

NIEUWBOUW UDEA IS DUURZAAM, TECHNISCH INNOVATIEF EN LOGISTIEK SUPER EFFICIËNT



WERELDPRIMEUR IN GECONDITIONEERDE WAREHOUSING

De hele nieuwbouw van Udea in Veghel beslaat een totaaloppervlak van 32.000 m². De nieuwbouw omvat onder meer 3.430 m² aan kantoren, 25.276 m² voor warehouse met vrieshal en orderpickstelsel, plus 3.965 m² voor een mezzanine. En een laadkuil van 5.374 m² met 36 laad- en losplatforms.

Onlangs is Udea verhuisd naar een nieuw pand. De nieuwbouw is technisch innovatief en heeft een bijzonder koelmagazijn. Tegelijk is het gebouw duurzaam gebouwd, wat natuurlijk past bij de visie van het bedrijf. Naar aanleiding van de nieuwbouw sprak Ekoland met marketing manager Hans van Mierlo en commercieel directeur Erik-Jan van den Brink.

TEKST LEEN JANMAAT | FOTO'S UDEA

MARKETING MANAGER HANS VAN MIERLO

“Waar voorheen bemande orderpicktrucks door het magazijn reden, brengen nu 138 shuttles volautomatisch de ‘goederen naar de man’.”

Wat maakt deze nieuwbouw zo innovatief?

Van Mierlo: “Het nieuwe distributiecentrum dient als op- en overslagpunt voor ruim elfduizend biologische producten, van gekoelde en bevroren artikelen tot droge kruidenierswaren. Wat dit distributiecentrum zo innovatief maakt is dat er sprake is van geconditioneerde warehousing in combinatie met een kratten-

magazijn. Dit krattenmagazijn is een volledig geautomatiseerd logistiek systeem. Waar voorheen bemande orderpicktrucks door het magazijn reden, brengen nu in totaal 138 shuttles volautomatisch de ‘goederen naar de man’. Het krattenmagazijn telt 23 lagen. De kratten worden door de shuttles via 14 liften naar 100.000 opslaglocaties gebracht. Efficiënt, ergonomisch verantwoord en met een minimale foutmarge. Een tweede innovatie is het krattenmagazijn dat in een volledig geconditioneerde koelomgeving staat, dit met voor de diverse lagen verschillende temperatuurzones om de voedselveiligheid te garanderen. In de onderste lagen ligt die temperatuur rond de 2 graden, bovenin rond de 12 graden. Met dit systeem heeft het bedrijf wereldwijd de primeur.”



Wie hebben er gewerkt aan dit nieuwbouw project?

“Voor deze nieuwbouw zijn we in zee gegaan met Van der Heijden Bouw & Ontwikkeling, DENC, Vanderlande en diverse installatiebedrijven. We hebben onze ambitieuze plannen met hen besproken. Het eerste gesprek van de Udea-directie met bouw-directeur Van der Heijden, vond al in 2012 plaats. Omdat toen bleek dat de tijd er nog niet rijp voor was, werd besloten eerst de bestaande gebouwen aan te passen. Vanwege de groei van Udea werden de ideeën voor innovatieve nieuwbouw in 2018 weer uit de kast gehaald. Van der Heijden benaderde DENC Oosterwijk voor het gebouwontwerp. Daarna is het snel gegaan en in juni 2018 is met de bouw gestart. Afgelopen april werd het pand opgeleverd, wat gezien de omvang en complexiteit van het gebouw enorm snel is.”

Hoe duurzaam zijn het gebouw en inrichting?

“Voor ons als groothandel in biologische producten is duurzaamheid natuurlijk een vereiste. Onze kernwaarden ‘innovatief en duurzaam ondernemerschap’ wilden we ook in deze nieuwbouw graag waarmaken. En daar zijn we in geslaagd: op 25 februari 2019 ontving Udea het Ontwerpcertificaat BREEAM Excellent. BREEAM is hét keurmerk in Nederland dat nieuwbouwprojecten en renovaties beoordeelt op duurzaamheid in negen categorieën: management, gezondheid, energie, transport, water, materialen, afval, landgebruik, ecologie en vervuiling. De nieuwbouw van Udea scoorde op al deze punten bovengemiddeld en verkreeg vier sterren. Duurzaamheid is in de nieuwbouw zichtbaar aanwezig. Zo zijn veel wanden van natuurlijke (veelal hergebruikte) materialen. Het gebouw is voorzien van warmtepompen, de warmte van de koelinstallaties in het magazijn wordt hergebruikt om de kantoren te verwarmen. Overal hangt led-verlichting, op het dak zijn zonnepanelen aangebracht en er is gedacht aan oplaadpunten voor elektrische fietsen en auto’s. Zodat ook werknemers milieuvriendelijk naar het nieuwe gebouw kunnen komen.”



COMMERCIËEL DIRECTEUR ERIK-JAN VAN DEN BRINK

Gemak, vers en online zijn trends die ook aan onze sector niet voorbij zullen gaan.

Welke veranderingen zien jullie in de markt?

Van den Brink: “Door toenemende concurrentie vanuit de supermarkt is schaalvergroting in onze sector een noodzaak geworden. De laatste jaren zie je een enorme consolidatie in de natuurvoedingsmarkt en dat biedt ook weer veel nieuwe kansen voor het assortiment van de specialist. We leveren geen merken van de speciaalzaken aan de reguliere retail zoals Jumbo, AH, Superunie, Aldi en Lidl. Verder zijn alle klanten welkom die aan de slag willen met een biologisch assortiment. Dat zijn niet alleen winkels maar ook foodservice bedrijven en andere groothandels in binnen- en buitenland.”

In 2018 nam Udea de winkelformule ‘Natuurwinkel’ over, hoe gaat Udea nu verder met zijn bio-winkelformules, ook gezien het groeiende aanbod van bio in supermarkten?

Blijft er voldoende perspectief voor speciaalzaken?

‘Natuurwinkel’ houdt op te bestaan. Winkels kunnen zelf de keuze maken voor Ekoplaza of verder gaan als zelfstandig ondernemer. Udea bedient als groothandel alle klanten met evenveel plezier. We zijn er van overtuigd dat er toekomst is en blijft voor specialisten. Een beetje bio erbij verkopen is toch echt iets anders dan een keuze met hart en ziel voor het biologische product. Als we hier niet in zouden geloven hadden we nooit zoveel geïnvesteerd in ons nieuwe pand.”

Welke voedseltrends voorzien jullie voor de komende jaren?

“Gemak, vers en online zijn trends die ook aan onze sector niet voorbij zullen gaan. Ook hier helpt het enorm dat er nu meer volume door het bedrijf heen gaat. Voor vers en gemak zijn hoge volumes noodzakelijk. Minder vlees is ook een trend die zeker door gaat zetten, we hebben met elkaar een enorm aanbod van vegetarische producten. Het is belangrijk dat we onszelf en onze klanten hiermee beter op de kaart zetten.”

Hoe onderhouden jullie het contact met toeleveranciers?

“Onze inkopers kennen de meeste telers en leveranciers persoonlijk en bezoeken de toeleverende bedrijven ook regelmatig. Daarnaast hebben we twee keer per jaar een grote leveranciersdag. De ene keer voor al onze telers en de andere keer voor alle overige leveranciers. Daarnaast zijn er een-op-een jaargesprekken met alle leveranciers. We vinden het belangrijk om te werken vanuit een goede relatie met onze toeleveranciers.” ■