

Interview: Technische Unie

Ted Vertuin, Manager R&D

“Laten we in ons nieuwe overslagpunt in Amsterdam afspreken, dat leent zich ook goed voor foto’s. Je kunt je auto kwijt op het dak, zie je daar!” En zo geschiedde. Voor dit interview treffen we Ted inderdaad op het dak van een pand, ongetwijfeld strategisch geplaatst net buiten Amsterdam. Naast de parkeerplaats is er op het dak ook nog ruimte voor zonnepanelen en een groot g. Een rits groene vrachtauto’s van verschillende merken en formaten staat klaar bij de docks. Het is hier in de middag rustig, maar je kunt aan alles merken dat er op andere momenten flinke volumes gedraaid kunnen worden. Ted neemt ons via de bijna huiselijke keuken mee naar een moderne vergaderzaal.”

“Jullie groene vrachtauto’s zijn overal te vinden, zo zijn we er onderweg alweer vijf tegengekomen, maar voor de leken: wat doet Technische Unie precies?”

Ja heel goed. Mensen die Technische Unie niet kennen die zien de vrachtwagens ook niet totdat je ze er een keer op wijst, en dan kun je ze niet meer niet zien. Technische Unie is een groothandel in de E&W-installatiematerialen, dus zowel elektrisch als water en gas, waar anderen zich specialiseren in alleen E of alleen W. Wij zijn daarmee marktleider in Nederland en onderdeel van Sonepar, gevestigd in Frankrijk. Sonepar is een familiebedrijf en Technische Unie van origine ook. De aandeelhouders zijn dus ook allemaal familieleden maar wel met een heel jonge gemiddelde leeftijd. Dat brengt een hele leuke dynamiek: een snel groeiend familiebedrijf met jonge aandeelhouders. *Waar in merk je dat dan?* Hoofdzakelijk in de duurzaamheid, maar daar gaan we het volgens mij straks nog over hebben.

We hebben op het moment 41 verkooppunten en 3 DC’s. Vanuit daar bevoorraden we 17 hubs die via crossdocking onze klanten door het hele land bevoorraden. Wat Technische Unie uniek maakt, is dat we bijna de hele logistieke keten in eigen beheer hebben met landelij-

ke dekking. Het enige wat we uitbesteden is het nachttransport van het DC naar de hub. Zelf hebben we nu ruim 200 auto’s die dagelijks een milk run rijden. Daarmee kunnen wij bestellingen die voor 6 uur ‘s middags besteld zijn dezelfde nacht leveren, en alles voor 8 uur ‘s avonds in ieder geval de volgende dag. *En dat in de groene kratjes?* Het grootste deel in ieder geval wel!

“Bij onze eigen klanten komen we ze ook overal tegen, ik kan me voorstellen dat dat af en toe ook wel een hoofdbreker kan zijn.”

Dat is inderdaad een van de onderwerpen waar onze afdeling zich mee bezighoudt. We leveren 80% van onze spullen in die groene kratjes, afhankelijk van de situatie kunnen we ze wel of niet bij die klant achterlaten. Soms moet je ook wel achter de kratjes aan om ze terug te krijgen. Het scheelt ons heel veel karton maar dan willen we ze wel terug en het liefst zonder er statiegeld voor te hoeven vragen. En dat lukt best goed. Dat is denk ik een stukje commitment wat je vanaf je klant hebt en komt voor een groot deel omdat we onze eigen chauffeurs hebben die een hele goede relatie hebben met onze klanten. *Hebben ze dan ook eigen routes?* In de regel wel, wat dan is gaaf om te zien als je een dagje mee gaat: Ze weten precies hoe laat ze waar moeten zijn, hoe de klant de spullen het liefst ontvangt, en waar ze een bak koffie kunnen krijgen of even naar het toilet mogen.

“Wat is jouw rol binnen Technische Unie?”

Manager R&D, bij veel andere bedrijven noemen ze het Supply Chain Development. Wij initiëren of begeleiden alles wat te maken heeft met de ontwikkeling van de logistieke operatie. Van het verbeteren van processen tot IT-updates of nieuwe hardware en nu ook de bouw van een nieuwe hal. Wat dat betreft zitten we nu op een goed punt in de tijd: we hebben de afgelopen 6 à 7 jaar hard gewerkt aan vernieuwingen in ons IT-landschap en nu komen er weer tijd en capaciteit om met hardware, processen en optimalisatie bezig te zijn.

“Je noemde net al duurzaamheid vanuit het bedrijf intern, maar ik kan me voorstellen dat klanten dat ook van jullie verwachten, of valt dat mee?”

De grap is dat iedereen volgens mij zoekende is naar wat duurzaamheid gaat doen. Het is een hot topic, maar er is niet een vast kader of beschrijving van “als je dit doet dan ben je duurzaam”. Dus we krijgen van de ene klant vragen over een bepaald certificaat, anderen vragen of we circulaire producten kunnen leveren. Weer anderen vragen of we met elektrische auto’s kunnen komen, en zo ja, hoeveel CO2 bespaar je dan? En nog een andere klant heeft een stagiair die iets gaat onderzoeken over duurzaamheid en bij ons wat vragen komt stellen. Iedereen is zoekende naar wat zijn rol in die duurzaamheidswereld is.



“Reduceren van verspillingen hoort gewoon bij een logistieke keten en we zijn daardoor weleens te bescheiden over de impact daarvan.”

Ik zit in het kernteam duurzaam ondernemen, heel leuk om daarbij aan te sluiten. Daar zie je hoe de organisatie top down dingen initieert om CO2 te besparen: zonnepanelen neerleggen, elektrische auto's aanschaffen of HVO100 tanken. Daar reduceer je heel veel CO2 mee en het is belangrijk richting klanten, maar het zijn vaak niet de initiatieven waarvan iedereen zegt "oh maar dat is duurzaam". Je merkt dat als we iets met veel kleinere impact doen, bijvoorbeeld overgaan van een plastic zakje naar een papieren doosje iedereen in één keer aan boord is. Dat is de balans die we zoeken: waar maken we meetbaar impact met grote dingen en geld, en wat zijn juist kleinere veranderingen die heel zichtbaar en tastbaar zijn? Die tweede categorie komt vooral erg vanuit de medewerkers, van mensen die met een goed idee komen en zeggen "hier kunnen we iets besparen". Als er zo'n kans komt dan pakken we die. Zo is ook de cultuur binnen TU als ik het zo mag noemen. Je krijgt heel veel vrijheid om ergens mee aan de slag te gaan maar dan moet je zelf wel doorpakken.

“Ga maar eens aan een verkooporganisatie vertellen dat wij pas duurzaam zijn als we geen nieuwe spullen meer hoeven te verkopen.”

“Daarover gesproken, we zagen kartonnen frames voor zonnepanelen voorbij komen. Is dat iets wat heel erg zichtbaar is, of vooral voor de impact?”

Het is inderdaad vooral heel zichtbaar. Als je me vraagt hoeveel CO2 dit bespaart, kan ik het niet met zekerheid doorrekenen. We zijn bijvoorbeeld van liggend naar staand vervoer gegaan waardoor er minder laadmeters nodig zijn, maar hoeveel precies is bijna niet te bepalen. Wat wel vast staat is dat er geen houten pallet meer mee gaat naar de klant toe. De kartonnen drager is bewust mono stroom: hij kan dus volledig bij het oud papier. Houten bokken kunnen heel duurzaam zijn, mits je ze terug krijgt. Dat gebeurde vaak niet en in het transport terug en bij het DC neemt het veel ruimte in. Daar komt nog bij dat we nu niet meer via ons rechtstreekse DC-klant-transport naar die klanten toe hoeven, maar het gewoon in het normale netwerk mee kan. Het is moeilijk te kwantificeren.

Het is slecht te kwantificeren, maar je hebt wel hele visuele concrete punten, wat is de feedback van klanten?
Er zit een QR-code op zodat klanten een vragenlijst in

kunnen vullen, dus die volgen we natuurlijk op de voet en is heel positief. Maar wat ik veel belangrijker vind -want bij duurzaamheid hebben we het meestal alleen over CO2-uitstoot en inmiddels ook een beetje over grondstoffen- is dat dit project eigenlijk geïnitieerd is vanuit de menskant. De medewerkers, de chauffeurs die de liggende dozen moesten lossen. Het komt voort uit ergonomie en veiligheid.

Dit is onderdeel van een veel groter project geworden. We zijn als Technische Unie groot geworden met kleine artikelen als ringetjes en koppelingen, en met cv-ketels passen er nog steeds 8 op een pallet. Nu met de nieuwe business krijgen we ineens dingen zoals warmtepompen, zonnepanelen en thuisbatterijen. Dat is allemaal heel groot, zwaar en incourant. Nu de markt volwassen begint te worden, moeten we onze Supply Chain daarop inrichten en zorgen dat het in de reguliere keten mee kan.

“Binnen Supply Value hebben we laatst met alle SC&O consultants samengezeten over zero emissie stadslogistiek. Krijgen jullie daar al veel van mee? En hoe kijken jullie daar tegenaan?”

Natuurlijk volgen we dat op de voet. Het is geen keuze of we mee willen. We moeten mee, maar willen dat ook uit onszelf.

We zijn bijvoorbeeld bezig met het hernieuwen van ons EcoVadis-certificaat. Op enig moment waren we in gesprek over wat we allemaal aan duurzaamheid doen en de assessor zegt: "waarom hebben jullie dat niet eerder gezegd? Je hebt nu brons, maar hiermee had je misschien wel zilver of goud gekregen." Toen keken wij elkaar aan en bevestigden: "Zo doen we het al jaren, we hebben er nooit bij stilgestaan dat het heel duurzaam is.". Reduceren van verspillingen hoort gewoon bij een logistieke keten en we zijn daardoor weleens te bescheiden over de impact daarvan.

Duurzaamheid staat in onze 3 kernwaarden dus we willen daar ook heel graag in voorlopen en mee innoveren. We hebben een tijdje terug al pilots gedaan met fietskoeriers, LEV's, en elektrische vrachtwagens. Volgens mij hadden wij de eerste twee omgebouwde elektrische Mercedes vrachtauto's uit Nederland rondrijden en onlangs hebben we weer 14 auto's van BYD bijbesteld. Je merkt dat in de nieuwe techniek nog wat kinderziektes in zitten, maar die worden wel opgelost.

De voertuigen gaan altijd terug naar het overslagpunt en we rijden relatief weinig kilometers dus het bereik is meestal geen probleem. Je merkt nu wel dat we al jaren een milk run hebben kunnen rijden en we met



deze nieuwe modaliteiten en vraag uit de markt moeten kunnen diversifiëren naar bijvoorbeeld fietsen, kleine auto's, grote auto's en rechtstreeks transport. We zijn nu ons netwerk en systeem aan het aanpassen zodat we die verandering optimaal kunnen faciliteren. TU doet ook regelmatig mee aan pilots die door de publieke sector of lokale overheid georganiseerd worden.

“We hebben net al een aantal initiatieven voorbij horen komen op het gebied van duurzaamheid, maar hoe zorg je dat je personeel en je partners hier in mee gaan?”

Er zijn heel veel mensen vanuit zichzelf mee bezig, maar we zijn er ook als organisatie heel actief in. We hebben bij onze interne en externe communicatieafdeling een concreet engagement programma vanuit team duurzaam ondernemen. En natuurlijk gaan we ook mee in de duurzame ambities van ons moederbedrijf Sonepar. De gemiddelde aandeelhouder van Sonepar is 24 jaar en juist die jongere generatie kijkt heel erg naar de toekomst en hoe we die beter kunnen maken voor volgende generaties. Vanuit Sonepar zijn een paar heel ambitieuze doelstellingen gelanceerd op het gebied van duurzaamheid, maar bijvoorbeeld ook diversiteit en inclusie.

Naast het bovenaf perspectief, is er ook ruimte voor eigen initiatief vanuit medewerkers en voor mij als manager en komen er veel initiatieven bij bijvoorbeeld leveranciers vandaan. Ik kan dat alleen maar aanmoedigen. Het team krijgt van ons ruimte om hun oplossing duurzaam te maken en ze worden door ons ook uitgedaagd. Deze oplossingen en zeker pilots mogen afhankelijk van de situatie ook geld kosten.

“Je was laatst bij ons over de vloer bij onze round table integraal plannen, daar krijgen we graag nog feedback op: hoe heb je dat ervaren en heb je er al wat mee kunnen doen in de organisatie?”

Het is sowieso leuk om met andere bedrijven op dit niveau te brainstormen. Op die manier hoor je bijvoorbeeld wat er bij anderen speelt. Het is ook interessant om te horen dat andere grote toonaangevende merken met hetzelfde worstelen. Hoe groter en ouder de bedrijven hoe lastiger het lijkt om dit soort dingen te implementeren. Als ik dan kijk naar mezelf dan denk ik dat ik vooral bewust onbekwaam ben geworden. Maar volgens mij is de organisatie juist onbewust bekwaam op dit onderwerp. Ik herken nu bepaalde overlegstructuren die al bestaan binnen het bedrijf. Als er iets nieuws speelt ergens op de markt dan weten we elkaar wel te vinden. Er lopen heel veel lijntjes waarmee we gelukkig de afstemming met elkaar hebben als er een marktontwikkeling is. Integraal plannen is een strategisch onderwerp, dus je kan het niet zomaar in de organisatie zetten. Maar het is wel goed om je rol in de organisatie te kennen en vanuit daar de juiste initiatieven aan te moedigen en op te zetten.



“Een blik op de toekomst dan: hoe zie je de klantvraag de komende tijd veranderen? En welke uitdagingen liggen daarin voor jullie? En in bredere zin, waar zie je de sector naartoe gaan de komende jaren?”

Ik heb hier al wel eens eerder over nagedacht: waar zitten we nu? Wat gebeurt er in de wereld? Duurzaamheid is niet altijd tastbaar. Duurzaamheid is de volgende industriële revolutie. We waren gewend aan een bepaalde manier van werken, leven en wonen en ineens komen er allemaal nieuwe inzichten, informatie en technologie. De hele wereld is in hoog tempo aan het veranderen en we weten nog niet hoe het gaat worden. Eind 19e eeuw waren er ook benzineauto's en elektrische auto's en toen heeft de benzineauto gewonnen. Er zijn allerlei nieuwe innovaties en technieken: gaan we waterstof tanken? Of HVO100? Of toch groen gas? Ik weet het niet. Overal zijn startups en oude bedrijven die al 140 jaar bestaan maar de vraag is welke er over 10 of 20 jaar nog zijn. Dat heeft met adaptatievermogen te maken. Dus hoe zorg je ervoor dat je vanuit je bedrijfscultuur de juiste stappen blijft zetten en op het juiste paard wedt?

Iets wat ik wel voorzie is dat er veel meer transparantie gaat komen in de markt. We moeten rapporteren over hoeveel CO2-uitstoot of hoeveel milieu-impact je product heeft. Niet alleen meer voor het transport maar het hele traject, de hele levenscyclus. Alles moet inzichtelijk worden. Misschien dat we daarom in de toekomst niet meer een lamp verkopen maar licht, iets “as-a-service” met een bepaalde milieu-impact over de levensduur en de verplichting om het restproduct terug te nemen. Die verandering betekent ook iets voor de keten: blijven we een groothandel of moeten we straks ook alles wat retour komt op ons nemen?

“Dat is misschien soms ook moeilijk om te verwerken?”

We zijn een groothandel. Als je kijkt naar het 10R model voor circulariteit dan begint dat met “refuse”. Ga maar eens aan een verkooporganisatie vertellen dat wij pas duurzaam zijn als we geen nieuwe spullen meer hoeven te verkopen. Ik zie echter wel kansen om minder nieuwe producten of diensten in plaats van spullen te verkopen. We staan aan de vooravond van de oplossing voor dat soort dilemma's. En als de verkooporganisatie en het management nog niet weten hoe het eruit gaat zien, hoe moet ik dan mijn Supply Chain in gaan richten? Het is wat dat betreft echt een hele spannende tijd om in de logistiek te zitten, zeker bij groothandels. Gelukkig zijn we enerzijds 140 jaar ervaren én in staat om te schakelen tussen verschillende oplossingen. Je moet goed je ogen openhouden en contact houden met de buitenwereld. Onze goede relaties met de klanten en leveranciers helpen daar wel bij. Wat je bovendien ziet, is dat partijen die innovatief bezig zijn graag met ons samenwerken. Over een aantal hele gave projecten mag ik helaas nog niets zeggen omdat die zo innovatief zijn, dus houd de media in de gaten.

