt en verzonden. Kortom, het hele fysieke proces inclusief orderpicking wordt hier sinds kort geregeld.

De keuze van Haribo voor Schenker België is niet direct voor de hand liggend. Was Schenker niet al de huisdienstverlener van Haribo België geweest, dan had deze partij waarschijnlijk helemaal niet mee gedaan in de tender. Doorslaggevende factoren bij de keuze voor Schenker, ondanks de grootte van Schenker NV, waren de 'familiaire' benadering en het reeds bestaande klantenportfolio in de voedingsmiddelen. Het 80.000 vierkante meter tellende warehouse van Schenker belevt vanuit Tisselt binnen 150 kilometer afstand meer dan 80 procent van de Nederlandse markt. Dat Schenker vanuit België opereert, is vooral te verklaren door de gunstige grondprijzen. 'De grondprijzen onder Antwerpen zijn veel lager dan in Nederland', zegt Frans Broeckx over de locatiekeuze van Schenker.

### Uitbesteden

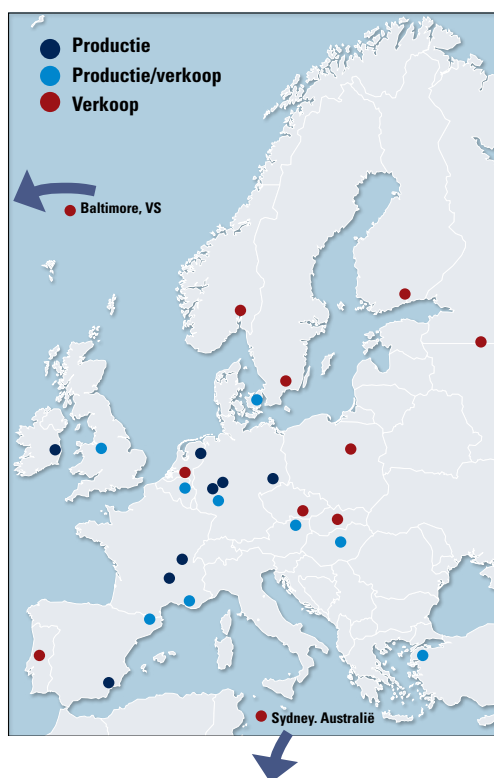
Vroeger deed Haribo zijn eigen logistiek. De oorsprong van het bedrijf ligt in Duitsland waar het in 1920 werd opgericht door Hans Riegel in Bonn, waar Haribo een acroniem van is. Het is een no-nonsense

familiebedrijf waar de tweede generatie de leiding heeft. Met de broers Hans en Paul Riegel in koppositie is Haribo uitgegroeid tot een bedrijf met zesduizend werknemers. De verkoop van Haribo vindt wereldwijd plaats in 105 landen en is daarmee één van de vijf grootste suikerverkproducenten. In 1953 is Haribo in Nederland vanuit Breda gestart. Van der Miessen heeft hier de afgelopen acht jaar de leiding over gehad en sinds 2007 ook over Haribo België. Hij rapporteert rechtstreeks aan de inmiddels 86-jarige Hans Riegel.

Last van de kredietcrisis heeft het bedrijf allerminst in Nederland. 'Familiebedrijven blijken sterker in crises, omdat ze vanuit eigen kapitaal financieren. Bovendien is in Nederland de koopkracht niet naar beneden gegaan. Wel zien we een tendens van actielopers in supermarkten, maar de verkopen zijn niet minder geworden', zegt Van der Miessen.

In Nederland is Haribo op de markt gekomen als verdringer, tussen gevestigde Nederlandse merken als Venco en Redband. Begin 2000 maakte de verkopen van verpakt snoep via supermarkten zoals Albert Heijn, C1000 en Superunie een sterke groei door. Mede daardoor groeide de logistieke operatie – bestaande uit eigen opslag voor vierduizend palletplaten en drieduizend gehuurde, plus vier eigen vrachtwagens met chauffeurs – uit zijn jasje. Omdat logistiek geen corebusi-

## NETWERK HARIBO





Frans Broeckx (Schenker), Willem Mulderij (Logistic Result) en Govert van de Miessen (Haribo).

ness was, ging het in 2003 voor het eerst outsourcen aan TDG. Toen de beoogde food-synergie met TDG echter uitbleef en de twee bedrijfsculturen niet zoals gedacht met elkaar matchten, besloot Haribo opnieuw een tendertraject in te gaan.

### Draagvlak

‘Tenderen is niet eenvoudig’, vindt de Haribo-directeur. ‘We hebben geen pure logistiekelingen in huis. Om die reden heeft hij de hulp ingeschakeld van Willem Mulderij van Logistics Result, een oud-collega bij Lekkerland. ‘Het is een proces met veel stappen. Ik zou iedereen die gaat outsourcen aanraden om een specialist erbij te halen.’ Het moeilijkste van het hele tenderproces was volgens Van der Miessen toch wel de simulatie. ‘Je vraagt je af of je alles wel goed hebt gesimuleerd en of je in het budget wel appels met appels hebt vergeleken.’

Mulderij vult aan: ‘Het is belangrijk dat de opdrachtgever achteraf niet met verrassingen in het budget wordt geconfronteerd.’ Over de operationele dingen waren beide partijen het wel snel eens. ‘Echter, de uit-

daging in het opstellen van het contract zit er vooral in om alles goed zwart op wit te hebben, zonder al te veel in details te verzanden’, zegt Mulderij. Wat misschien nog wel het allerbelangrijkste was in het hele proces is dat er gedragenheid was van alle betrokken medewerkers in de organisaties voor de genomen beslissing.

### Servicegericht

Haribo denkt anno 2009 in Schenker een goede partner te hebben gevonden. ‘De wijze van rapportering in het tendertraject vonden we goed. Daarnaast zochten we naar een bedrijf met voldoende schaalgrootte voor fijnmazige distributie gecombineerd met de flexibiliteit en servicegerichtheid van een familiebedrijf. En bovendien een goed trackrecord in de food’, zegt Van der Miessen. Schenker België opereert lokaal en heeft een bewezen bekwaamheid in de voedingsmiddelendistributie. Tot het klantenportfolio behoren grote namen zoals Sara Lee, Dr. Oetker, Heinz, LU, Nestlé, Unipro en United Biscuits.

De servicegerichte benadering uit zich in

de twee aanspreekpunten die Haribo bij Schenker heeft: een administratief en een operationeel verantwoordelijke. ‘Ze spreken bij ons niet met een systeem’, licht Broeckx toe vlak voordat beide partijen hun handtekening onder het definitieve contract zetten. ‘Ze spreken met iemand die persoonlijk de zaken opvolgt. Ik heb er geen probleem mee als klanten rechtstreeks naar het magazijn bellen zolang de vraag geen impact op de administratie heeft. Onze klantverantwoordelijken zijn verbonden met het product. Ze kennen codenummers, stapelschema’s, en dat soort zaken van binnen en van buiten. Ze zien dingen die een ander nooit zou opvallen.’ Broeckx noemt als voordeel van uitbesteding, dat duidelijk is wat het gaat kosten. ‘Alles is mogelijk, maar ook alles heeft een prijs. Als we maar informatie krijgen over de wagens die morgen komen.’ De partijen hebben verder contractueel afgesproken om verbeteringstrajecten in te zetten. ‘Iedereen die zakendoet met Haribo moet tevreden kunnen zijn’, besluit Van der Miessen geheel in de lijn van de alom bekende Haribo-slogan. <>