

# HA4: Digitalisering & effekter i den multimodale transportkæde

## CASE: Arctic Group A/S

Projektperiode: 1. september - 20. december 2020

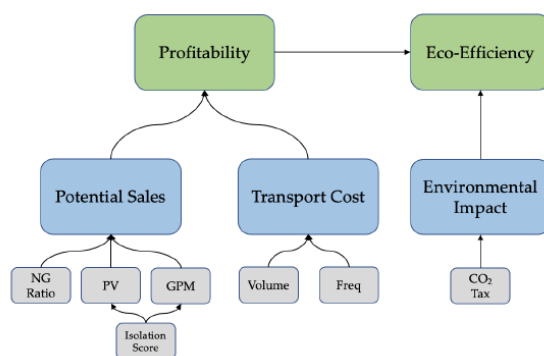
Formålet med projektet er at undersøge mulighederne for at eksportere varer fra Danmark til Norge via søtransport over vestkysten frem for via østkysten og Oslo samt med lastbil via Sverige. I denne forbindelse er det interessant at vide, hvor langt op på Norges vestkyst det er muligt at bruge søtransport, før skifte til landdistribution til slutkunden, mens det stadig er rentabelt og miljøvenligt. Når det vælges, at udvide med det Norske marked via vestkysten er der fordi, at kunderne i fokus er dem hvor det er svært tilgængelig og ikke ligger tæt på en af de større byer samt at transport intensiteten er lav, med dyre transportomkostninger til følge. Det er disse kunder hvor forretningsgrundlaget er sværest og hvor kunderne har de dårligste muligheder for at købe lokalt og miljøvenligt. Hvis et produkt kan sælges i Danmark til en konkurrencedygtig pris, er der også en stor sandsynlighed for, at det kan sælges i Norge, specielt hvis der er taget højde for miljøforhold, da Nordmænd er mere miljøbeviste. Det norske marked er et af Danmarks store nærmarkeder, og som udgangspunkt er Danmark og Norge meget lig hinanden, hvad angår erhvervsmæssige og kulturelle aspekter, dog vil logistikomkostningerne være afgørende, da varen ofte vil koste det samme, når det er importsvarer.

Arctic Group er en grossist virksomhed hvis omsætning skabes ved at forsyne virksomheder og offentlige institutioner, primært i Grønland, men også Island og Færøerne. Grønland og de Nordatlantiske lande har alle det til fælles at de skal importere næste alle varer.

Mange af produkter skaffes langt fra og skal importeres både inden for og uden for EU til Norge, og der er mange administrative opgaver ved håndtering af told og afgifter, og sikre eksport regler overholdes, hvilket er Arctic Group kerneforretning. Det norske marked for e-handel vokser år for år i både omsætning og volumen. De norske forbrugere er let tilgængelige online, da 97% af befolkningen har adgang til internettet. Nordmænd er desuden de, der køber for mest pr. ordre på nettet – ca. NOK 3.200 i gennemsnit pr. ordre. Det giver danske virksomheder adgang til et marked i vækst og et meget købestærkt publikum. Hele 39 % af Nordmændene handler i gennemsnit 1 gang i måneden, mens hele 14% handler 2-3 gange om måneden på nettet, og marked udgør totalt NOK 11 milliarder.

Projektet fokuserer på at udvikle en markeds- og transportmodel, som og kan hjælpe med at undersøge både logistikomkostningerne til kunden (dør til dør), markedstørrelse og miljøpåvirkningen ved at distribuere til Norges nord og vestkyst.

Modellen som er udviklet kan definere markedstørrelse og potentiel salg samt logistikomkostningerne og den afledte profit. Desuden er det muligt at beregne den miljømæssige påvirkning ved indtjening (eco-efficiency) og muligheden for at teste forskellige miljøafgifters påvirkning på profitten, hvilket har væsentlig betydning for logistikomkostninger og valg af transport mode.



Oversigt over den udviklede model.

Projektgruppen bestod af Janus Haslund Løgtved, Malte Herold Jeberg, Simon Hummelshøj Sloth med Kenn Steger-Jensen som vejleder. De primære kontaktpersoner har været Søren Kortegaard, (Logistisk), Martin Hansen (Teamleder, Projektstyring og IT), og Thomas Hjort (CEO).