

Leen Menken, eigenaar Leen Menken Foodservice Logistics:

‘Altijd hard werken voor klanten’

Industrie – De activiteiten van Menken laten zich moeilijk in een woord vangen. Het bedrijf is geen groothandel, maar ook geen transportbedrijf. Eigenaar Leen Menken heeft een aantal jaren geleden de omslag gemaakt naar een bedrijf dat zich richt op de totale ketenregie. Planning, aansturen, fulfillment en betalingen komen daardoor allemaal in één hand. Een gesprek met ‘gamechanger’ Leen Menken.

Leen Menken van het gelijknamige bedrijf zit ogenschijnlijk ontspannen in De Gasterij, het onderkomen van FoodReflection van Enrique Figee. Toch realiseert hij zich dat hij een ingewikkeld verhaal heeft te vertellen. Want waarin zit het onderscheid en welk voordeel hebben de klanten aan zijn vorm van foodlogistiek? Je mag jezelf dan de enige onafhankelijke foodservicedistributeur in Nederland noemen, maar daar win je niet direct klanten mee. De vraag is dus: hoe maak je nu duidelijk wat je unieke positionering is als eigentijds food-distributeur?

Verdichten

Menken ontzorgt in logistiek zoveel is wel duidelijk. Het bedrijf regelt, naast de distributie voor grote restaurantketens en cateraars, ook de distributie voor een aantal nieuwe partijen in

de markt, zoals De Vegetarische Slager, Marley Spoon, Willem & Drees en Koop een Koe. Maar er is meer. Menken: “Belangrijk verschil met concullegabedrijven is dat wij samenwerken met andere professionele partners in de distributie. En wel op zo’n manier dat de betrouwbaarheid van leveren en voedselveiligheid van producten volledig zijn gegarandeerd. De basis zijn alle koel- en diepvriesproducten, maar tegenwoordig komt daar steeds meer bij. Dat laatste maakt een essentieel onderdeel uit van ons werk. Feitelijk willen we de goederenstroom steeds meer verdichten, door leveranties te bundelen. Het streven daarbij is een aantal schakels uit de keten weg nemen en het aantal voorraadpunten verminderen. Alles met als doel de distributie zo efficiënt mogelijk in te richten. Recent hadden jullie

(lees: @FoodClicks, red.) een interview met Bidvest Deli XL-directeur Dick Slootweg onder de kop ‘Wij willen de Bol.com van de foodservice-sector worden’. Als ik compact zou moeten aangeven wat wij met Menken willen, dan is dat wij de ‘Docdata.com’ en de ‘Post.nl’ van de foodservicemarkt zijn.”

‘Wij willen de ‘Post.nl’ en de ‘Docdata.com’ van de foodservicemarkt zijn’

Foodlogistiek is en blijft de basis bij Menken. Het bedrijf heeft een team van zo’n 50 slimme, jonge mensen in dienst die zich bezighouden met

het verwerken van gegevens en het daarmee optimaal aansturen van de logistieke processen. Menken: “Alles wat wij doen is meten en sturen op data. Het team is dus vol continue bezig met het bedenken van oplossingen voor onze klanten. Inmiddels leveren wij zeven dagen in de week door heel Nederland. Bedienen we zo’n 40 webshops in food; business-to-business, maar ook business-to-consumer. De producten die we daarvoor vervoeren zijn maaltijdboxen, vlees, zuivel, (biologische) groente en

men. Maar door alles goed op elkaar af te stemmen en samen te werken met professionele partijen kunnen wij die leveringen tot aan de voordeur correct en op tijd leveren. Met alle bijbehorende zorg en vriendelijkheid. Zo correct, dat de kaarsjes op de taart bij afleveren nog recht overeind staan. En dat is echt uniek.”

‘Title nemen’

Maar de dienstverlening bij Menken gaat verder. Ook de betalingen en de financiering regelt Menken voor klanten, met name foodserviceklanten. “Alles met onze afnemers doen we transparant. We zijn de spil in de goederenstroom van aanbieder naar eindverbruiker. En in die rol verzorgen wij ook de betalingen aan de klant. Feitelijk is het zo dat onze opdrachtgevers niet aan ons betalen, maar dat wij aan het einde van het traject onze opdrachtgevers betalen. Dit systeem is ontstaan door Burger King. Die vroeg inder-tijd aan ons wil je ‘title nemen’. Ik

fruit, taarten, bake-off brood, snacks en sappen. Alles tot aan de voordeur/keuken. En juist in die ‘last mile’ zitten voor de meeste partijen de proble-

had geen idee wat het was, dus dat moest ik eerst uitvinden. Het bleek een soort procurement te zijn, waarbij je als logistieke dienstverlener ook de goederen onder je hoede neemt. Je blijft dan feitelijk dienstverlener, want je maakt niet zelf prijsafspraken, die worden gewoon afgesproken tussen leverancier en afnemer, maar de goederen staan wel bij je op de balans, omdat het goederen zijn die exclusief zijn afgenomen voor onze klanten.”

De verschuiving van logistieke dienstverlener naar regiepartner in logistiek heeft Menken geen windeieren gelegd. Het bedrijf is de afgelopen jaren sterk gegroeid. Vooral veel jonge mensen zijn aange-trokken. “Heel bewust, want jonge mensen begrijpen de vraagstukken van nu toch iets beter. Ik heb ook gelijk jonge mensen toegevoegd aan ons management-team. Heb je mij dan als oudere niet meer nodig? Nee, de ervaring die je inbrengt is van belang. Bij jongeren loop je het risico dat het alle kanten uitschiet en dan is het toch handig als je het proces een beetje in juiste banen kunt leiden. Mijn taak is vooral zorgen dat die jonge mensen de focus houden, dat zij gestimuleerd worden en dat de financiën blijven kloppen.”

Bubble Post

Menken werkt voor het fijnmazige deel van de distributie samen met verschillende partijen. Die samenwerking is noodzakelijk om de kosten van de distributie in de hand te houden en goederen zoveel mogelijk gelijktijdig aan te bieden op het moment dat de klant thuis is. Wie die klant is, is minder relevant. Menken: “De lijn tussen business-to-consumer en business-to-business vervaagt steeds verder. AH.nl rijdt nu ook langs de bedrijven en de kinderdagverblijven. Het gaat erom dat je het laatste deel van de distributie zo efficiënt mogelijk invult. En om dat te kunnen moet je wel samenwerken. Eén van de partijen met wie wij willen gaan samenwerken voor de stadsdistributie is Bubble

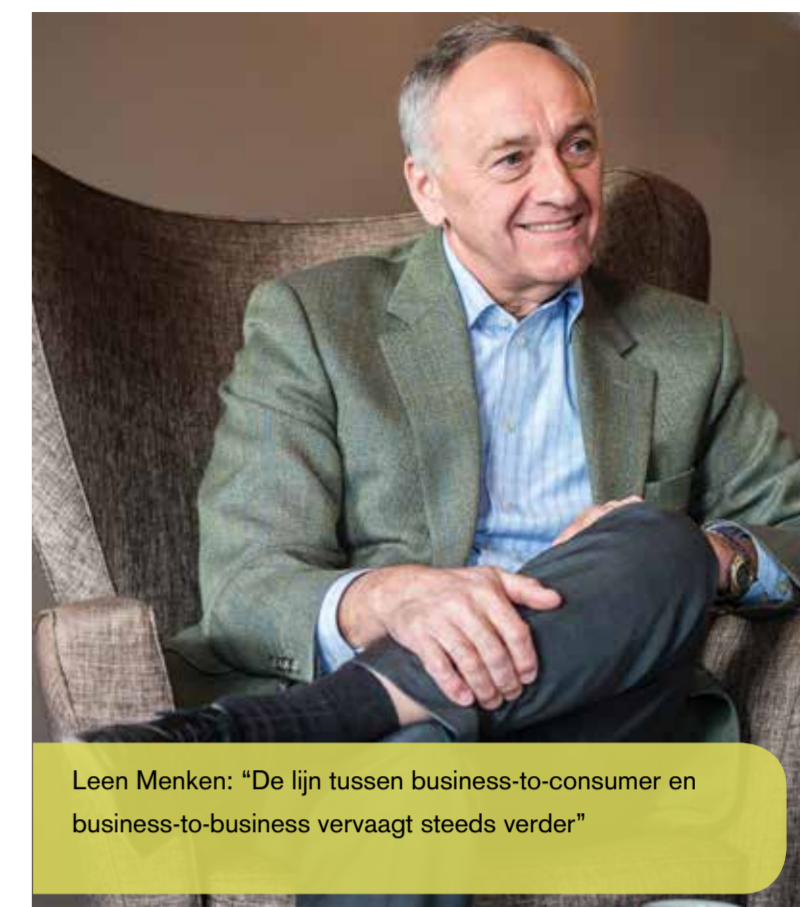
del aan, van waaruit we de distributie nu dus ook per gekoelde fiets of elektrische auto’s kunnen gaan verzorgen.”

Het gevolg van samenwerken is dat er veel informatie moet worden gedeeld. Menken: “Wij houden de klanten op de hoogte van de distributie en reageren proactief als dat nodig is. Waarom? Omdat wij een hoge hit-rate willen hebben. Daar sturen wij sterk op en die ligt bij ons al tientallen procenten hoger dan menige andere vervoerder. We zorgen er zoveel mogelijk voor dat bij de eerste keer bezorging er iemand is om de bestelling in ontvangst te nemen. Bij veel partijen is dat het grootste probleem, een enorme kostenpost.” Volgens

‘De kaarsjes op de taart staan bij afleveren nog recht overeind’

Post, die sinds begin deze maand ook gekoeld bezorgt. We hebben daarvoor een pand gehuurd aan de Archangelkade in Amsterdam, een locatie dicht tegen de grachtengor-

cijfers van Bubble Post bijvoorbeeld worden dagelijks in de twintig grootste Benelux steden 550.000 bestellingen bezorgd, waarvan zij 150.000 keer voor een gesloten deur staan.



Leen Menken: “De lijn tussen business-to-consumer en business-to-business vervaagt steeds verder”

En dat laatste wil Menken vermijden door afnemers goed te informeren en strakke levervensters te hanteren. Ook om te voorkomen dat te veel en te vaak busjes door de straten rijden vanuit milieuoogpunt.

Het realiseren van synergie in het netwerk, noemt Menken het verdichten van de bezorgstromen door van zoveel mogelijk partijen de goederen in één keer mee te nemen. Het is niet meer van deze tijd dat wagens van de verschillende horecagroothandels en andere bezorgers achter elkaar aan door de straten rijden. “Belangrijk is daarom het vertrouwen dat je geeft aan de klanten en de zorgvuldigheid die je dagelijks aan de dag legt, want veel partijen zijn immers ook concurrenten van elkaar. In ons systeem is het dus mogelijk om van alle partijen alle producten samen te brengen in één distributiewagen of bezorgbus.” Inmiddels is Leen Menken als het gaat om de fijnmazige bezorging van

kratten en dozen in het gekoelde en bevroren segment de grootste speler in de Nederlandse markt.

Bigdata, daar draait het om bij Menken. Veel van de informatie wordt ingezet om verdere efficiency te realiseren, maar feitelijk gaat het nog een stap verder. “Op een gegeven moment kun je de bezorging al in gang zetten, nog voordat er is besteld. Je ziet namelijk het bestelpatroon en op basis daarvan kan je goed voorspellingen doen. Dat geeft ons ook de verplichting met die informatie zorgvuldig om te springen. We kunnen onze knowhow wel inzetten om partijen te helpen in hun distributie, maar we kunnen niet op de stoel gaan zitten van hun marketingactiviteiten. Daar ligt een duidelijke grens. Bedrijven vergissen zich nog wel eens als ze een mooie website hebben gebouwd dat ze vervolgens rustig kunnen wachten op de bestellingen. Zo werkt het niet. Je zult altijd hard moeten werken voor je klanten.”



Enrique Figee organiseert de gesprekken in samenwerking met @FoodClicks. Figee is directeur en eigenaar van FoodReflection. Vanuit dat bureau is hij de sparringpartner van vele directieleden. FoodReflection is gevestigd in Gasterij Brabant in Haarsteeg en heeft de beschikking over drie ruimten die geschikt zijn voor uiteenlopende groepsgrootten (www.gasterijbrabant.nl).

Meer informatie over FoodReflection kunt u vinden op www.foodreflection.nl.

Ook kunt u Enrique Figee volgen op Twitter via @enriquefigee.



Leen Menken (links) in gesprek met Enrique Figee: “We zijn de spil in de goederenstroom van aanbieder naar eindverbruiker”