Ondernemen in beperkte ruimte

Een gesprek met Melanie van der Horst (wethouder Verkeer, Vervoer en Luchtkwaliteit gemeente Amsterdam), Hannah Langeveld (sustainability manager bij Heineken) en Jan Stoeltie (directeur Vereniging Amsterdam City) tijdens het congres "Logistiek maakt ruimte". Gespreksleider: Bertine Müller (dagvoorzitter)

Melanie van der Horst licht kort het koersdocument "Amsterdam maakt ruimte" toe: "We zien groei in Amsterdam in wonen, werken, fietsgebruik, auto's, openbaar vervoer. Als we alles laten groeien gaat het niet passen. We moeten ruimte maken en daarom moeten we keuzes maken in hoe we de ruimte willen gebruiken. We willen ruimte voor spelende kinderen, groen, voor water, voor ontmoeten, voor bedrijvigheid: we moeten keuzes maken en daarbij vooral de vraag centraal stellen: hoe doen we het slimmer met elkaar?"

Komt de logistiek al genoeg in actie?
Van der Horst stelt dat de logistiek heel belangrijk is voor de stad: bevoorrading van horeca, winkels, ziekenhuizen, bouwplaatsen, maar ook afvalinzameling. "We willen ook in een schone stad leven. Ik zie heel veel goede initiatieven maar ik zie ook dat er nog heel veel moet gebeuren. De komende jaren moeten we als gemeente samen met de logistieke sector doorbouwen waaraan we zijn begonnen. Ik hoop dat we dat groter kunnen maken, dat we het uitbouwen. De logistiek is belangrijk maar het moet met minder ruimte."

De achterban van Vereniging Amsterdam City ziet ook het nut en noodzaak van 'Amsterdam maakt ruimte'. Jan Stoeltie: "Men staat open voor verandering. Het merendeel van ondernemers in de (binnen)stad is MKB'er. Logistiek en bevoorrading is nooit een onderdeel van hun bedrijfsvoering geweest. Dat is het nu wel maar dat heeft tijd en aandacht nodig. Stedelijke distributie en mobiliteit hebben grote prioriteit gekregen. Daarom is het zo belangrijk dat we hier met een groot aantal mensen bij elkaar zitten. We moeten kijken hoe we elkaar kunnen helpen. In het verleden hebben we als publieke en private partijen nog wel eens tegenover elkaar gestaan maar dat is niet meer zo. We hebben allemaal hetzelfde doel: een leefbare, bereikbare en veilige stad.

Heineken wil als groot bedrijf ruimte teruggeven aan de stad door logistiek efficiënter in te richten. Hannah Langeveld licht toe: "De vraag die we ons continu stellen is: hoe kunnen we ons ontdoen van overbodige tansportbewegingen en het deel wat blijft elektrificeren? Onze ambitie is om in 2030 een volledig emissievrij wagenpark te hebben. We begrijpen heel goed dat Amsterdam inzet op een bereikbare en leefbare binnenstad. Daar werken we al jaren intensief aan me. Bijvoorbeeld door mee te werken aan The Green Mile, het initiatief om de Stadhouderkade te transformeren van een hele drukke verkeersader naar een groene stadsruimte. We proberen met innovatie bij te dragen aan de transitie naar een leefbare stad. We zijn overgestapt naar elektrische mini biertank wagens. We hebben CT Park in gebruik genomen als hub. We hebben onlangs een test gedaan met de tankbierboot. Zo blijven we innoveren voor een leefbare stad.

Wat leveren die innovaties op?
Langeveld: "De inzet van biertankauto's betekent minder ritten met zware trucks. Zo zet je letterlijk en figuurlijk minder druk op de stad. Door de elektrificatie van ons wagenpark zorgen we voor minder uitstoot. Minitrucks zijn kleiner, stiller, lichter en compacter. Ze kunnen makkelijk door drukke straten en nemen minder ruimte in. De tankbierboot is nog een stap verder want daarmee vervang je ritten. Onderdeel van innovatie is timing. Je moet op het juiste moment met

vernieuwingen komen. Nu is de logistieke urgentie heel hoog door de druk op de binnenstad, ambities rond zero emissie en de staat van de kades. Als wij in de jaren '90 met een elektrische tankbierboot waren gekomen was het niet gelukt. Nu komt het samen, de technologie en de wil om samen te werken.

Ook Stoeltie ziet vanuit het perspectief van de ondernemer genoeg ruimte om te innoveren. Hij noemt als mooie voorbeelden het project "Bundelen op de Rode Loper" en de BIZbus. Tegelijkertijd ziet hij soms dat het beleid vanuit de overheid beperkend kan werken. Stoeltie: "Er is ruimte genoeg maar er is wel duidelijkheid nodig. Dat betekent consistent beleid van de overheid. Dat is coalitie-overstijgend. Een investering voor een elektrische bus is bijvoorbeeld voor een MKB'er heel veel geld. Kijk over de vier jaar bestuurstijd heen en zet door waar je aan begonnen bent."

Innovaties kosten geld dat niet altijd direct uit de markt kan komen. Is dat geld er dan wel vanuit de overheid? Van der Horst bevestigt: "Bundelen op de Rode Loper" is een heel mooi voorbeeld hoe we dit met elkaar doen. Het initiatief kwam uit het bedrijfsleven en we hebben daar gezamenlijk (gemeente en bedrijfsleven) de schouders onder gezet. Wij hebben als gemeente een budget beschikbaar gesteld om een eerste zet te geven aan dit initiatief. Na de opstartfase moet het systeem zichzelf kunnen bedruipen. Maar we kunnen niet alleen met geld helpen, ook met net even andere of aangepaste regelgeving kunnen we problemen aanpakken en projecten ondersteunen. We hebben voor transport over water op sommige plekken de venstertijden verruimd om het daarmee rendabeler te maken. Ik zie dat we de afgelopen jaren als bedrijfsleven, overheid en kennisinstellingen elkaar goed opzoeken, elkaar proberen te begrijpen voor wat nodig is om te veranderen. Ik vind het daarbij belangrijk om voor meer jaren consistent beleid te voeren. We hebben gelukkig vorig jaar samen met de branches kunnen voorkomen dat door een zwalkend kabinetsbeleid de invoering van uitstootvrije zone werd uitgesteld. Er is jarenlang aan voorbereid, daar moet je uiteraard aan vasthouden. Bedrijven hebben geïnvesteerd in uitstootvrije bestel- of vrachtwagens. Die kun je niet benadelen door te elfder ure de regelingen terug te draaien. Maar dat is in de politiek soms best ingewikkeld."

Wat kan de overheid nog meer doen om de ondernemers investeringszekerheid te geven?
Van der Horst: "Aan visie en beleid ontbreekt het ons vaak niet, alleen de besluiten waarmee dingen echt in gang gezet worden nemen we soms wel laat. We zouden als de richting duidelijk is, niet bang moeten zijn besluiten eerder te nemen. Anders gaan ondernemers toch weer zitten wachten en denken: 'ja, ja de politiek, het zal wel weer. Eerst zien en dan geloven. Eerdere besluitvorming geeft ondernemers langere tijd om te investeren en geeft zekerheid die daarvoor nodig is."

Om samenwerking en innovatie succesvol te laten zijn, is inzichtelijkheid in logistieke kosten belangrijk. Jan Stoeltie wil graag pleitbezorger zijn voor de inzichtelijkheid van die kosten.
"Die kosten van bevoorrading zijn voor een gemiddelde ondernemer (afnemer) helemaal niet duidelijk. Je bestelt als horeca-ondernemer bijvoorbeeld bier of een ander product. Je betaalt voor dat product maar welk deel van de kosten nu eigenlijk de kosten van logistiek zijn (bevoorrading en retour) zijn, is niet inzichtelijk. Ik doe een beroep op de kennisinstellingen (hogeschool van Amsterdam) om daar eens werk van te maken."

"De kracht van innovatie ís samenwerking", benadrukt Langeveld, "anders is ieder voor zich het wiel aan het uitvinden. In samenwerking vind je vaak een expertise die je zelf niet in huis hebt. Voor Heineken betekent dat vaak samen pionieren. Een voorbeeld is de samenwerking is Sligro-

Heineken. Eerst reden we allebei apart met kratjes naar horecazaken. Nu werken we daarin samen en neemt Sligro de flesjes bier mee. Dat bespaart weer kilometers. De samenwerking met de gemeente waarderen we vooral door de bereidheid om met elkaar in gesprek te gaan en elkaar te helpen. Bijvoorbeeld bij de bierboot vonden we veel bereidheid om na te denken over aanmeerlocaties, vergunningen en meer van dit soort praktische zaken."

Vander Horst: "We zijn daar de afgelopen jaren in gegroeid: elkaar opzoeken, elkaar vertrouwen, echt geloven in die samenwerking. Wij stimuleren innovatie graag. Het is super dat partijen als Heineken nieuwe dingen willen uitproberen en daarvan leren. Zodat het ook weer verder gebracht kan worden. We hebben elkaar gewoon keihard nodig."