

EXPEDITEUR

& WERK

BESTAAT DE EXPEDITEUR IN 2030 NOG?

#EXPEDITEUR #INNOVATIE #SLIMMEHAVEN



EXPEDITEUR

& WERK

We vragen het aan Ad Schoenmakers. Inmiddels al werkzaam in de logistiek sinds 1988. Hij is bestuurslid van FENEX en een van de directeuren bij Ritra Cargo, maar daarnaast ook voorzitter van de raad van zeehavenlogistiek. Wat Ad Schoenmakers kenmerkt is zijn kennis van logistieke ICT, automatisering en vooruitdenken. We treffen elkaar omdat Expediteur & Werk benieuwd is naar zijn visie op het beroep van expediteur in de toekomst.

We staan aan tafel met een van de trotse directeuren van Ritra Cargo, een [expediteur](#) die wereldwijde transporten verzorgt voor haar klanten. Ad voegt hieraan toe ‘We zijn een ICT-gedreven organisatie en hebben een sterke focus op persoonlijke dienstverlening. Zo maken we alleen maar gebruik van ons betrouwbare netwerk en zoeken we altijd naar de meest efficiënte route voor onze klanten. Om dit voor elkaar te krijgen ontwikkelen en beheren we onze eigen ICT-oplossingen, waaronder ons supply chain platform. Zo kunnen we naadloos aansluiten op de behoeften van onze klanten, maar ook medewerkers en partners.’

Ad is dus ook bestuurslid bij de FENEX. [FENEX](#) is een belangenorganisatie voor expediteurs en heeft ruim 400 leden. FENEX behartigt de belangen van haar leden en staat paraat bij onverwachte of verwachtte problemen, zoals de Brexit. Ook kijkt de FENEX vooruit en hoe om te gaan met de veranderende markt.

“Wat betekent de veranderende markt voor jouw organisatie?”

Ad: ‘We hebben voor onze leden de afgelopen tijd bijeenkomsten georganiseerd met automatisering als aandachtspunt. Tijdens deze bijeenkomsten werd er antwoord gegeven op vragen zoals; “Wat betekent de veranderende markt voor jouw organisatie?” Het korte antwoord hierop is om te proberen mee te veranderen en aan te haken bij nieuwe platforms die ontstaan. Kortom; wees voorbereid op de toekomst.’

Ad kan hier met zijn ervaring met (nieuwe) ICT-oplossingen dus veel toevoegen. ‘Binnen FENEX ben ik veel bezig met de ICT en het automatiseringspakket. Vanuit die positie neem ik deel aan de Strategische Adviesraad van Portbase. Een essentieel onderdeel is namelijk het Port Community System. Hoe maken we van de haven nu een hele slimme haven en ook een met data uitwisseling? Zorg ervoor dat jouw systeem communiceert met de port community systems.’

Gek genoeg ziet hij deze trend niet alleen in zijn dagelijkse werk binnen de logistiek, maar ook daarbuiten. ‘Als je naar jezelf kijkt dan zie je ook dat je koopgedrag is veranderd, iedereen koopt steeds meer online. Kijk maar eens om je heen als je in de stad bent, niemand loopt meer met een tasje van een winkel. Als alle winkels die er nu nog zijn gaan verdwijnen, wat betekent dit dan voor logistieke sector?’

Dit zal ervoor gaan zorgen dat de rol van expediteur gaat veranderen, omdat de markt dus verandert. Maar hoe ziet Ad de rol van de ‘ouderwetse’ expediteur? Ad ziet dit als volgt: ‘Dat hangt in de praktijk wel af van de organisatie waar een expediteur werkt. Maar in de basis is hij een afhandelaar, de vraag om iets te vervoeren van A naar B en dit regelt hij.’

EXPEDITEUR

& WERK

“Expediteur of supply chain begeleider?”

Dit lijkt een goede omschrijving, hoewel het in de praktijk natuurlijk al vaker meer is dan alleen dat. En dit zal in de toekomst alleen nog maar meer gaan veranderen, de dienst wordt steeds persoonlijker. ‘Ja dat klopt’ zegt Ad, ‘eigenlijk zal de expediteur steeds meer een supply chain begeleider worden. Klanten vragen steeds meer naar transparantie en willen diensten op maat, dus moet de expediteur hier continu op weten in te spelen. Hier heeft hij deels zelf een rol in, maar ook nieuwe ICT-oplossingen kunnen hier veel in betekenen. Denk bijvoorbeeld aan een klant die real time zijn transport kan volgen.’

Precies dat inspelen op de veranderende vraag en behoefte van de klant, dat is waar veel expediteurs moeite mee hebben. Ad geeft een mooie omschrijving van hoe dit er in zijn optiek uit zal komen te zien. ‘Waar de oude expediteur gebruik maakte van diensten van anderen en daar een marge bovenop rekende, zal dit in de toekomst echt gaan veranderen. Je vervoert niet meer alleen wat je klant je vraagt te vervoeren, je vraagt naar zijn grotere doel en biedt een total package aan voor een X fee.’

“Van een marge op een transport naar een uurloon voor de service?”

Het klinkt alsof je als expediteur in de toekomst een soort uurloon aan je klant kunt doorberekenen, of bedoelt Ad het toch anders? ‘In zekere zin lijkt het hier wel op, ja. Bij Ritra werken we zo al. Je belast een transport 1 op 1 door, regelt alle zaken die erbij komen kijken en spreekt met je klant af wat je hem mag rekenen voor de service die je hem verleent. De hoogte van de fee wordt bepaald door de kwantiteit van de datadoorstroom.’

Dat moet je even toelichten, Ad. ‘Nadat je de opdracht van je klant hebt gekregen onderhoud je contact met de laadplaats om te controleren of de lading klaar staat of geleverd kan worden. Dan begint de doorstroom van data, want je houdt je klant hiervan op de hoogte tot en met de aflevering, inclusief de oplossing van eventuele problemen die zich voordoen tijdens het transport. Bij Ritra verloopt dit over onze platforms, dit is allemaal visueel. Voor de levering én begeleiding ontvangen wij een fee.’

ZO DIT IS ANDERE KOEK! Veel expediteurs zijn gewend om transporten te boeken en zijn vervolgens vaak brandjes aan het blussen met auto’s die ergens staan te wachten of een lekke band hebben, missende paklijsten, vertraagde boten, etc. Ad lacht en zegt: ‘Klopt! Maar je bent ook een leugenaar.’

Die moet je even uitleggen, Ad? ‘Voordat GPS bestond, moest je je expediteur op zijn blauwe ogen vertrouwen als hij je iets vertelde over je lading. Tegenwoordig kan iedereen elke container online volgen, en heb je geen andere keuze dan transparant en eerlijk te zijn. Dit kun je zien als nadeel, maar je kunt het ook in je voordeel gebruiken. Door een systeem waar de klant deze informatie direct kan vinden, zonder dat hij zelf online moet gaan zoeken naar zijn lading. Zo voldoe je misschien wel aan een behoefte waarvan je klant niet eens wist dat hij die had! Wel is het belangrijk om in de gaten te houden of een klant hierbij misschien

EXPEDITEUR

& WERK

extra begeleiding nodig heeft, zowel op gebruik van de software, maar ook de ins en outs van de logistiek.'

Nu kent iedere expediteur wel de situatie waarin hij zelf is vergeten om een transport te regelen en hij tegen zijn klant zegt dat de boot vertraagd is, dat kan dan dus niet meer. 'Nee, maar eerlijkheid duurt het langste. Iedereen maakt fouten, dus deel het gewoon! Je zal zien dat je klant je hierdoor uiteindelijk alleen maar extra zal waarderen.'

Zo uit Ad zijn mond klinkt het inderdaad best logisch. Misschien zit een groot aantal van ons een beetje vastgeroest in hoe het 'vroeger' was. De nieuwe generatie zal hier vast heel anders tegenaan kijken, die zijn niet anders gewend dan dat alles 24/7 real time te track & tracen is. Deze nieuwe generatie noemen we de millennials. Hoewel er geen eenduidige definitie is van deze generatie, wordt hiermee meestal de groep bedoeld geboren tussen 1980 en 2000, kinderen van de babyboomers of generatie X. *

* Bron: Wikipedia

“De nieuwe generatie is meer van het delen en is gewend dag en nacht berichten te krijgen op hun telefoon.”

Hoe kijkt Ad eigenlijk aan tegen deze nieuwe generatie?

'Deze nieuwe generatie is gewend dat ze van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat berichten op hun telefoon krijgen. Of dit nu vrienden of klanten zijn, dat maakt voor hen niet uit, op social media lopen zakelijk en privé volledig in elkaar over. Appen en bellen is geen werk, dit hoort erbij, het is een hele andere mindset. Het voelt pas als werk als ze op kantoor zijn. Ook is de nieuwe generatie meer van delen, is er een probleem of heb ik een vraag, dan check ik het gewoon bij mijn buurman.'

Ad heeft duidelijk een helder beeld van de millennials, maar hoe zou hij de 'oude garde' dan omschrijven?

'De oude garde zet hun telefoon pas aan als ze op kantoor komen. Ook zijn zij veel meer op zichzelf, zelf uitzoeken en oplossen.'

Dit lijken twee uitersten, en toch moeten deze twee generaties in de praktijk ook met elkaar werken. Hier heeft Ad ook al ervaring mee.

'Ja, hier heb ik zeker mee te maken gehad. Onze eerste gedachte was om oud en nieuw te mixen omdat ze van elkaar zouden kunnen leren. Maar in de praktijk werkte dit averechts. Dus het lijkt beter om de oude garde met elkaar te laten werken, en de jongeren ook.' In eerste instantie lijkt het inderdaad logisch om te mixen, wat maakte dat dit niet werkte in de praktijk?

'De oude generatie is jarenlang overspoeld met nieuwe technieken en heeft steeds moeten leren hoe ze hiermee moesten werken, het verder ontwikkeld en geoptimaliseerd. Een millennial is eraan gewend dat alles werkt en dat er met een druk op de knop gebeurt wat je wil. Deze twee werelden staan zo ver uit elkaar, dan is het bijna onmogelijk om ook nog eens een goede kruisbestuiving te krijgen.'

Uit Ad zijn ervaring blijkt dus dat de nieuwe generatie echt een eigen manier van werken zal ontwikkelen, dit is de 'nieuwe' expediteur. Zal dit betekenen dat de 'oude' expediteur waar we het eerder over hadden echt zal uitsterven? 'Dat verschilt per organisatie' denkt Ad, 'in

EXPEDITEUR

& WERK

een nichemarkt zijn er andere mogelijkheden, maar platgeslagen zal de oude expediteur inderdaad verdwijnen en zal de nieuwe als keten regie begeleider het stokje overnemen.'

“En waar zijn expediteurs goed in?”

Dit klinkt als een serieuze verandering binnen de logistieke organisatie. Volgens Ad zit de grootste uitdaging in de toekomst in binding met klanten en transparantie. 'Want', zo stelt hij, 'alle expediteurs vissen in dezelfde vijver van organisaties met een vervoersvraag of -probleem en dit willen laten regelen door een van die expediteurs. En waar zijn expediteurs goed in?' vraagt hij lachend. 'Het afpakken van klanten van anderen!'



“En hoe zit dat dan met die automatisering, zal die er niet voor zorgen dat er steeds minder expediteurs nodig zijn?”

Daar is Ad niet zo bang voor. 'Daarom hebben we vanuit FENEX ook als advies gegeven dat je je als organisatie echt moet gaan onderscheiden van anderen door innovatie en binding met je klanten. Leg de focus op begeleiding, ketenregie en proces structureren.'

Dit zijn interessante uitspraken! Als we Ad moeten geloven staan ons de komende jaren dus een heleboel grote veranderingen te wachten. Hoewel dit deels zit in de mindset van de

EXPEDITEUR

& WERK

nieuwe generatie, zal dit ongetwijfeld ook invloed hebben op de opleiding tot expediteur. Maar Ad heeft gelijk als hij stelt dat je altijd de kennis en know-how moet hebben, deze wordt de komende tijd alleen maar steeds meer digitaal toegepast. Hoewel er binnen Ritra op dit moment geen leerlingen van het [STC](#) werken. ‘Momenteel werken we liever met HBO studenten. Dit heeft ermee te maken dat we graag de nieuwste kennis in huis halen op het gebied van supply chain management en IT. Er komen continu veel nieuwe dingen op ons af, hier moeten we mee kunnen blijven omgaan en vooruitkijken naar de toekomst.’

“De functie van de nieuwe expediteur”

Zo draagt Ritra dus bij aan het creëren van de NIEUWE expediteur, en andersom. Dit klinkt toch als een goede kruisbestuiving. Ad ziet deze nieuwe expediteur dus van dichtbij ontstaan en ziet een heleboel leuke uitdagingen die er in de rol van oude expediteur niet zijn. ‘Binnen Ritra maar ook vanuit de FENEX leggen we echt de nadruk op sociale innovatie, dus dat je samen issues in het proces oplost en dat je goed kunt samenwerken. Om dit goed te kunnen doen moet je werkafspraken met elkaar maken, dus wie doet wat en wanneer is het geregeld.’ Verder ziet hij ook de verantwoordelijkheden steeds breder worden, er wordt verwacht dat de expediteur de issues op tijd gaat opmerken, dus vooruitkijkt en meedenkt over de gehele keten als een analist.

‘En naast de verbreding van taken en verantwoordelijkheden, veranderen dus ook de middelen waarmee je werkt; ICT. Dit zal blijven innoveren, en ook hierin heeft de nieuwe expediteur een rol. Want, hij weet als geen ander wat er nodig is om steeds beter voorbereid te zijn op wat er morgen gaat komen. Dit zijn echt hele interessante en leuke nieuwe uitdagingen.’

“Hoe blijf je als bedrijf aantrekkelijk voor millennials?”

Dit lijkt inderdaad een functie waar veel millennials naar zoeken, toch is het zo dat er een groot tekort is aan expediteurs. Ad kan uit ervaring vertellen dat millennials echt op zoek zijn naar afwisseling. ‘Zorg dat de inhoud afwisselend is. Ook willen ze graag echt iets betekenen, dus laat ze meedenken over het verbeteren van processen en procedures.’ Als laatste tip geeft Ad mee dat je ze zelf moet blijven opleiden, want millennials willen zichzelf blijven ontwikkelen. Dit zijn dus aspecten die je als organisatie terug moet laten komen in de functie als je moeite hebt met het vinden van nieuwe mensen.

“Op welke positie denk jij dat de expediteur speelt op het voetbalveld?”

Na deze serieuze benadering van de expediteur, een gekke vraag om alles misschien in een oogopslag samen te vatten. We vragen Ad op welke positie hij de nieuwe expediteur zou zien spelen op het voetbalveld. Ook hierop heeft hij een bijzonder scherp antwoord, namelijk ‘Het veld!’

Ok, dit antwoord heeft toch nog wel een toelichting nodig. In Ad zijn visie creëert de expediteur de structuur (het veld) waarin iedereen zich vrij kan bewegen. ‘Vervolgens komen de spelers erbij, zij vertegenwoordigen de partners in de keten. De scheidsrechter is in deze metafoor de douane met wet en regelgeving.’

EXPEDITEUR

& WERK



Ook hier weet Ad ons te verrassen, en toch is ook dit weer een logisch verhaal. We leggen hem dan ook graag nog een laatste brandende vraag voor; kan je als expediteur nu wel of niet parttime werken?

“Kan je als expediteur nu wel of niet parttime werken?”

Ad lacht, hij vindt het heel ouderwets als een organisatie hier niet voor open staat. ‘Dit betekent dat ze nog op de oude manier georganiseerd zijn, want letterlijk een dossier verschuiven is gewoon niet praktisch.’ Erg zonde vindt hij, want het beperkt je kansen op misschien wel hele goede krachten die graag parttime willen werken. ‘Ook hier komt het aan op sociale innovatie, zolang je mensen met elkaar kunnen samenwerken en je de structuur zo aanpast dat iedereen bij alle dossiers kan heeft niemand meer eigen klanten of dossiers nodig. De klanten van de organisatie die je samen, met elkaar, bedient. Zorg ervoor dat ze zich samen verantwoordelijk voelen!’ Ad sluit af door te stellen dat parttime werken de toekomst is, en niet alleen voor vrouwen.

Als we Ad vragen wat hij wil meegeven aan de wereld is hij kort maar krachtig in zijn antwoord. ‘Zorg dat je als organisatie nadenkt over de toekomst. Investeer ieder jaar in je systeem zodat dit stabiel en up to date blijft. En doe dit vooral samen, maak stappen met elkaar.’

Wij konden het niet meer eens zijn met Ad. Vol inspiratie nemen we afscheid. Bedankt Ad, voor het delen van jouw visie op de [expediteur](http://www.expediteurenwerk.nl) in 2030!