

VAREEIERUNDERSØKELSEN 2022

Slik ser norske vareeiere på sine logistikkbehov

LOGISTIKK
Inside



Moderne
transport

LOGISTIKK
Inside

YOUR

Moderne
transport

FEEDBACK
MATTERS!

Logistikkredaksjonen i Moderne Transport og Logistikk Inside har i over 50 år tatt pulsen på norsk næringsliv og den norske logistikkbransjen.

Denne våren har vi hentet inn informasjon fra over 50 store norske vareeiere for at vi skal få en bedre innsikt i hvilke trender som gjør seg gjeldende innen fagfeltet logistikk og godsfrakt.

Her deler vi denne innsikten med deg!

Med vennlig hilsen redaksjonen

Vareeierundersøkelsen 2022 er utført av logistikkredaksjonen i Logistikk Inside og Moderne Transport i april-mai 2022, i samarbeid med analyseselskapet Friske Fakta AS.

52
BEDRIFTER

394
MILLIARDER
2020

Logistikkansvarlig i 52 store norske bedrifter svarte på vår nettbaserte undersøkelse. Dette er en økning på over 50% fra undersøkelsen vi gjennomførte i 2021 - da svarte 34 vareeiere på undersøkelsen.

Med en samlet årsomsetning på nærmere 400 milliarder kroner representerer bedriftene mange av de største kundene til norske speditører og logistikkbedrifter.

Undersøkelsen gir seg ikke ut for å være dekkende for et representativt utvalg av norske vareeiere. Til det er andelen store bedrifter med milliardomsetning for stor. Den store bredden av norske vareeiere, med tusenvis av bedrifter, gjør at en helt representativ undersøkelse for vårt fagområde uansett vil være nærmest umulig å gjennomføre i praksis.

Når det er nevnt, undersøkelsen gir et godt innblikk i hvilke trender som rører seg blant større norske vareeiere. Det er også en god bransjebredde som i stor grad fanger opp variasjonen blant vareeierne.

38

Over 1 mrd. NOK

Næringsmidler
Byggevarer
Elektronikk
Kosmetikk
Landbruk
Blomster
Trevirke
Industri
Verktøy
Pharma
Sjømat
Metall
Retail
VVS

9

300 - 999 MNOK

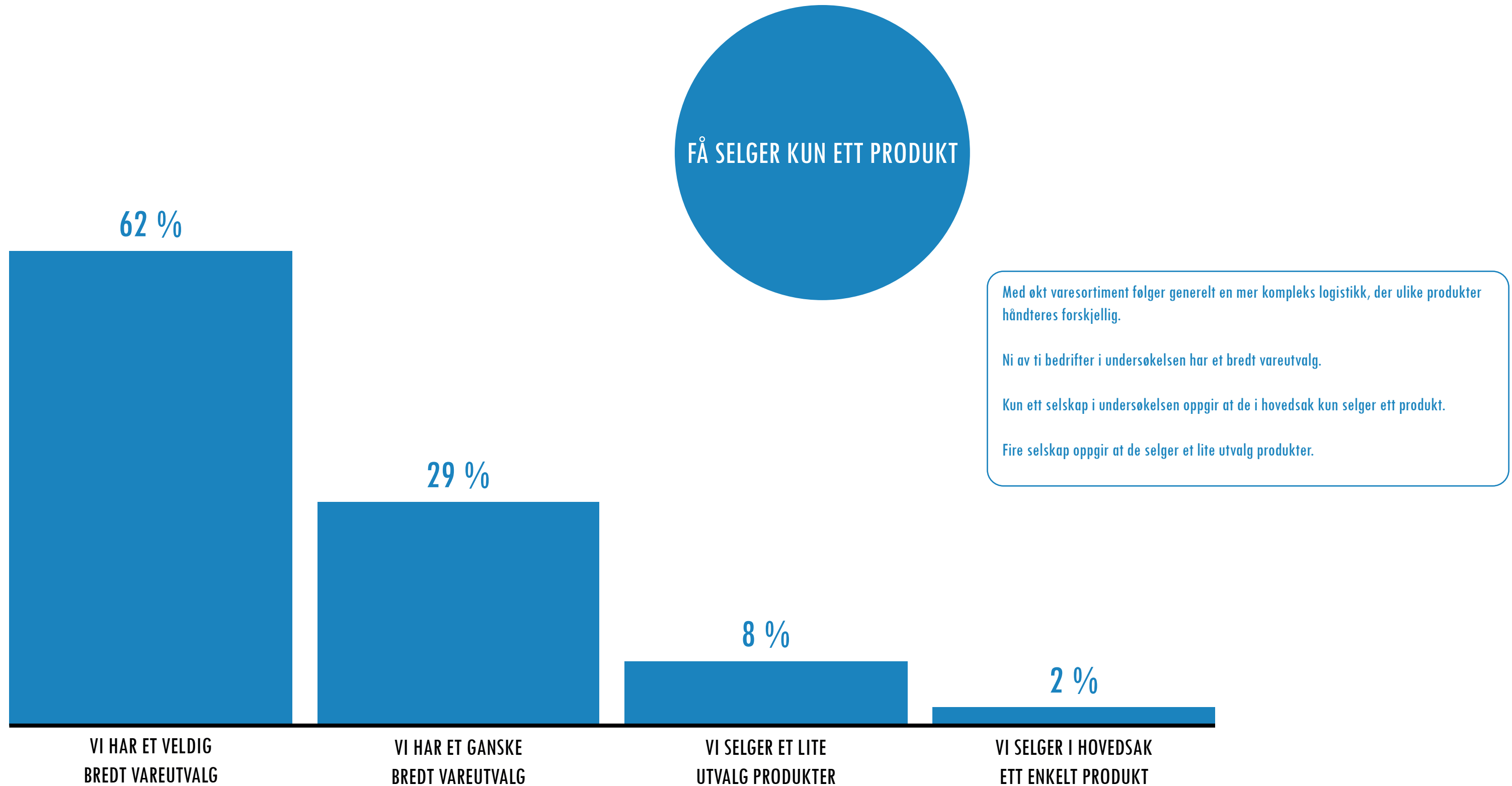
Sikkerhetsutstyr
Byggevarer
Blomster
Bildeler
Industri
Retail
Sport

5

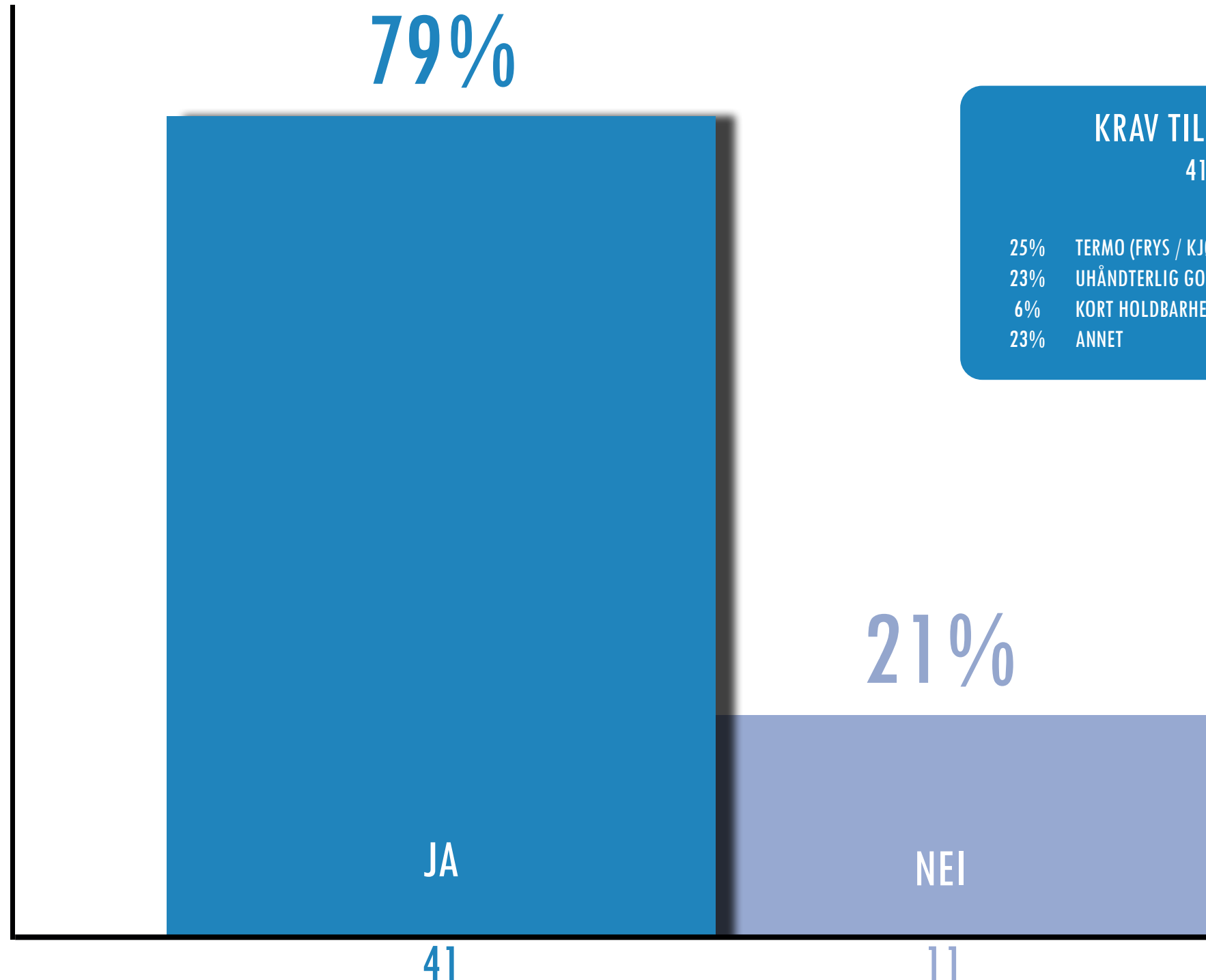
70 - 299 MNOK

Elektronikk
Emballasje
Helsekost
Industri
Tekstil

Hva slags varesortiment har bedriften?



Stiller produktene noen spesielle krav til transport, lager eller fremføringstid?



KRAV TIL TRANSPORT
41 av 52

- 25% TERMO (FRYS / KJØL)
- 23% UHÅNDBARHET (BULK, LANGGODS)
- 6% KORT HOLDBARHET
- 23% ANNET



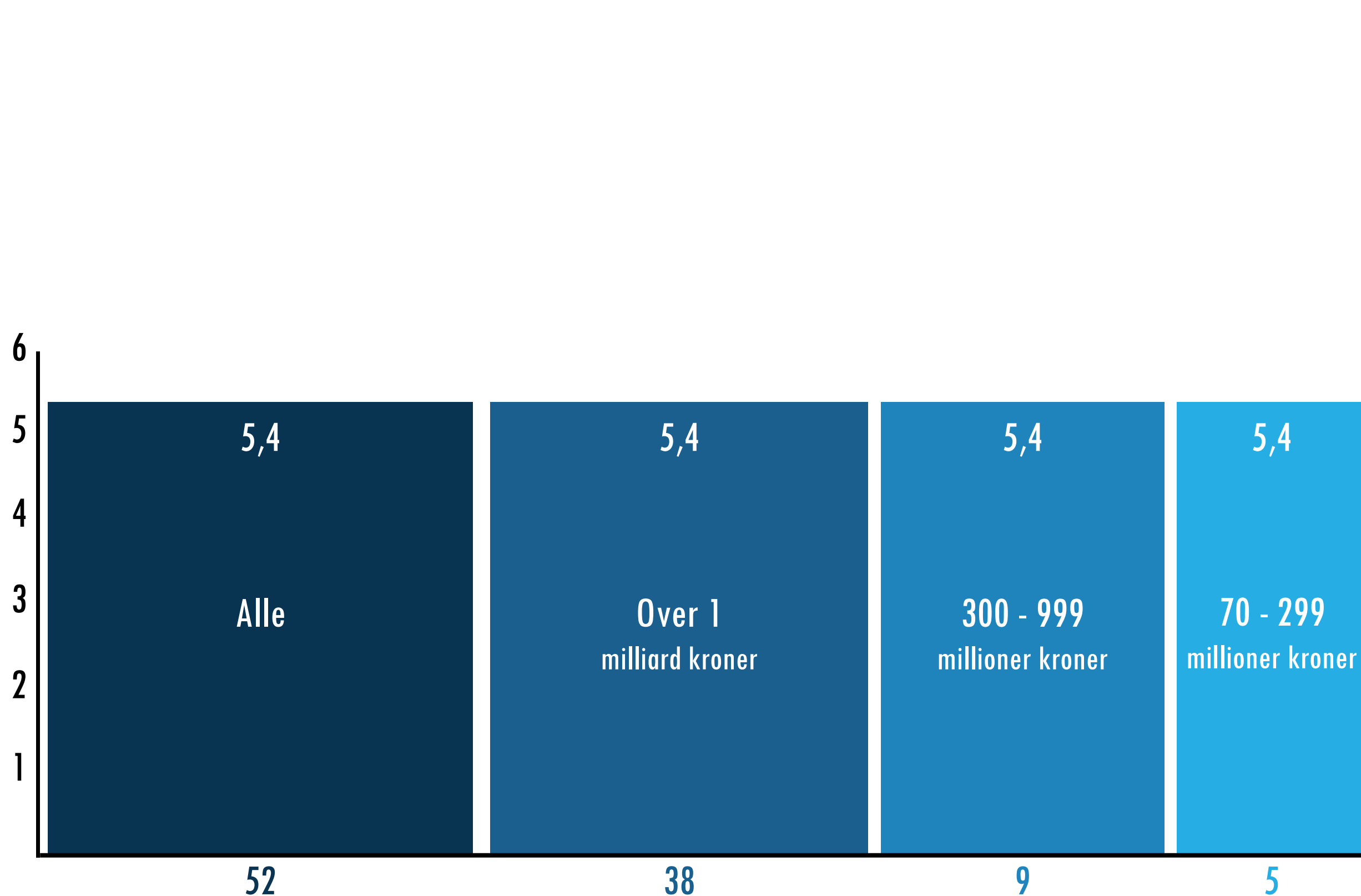
Nær 8 av 10 vareeiere har gods som stiller spesielle krav til lastbærer, håndtering eller fremføringstid.

Kategorier som skiller seg ut er sjømat og næringsmidler med behov for ubrutt kjølekjede og kort fremføringstid på grunn av kort holdbarhet.

Frakt av varer som tømmer, bulk og langgods stiller særegne krav til lastbærer.

Mye av godstransporten er tidskritisk med krav om korte ledetider fra lager/produksjon til kunde.

Hvor stor betydning vil du si effektiv logistikk har for ditt selskaps lønnsomhet?



LOGISTIKKANSVARLIGE MENER
AT EFFEKTIV LOGISTIKK ER
VIKTIG FOR LØNNSOMHETEN...

25 vurderte det til å være 6 på en skala fra 1 til 6.

Like mange vurderte det til å være 5.

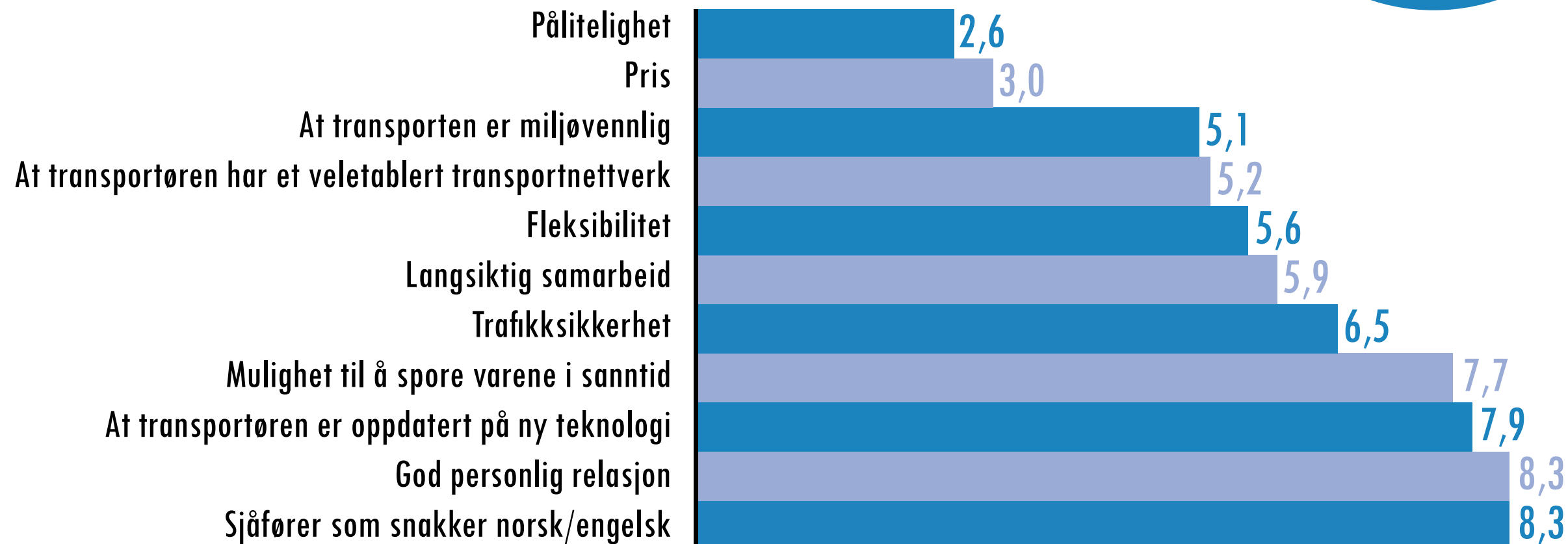
To respondenter vurderte det til 4.

VARETRANSPORT



Hva er viktigst når bedriften velger transportør?

23 AV 52 MENER
PÅLITELIGHET ER VIKTIGST!



Respondentene har rangert de 11 alternativene fra 1 til 11. Lavest tall er det som er rangert som viktigst, høyest tall er minst viktig i rangeringen.

13 av 52 mener pris er viktigst.

Seks bedrifter har som viktigste krav at transportøren har et veletablert transportnettverk.

Fire bedrifter oppga at trafikksikkerhet er det viktigste kriteriumet for de. Transportører som har en dårlig sikkerhetskultur vurderes ikke som samarbeidspartner for disse vareeierne.

Om det meste annet er på stell, er det tre bedrifter som setter lojalitet og det langsiktige samarbeidet som viktigste kriterium.

At transporten er miljøvennlig er det viktigste kriteriet for én vareeier.

En god personlig relasjon scorer samlet sett lavest i rangering, men interessant nok oppga to av bedriftene at en god personlig relasjon var nest viktigste parameter for de. Viktigst for disse to var henholdsvis pris og langsiktig samarbeid.

Hvor konkurransedyktig anser dere transportformen for bedriftens transportbehov?

INNGÅENDE

52 bedrifter

UTGÅENDE

52 bedrifter

VAREEIERNE
FORETREKKER LASTEBILEN!

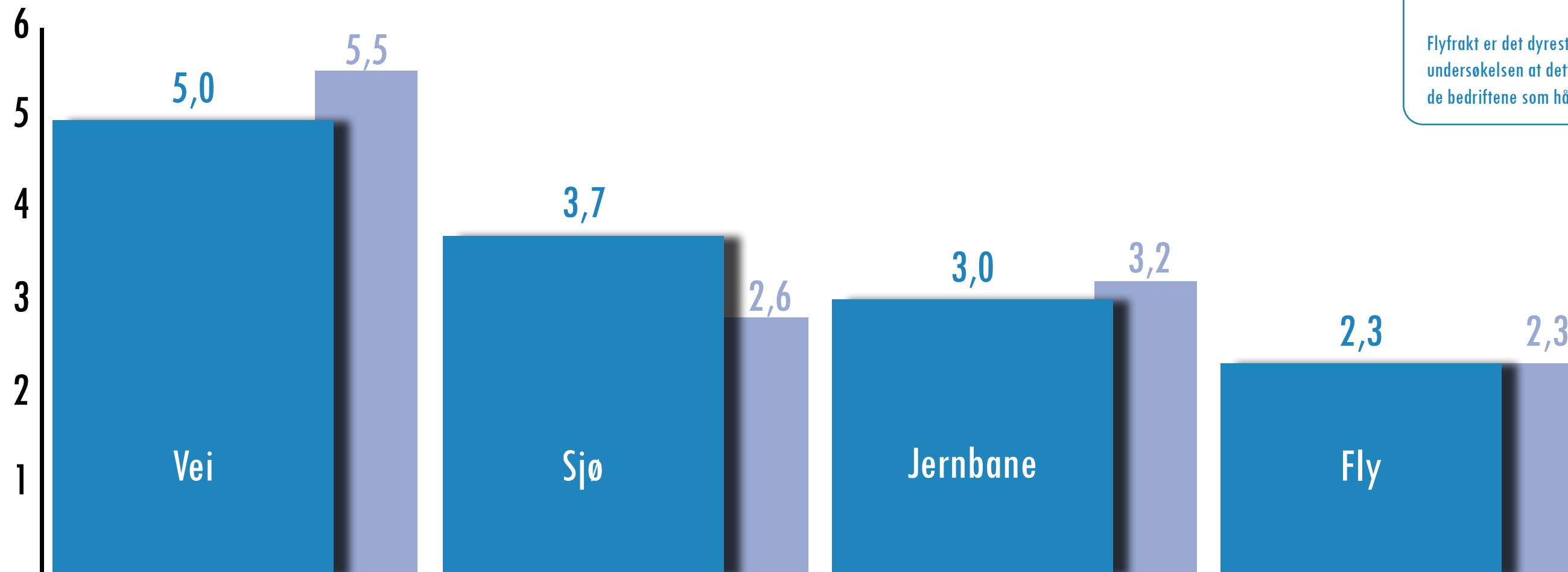
Lastebilens allsidighet og fleksibilitet gjør den til den foretrukne transportformen for vareeierne.

Lastebilen har en mer dominerende posisjon for utgående gods enn for inngående. Årsaken er blant annet at mye av inngående gods er importvarer der sjøveien står sterkt.

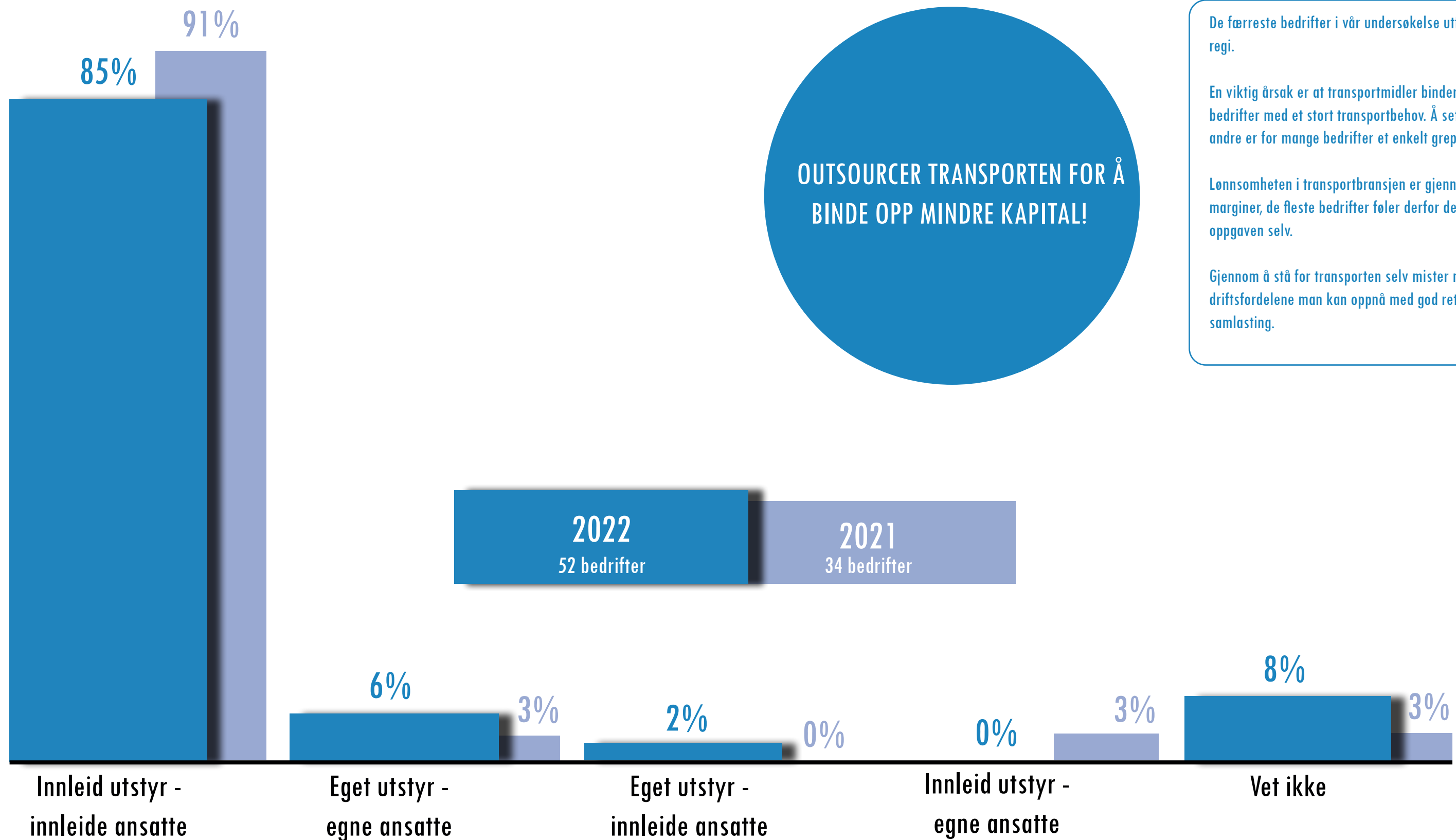
Når varer går ut igjen, som regel til kunder på det norske fastlandet, vil det være fra et eller flere lagre, og ut til et butikknett eller bedriftskunder som verken har kai, jernbanespor eller flystripe på tomta.

Jernbanen har forholdsvis få, men lojale vareeiere som rangerer jernbanen høyt. Og vi ser det særlig for intern vareforsyning fra Oslo-området til andre landsdeler.

Flyfrakt er det dyreste transportalternativet, og det går klart frem av undersøkelsen at dette er et transportmiddel som står sterkt kun hos de bedriftene som håndterer tidskritiske leveranser.



Hvordan utføres varetransporten i bedriften i dag?



OUTSOURCER TRANSPORTEN FOR Å BINDE OPP MINDRE KAPITAL!

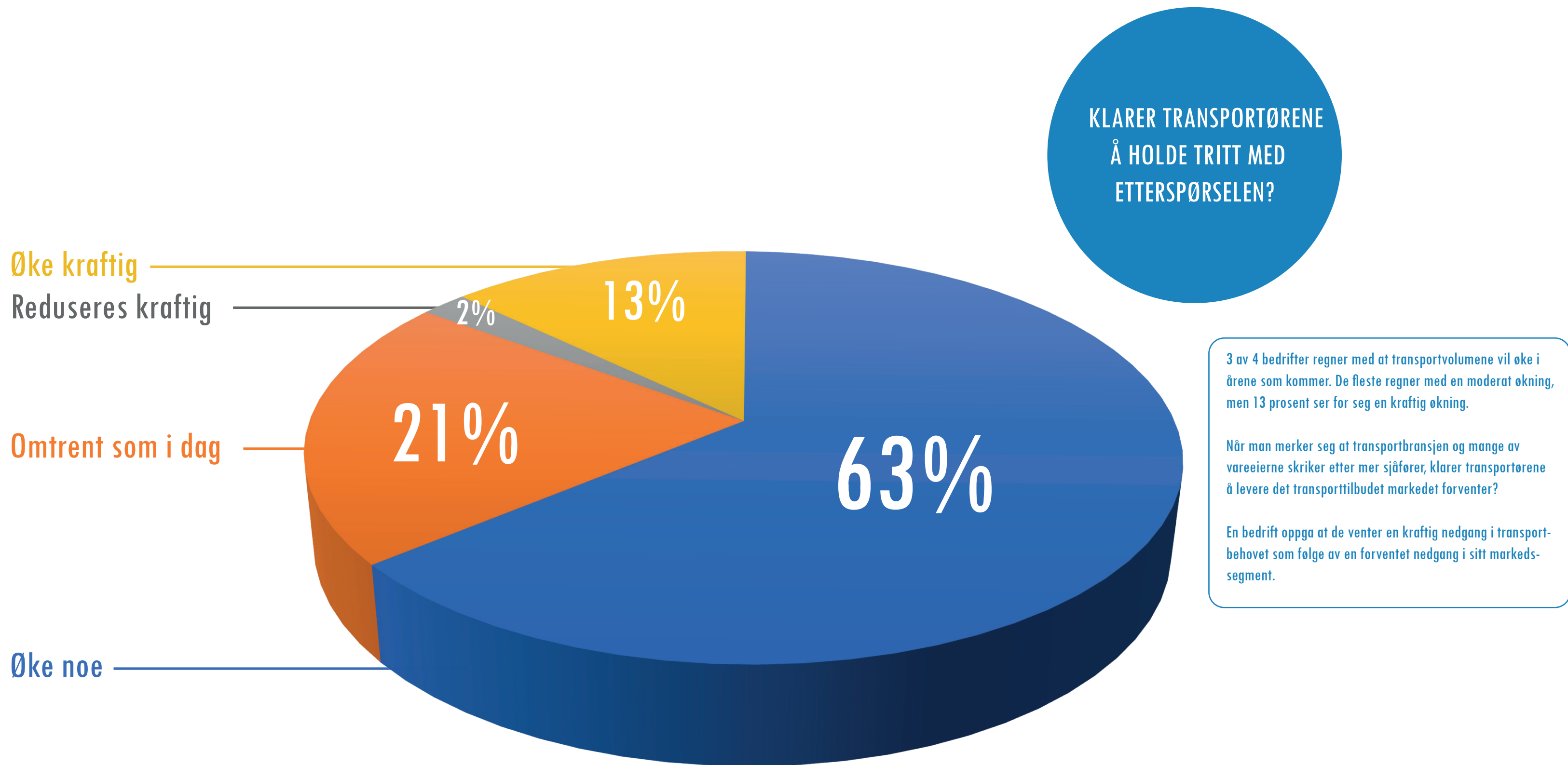
De færreste bedrifter i vår undersøkelse utfører varetransporten i egen regi.

En viktig årsak er at transportmidler binder opp mye kapital for bedrifter med et stort transportbehov. Å sette ut transporten til andre er for mange bedrifter et enkelt grep for å forbedre likviditeten.

Lønnsomheten i transportbransjen er gjennomgående lav, med små marginer, de fleste bedrifter føler derfor det er lite å hente på å stå for oppgaven selv.

Gjennom å stå for transporten selv mister mange bedrifter de stor-driftsfordelene man kan oppnå med god retningsbalanse (returgods) og samlastning.

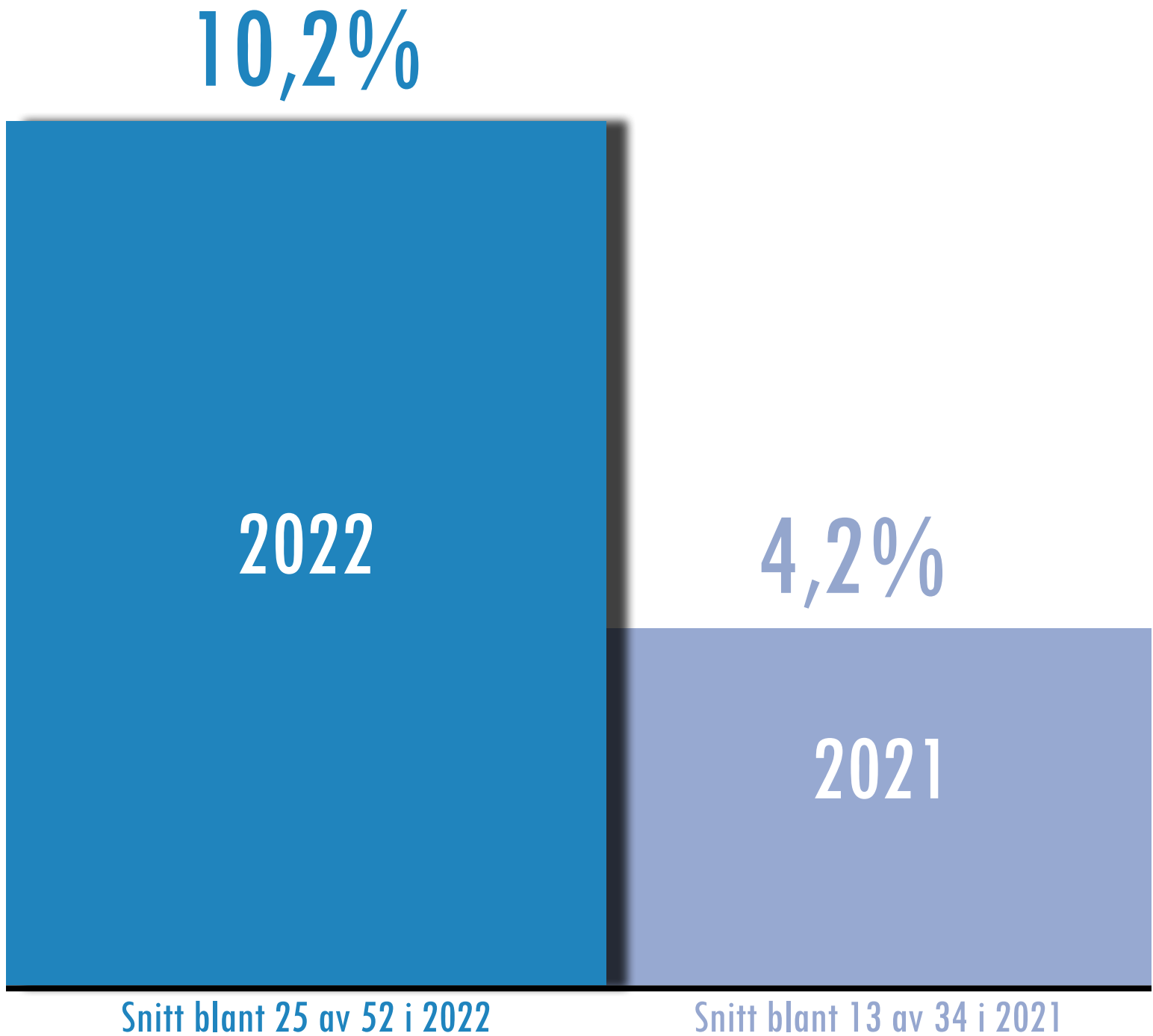
Hvordan antar dere transportbehovet til bedriften vil utvikle seg de neste tre årene?



An aerial photograph of a lush, dense green forest. A winding, light blue stream or path cuts through the center of the forest, creating a series of interconnected, irregular shapes. The trees are vibrant green, and the overall scene is bright and natural. The text 'MILJØ OG BÆREKRAFT' is overlaid in white, bold, sans-serif font at the bottom of the image.

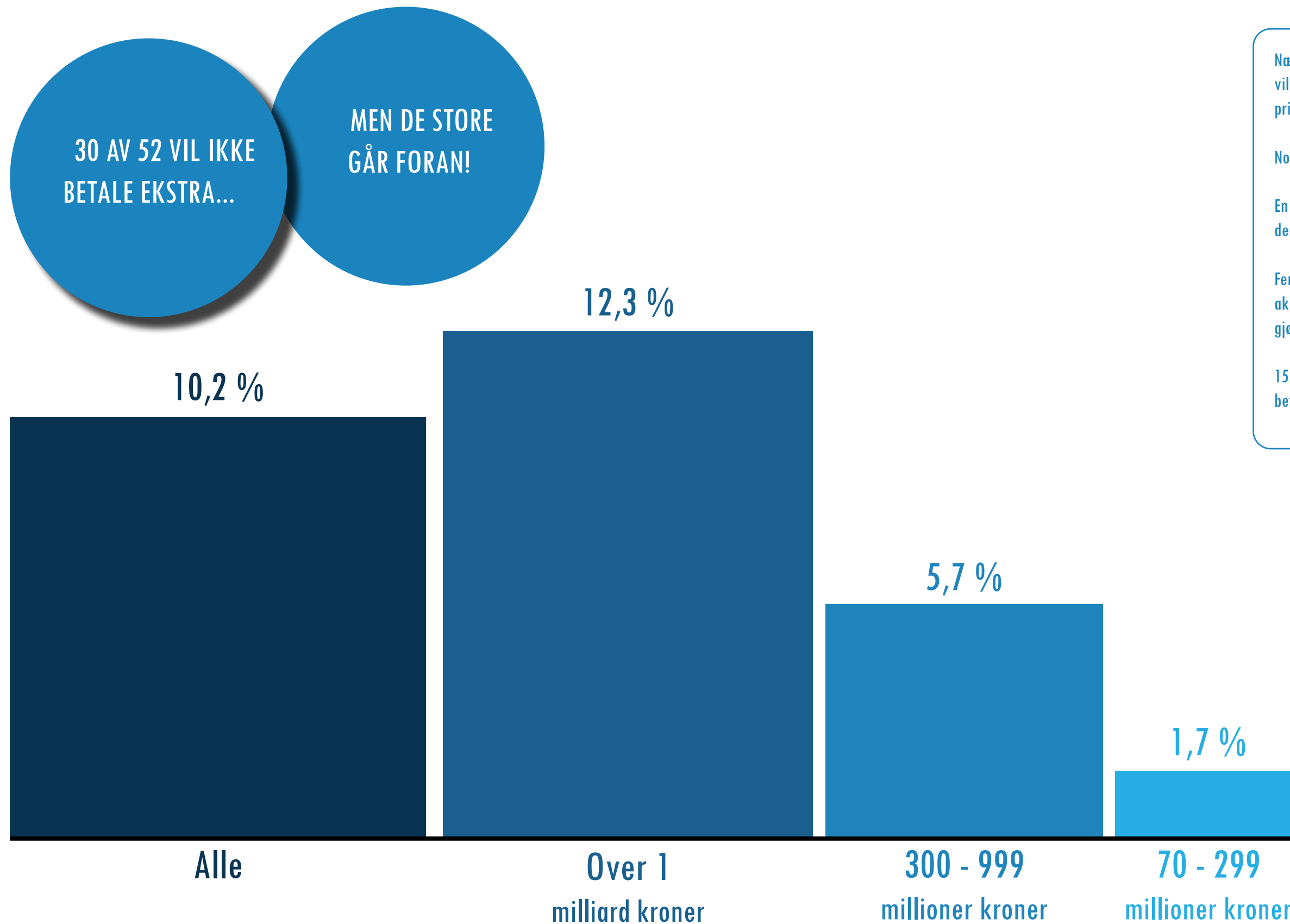
MILJØ OG BÆREKRAFT

Hvor stor prisøkning er dere villig til å akseptere for å gjøre transporten klimanøytral?



KUN TILFELDIGHETER ELLER SER VI EN DREINING MOT ØKT BETALINGSVILJE FOR MILJØVENNLIG TRANSPORT?

Hvor stor prisøkning er dere villig til å akseptere for å gjøre transporten klimanøytral?



Nærmere seks av ti bedrifter - 30 av 52 - har tilsynelatende ingen villighet til å betale mer for klimanøytral transport. Fire oppga 0% prisøkning og 26 avsto fra å svare på om de har betalingsvilje.

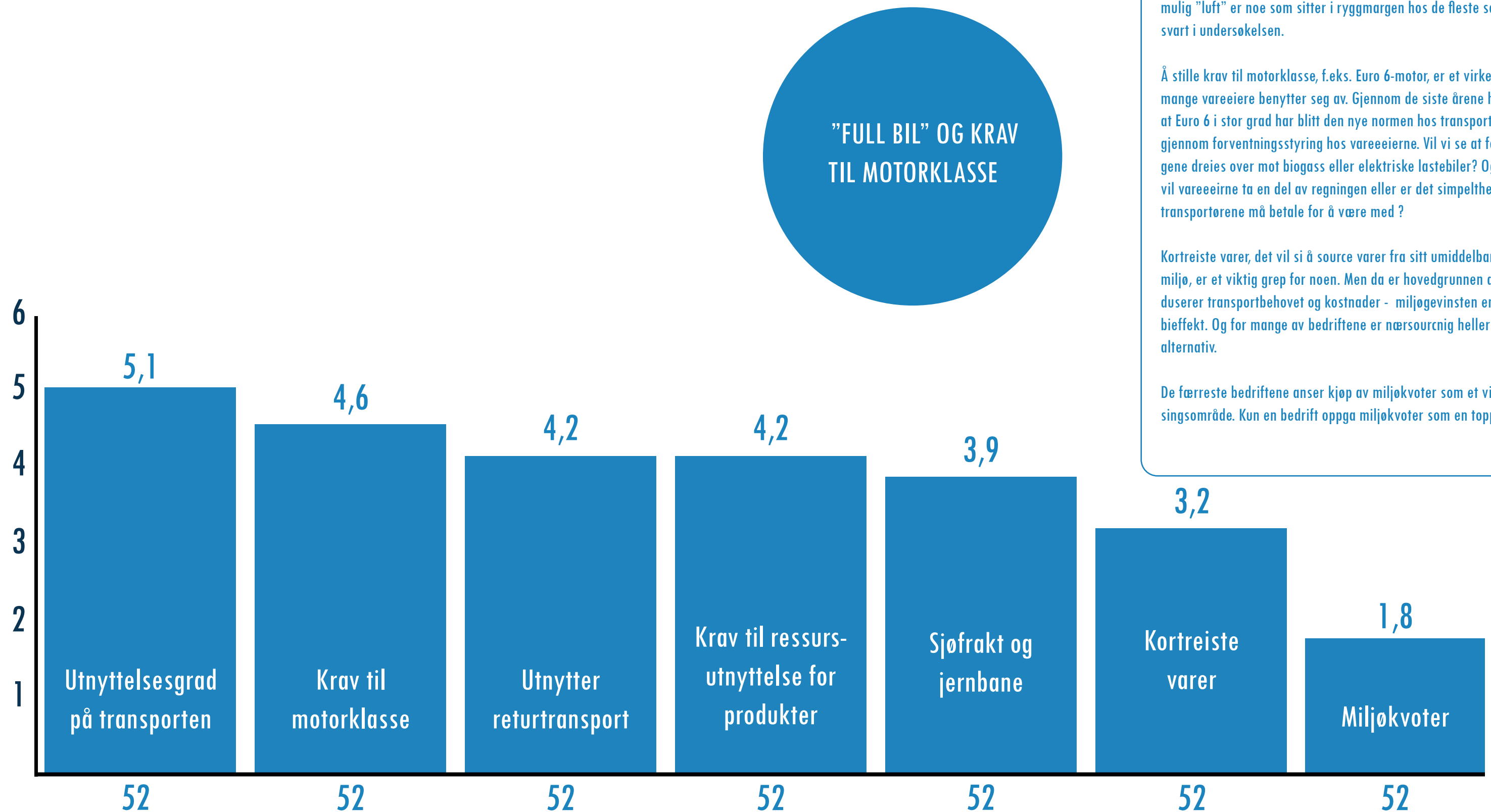
Noen få bedrifter trekker snittet høyt opp.

En bedrift oppga at transportprisen kan økes med inntil 50% om den gjøres helt klimanøytral.

Fem bedrifter, alle med milliardomsætning, sier seg villig til å akseptere en prisøkning på 20% eller mer dersom transporten gjøres klimanøytral.

15 av bedriftene med milliardomsætning oppga at de hadde betalingsvilje i en eller annen grad.

Hvilke miljøgrep har bedriften gjort med hensyn til transport?



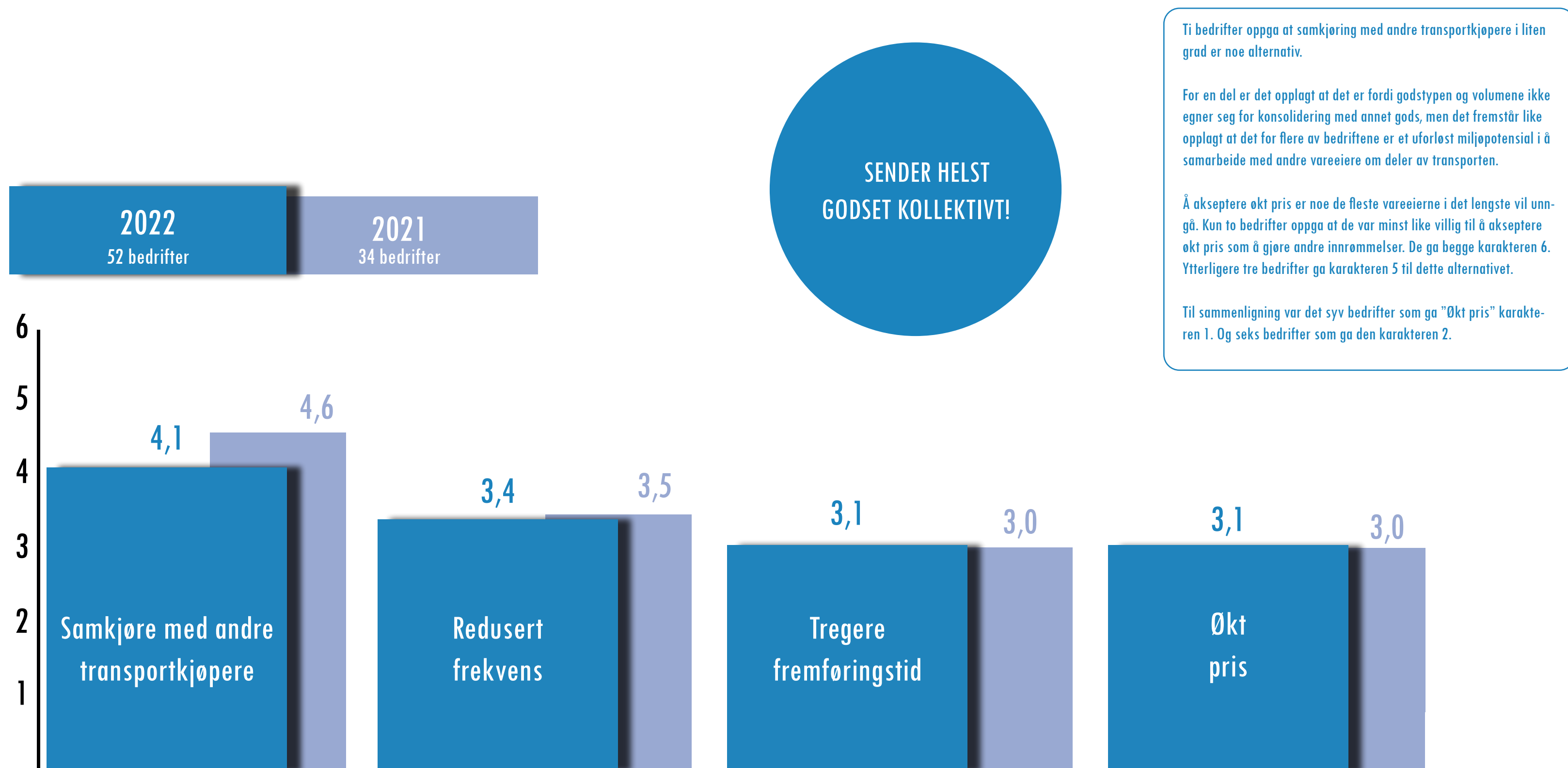
Å utnytte transportmidlene mest mulig og å transportere minst mulig ”luft” er noe som sitter i ryggmargen hos de fleste som har svart i undersøkelsen.

Å stille krav til motorklasse, f.eks. Euro 6-motor, er et virkemiddel mange vareeiere benytter seg av. Gjennom de siste årene har vi sett at Euro 6 i stor grad har blitt den nye normen hos transportørene gjennom forventningsstyring hos vareeierne. Vil vi se at forventningene dreies over mot biogass eller elektriske lastebiler? Og i så fall, vil vareeierne ta en del av regningen eller er det simpelthen prisen transportørene må betale for å være med?

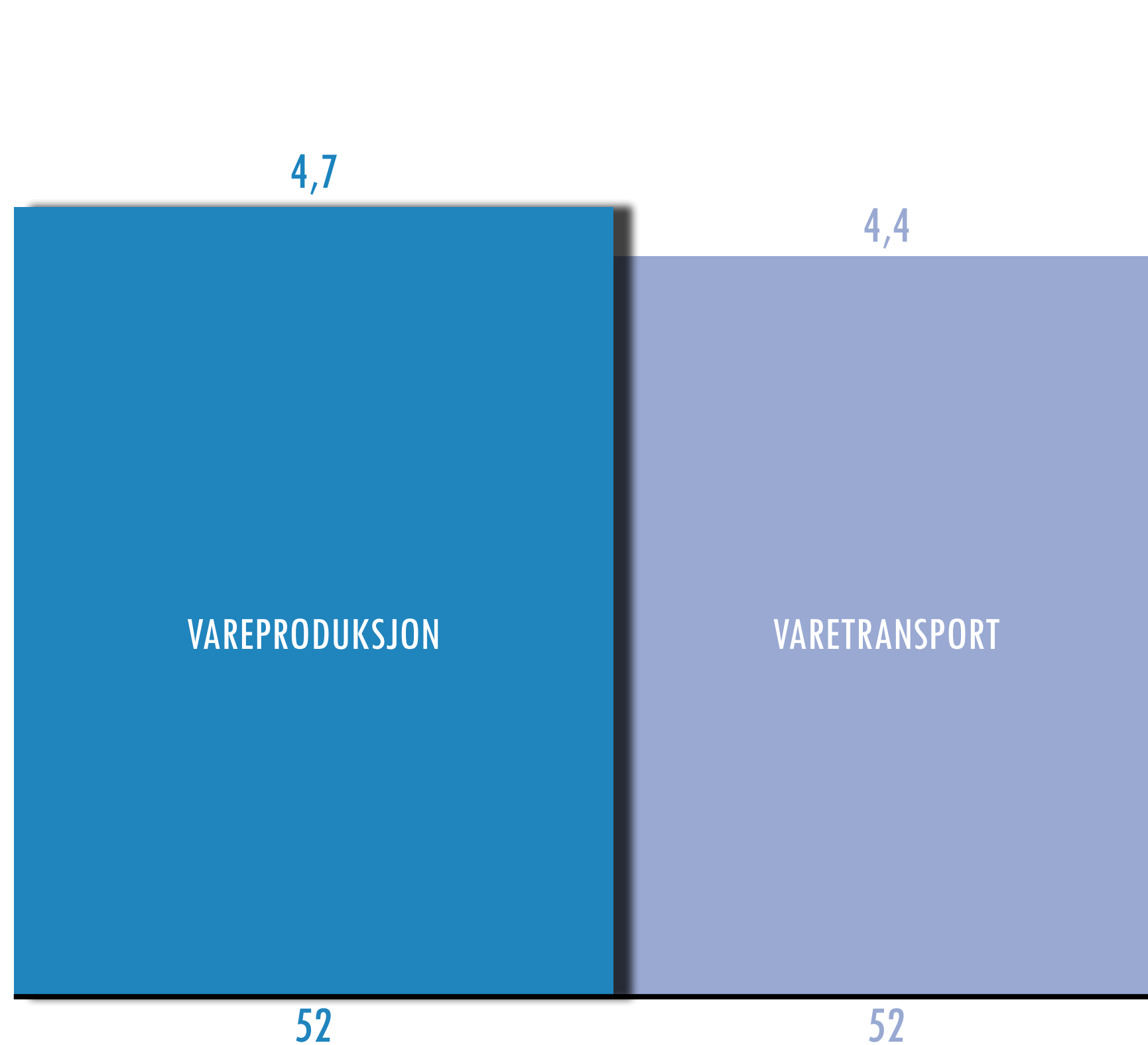
Kortreiste varer, det vil si å source varer fra sitt umiddelbare nærmiljø, er et viktig grep for noen. Men da er hovedgrunnen at man reduserer transportbehovet og kostnader - miljøgevinsten en gunstig bieffekt. Og for mange av bedriftene er nærsourcing heller ikke et alternativ.

De færreste bedriftene anser kjøp av miljøkvoter som et viktig satsingsområde. Kun en bedrift oppga miljøkvoter som en topp prioritet.

Hva er bedriften villig til å gjøre av "innrømmelser" for å redusere klimautslipp fra transporten?



Hvor miljøbevisst er selskapet med hensyn til vareproduksjon og transport?

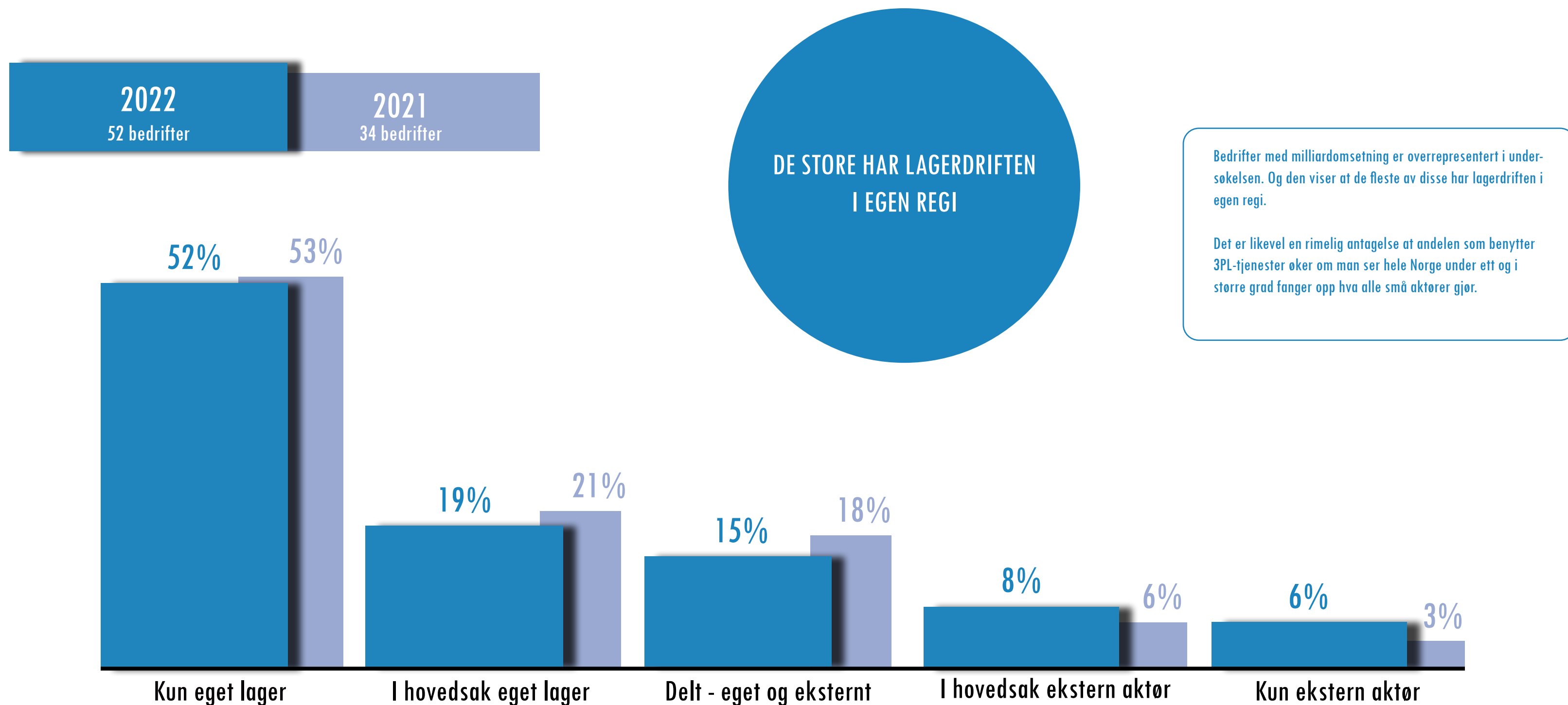


FOR MYE FOKUS PÅ PRODUKSJON
OG FOR LITE PÅ TRANSPORT?

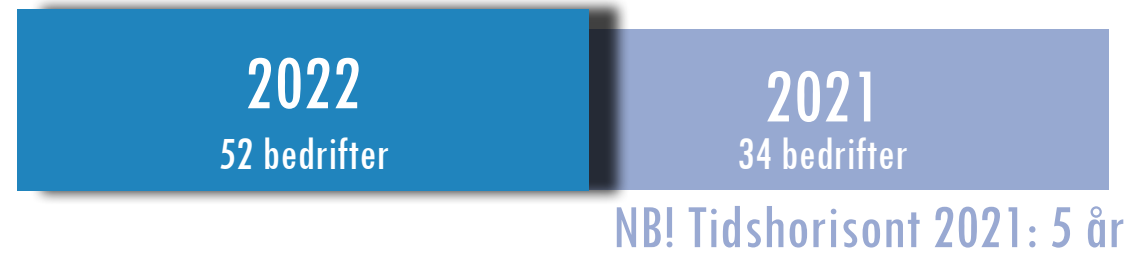


LAGER OG AUTOMASJON

Har bedriften eget lager eller settes lagerhold og lagertjenester ut til ekstern aktør?



Kommer bedriften til å gjøre investeringer innen automasjon de neste tre årene?

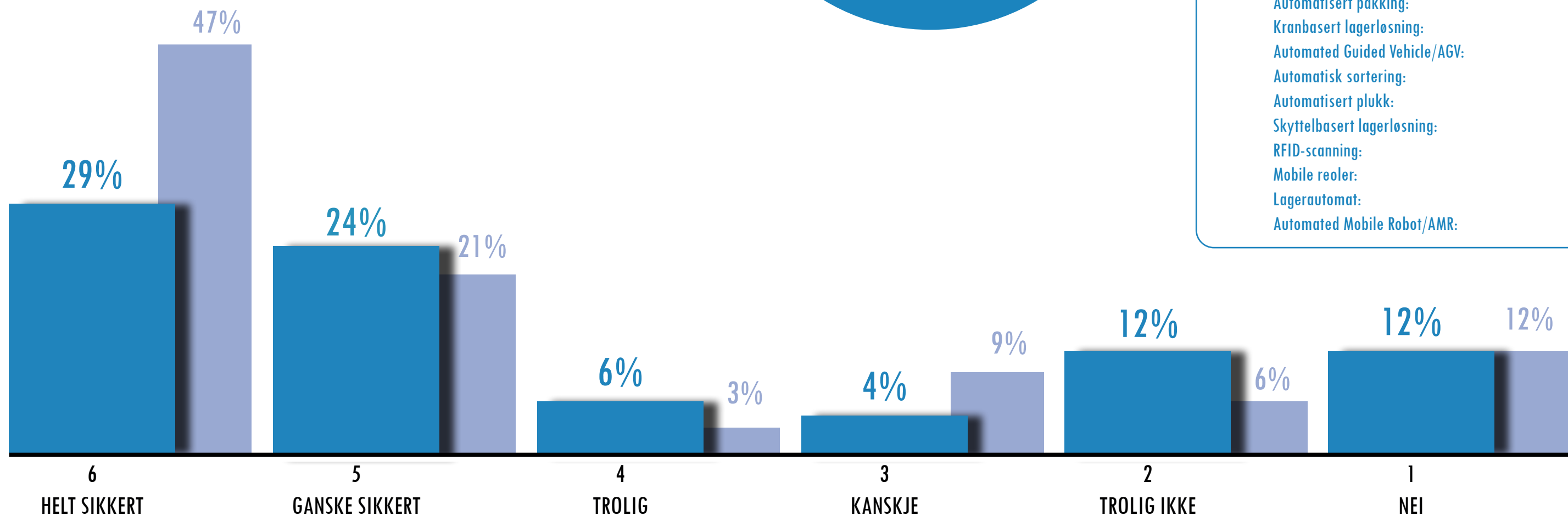


OVER HALVPARTEN VIL MED
STOR SANNYNLIGHET INVESTERE
I AUTOMASJON!

15 bedrifter oppgir at de enten er i ferd med å investere i eller kommer til å investere i en eller flere former for automasjonsløsninger.

Løsningene fordeler seg slik:

Nytt Warehouse Management System/WMS:	6
Kubelager:	6
Nye transportbånd:	5
Automatisert pakking:	5
Kranbasert lagerløsning:	4
Automated Guided Vehicle/AGV:	3
Automatisk sortering:	3
Automatisert plukk:	3
Skyttelbasert lagerløsning:	2
RFID-scanning:	2
Mobile reoler:	2
Lagerautomat:	2
Automated Mobile Robot/AMR:	1



COVID-EFFEKTEN

COVID-19

LOCKDOWN

LOCKDOWN

LOCKDOWN

COVID-19

Hvordan har korona påvirket bedriften?

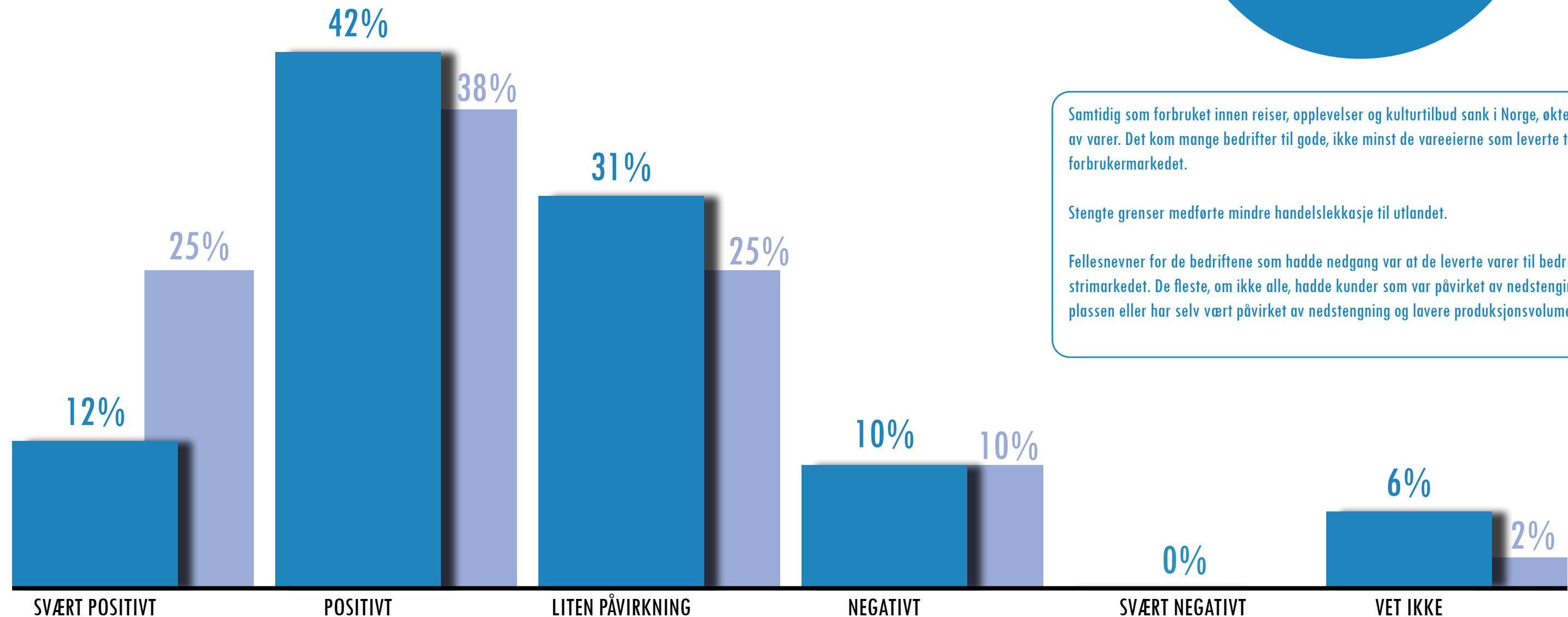
BUNNLINJE

52 bedrifter

OMSETNING

52 bedrifter

OVER HALVPARTEN HAR HATT
POSITIV EFFEKT AV COVID



Samtidig som forbruket innen reiser, opplevelser og kulturtilbud sank i Norge, økte forbruket av varer. Det kom mange bedrifter til gode, ikke minst de vareeierne som leverte til det private forbrukermarkedet.

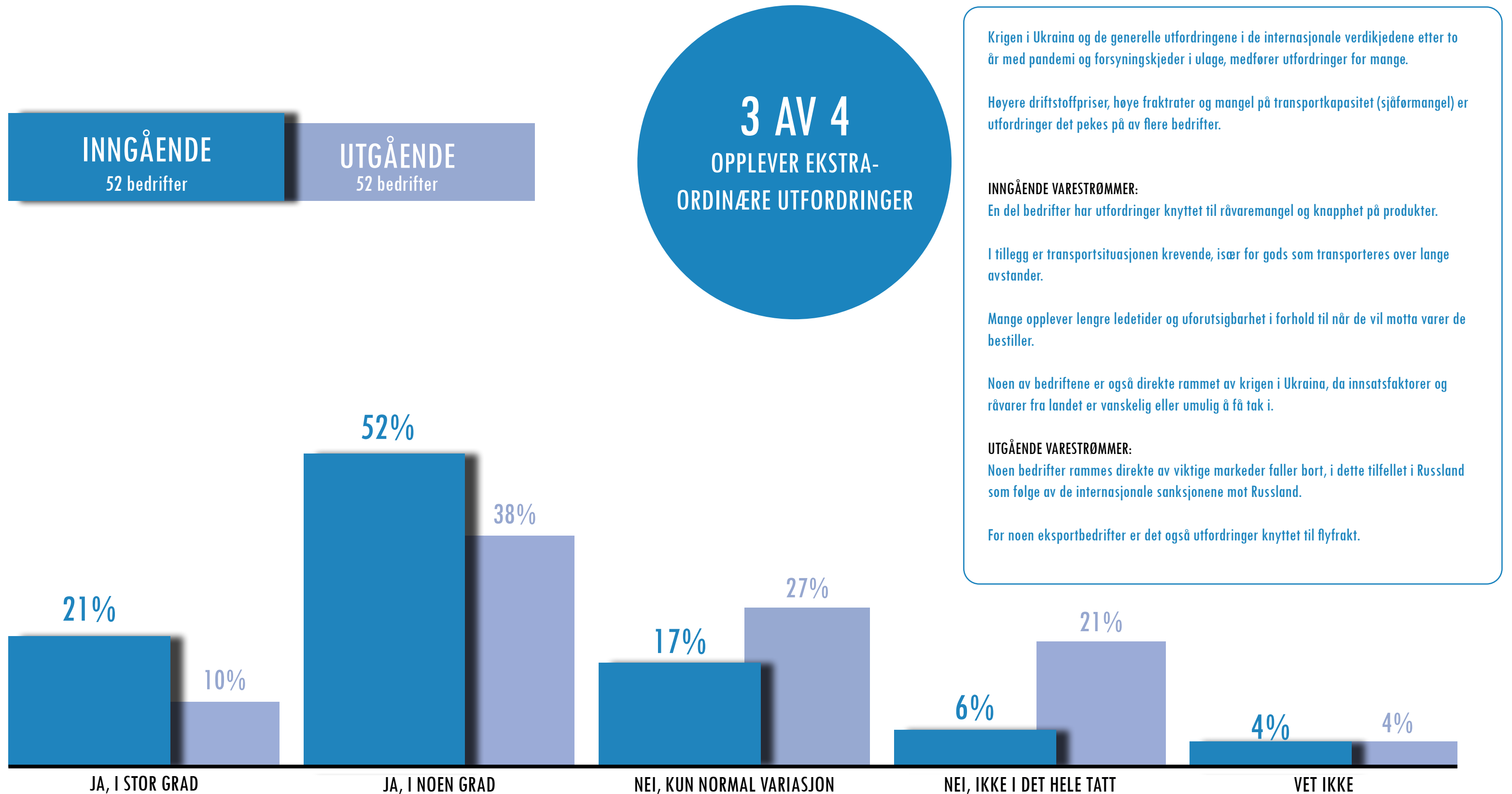
Stengte grenser medførte mindre handelslekkasje til utlandet.

Fellesnevner for de bedriftene som hadde nedgang var at de leverte varer til bedrifts- eller industrimarkedet. De fleste, om ikke alle, hadde kunder som var påvirket av nedstengning på arbeidsplassen eller har selv vært påvirket av nedstengning og lavere produksjonsvolumer.

A brick wall with a prominent vertical crack running down the center. The wall is painted with horizontal bands of color: white at the top, blue in the middle, yellow on the left side, and red on the right side. The text 'KRIG OG INTERNASJONAL URO' is overlaid in white, bold, sans-serif font across the middle of the wall.

KRIG OG INTERNASJONAL URO

Påvirkes virksomheten av ekstraordinære leveringsutfordringer?



TIPS, RÅD OG HJERTESUKK

Til slutt i undersøkelsen ba vi vareeierne komme med sine innspill, tips, råd og hjertesukk til transportorene. På de neste sidene ser du hvilke tilbakemeldinger vi fikk.



“
For oss er pålitelighet viktig
og at vi varsles om noe ikke
blir levert som avtalt!
”

“
Ha mer fokus på effektivitet!
Dere er for opptatt av å mene
noe om og å stoppe kabotage
framfor egen butikk og inntjening!
”

”
Bli bedre til å utforske
muligheter! Kan det gjøres
grep for at transporten skal
bli mer miljøvennlig?
”

“
Ha økt fokus på HMS ved
lasting og lossing!
”

“
Snakk opp yrket som sjåfør og
rekrutter norske sjåførere!
”

“
Sats på digitalisering og
oppkobling til kundene!
”

“

Gi tilbakemeldinger når noe ikke går etter planen!

”

“

Utvikle nye løsninger sammen med vareeierne - og involver oss i utredning av hva som er viktig!

”

”

Nattlevering på kjøpesenter vil gi en mer miljøvennlig transport og man utnytter tid uten kø og kunder i butikk!

“

Sats mer på kundetilpassede løsninger. Både med tanke på frekvens, ledetider og modalitet!

”

“

Hev statusen til sjåføyrket for økt rekruttering!

”

“

Ha mer kundefokus! Se kundens behov i stedet for egne allerede fastsatte produktporteføljer!

”

EN STOR TAKK TIL ALLE VAREEIERE SOM DELTOK!

Redaksjonen - Juni 2022
Glenn Lund, Øyvind Ludt, Per Dagfinn Wolden

Vareeierundersøkelsen 2023 vil
utføres i perioden januar-mai 2023.
Vi setter stor pris på vareeiere
som bidrar da!

LOGISTIKK
Inside
Moderne
transport