



Aan: Machteld Leijnse, Connekt
Van: Liesbeth Staps
Datum: 30 november 2015
Betreft: Buitenland Promotie Kennisexport onderzoek en meting
Project nummer: PTL08.008, Deliverable 1A:
Verslag SIG op Nationale Distributiedag, De Vereeniging, Nijmegen 15 oktober 2015

De workshop ‘Stimulering export van logistieke diensten’ werd georganiseerd als break-out workshop op de Nationale Distributie Dag (NDD) van Nederland Distributie Land (NDL) in De Vereeniging in Nijmegen op 15 oktober 2015. De workshop werd georganiseerd door TKI Dinalog en Buck Consultants International. De workshop bestond uit (1) een presentatie van de stand van zaken in export van logistieke diensten en kennis op basis van voorlopige cijfers, en (2) een discussie over de kansen voor een groei in export van logistieke diensten en kennis bij Nederlandse partijen. Tevens is (3) een lijst van deelnemers toegevoegd.

1. Overzicht presentatie workshop

Introductie: Topsector en het belang van internationaliseren

Workshopvoorzitter Liesbeth Staps (TKI Dinalog) geeft in de introductie van de workshop aan dat binnen de topsector Logistiek Internationalisering prioriteit heeft. Dit doet de topsector via de actielijn Buitenlandpromotie. De doelstellingen binnen deze actielijn zijn:

1. Meer logistieke activiteiten van buitenlandse bedrijven in Nederland aantrekken. Van 60 landingen per jaar naar 100 landingen per jaar in 2020.
2. Meer overslag/transport/ketenregie van goederen via Nederland. In 2014 transporteerde Nederland voor ruim 1.7 miljard ton aan goederen.
3. Meer export van logistieke diensten en kennis naar het buitenland.

Via het consortium onder leiding van TKI Dinalog geven Buck Consultants International en EP Nuffic uitvoering aan de derde doelstelling.

De definitie van de export van logistieke kennis en kunde sluit aan op internationale handelsafspraken (WTO). De definitie luidt:

“Alle diensten op het gebied van supply chain management, logistiek en transport die Nederlandse ingezetenen voor ingezetenen van een andere economie verrichten”

Export van logistieke diensten en kennis

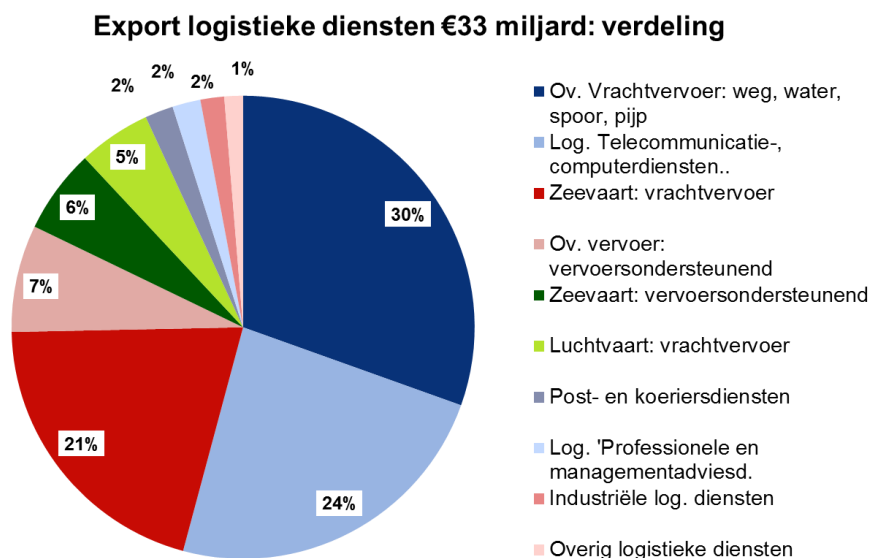
Na de introductie leidt Kees Verweij (Buck Consultants International) het inhoudelijk programma van de workshop in. De export van logistieke diensten en kennis is belangrijk. Maar hoeveel is de export nu waard en hoe wordt het gemeten? Volgens de internationale statistieken (tevens gevolgd door het CBS) kan de export van diensten worden ingedeeld in vier verschijningsvormen. In tabel 1 zijn deze vormen weergegeven, tevens is daar een logistieke omschrijving bijgevoegd. Ook is de rol van NL weergegeven en het aandeel van de vorm van dienstverlening op de totale dienstenexport.



Logistieke dienst	Omschrijving	Rol NL	Aandeel
1. Grensoverschrijdende handel in dienst/ kennis	Nederlandse dienstenexport <ul style="list-style-type: none"> • Transport door NL vervoerder voor klant in buitenland • Planning door NL ketenregisseur voor klant in buitenland 	NL dienstverlener <u>niet</u> in buitenland	34%
2. Consumptie dienst/kennis in NL door buitenland	Consument komt naar NL <ul style="list-style-type: none"> • USA verlader stuurt manager naar NL die bedrijf voor EDC inhuurt • Buitenlandse student aan NL onderwijsinstelling 		5%
3. Commerciële aanwezigheid	<ul style="list-style-type: none"> • Levering dienst/kennis door vestiging NL organisatie in buitenland 	NL dienstverlener <u>wel</u> in buitenland	59%
4. Aanwezigheid natuurlijk persoon	<ul style="list-style-type: none"> • Levering dienst/kennis door Nederlander in buitenland: adviseur. Expat 		2%

Tabel 1 Verschijningsvormen en de uitwerking op de logistieke dienstenexport

De omvang van de totale export van logistieke diensten is in 2014 voor het eerst gemeten. De omvang bedroeg ruim 33 miljard Euro. De belangrijkste sectoren zijn de verkoop van logistieke vervoersdiensten aan het buitenland (30%). Ook de export van logistieke telecommunicatiediensten is omvangrijk (24%). Dit wordt mede veroorzaakt door de sterke aanwezigheid van ICT bedrijven in het buitenland en het feit dat logistieke ICT oplossingen sneller dan gemiddeld worden geëxporteerd vanwege het internationale karakter van de afnemers van de ICT oplossingen. De derde sector in grootte is de Zeevaart. De sterke concurrentiepositie van onze zeehavens biedt veel kansen voor export van logistieke diensten.



Figuur 1 Export logistieke diensten naar sector: omvang € 33 miljard in 2014



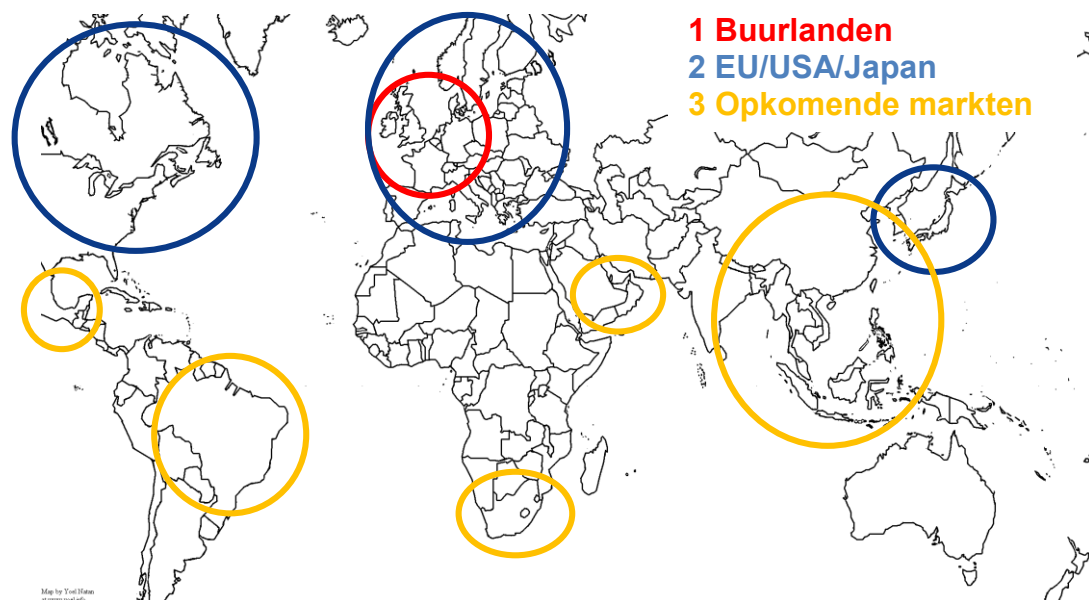


De 33 miljard aan export van logistieke diensten is 23% van de totale dienstenexport van Nederland. Dit betekent een goede uitgangspositie, maar het kan beter.

Vanuit de zaal wordt de vraag geopperd of een totaal andere verdeling van sectoren wordt voorzien over 5 jaar. Kees Verweij antwoordt dat hij dit niet voorziet, het gaat immers om grote getallen. Wel wordt verwacht dat het aandeel van de export van overheids- en onderwijsdiensten kan stijgen.

Export logistieke diensten en kennis – kansen

Kees Verweij benadrukt dat via deze workshop gezocht wordt naar kansen en concrete – inspirerende – casussen van logistieke exportdiensten. Aangegeven wordt dat de export van logistieke diensten vergroot kan worden via twee strategieën. De eerste strategie is verbreding, dit betekent het exporteren van bestaande producten op nieuwe (meer) markten. Een tweede strategie is verdieping: dit houdt in om via innovatie en het ontwikkelen van nieuwe diensten, nieuwe markten aan te boren. Er zijn grofweg drie markten te identificeren wanneer geëxporteerd wordt. We onderscheiden de buurmarkten, de handelsblokken EU/USA/Japan en ten derde de opkomende markten. Figuur 2 geeft een overzicht van deze segmenten.



Figuur 2 Geografische zoekgebieden voor export van logistieke diensten.

Innovatie kan en de ontwikkeling van nieuwe diensten biedt kansen voor export. De topsector Logistiek ondersteunt langs haar actielijnen innovatieve oplossingen. Een exportbril langs deze actielijnen biedt inzicht in de kansen voor meer export van logistieke diensten. Tabel 2 geeft een eerste overzicht van kansrijke segmenten.





Actielijnen	Kansen voor meer export logistieke diensten
Synchromodaal Transport	Uitbreiding synchromodale netwerken naar EU (bijv. EGS van ECT) → export logistieke diensten mogelijk op meerdere vlakken
Service logistiek	Diensten op 4 vlakken
NLIP	Verkoop diensten en bevordering consumptie buitenland in NL
Trade compliance & border mngt.	Bevordering Consumptie Buitenland in NL
4C	Ketenregie → diensten op 4 vlakken
Human Capital	Bijv. onderricht buitenlandse studenten
Supply Chain Finance	Diensten op 4 vlakken
Stadslogistiek	Verkoop logistieke diensten
Eenvoudig wet/regels	Bevordering Consumptie Buitenland in NL

Tabel 2 Kansen voor meer export van logistieke diensten

Tabel 2 laat zien dat de kansen ontstaan bij alle verschijningsvormen. Het zijn niet alleen de verkoop van vervoersdiensten maar er zijn ook kansen rondom human capital en onderwijs. Het is belangrijk kennis op te bouwen, dit te vermarkten (te branden als exportproduct) en vervolgens te verkopen. Denk bijvoorbeeld aan het opleiden buitenlandse studenten, buitenlandse instituten te helpen rondom Supply Chain Management (SCM). Of dependances te openen. Het vereenvoudigen van wet- en regelgeving heeft ook invloed op de export van logistieke diensten. Single window regelgeving bijvoorbeeld is ook relevant voor bevordering van export de export van logistieke diensten.

Export logistieke diensten en kennis – casussen

Kees Verweij gaat vervolgens in op drie exemplarische casussen die de export van logistieke diensten weergeeft. Dit zijn:

1) Synchromodaal transport

European Gateway Services (EGS) van ECT, maar er zijn meer diensten van andere aanbieders. We zijn op zoek naar innovaties met uitrolkracht die we kunnen verbeelden.

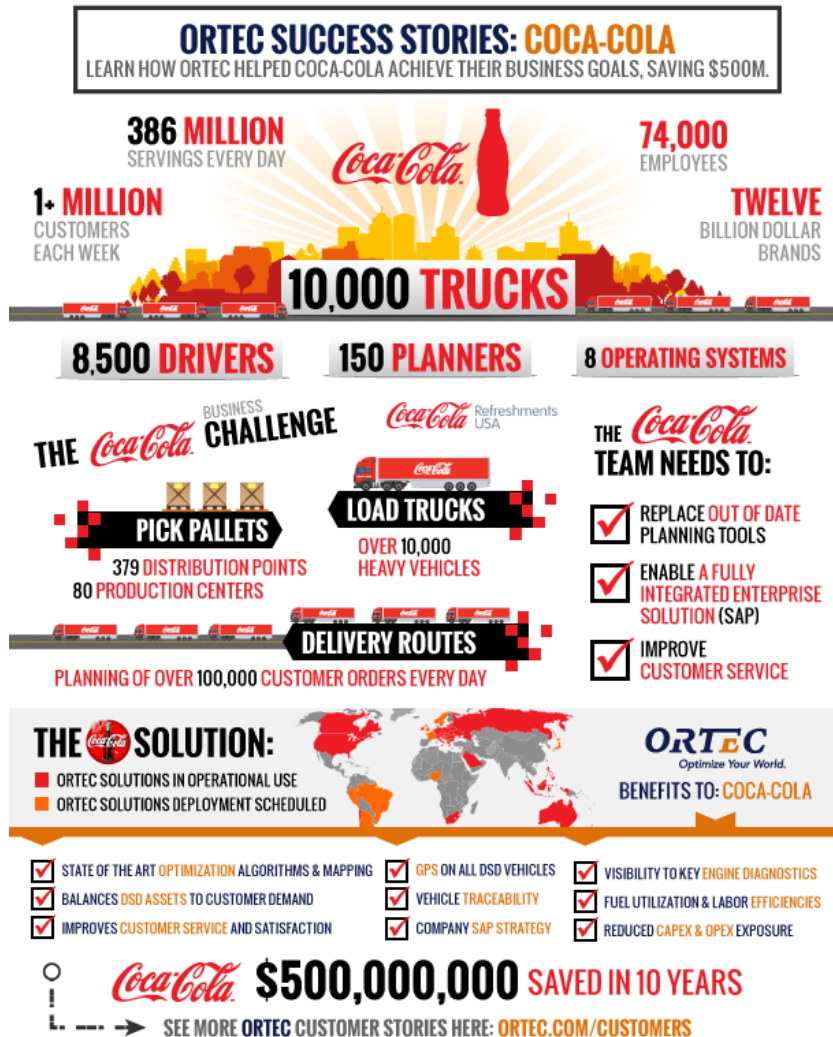
2) Logistics Living lab Indonesia

Dit living lab richt zich op het uitwisselen van logistieke kennis via onderwijs. Het doel is verschillende studenten te scholen, kennis te laten maken met logistiek en de eigen logistiek in Zuidoost Azië te stimuleren. Dat gebeurt door mensen naar toe te sturen (verschijningsvorm 4, Expats) en Indonesische studenten hierheen te halen (verschijningsvorm 2). Dit zijn kansen voor het vergroten van logistieke export door meer onderwijsdiensten te exporteren (verschijningsvorm 1) en de export te vergroten via fysieke aanwezigheid (verschijningsvorm 3).

3) ORTEC & Coca Cola

Tot slot gaat Kees Verweij in op de case ORTEC als ICT dienstverlener en Coca Cola. Dit is een actuele casus en is ook een van de hoofdonderwerpen geweest van de handelsmissie naar Amerika (smart logistics). ORTEC heeft mondiaal gezien de distributienetwerken van Coca Cola geoptimaliseerd. De oplossingen van ORTEC dragen bij aan een kostenreductie van 10 jaar van 500 miljoen dollar.





Figuur 3 Infographic success story OREC & COCA-COLA

ORTEC heeft voor de export van haar diensten ook de verschillende verschijningsvormen doorgelopen. Ze is gestart met het optimaliseren van het distributienetwerk in NL (dienst 2), vervolgens is de dienst verkocht aan andere landen (dienst 1) en is de dienstverlening verder opgeschaald via commerciële aanwezigheid (dienst 3) en via experts (dienst 4).

De dienstverlening van ORTEC is een voorbeeld van de eerder genoemde ICT dienstencategorie dat voor 24% bijdraagt aan de logistieke export van kennis en kunde.

2. Overzicht discussie workshop

Kees Verweij en Liesbeth Staps poneren de vragen: Hoe kunnen we contacten in buitenland ook kennis laten maken met onze unieke positie? Hoe kunnen we deze kennis van NL overbrengen? De discussie wordt aangezwengeld met de behoefte aan kennis van oplossingen en casussen die in het vervolgonderzoek verder uitgediept kunnen worden.

ECT Delta Terminal reageert dat hij niet verrast dat de eigen EGS oplossing genoemd is als logistieke exportdienst, maar het koppelen van logistieke kennis aan dit onderwerp is voor hem wel een eye opener. Als casussen noemt hij de export van kennis van de internationale activiteiten van de Port of Rotterdam in het Midden-Oosten en Brazilië. Kees Verweij haakt hier op in dat ook andere





havens goede voorbeelden hebben zoals Zeeland Seaports en de samenwerking met de haven van Gent.

De Burgemeester van Montferland geeft aan dat niet alleen zeehavens potentie hebben, maar dat ook de export van logistieke diensten ook via inland terminals kan verlopen. Inland terminals vervullen ook een rol in de draaischijffunctie en hun betekenis neemt toe.

De heer Bart Banning van ABN Amro vraagt zich af waarom veelal (deels) staatsbedrijven niet meer participeren buiten Europa. Zo noemt hij als voorbeeld dat Schiphol in diverse luchthavens (buiten NL) participeert en dat dit ook bijdraagt aan de winst van Schiphol als geheel. Waarom is dit niet meer? Waarom profiteren we er te weinig van? Is er een best in class haven op dit gebied? Kunnen we daar iets van leren?

In de discussie die hierop volgt wordt het voorbeeld van de luchthaven van Frankfurt genoemd als mogelijke “concurrent” die een actief participatiebeleid voert. Hiervan zou mogelijk geleerd van kunnen worden. Unieke exportdiensten van Schiphol zijn bijvoorbeeld het mainportmanagement. Frankfurt koopt zich in, in Griekse luchthavens.

Wanneer gekeken wordt naar de onderwijsinstellingen leeft bij de aanwezigen een gedeeld beeld dat zij hun opleidingen weinig commercieel inzetten. Duitse, Engelse, Amerikaanse opleidingen doen dat veel beter. Is dat een vorm van handelsbescheidenheid?

De NHTV reageert hierop door te stellen dat ze niet zo gedreven zijn om de kennis (commercieel) in de markt te zetten. Samen met de Hogeschool van Avans participeren ze in living lab biobased. Benadrukt wordt dat niet alleen gekeken moet worden naar de logistiek als sector, maar dat ook bij andere (top-)sectoren logistiek een belangrijk onderdeel vormt. Logistiek is een enabler. De vraag wordt gesteld in hoeverre de export van andere topsectoren zou kunnen worden gekwantificeerd.

Vanuit de zaal wordt aangegeven dat de ervaring is NL dat Nederland vaak versnipperd deelneemt aan grote logistieke beurzen. Er is soms ook onvoldoende afstemming in handelsvertegenwoordigingen en –reizen, waardoor regionale partijen na elkaar afspraken kunnen hebben in het buitenland. Er is bijval voor de stelling dat Nederlandse partijen beter hun krachten zou kunnen bundelen bij acquisitie. Er wordt echter ook in de discussie opgemerkt dat niet elke Nederlandse partij dit zou moeten doen. Haven Rotterdam en de Schiphol Group hebben bijvoorbeeld een eigen strategie door te participeren in andere zee- (o.a. in Oman) en luchthavens (o.a. Brisbane), zo maken ze gebruik van eigen opgebouwde kennis en kunde..

De Burgemeester van Montferland ziet in verdere samenwerking en afstemming ook toegevoegde waarde vanuit de triple helix gedachte. De Gedeputeerde van Gelderland vult aan dat in Gelderland tussen logistieke hotspots wordt samengewerkt. Een van de onderdelen is om acquisitie inspanningen te bundelen en niet versnipperd te laten uitvoeren.

Kees Verweij vraagt in hoeverre de export van onderwijsdiensten zou kunnen worden versterkt. In Gelderland is onlangs het Agrologistics Support Center geopend van de Duitse onderzoeksinstituten Fraunhofer. Welke kansen zijn er om vanuit NL samen te werken met Duitse Hogescholen? De Burgemeester van Montferland geeft aan dat er al wordt samengewerkt, maar dat er ook nog onvoldoende aansluiting is tussen NL en Duitsland op dit gebied. De aansluiting met studies en de aanpak van studies loopt nog niet, dit kan beter en wordt aan gewerkt.

De Gedeputeerde ziet kansen om cross overs te maken met andere sectoren, zoals de Tuinbouw. De vertegenwoordiger van het Kabinet van de Gevolmachtigde Minister van Aruba geeft vervolgens de visie van Aruba om NL bedrijven aan te trekken. Een van de projecten die Aruba uitvoert is het verplaatsen van de containerhaven. Deze wordt ook groter en dient als hub voor het bedienen van de Zuid-Amerikaanse markt. Onlangs heeft Schiphol ook activiteiten opgestart in Aruba, en er is ruimte voor meer bedrijven.





Naast de kansen die er zijn en de voorbeelden van casussen wordt in de discussie ook stil gestaan bij de struikelblokken. Een van de ervaren struikelblokken is de beperkte representatie van Nederland in buitenland. Ook wordt generiek opgemerkt dat de politiek niet voldoende aansluit bij de logistiek om te promoten als sector. Sinds enkele jaren is de sector een topsector, maar er is bij de politiek in het algemeen te weinig kennis over. Tekenend was een recent artikel in het FD over een rapportage van de handelsmissie in Amerika, waarbij een bezoek aan Coca Cola de invalshoek niet-logistiek was terwijl belangrijke verbeteringen bij Coca-Cola juist logistiek gericht waren. Liesbeth Staps ziet dit ook als taak vanuit buitenlandpromotie. Logistiek is een enabler voor andere sectoren. Dit toont ook het belang aan dat we inspirerende (export)cases naar boven moeten krijgen en moeten visualiseren zodat we daarmee de boer op kunnen gaan. Ook voor aantrekken van nieuwe vestigende bedrijven.

Kees Verweij geeft ook aan dat het vaak een latente behoefte is van bedrijven. Als voorbeeld noemt hij de retailbeleving die in veel landen nog onvoldoende ontwikkeld is. Met behulp van logistieke oplossingen kan de retailbeleving worden verbeterd. Dit is ook een logistieke exportdienst. Het optimaal inrichten van de coolchain is belangrijk (optimale beleving, zo min mogelijk verlies) en is nog een groot issue. Denk aan India als voorbeeld.

Een van de aanwezigen merkt op dat Nederland geografisch klein is en dat we daarom in staat zouden moeten zijn om goed te kunnen organiseren. Het speelveld is redelijk overzichtelijk en dat zou kracht moeten geven. We kunnen het verschil maken. NL scoort top op bijvoorbeeld douane en human capital. Maar vergelijk Singapore en Duitsland die veel agressiever zijn om te logistieke diensten en kennis daadwerkelijk commercieel te exporteren.

Een struikelblok m.b.t. de export van logistieke kennis en kunde is ook dat we relatief weinig Nederlandse mondiale spelers hebben. In de top 15 van logistieke dienstverleners in Nederland is qua omzet slechts ongeveer 35% in Nederlands bezit. Een van de aanwezigen merkt op dat hijervaart dat andere zeehavens zich actiever opstellen voor het binnenhalen van ladingstromen in vergelijking met Rotterdam. Een ander struikelblok wordt ervaren door de machtspositie die (staat)monopolies zoals Deutsche Bahn (DB) nog hebben.

Het valt diverse deelnemers op dat dat (logistieke) familiebedrijven stappen maken richting internationalisering. Dit is deels gedreven door klanten [noemt div. bedrijven], maar binnen de top van familiebedrijven is awareness én actie zichtbaar.

Ter illustratie wordt nog eens bekrachtigd dat we diensten moeten branden als de export van logistieke kennis en kunde. Het voorbeeld van Ortec is daarbij exemplarisch. ORTEC is voor Coca-Cola dé leverancier van ICT van Coca-Cola.

Kees Verweij en Liesbeth Staps benadrukken tenslotte de mogelijke toegevoegde waarde van dit project voor deelnemers van de workshop. Met het visualiseren van casussen kunnen we partijen helpen die de inhoud wel op orde hebben en potentie hebben, maar niet het netwerk. Die willen we vanuit de buitenlandpromotie helpen. Benadrukt wordt dat we aan het begin staan van op het netvlies krijgen van logistieke dienstenexport. Benut daarom ook de case van Ortec en rij in de slipstream mee.

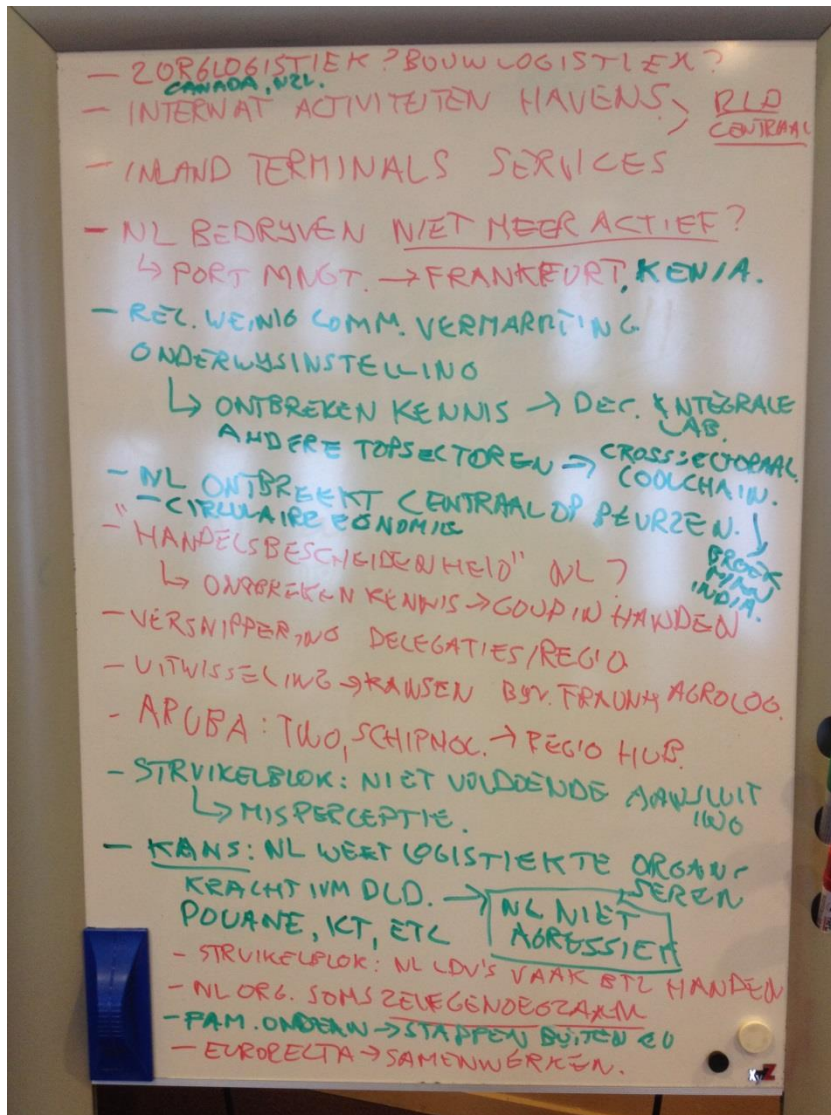
Een aanwezige poneert de vraag of we de logistieke export van de zorg- en bouwlogistiek kunnen versterken. De sectoren zijn immers sterk gefragmenteerd. De Lector logistiek van de Hogeschool van Arnhem Nijmegen reageert dat er voor zorglogistiek goede voorbeelden zijn en dat Canada en Nieuw-Zeeland voorop lopen. Het uitwisselen van kennis en ervaring is kansrijk. Wel merkt de lector op dat de wijze waarop de zorg is georganiseerd sterk gedreven wordt vanuit de financiering.

In de discussie wordt ook opgemerkt dat Circulaire economie/reverse logistics kansen biedt voor logistieke exportdiensten. De vraag wordt gesteld hoe je verpakt dat het een export product wordt.





De kernpunten van de discussie zijn samengevat en weergegeven in figuur 4.



Figuur 4 Samenvatting resultaten discussie

Afsluiting

Kees Verweij en Liesbeth Staps sluiten de workshop af en geven aan dat het verslag via NDG zal worden toegestuurd. In november worden voor diverse sectoren Special Interest Groups (SIGs) gehouden. In deze groepen kan per deelsector langer worden doorgepraat. De deelnemers worden uitgenodigd om ook bij deze bijeenkomsten aan te schuiven om de logistieke exportdiensten verder te concretiseren.





3. Overzicht aanwezigen workshop

ABN AMRO Bank N.V.	Bart Banning
Airned	Hans Coenen
Airport Weeze	Fred de Jonge
BCTN	Michel Heijnen
Buck Consultants International	Erik Lubberding
Copal Development B.V.	Christianne Kuenen
Dinalog Dutch Institute for Advanced Logistics	Willem Heeren
ECT Delta Terminal B.V.	Joost Helwegen
Gemeente Montferland	Jan Willem
Gemeente Montferland	Werner van Dinter
Gemeente Tilburg	Dick Hoeks
Gemeente Montferland	Ina Leppink
Hogeschool van Arnhem en Nijmegen	Stef Weijers
Kabinet Gevolmachtigde Minister van Aruba	Roy Hart
Kabinet Gevolmachtigde Minister van Aruba	Angelique Thode
Logistiek.nl	Annemarie Jorritsma
Midl b.v. Integrated Logistics	Werner Meijer
Midl b.v. Integrated Logistics	Kees Dinnessen
NHTV	Jan Willem Proper
N.V. Brabantse Ontwikkelings Maatschappij	Bodo de Wit
Provincie Gelderland	Conny Bieze

