

**BOODSCHAP VAN PANTEIA IN ONDERZOEK:**

SNEL REAGEREN IN CRISISTIJD IS CRUCIAAL

‘Wees altijd voorbereid op een crisis’ is in het kort de boodschap van een onderzoek naar de mogelijkheden die ondernemers hebben om een crisis te overleven. Reageer direct op de eerste voortekenen en wacht niet tot het dak werkelijk gaat lekken. In een rapport en webinar geven diverse deskundigen en ondernemers hun ideeën op de crisisaanpak in de transportsector.

Op verzoek van TVM, ING en TLN voerde onderzoeksbureau Panteia een onderzoek uit naar de manier van reageren van transportbedrijven op een naderende crisis. Veel ondernemingen die nu worstelen met de gevolgen van de coronacrisis hebben vaak ook de financiële crisis van 2008 meegemaakt. Een deel van de bedrijven is sterker uit die crisis gekomen. Andere bedrijven hebben de boeken moeten sluiten. Wellicht was het ook leerzaam geweest om te zien wat er fout is gegaan bij deze bedrijven, maar daar is nu niet meer achter te komen. In plaats daarvan ging Panteia te rade bij diverse transportondernemers die nog wél actief zijn en hun manier van aanpak met branchegenoten willen delen.

LOCKDOWN

In maart van dit jaar veranderde de vertrouwde logistieke wereld in één dag volkomen. Door de intelligente lockdown moesten bedrijven, scholen en sportverenigingen dicht en veel werknemers werden – indien mogelijk – verplicht vanuit huis te werken. Ook de grenzen naar de



buurlanden werden gesloten. De gevolgen voor onder meer de transportsector waren enorm. In sommige deelmarkten stonden complete vloten stil omdat er niet werd geproduceerd of omdat de vraag

was weggevallen. Tegelijkertijd reed een ander deel van de transportwereld wél. Transportbedrijven die bijvoorbeeld in de supermarktdistributie actief waren, maakten overuren. Hetzelfde gold voor

SANDER VAN DER MEULEN: 'WAT BIJ STERKE BEDRIJVEN OPVALT, IS HUN FLEXIBILITEIT'



de bevoorrading van bouwmarkten en tuincentra. Wie met zijn transportbedrijf afhankelijk was van de horeca had het slecht. Na de eerste lockdown herstelde die markt zich slechts ten dele en inmiddels is de horeca opnieuw gesloten. Chaotische ontwikkelingen en allemaal totaal onverwacht. Of toch niet? Kwam het coronavirus echt zo onverwacht of hadden bedrijven zich kunnen voorbereiden op deze crisis?

VOORTEKENEN

Pech voor de ondernemers die zeggen dat de huidige crisis helemaal voor rekening komt van het coronavirus. Dat is namelijk niet het geval, benadrukt onderzoeker Sander van der Meulen. Volgens hem waren er in het najaar van 2019 al tekenen dat er economisch onweer op komst was. Het bureau publiceerde toen een sectorstudie 'Nederland van gateway naar logistieke hub'. Daarin signaleerden de onderzoekers al de verslechterende economische omstandigheden. Op grond daarvan besloot Panteia in januari 2020 een nieuwe sectorstudie over een mogelijk nieuwe economische crisis te houden. Als gevolg van de coronacrisis werd dit onderwerp met ongekende snelheid actueel. Kortom: corona versnelde de crisis die zich toch al ontwikkelde. Het was echter verleidelijk die sombere wolken in de verte te negeren. Het jaar 2020 beloofde immers een topjaar te worden. Dit zou het jaar worden van het EK Voetbal met het Nederlands elftal, het

songfestival in Rotterdam, de Olympische spelen en de Grand Prix in Zandvoort en in het kielzog hiervan veel evenementen en acties in de retail. Een deel van de transportbedrijven rekende erop hier flink van te profiteren, een ander deel besloot het dak al vast grondig op waterdichtheid te controleren. Uit het rapport 'Crisis? Creëer je eigen kansen' blijkt dat een groep ondernemers doorlopend bezig is met de economische horizon af te speuren, naast de normale bedrijfsvoering. "Het zijn beslist niet alleen de grotere bedrijven die dit kunnen doen", benadrukt Van der Meulen, medesamensteller van het rapport, in een webinar. Hij interviewde diverse ondernemers en kreeg zo een beeld van sterke bedrijven die sterk door crisissen heen komen. Helaas kan een willekeurige ondernemer zelf niet altijd een voorbeeld nemen aan alle sterke punten van die bedrijven.

FLEXIBILITEIT

Traditioneel blijken familiebedrijven, waar het vermogen in het bedrijf is gebleven, zeer goed bestand te zijn tegen economisch slecht weer. Bedrijven die in een nichemarkt opereren zijn ook vaak minder gevoelig voor sterke wisselingen in vraag en aanbod. Maar dat zijn eigenschappen die een ander bedrijf niet eenvoudig kan overnemen. Wat zijn duidelijke handvatten voor andere bedrijven om het in een crisis goed te doen? "Wat bij de sterke bedrijven ook opvalt, is hun flexibiliteit", aldus de onderzoeker.

"De meeste bedrijven hebben een flexibele schil van voertuigen en materieel. Als zij in de gaten krijgen dat er veranderingen komen, schakelen ze meteen." Dat betekent snijden in de kosten, zowel wat personeel als voertuigen betreft. Tegelijkertijd moet het mogelijk blijven ook weer snel te kunnen opschakelen als dat nodig is. Een van de geïnterviewde ondernemers benadrukt in een parallel webinar om toch vooral altijd een goed beeld te hebben van de winstgevendheid van bepaalde opdrachten. Waar wordt op verdiend en waar blijft geld liggen. In een sector waar de marges toch al zo klein zijn, moet een ondernemer beslist voor het volle pond gaan.

DOORLOPEND ALERT

Opvallend is dat de ondernemers die aan het woord komen over hun reactie op de coronacrisis, daar op dit moment al nauwelijks meer mee bezig lijken te zijn. "Voor hen is dit maar een dip", geeft Van der Meulen aan. "De wereld draait door en zij zijn continu bezig met het volgen van de ontwikkelingen. Nu komen de brexit, Mobility Package, CO₂-reductie, daar kun je je niet voor afsluiten." Dat betekent dat bedrijven ook met de aanschaf van hun materieel heel alert moeten zijn op deze ontwikkelingen. Wie in de stadsdistributie actief is, moet daar met zijn wagenpark nu al op inspelen. En zo mogelijk nog verder innoveren met alternatieve energie en samenwerkingen aangaan om zo efficiënt mogelijk opdrachten uit te kunnen voeren. Want een slagvaardig bedrijf werkt in de toekomst vaker samen met andere ondernemers, is de mening van diverse geïnterviewden. En dat is zonder meer iets waar bedrijven zich op kunnen voorbereiden.

Lezen of kijken?

Ga via de QR-code naar transportlogistiek.nl en lees via de link onderaan de sectorstudie 'Crisis? Creëer je eigen kansen'. Of kijk het webinar over dit rapport terug.

