

> COLUMN door Maarten van Rijn

Wat de Huishoudbeurs is voor de huisvrouw, de Hiswa voor watersporters, de RAI voor autoliefhebbers en de KamaSutra voor lenige mensen, dat is de Logistica voor logistiek professionals. Voor alle beurzen geldt: de tijd is kort. Op- en afbouw, het moet allemaal heel vlug.

HET FEEST VAN DE BRANCHE

Nog even en het is weer tijd voor de vakbeurs Logistica, het logistieke evenement dat eens in de drie jaar plaatsvindt. Alle grote leveranciers van hard- en software krijgen vier dagen de tijd om zich profileren aan potentiële klanten. Een groot netwerkfeest voor de vele logistici in het land. En met recht een groots event.

Evenementen worden, althans volgens mijn definitie, slechts eenmalig of laag frequent georganiseerd. En de duur is relatief kort. Logistica, zoals gezegd vier dagen, de Olympische Spelen ruim veertien dagen en ID&T's Sensation duurt slechts twaalf uur.

In die korte tijdspanne zit de crux. Een organisatie heeft maar één keer de kans om het goed te doen! Uitloop is niet mogelijk en het moet vooral vlug! De duur van de op- en afbouw is meestal sterk beperkt door de belangen van de eigenaar van de beschikbare accommodatie. Hoe langer de opbouwtijd, hoe hoger de kosten voor de organisator. In de Amsterdam Arena voor de totale opbouw van Sensation slechts negen dagen beschikbaar. In die tijd moeten 125 medewerkers veertig trailers lossen en de gehele opbouw realiseren. Dit betekent dat alle technische showelementen er moeten staan en in principe zouden moeten werken. Het uitlichten van bijvoorbeeld trappen, ingangen en toiletten wordt daarna nog gedaan, parallel aan het proefdraaien van de show. De afbouw moet zijn gerealiseerd in 48 uur.

Dat zijn inderdaad logistieke hoogstandjes. Planning en organisatie zijn cruciaal. Uitloop ondenkbaar. Je kunt je publiek niet een dag later laten komen, omdat de planning niet goed ging. In dit soort omgevingen is de essentie van het succes het op de juiste manier delegeren van taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden. Hoe krijgen de organisatoren dit voor elkaar? Een aantal elementen heb ik al genoemd: organisatie, planning en coördinatie. Nog niet genoemd: informatie. Beheersing van informatiestromen is misschien wel belangrijker dan de



beheersing van de goederenstromen. De typische projectstructuur die wordt gehanteerd bij veel evenementen (zeker die van enige naam en faam) garandeert een heldere communicatie.

Herkennen we dit in de 'gewone' logistiek, als die nog bestaat? Zijn de taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden altijd helemaal duidelijk? Is de informatie voor iedereen helder en op tijd? Logistiek gaat steeds meer 'evenementenlogistiek' worden. Product life cycles zijn korter. Klanten gaan hogere eisen stellen.

Kan de logistiek dit allemaal bijbenen? Of moet er worden nagedacht over een andere benadering van de bedrijfsvoering. Klanten worden projecten, op tijd leveren in de juiste hoeveelheid en in de juiste kwaliteit en je hebt maar één keer de kans! Alle processen geïntegreerd, afgestemd op de klant. Is dat de toekomst van logistiek?

Ik denk van wel, en vanuit de evenementenbranche weet ik dat het kan. Evenementenlogistiek is dus van 'vlug' en 'voor de klant'. Niet van: 'Vandaag is het helaas niet gelukt'.



Evenementenlogistiek in 5 V's

3. Vlug

Een evenement moet Veilig zijn, maar ook Vlug (op- en afgebouwd), Volledig en vooral Verbazen. Als of dat nog niet genoeg is worden de omstandigheden steeds onvoorspelbaarder, Volatiler. Dat zijn de 5 'V's' waar evenementenlogistiek mee te maken heeft.

In vijf columns legt Maarten van Rijn (docent Logistiek - NHTV Breda) de vinger bij dit bijzondere vakgebied en zoekt de verbinding en de verschillen met de logistieke praktijk. Deze maand nummer drie.