

## DanShip vægter de bløde værdier

Kvalitet frem for kvantitet er nøgleordet for linjeagenturet på Kystvejen, der dog gerne spiller bold med de store rederier.

Den omsigribende fusionstrend, der også præger rederi- og shippingbranchen, har ikke fået tag i linjeagenturet DanShip og dets moderselskab Aaen på Kystvejen i Århus. Frem for volumensyge gør DanShip en dyd ud af at være og forblive det mellemstore agentur med de nære relationer til kunderne. Det betyder dog ikke, at man afstår fra at være samarbejdspartner for store rederier – koncentreret om Cabo Verde Shipping, Turkish Cargo Lines og Hanjin Shipping Co. Ltd. Sidstnævnte ligger højt på topti-listen over de største rederier i verden. Konceptet ser ud til at fungere:

”Vi har eksisteret siden 1959, og mange kunder har vi arbejdet sammen med i mange år. Som linjeagentur ser vi os selv som en katalysator mellem rederiernes tilbud og de forventninger til service, kunderne har. Vores fornemste mål er at tilpasse de udenlandske rederiers ydelser til det danske marked og gøre det så let for vores kunder som muligt. Vi bliver dagligt bekræftet i, at vi opfylder et stort behov, siger Steen Nyhuus, general manager i DanShip.

### Bløde værdier og godt håndværk

”Vi er nok knap så fokuserede på kvantitet som så mange andre i branchen, men mere



*Steen Nyhuus: ”Kina rykker kraftigt i disse år på grund af de store fragtmængder, men man skal ikke være blind for, at der er flere andre vækstområder i Asien og Fjernøsten.”*

optaget af de bløde værdier. Ikke mindst tilidsforholdet til samarbejdspartnere og kunder. Da vi for et par år siden relancerede vores præsentation af virksomheden, fandt vi på ordet ”relation shipping”. Selv om det måske kan lyde lidt popsmart, udtrykker det meget godt, hvor vi vil hen”, supplerer Søren Aaen, administrerende direktør i moderselskabet.

Derudover er det gode håndværk i centrum. Det udmønter sig blandt andet i en række standarder og servicemål, som DanShip har gjort til sit varemærke. Steen Nyhuus giver et par eksempler:

”Selv i disse IT-tider, så træffes de fleste aftaler i vores branche fortsat pr. telefon. Her er vores målsætning, at en pris skal bekræftes skriftligt senest to timer efter, at den er givet over telefonen. Det samme gælder en bookingaftale.”

DanShip bestræber sig desuden på at gøre paletten af serviceydelser så bred som mulig.

"Men det er meget individuelt, hvad vi skal yde i forhold til den enkelte kunde, da kundekredsen både tæller speditio-firmaer og direkte kunder. Vores berettigelse i forhold til de helt store i branchen er netop, at vi er så tæt på og kender den enkelte kunde så godt, at vi kan tilpasse vores ydelser efter det. Det medvirker til, at vi står stærkt på de områder, vi har valgt at operere på, siger Steen Nyhuus.

### **Forskelle giver dynamik**

Diversiteten i ydelser afspejles også i personalepolitikken. Firmaet dyrker bevidst forskelligheden i medarbejderstaben, både med hensyn til alder, personlighed og interesser.

"Det giver større dynamik. Folk skal ikke tænke ens. Der skal være plads til både unge med gåpåmod og ældre medarbejdere med stor erfaring. Det vigtigste er, at man er ung af hjertet og parat til at omstille sig, når der sker noget nyt. Vi gør meget for trivselen og den gode atmosfære. Det tror vi også, at kunderne har glæde af", siger Søren Aaen

DanShips stab i Århus tæller 12 personer, som sidder sammen med de ansatte hos Aaen. Det giver 22 i alt. I København er der yderligere otte medarbejdere, som udelukkende beskæftiger sig med spedition. Og medarbejderne nyder en stor grad af individuel handlefrihed.

"Vi har meget fokus på, hvad den enkelte kan lide at lave. Folk skal lave det, de er gode

til. Nogle kan lide at fakturere, andre er gode til transportdokumenter eller kundekontakt. Det har vi sammensat de forskellige teams efter," forklarer Steen Nyhuus.

### **Kina og Fjernøsten rykker**

DanShips speciale er FCL-last, det vil sige fuldtlastede containere. Blandt kunderne er også mange fødevarer virksomheder. Derfor udgør især reefer-containere – køl, frys og temperaturkontrolleret last – et stort virkefelt. Den globalisering, mange taler om, er daglig virkelighed hos DanShip. Selv om mange transporter også går vestpå, er Fjernøsten af stor og voksende betydning.

"Kina rykker kraftigt i disse år på grund af de store fragtmængder, men man skal ikke være blind for, at der er flere andre vækstområder i Asien og Fjernøsten, hvor vi også opererer: Indien, Pakistan, Bangladesh, Vietnam og Japan", siger Steen Nyhuus.

Han lægger ikke skjul på, at Fjernøsten og Asien er et rigtig godt segment for DanShip med mange flerårige og faste kunderelationer.

"Mange af vores kunder efterspørger information om lokale forhold – ikke mindst Kina, som er et nyt marked. Det kan vi levere, fordi vi rejser meget i området, og fordi vi har et godt netværk", siger han.

Eksempelvis får DanShip mange spørgsmål om indklarerung af gods, som det er vigtigt at have styr på. I den henseende er Kina ikke ét land, og toldregler og håndteringen af dem kan svinge fra havn til havn. Derfor er det langt fra ligegyldigt, hvilke havne man vælger at lande sit gods i.



*DanShip dyrker forskelligheden blandt medarbejderne. Det giver dynamik, mener ledelsen. Medarbejderne er fra højre og nedad Rikard Svenningsen, Knud L. Jensen, Katrine Østergaard, Gitte Jakobsen (med ryggen til) derefter Ulla Kruse og bagest Steen Nyhuus. I venstre side er det Birgitte Heegaard, Michael Johansen, Elsebeth Mogensen og Jesper Bessing.*

## Lille land – stor mund

Hos DanShip og Aaen har man erfaret, at et godt lokalkendskab og gode kontakter på destinationerne i disse egne af verden er alfa og omega. Det er man nødt til at have for at kunne få rederierne til at yde den gode service, som danske kunder forventer.

”Vi skal være klar over, at Danmark er et lille land, som mange faktisk ikke kender ret meget til. Derfor er vi nødt til at være ekstra pågående for at gøre opmærksom på os selv. Det er måske derfor, at vi derovre har ry for at være det lille land med den store mund”, forklarer Søren Aaen. Han mener, at danske virksomheder generelt gør det rigtig godt østpå.

”Det slår mig, hvor godt og unikt et samarbejde danske virksomheder har på disse

markeder. Det er måske også medvirkende til, at dansk økonomi har det så godt sammenlignet med vores nabolande”, siger han.

## Hanjins succes

Som nævnt er DanShips største samarbejdspartner blandt rederierne Hanjin Shipping – en sydkoreansk rederigigant med hjemsted i Seoul.

Man kan rolig tale om et fast forhold, for samarbejdet går helt tilbage til 1977. Uden sammenligning i øvrigt har Hanjin det omtrent som DanShip med fusioner. Modsat de fleste andre rederier handler Hanjins vækststrategi ikke så meget om opkøb, men om løsere alliancer med andre rederier. Selv om Hanjin også har ruter til eksempelvis USA, er det naturlige fokus på de nævnte vækstmar-



Steen Nyhuus (t.v.) og Søren Aaen foran nogle af Hanjin Shippings mange containere. Hanjin er DanShips største samarbejdspartner blandt rederierne.

keder i Asien og Fjernøsten. Trafikken mellem Kina og Europa blev etableret i 1994, og rederiet har egne kontorer i Kina. Alt i alt en historie om vækst og succes, som DanShip også nyder godt af.

"Det er yderligere en fordel for os, at Hanjin Shipping har valgt en opbygning med regionale hovedkontorer rundt om i verden. Regionalcentret med ansvar for Europa ligger i Hamburg. Det gør det lettere at kommunikere og mødes med dem", siger Steen Nyhuus.

### Mindre turbulens

Han forudser, at næste år generelt vil byde på mange ændringer i betjeningen af Fjernøsten, fordi rederierne lige nu fusionerer på kryds og tværs. Men netop fordi Hanjin har valgt at fortsætte med de nuværende alliancepartnere, vil det fremstå som det kendte produkt.

"Derfor vil turbulensen for vores vedkommende nok blive mindre end hos nogle af vores konkurrenter", forudser Steen Nyhuus.

"I Hanjin har vi en meget stærk samarbejdspartner, og vores volumen er øget markant de senere år med flere ugentlige afsejlinger", siger han. Han forventer, at den positive udvikling vil fortsætte og har i den forbindelse kun ros til Århus havn:

"Det er et godt aktiv, og både havnen og dens medspillere har været meget forudsende i forhold til den voksende containertrafik. Man har formået at udvikle havnen, så der er de nødvendige faciliteter. Der foregår hele tiden en god og konstruktiv dialog med brugerne om den fortsatte udvikling. Det er godt for os, som har brug for en bred vifte af servicevirksomheder til at bakke os op."

### DanShip

- DanShip Ltd. er et dansk linjeagentur, som er ejet af Aaen Ltd. Gruppen tæller også Aaen Transport Ltd., som beskæftiger sig med transport og spedition.
- Aaen og DanShip blev stiftet i 1959 af Erik Aaen. Aaen ejes i dag af grundlæggerens søn Søren Aaen.
- DanShip og Aaen har fælles hovedkontor på Kystvejen 17, Århus C.