

## Paul Rombeek (Rotra): 'Business verdubbelen of ingehaald worden'

### Interview

Rotra had een paar jaar geleden als doelstelling te 'concurreren met Flexport', stelde toenmalig directeur Machiel Roelofsen. Vorig jaar deed hij samen met zijn broer Harm, de Ro's uit de bedrijfsnaam, een stap opzij voor een nieuwe directeur van het Nederlandse transportbedrijf Koninklijke Rotra: Paul Rombeek, afkomstig van... Flexport. Een interview.

[Ivonne Vermeulen](#) Stuur een e-mail 13 februari 2025 12:20



Directeur Paul Rombeek gaat de 'oude' waarden van Rotra combineren met nieuwe digitale waarden. Foto: Rotra

Het is dit jaar precies een eeuw geleden dat Hermanus Wilhelmus Roelofsen uit Doesburg (Gelderland) zijn eerste vrachtwagen aanschafte. Het vervoermiddel kostte evenveel als vier huizen aan de plaatselijke Rozenveldsingel, zo brengt de website van Koninklijke Rotra anno 2025 in herinnering. Die website maakt tegelijkertijd duidelijk hoe zeer de tijd inmiddels is veranderd. Niet alleen de paard en wagen waarmee het 115 jaar geleden allemaal begon voor Rotra, maar ook de vrachtwagen is al lang niet meer het stralend middelpunt van het bedrijf. Rotra presenteert zich online nu als een 'digitale expediteur'.

De gebroeders Machiel en Harm Roelofsen, die het familiebedrijf sinds 2003 als vierde generatie hebben geleid, droegen de dagelijkse leiding van Rotra vorig jaar februari over aan de nieuwe managing director Paul Rombeek, om zelf meer afstand van de operatie te kunnen nemen. Rombeek kwam over van Flexport, de Amerikaanse startup die steeds hoog van de toren blaast dat het als 'digital freight forwarder' de logistieke wereld wil hervormen maar recent vooral in het nieuws kwam met managementwisselingen en ontslagrondes. Al bleek Flexport-boegbeeld Ryan

Petersen afgelopen september nog niets van zijn zelfvertrouwen te hebben verloren toen hij tegenover NT verzekerde dat Flexport groter kan worden dan grootmachten als DHL en K+N.

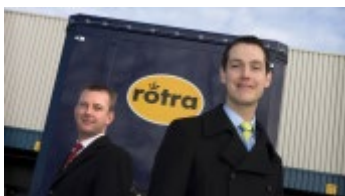
Voordat hij drie jaar bij Flexport diende als hoofd luchtvracht EMEA (Europa, Midden-Oosten, Afrika), werkte Rombeek voor luchtvaartmaatschappijen. Eerst jarenlang voor KLM en later Air France-KLM, daarna in Azië voor de kleinere maatschappijen Tigerair en Jetstar.



De eigenaren Harm (l) en Machiel (r) deden een stap terug en houden zich nu meer bezig met puur ondernemen.

Rombeek prijst de durf die de Roelofsen-broers aan de dag hebben gelegd om het Rotra-stokje aan hem over te dragen. ‘Het komt niet vaak voor dat familie in een familiebedrijf een stap opzij doet. Dat daar ruimte voor is, toont aan hoe open het bedrijf staat voor nieuwe richtingen, andere denkwijzen en nieuw talent. Als directeur heb ik veel vrijheid om dingen te veranderen, mits het natuurlijk goed beargumenteerd is en binnen de Rotra-strategie past.’

#### Lees ook



#### [Rotra: het is overnemen of overgenomen worden](#)

Machiel Roelofsen toont zich desgevraagd nuchter over de stap die hij en zijn broer hebben gezet. ‘Rombeek vult ons goed aan, vooral door zijn internationale achtergrond en zijn meer outgoing uitstraling.’ Volgens Roelofsen is het maken van fundamentele keuzes nu eenmaal nodig als je een bedrijf echt wil veranderen en voorop wilt blijven lopen, vooral op technologisch gebied.

‘Wij hebben nu weer meer ruimte om te kunnen ondernemen’, vertelt Roelofsen. ‘Zo participeren we in ICT-bedrijven die ons verder kunnen helpen, bijvoorbeeld in een nieuwkomer als Innosend, die gespecialiseerd is in de digitale verzending van pakketjes voor websites, en ook in het bedrijf Steentjes ICT. Steentjes regelt een deel van onze ICT-diensten, waaronder scanners en cybersecurity. Door onze participaties hebben we meer invloed op hun keuzes en strategie, die we vervolgens weer beter kunnen afstemmen op de behoeften van Rotra. Wij geloven in insourcing in plaats van outsourcing en willen ons eigen ecosysteem verder doorontwikkelen.’

### **Proactief**

Vier jaar voordat de broers hun nieuwe directeur aanstelden, namen ze in 2020 al een ander rigoureuus besluit door de divisie wegtransport van het bedrijf te verkopen aan K+N. Rotra had toen al besloten om zich te focussen op de [verdere uitbouw van de zee- en luchtexpeditie](#), met het accent op de ontwikkeling van slimmere IT-toepassingen, digitalisering, het klantenportal Rotranext én testen met Artificial Intelligence.

‘Wil je binnen de supply chains van zee- en luchtvracht proactief kunnen reageren, dan moet je tot in de diepste details van de keten realtime inzicht hebben en exact kunnen zien waar het fout kan gaan. Dat een zending van A naar B goed verloopt, dat kunnen de klanten zelf wel zien op hun dashboard. Veel belangrijker is het dat ze op tijd weten als er iets dreigt fout te lopen, zodat ze bijtijds een seintje krijgen en kunnen anticiperen’, stelt Roelofsen.

#### *‘Hoe digitaler, hoe minder persoonlijk het vaak wordt’*

De verdere verfijning van de IT-systemen bij het bedrijf is een belangrijke opdracht die Rombeek bij Rotra heeft gekregen. ‘Bij Amerikaanse techbedrijven als Flexport is de technologie leidend en superieur. Tegelijkertijd zijn ze vaak niet in staat om persoonlijk klantencontact te bieden’, stelt Rombeek. Dat is volgens hem meteen een verschil tussen het Amerikaanse bedrijf en Rotra. Bij Rotra rinkelt nog wel veel de telefoon. ‘Wij zetten zwaar in op beide: digitale afhandeling waar het kan en direct persoonlijk, telefonisch contact als dat nodig is. Mocht er ergens een keer iets misgaan, dan weten klanten wie ze kunnen bellen. Dat is een belangrijke niche in de markt. Want hoe digitaler, hoe minder persoonlijk het vaak wordt.’

Een andere opdracht voor Rombeek: groeien. Het bedrijf groeide de afgelopen jaren al van 109 medewerkers (2020) naar 225 mensen (vorig jaar). Winst- of omzetcijfers wil de onderneming niet prijsgeven, evenmin als bedragen die worden geïnvesteerd in de verdere automatisering. Wel zegt Rombeek dat de ‘business binnen vier jaar moet verdubbelen’. ‘Een snelle groei is echt nodig om een voorloper te kunnen blijven. Als we niets of te weinig doen, lopen we het risico dat we worden ingehaald. De urgentie is hoog, zeker ook door de technologische vooruitgang; daar is de organisatie absoluut van doordrongen.’

Die verdere groei zegt Rombeek op diverse manieren te willen gaan realiseren, waaronder het aanbrenge van een strengere segmentatie in klantgroepen, het afdwingen van een relevantere rol bij bestaande klanten en het terugbrengen van een aantal bestemmingen.

#### *‘Naast de mkb-klanten willen we ons meer op de grotere verladers gaan richten’*

‘We willen onze sterke positie binnen het mkb behouden en hebben de ambitie om ons ook meer te richten op grotere verladers. Nu ligt het accent per klant nog op vijftig tot honderd shipments per jaar, dat moet doorgroeien naar driehonderd tot vijfhonderd shipments per jaar per klant’, vertelt hij. ‘Daarbij hebben we genoeg tools in handen om onze relevantie bij zowel bestaande als nieuwe, grotere klanten te vergroten. Op basis van onze data kunnen we hen

dieper en beter inzicht geven in de supply chain, waarmee we dan kosten kunnen besparen en efficiëntie kunnen winnen.’

Zo denkt Rotra door inzet van technologie ook beter te kunnen inspelen op ‘real-time pricing’ met luchtvracht. Met een zogenoemde fill me up-service kunnen klanten last minute nog luchtvracht inboeken voor een relatief lage prijs bij toestellen die voor diezelfde dag nog cargoruimte hebben, zo vertelt Roelofsen. ‘Dan gaat het om beslissingen die binnen enkele minuten moeten worden genomen. Snelheid is daarbij cruciaal.’

### **Automotive**

Daarnaast denkt Rombeek dat AI-toepassingen van grote invloed zullen zijn in de logistieke wereld. ‘Vooral aan de commerciële en operationele kant is dat goed in te zetten. Om leads te optimaliseren, routings te verbeteren of pieken en dalen in de vraag beter te kunnen voorspellen. Wij experimenteren daar al mee, bijvoorbeeld voor de statusupdates van verzendingen.

De afgelopen periode is volgens de directeur intern bovendien gewerkt aan een scherpere focus op bepaalde marktsegmenten. ‘Onze focus is duidelijker gericht op machinery, industrial, transport voor de luchtvaartindustrie en elektronica. Maar ook willen we ons meer richten op automotive, met name onderdelen. We denken in automotive nog te kunnen groeien. Ook al is die markt krimpend, we zien daar zeker nog mogelijkheden, onder andere met export van onderdelen vanuit Europa naar de VS.’ Het jaar is nog maar net begonnen, maar Rombeek zegt dat hij wel durft te stellen dat tenminste 50% van de business aan het einde van dit jaar afkomstig zal zijn uit de genoemde segmenten.

Wat betreft de bestemmingen van Rotra ligt de focus op het Verre Oosten, Midden-Amerika/Mexico en de Verenigde Staten, en niet meer zozeer op Australië of verschillende bestemmingen in Afrika.

### **Jammer**

Op de eigen inlandterminal in Doesburg van het bedrijf, die een capaciteit heeft van zo’n 45.000 teu per jaar, wordt nu zo’n 30.000 teu gebruikt. ‘Daar zijn zeker ook nog verdere groeimogelijkheden. Met de terminal bieden we klanten een goede, groene optie voor de last mile in Europa, maar jammer genoeg zien we dat klanten nog steeds vaak voor wegvervoer kiezen. Maar ik ben ervan overtuigd dat duurzaamheid een steeds grotere rol gaat spelen in beslissingen, zeker onder invloed van CSRD (verplichte duurzaamheidsrapportages, red). We merken dat klanten steeds vaker vragen om de CO2-uitstoot inzichtelijk te maken. Daar zie ik langzamerhand zeker een kentering.’

Rombeek stelt dat Rotra zich al met al nog best wat sterker mag profileren in de markt. ‘Van oudsher is Rotra een uiterst bescheiden Achterhoeks bedrijf met een ietwat traditioneel imago. Ik vind dat we best mogen laten zien hoe goed we zijn. Dat we over veel inhoudelijke kennis en ervaring beschikken en diep in de technologie zitten. Ik werk graag bij bedrijven waarmee ik impact kan maken. Dat is ook het geval bij Rotra.’