

Webshops draaien op Edwin en zijn 'aajibare' cobots

Pieter Lalkens 17 juni 06:19

Bij Montapacking werken slimme machines en mensen harmonieus zij aan zij. Met dank aan zelflerende algoritmes en sociale bedrijfsvoering.



De 'cobots' van Montapacking hebben geleerd de structuur van de vloer te herkennen en weten precies waar ze zijn en waar ze naar toe moeten. Foto's: Roger Cremers voor het FD.

Nee, je kunt gewoon blijven staan. Hij stopt wel.' Edwin van der Ham spreekt geruststellende woorden als ineens bijna geruisloos — als door een onzichtbare hand aangestuurd — een futuristisch plateau op wieltjes komt aanrijden.

En ja, het klopt. Op zo'n dertig centimeter afstand komt het plateau van 80 bij 107,5 cm tot stilstand. Slechts 12 centimeter hoog, op de hoeken voorzien van lichten die van kleur veranderen naargelang de bewegingsrichting. Is dit een scène uit 2000: A Space Odyssey? Of iets uit Star Wars? 'Dit zijn onze cobots', verduidelijkt Van der Ham. Cobots? 'Ja, robots die kunnen samenwerken met de mensen hier.'

Hier is het magazijn van Montapacking in Molenaarsgraaf, midden in het Groene Hart. De 45 cobots die er rondrijden, zijn de trots van Van der Ham, de 47-jarige directeur en mede-eigenaar van dit logistiek bedrijf.

Achter de schermen is Montapacking een onmisbare schakel voor een groeiend aantal webshops. Dekbed-Discounter en iBood, een onlinewarenhuis met dagaanbiedingen, behoren tot de klantenkring. Ook consumenten die via de webwinkel van oud-voetballer Demy de Zeeuw producten van zijn kledingmerk Balr willen kopen, kunnen niet zonder Montapacking.

‘Bij ons kunnen medewerkers tegelijk met de cobots in het magazijn blijven werken. Bij Amazon kan dat niet. Die symbiose is juist in pektijden handig’

Het bedrijf verzorgt niet alleen de opslag en verzending van producten, maar ook de orderverwerking en het voorraadbeheer van webwinkels. ‘Met zelf ontwikkelde software die steunt op kunstmatige intelligentie’, vult Van der Ham aan.

Door de stijgende populariteit van internetwinkelen had Van der Ham de afgelopen jaren het tij al mee. Maar de coronapandemie heeft de groei van Montapacking nog eens versneld. ‘Vorig jaar hebben we er 500 webshops als klant bij gekregen, in de eerste maanden van dit jaar kwamen er al 200 bij. In totaal zitten we nu op 1400 klanten. En we krijgen dagelijks twintig aanvragen.’

Niet slecht voor iemand die in 1999 als pas afgestudeerde hts’er industriële automatisering Montapacking van een echtpaar overnam. Destijds was het een wat ingedut bedrijfje dat cd’s en tijdschriften verpakte. ‘Jaaromzet toen: 50.000 gulden’, glimlacht Van der Ham. ‘Ondernemer wilde ik altijd al worden, en dit was een mooie kans.’

Maar van alleen verpakken kreeg Van der Ham al snel genoeg. Toen de internetwinkels opkwamen, zag hij een gat in de markt. ‘Er was eerst niet eens een woord voor wat ik toen begon. Tegenwoordig heet het fulfilment. Dat schreef ik eerst ook nog fout.’



Montapacking houdt de softwareontwikkeling in eigen huis om goed te kunnen inspelen op nieuwe ontwikkelingen.

Menselijke namen

We lopen verder door het magazijn, terwijl Van der Ham met verve blijft vertellen. In een van de stellingen liggen T-shirts van het merk Girav. ‘Enorm populair.’ De cobots, die samen met het Nederlandse Eurotec zijn ontwikkeld, staan wat hem betreft symbool voor waar het om draait in zijn onderneming: automatisering van logistieke processen met gebruik van kunstmatige intelligentie. Dat klinkt abstract. Van der Ham: ‘Het komt erop neer dat de software zichzelf dingen aanleert en met deze geleerde ervaring niet alleen de cobots aanstuurt, maar ook het voorraadbeheer en de orderverwerking doet.’

Dit is ons eigenlijke DNA, zegt de ondernemer. ‘We hebben een eigen IT-afdeling waar 55 mensen werken. De softwareontwikkeling doen we in eigen huis om goed te kunnen inspelen op nieuwe ontwikkelingen.’

Ondertussen rijden in het magazijn cobots af en aan over de paden tussen 15.000 in keurige rijen opgestelde blauwe stellingen. Ze staan vol met producten van de verschillende webshops. Geregeld tillen de volautomatische plateau stellingen op om ze vervolgens naar de afdeling te rijden waar orderpickers klaarstaan, mensen die de producten uit de stellingen halen en in sorteerstations leggen. Daarna stoppen inpakkers de producten voor verzending in dozen.

‘De weersverwachting zit ook in de data. Als het warmer wordt, weet de software dat de vraag naar zwemkleding, slippers en badlakens stijgt’

‘De cobots hebben door oefening en met extreem goede camera’s de structuur van de vloer leren herkennen en weten dus precies waar ze zijn en waar ze naartoe moeten’, legt Van der Ham uit. Uniek in de wereld, claimt hij. ‘Bij ons kunnen medewerkers tegelijk met de cobots in het magazijn blijven werken. Bij Amazon kan dat niet.’ Die symbiose tussen cobots en de mens is juist in piektijden handig.

Ook opvallend: alle cobots bij Montapacking hebben menselijke namen. ‘Dat doe ik om de afstand tussen mens en machine kleiner te maken.’ Van der Ham gebruikt zelfs het woord ‘aaibaar’ voor de machines, maar dat vergt wel enige verbeeldingskracht.

De software van Montapacking herkent toenemende vraag naar bepaalde producten, vertelt Van der Ham, en geeft de opdracht stellingen met die producten naar voren te brengen, dicht bij de afdeling waar de orders worden verwerkt. Daar zijn de paden ook breder, waardoor de cobots elkaar kunnen passeren en de goederen sneller naar de orderverwerkers kunnen worden gebracht.

De plek waar de spullen staan is volgens hem nog belangrijker tegen middernacht. Een magisch tijdstip voor de internetconsument: voor twaalf besteld is veelal bezorging de volgende dag. ‘Daarom moet de weg naar de orderverwerkers zo kort mogelijk zijn, want om tien over twaalf rijden de pakketvervoerders weer weg.’



‘Nu heeft de software ook al geleerd dat het niet elke vrijdag Black Friday is’, zegt directeur Edwin van der Ham.

Black Friday

De software is ook zelflerend en slaat permanent grote hoeveelheden interne en externe data op, vervolgt Van der Ham zijn college.

‘Bijvoorbeeld dat de meeste mensen rond de 25ste van elke maand salaris krijgen. Maar ook de data van de kinderbijslag en voetbalwedstrijden.’ Hij is duidelijk in zijn element, vertelt honderduit over de finesses van de software. De intelligente software heeft nu zoveel geleerd dat hij 's middags om vier uur met 90% zekerheid kan voorspellen hoe druk het 's avonds gaat worden.

‘De weersverwachting zit ook in de data. Als het warmer wordt, weet de software dat de vraag naar zwemkleding, slippers en badlakens stijgt. Dan worden die producten naar voren in het magazijn verplaatst.’ Tegelijk krijgen de webshops die deze producten verkopen het signaal er meer van in te kopen. Als de drukte toeneemt, geeft de bedrijfssoftware een signaal naar uitzendbureaus dat er meer mensen nodig zijn.

Toch kan het fout gaan. Menselijke denkkraft, logica en ervaring blijven noodzakelijk. ‘Bij de eerste Black Friday in Nederland zag de software dat het drukker begon te worden. Het programma gaf een signaal aan de uitzendbureaus dat er extra krachten nodig waren. Ook ging er een signaal naar de webwinkels’, aldus de directeur.

Maar de vrijdag daarna — geen Black Friday dus — ging de intelligente software er direct van uit dat het opnieuw druk zou worden. ‘Dat was een week eerder immers ook het geval geweest. Toen hebben we moeten ingrijpen om dit te corrigeren. Nu er een aantal keren Black Friday is geweest, heeft de kunstmatige intelligentie geleerd en maakt de software die fout niet opnieuw.’



De software leert zichzelf dingen aan en stuurt niet alleen de cobots aan, maar doet ook het voorraadbeheer en de orderverwerking.

Mascotte

De vestiging van Montapacking in Molenaarsgraaf, nog maar sinds begin dit jaar in gebruik, is de nieuwste van in totaal twaalf vestigingen. Het vorige pand op deze plek brandde drie jaar geleden tot de grond toe af. In een hoek van de ontvangstruimte van het splinternieuwe gebouw herinnert een vitrinekast aan die gebeurtenis.

In de kast staat een zwartgeblakerde reuzenschoen, met daaronder de tekst 'Samen met onze klanten, partners en collega's gaan wij hier sterker uitkomen. Montapassie'. Dat vraagt om opheldering. 'Tussen de puinhopen die na de brand waren overgebleven, vonden we nog deze schoen van onze mascotte, de Montaman. Dit is het enige wat de brand heeft overleefd.'

Dat er juist van de mascotte nog iets is overgebleven lijkt een gunstig voorteken. Niet dat Van der Ham een extra dosis optimisme nodig heeft. De directeur van Montapacking is van nature een optimist: brede glimlach, een open houding, een energieke plannenmaker. Het pand en de cobots in Molenaarsgraaf zijn het visitekaartje van Montapacking. Een prijzig visitekaartje: Van der Ham en zijn medeaandeelhouder Dick Burger staken er samen rond de €10 mln in.

In de keuken van het bedrijfsrestaurant werken dames met een verstandelijke beperking

Maar dit is niet het einde van het investeringsprogramma, want Van der Ham wil profiteren van de verwachte verdere groei van webwinkelen. Volgens analisten van ING Bank steeg het aantal webwinkels vorig jaar in de coronapandemie met 28%, terwijl de fysieke winkels in aantal met 1% afnamen. Als de stijging dit jaar normaliseert tot 10%, zijn er eind 2021 rond de 70.000 webwinkels in Nederland.

Montapacking zit nu op een omzet van €130 mln. 'In 2025 moet dat €500 mln zijn', zegt Van der Ham resoluut. Elk jaar twee vestigingen erbij, is het plan. In dat groeiscenario zal het aantal arbeidsplaatsen stijgen van duizend naar drieduizend. De nieuwe vestigingen moeten op dezelfde leest zijn geschoeid als Molenaarsgraaf.

Bovendien wil de ondernemer de hoge investeringen in kunstmatige intelligentie beter laten renderen dan alleen in zijn eigen bedrijf. 'De software gaan we op de markt brengen. Potentiële afnemers zijn grote webwinkels die de logistiek in eigen beheer houden. Uiteindelijk moet 15% van de omzet uit deze tak komen.'

Ambities genoeg, maar zijn ze ook reëel? Van der Ham zegt volmondig ja. 'Ik ben actief in een relatief jonge bedrijfstak, waar nog veel groei mogelijk is.' En die zoekt hij vooral bij de mkb'ers onder de webwinkels, want daar ziet hij 'hetzelfde ondernemerschap als bij Montapacking'.

Uit de contracten die Van der Ham met deze mkb'ers sluit, spreekt eigenzinnigheid. In de logistiek zijn contracten van vijf jaar gebruikelijk. 'Mkb'ers willen geen opzegtermijn en lange contracten. Zij kunnen daarom bij ons elke dag hun contract opzeggen.' Op zijn beurt heeft Montapacking dat recht niet. 'Bovendien worden we per order betaald. Dat stimuleert ons zo goed mogelijk te presteren.'



De software herkent toenemende vraag naar producten en geeft de opdracht de stellingen van die producten dichterbij de orderverwerking te brengen.

MKB-omvang

Ondanks de groeiambities en de sterke hang naar verdere automatisering, moet Montapacking in de visie van Van der Ham 'de menselijke maat' niet uit het oog verliezen. Bij een bezoek aan het bedrijfsrestaurant wordt duidelijk wat hij daarmee bedoelt. In de keuken werken een aantal dames met een verstandelijke beperking. '10% van mijn personeel moet bestaan uit medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt. Dat kost geld, maar voor mij is dat pas echt maatschappelijk verantwoord ondernemen. Zaken als zonnepanelen en elektrische auto's zijn puur fiscaal gedreven.'

En Van der Ham is aanhanger van de zogeheten celfilosofie van de in 2008 overleden ondernemer en ‘professionele hippie’ Eckart Wintzen, die ervan uitgaat dat organisaties een optimale omvang hebben. Worden ze groter, dan moet er een nieuwe ‘cel’ komen. Van der Ham: ‘Schaalgrootte is noodzakelijk om de IT-investeringen te kunnen opbrengen. Maar voor onze klanten willen we per vestiging de omvang van een mkb-onderneming behouden.’ Meer dan de cobots lijkt het ondernemerschap van Van der Ham aaibaar.



Pieter Lalkens

