

“Je koopt uren, geen machine”

Theo Straathof, Mijdrecht

Officieel is Theo Straathof geen loonwerker meer. Het gelijknamige bedrijf draagt alleen nog zijn naam, maar wordt geleid door een nieuwe eigenaar. Zelf is hij inmiddels zijn tweede bedrijf begonnen met spuitapparaat voor de tuinbouw. De nieuwe wereld leert hem dat de cumelasector nog altijd veel aardiger is. “Daar zijn de verhoudingen nog menselijk, in de handel is het echt keihard en gunnen ze je helemaal niets.”

LES 1

In een organisatie ben je veel sterker dan alleen

“Soms twifelen bedrijven uit onze groep wel eens. Wat moeten we nu als tuinbouwloonbedrijven bij zo’n belangenorganisatie die over agrarisch loonwerk en grondverzet gaat? Dan laat ik zien hoe het hier in de gemeente gaat nu we problemen hebben met de voorgenomen afsluiting van de brug over de Amstel, waarvan het gevolg is dat we ongeveer zestien kilometer moeten omrijden. Dan merk je dat je als individu, ook al heb je nog zo’n aardig bedrijf, bij een ambtenaar niets voorstelt. Dat verandert als Hero Dijkema als verkeersspecialist van brancheorganisatie CUMELA Nederland zich meldt. Daar is gewoon meer ontzag voor. Net zoals ambtenaren zenuwachtiger worden van een advocatenkantoor of een adviesbureau.”

“Je merkt ook dat er lokaal weinig kennis van zaken is. Als je dan als CUMELA Nederland kunt verwijzen naar onderzoeken in Groningen of laat merken dat je de specialist bent, leg je gewicht in de schaal. Daarom moet je als bedrijf altijd lid blijven van een brancheorganisatie ook al heb je soms het idee dat je als groep met een kleine specialisatie wat ondergeschoven bent. Dat merken we nu in onze tuinbouwgroep nu er geen vervanger voor mij te vinden is. Dat is jammer, maar ook zonder bestuurslid in de sectie Agrarisch loonwerk weet ik zeker dat mensen als Maurice Steinbusch altijd in Den Haag voor onze belangen blijven strijden. En dat gebeurt niet als je als bedrijf afhaakt.”

LES 2

Als bedrijf werk je elf maanden voor de kosten en één maand voor jezelf

“Dit zijn in een bedrijf altijd spannende weken, want dan wordt bepaald of het een goed jaar is of niet. Al heb ik daar in het loonbedrijf niets meer mee te maken, want die aandelen heb

ik allemaal overgedragen. Alleen woon ik nog wel op het erf en heb ik voor mijn nieuwe bedrijf ook een stuk van de schuur gehuurd, dus je ziet wel hoe het gaat. Tot nu toe ziet het er goed uit, want we hebben een zachte winter en een mooie zomer gehad, dus er kon gewoon worden doorgewerkt. Dat maakt dat je nog hoop kunt hebben op een goed jaar. Zo is het ongeveer bij alle bedrijven. Je werkt elf maanden om de kosten te verdienen en één maand voor jezelf. Maar heb je een strenge winter of een droge zomer, dan ben je die kwijt. Dat is niet erg, want dat is inherent aan de sector. Je hebt nu eenmaal jaren die minder zijn. Wij hebben ook wel gezocht naar zaken om op de stille tijd te anticiperen, maar je moet niet de zoveelste zijn die gaat zoutstrooien. We hebben al de tuinbouw, dus moeten we maar hopen dat daar het winterwerk blijft.”

LES 3

Het werk in de glastuinbouw is voorlopig gedaan

“In onze sector klagen we wel eens over slechte rendementen, maar hier is het in de glastuinbouw nog veel beroerder. Die sector heeft de laatste jaren een enorme jas uitgedaan. Bij negentig procent van de bedrijven is het zover dat als je een bod doet, het ook verkocht is. De meeste tuinders zullen heel snel ja zeggen. Het gevolg is dat er nauwelijks nog werk is. Ja, het gewasruimen blijft, omdat de tuinders anders geen nieuwe teelt kunnen beginnen, maar ook dat proberen ze zo goedkoop mogelijk te doen. Nieuwbouw is al helemaal niet meer aan de orde en ander werk, zoals egaliseren of een nieuwe teeltbodem aanleggen, is marginaal. In het loonbedrijf blijven ze het werk doen om erbij te blijven, maar het is hangen en wurgen. Geld verdienen met de machines is helemaal een moeilijke zaak. Er staan er te veel in de schuur waarmee te weinig uren worden gemaakt.”



"Bij een klant moet je luisteren naar zijn probleem. Daar gaat het om, niet om de mooie techniek die je komt aanbieden."

LES 4

Je koopt geen machine, je koopt 10.000 draaiuren

"In de sector merk je dat veel mensen een machine kopen omdat ze het merk mooi vinden of menen dat het noodzakelijk is dat ze erover kunnen beschikken. Dat interesseert me helemaal niet. De kleur en zelfs de prijs maakt me niet zoveel uit. Waar het om gaat, is of je voldoende uren met de machine kunt maken. Mijn stelregel is dat je geen machine koopt, maar 10.000 uur werk. Als je de machine koopt, weet je dat je er gedurende de leeftijd minimaal een bepaald aantal uren mee moet maken. Natuurlijk koop je ook machines voor minder uren, maar het gaat erom dat je kunt uitrekenen of je er wat mee verdient. Dat begint met het aantal uren maal het uurtarief. Als je het aantal uren weet dat je wilt maken, weet je ook hoe lang je erover doet. Dan kun je ook de kosten bepalen en weet je of de aankoop zin heeft. Dan zie je dat de prijs van de machine en de kleur niet zoveel uitmaken. De kleur is belangrijk voor de machinist, want die moet er vooral plezier aan hebben om erop te zitten. Dat betaalt zich vanzelf terug."

"Bij de aankoop van een machine moet je jezelf vooral realiseren dat je werk koopt. Dus kun je je ook de vraag stellen: is het mogelijk om zoveel uur te maken als nodig is om er geld mee te verdienen? Mijn stelregel is altijd heel simpel: is dat werk er niet, dan komt de machine er niet. In het verleden hebben we daarom verschillende investeringen niet gedaan, want daar zijn we heel strikt in. Leg je de klanten dat uit, dan hebben ze er ook alle begrip voor. Als je ze maar helpt, bijvoorbeeld door ze door te verwijzen naar een collega."

LES 5

Bedrijven die goed communiceren, hebben nauwelijks problemen met prijzen

"In het agrarische werk hebben we bewust keuzes gemaakt. Zo houden we ons wel bezig met mest uitrijden en inkuilen met opraapwagens, maar hebben we geen hakselaar. Een hakselaar konden wij nooit rond rekenen. Mest uitrijden is geen vetpot, maar er blijft wel genoeg over. En het is belangrijk voor het klantcontact, want je komt vroeg in het voorjaar op het bedrijf en kunt veel bespreken. Gras rijden is belangrijk in het bedrijf. Dat geeft een speciale sfeer. We merken dat zelfs medewerkers die niet van boerenafkomst zijn daar erg betrokken bij zijn. Het duurt vaak wat langer, maar dan slaat het virus toch over en willen ze het allemaal meemaken. Daarom is dat werk belangrijk. Of dat werk rendabel is? Natuurlijk, maar dat moet je wel verkopen. Wij hebben ook wel eens een klant gehad die wilde dat we het werk gingen aannemen. Die heb ik even te woord gestaan en hij begreep al gauw dat we niet mee gingen doen. Hij is weggeweest, maar inmiddels wel terug. Door de knieën gaan voor een grote klant is niet verstandig, want je bent snel afhankelijk. Uiteindelijk heb ik liever vijftig kleintjes dan twee grote."

"Hetzelfde heb je als een boer met een grote kar loonwerk gaat doen. Dan krijg je ook discussie over de € 80,- die je zelf vraagt en de € 55,- die hij rekt. Natuurlijk is het moeilijk, maar om dan naar € 75,- te zakken, helpt niet. Dan kost het je alleen geld. Waar het dan op aankomt, is jezelf verkopen, maar daar ligt het probleem van de sector. We laten ons snel in een



Theo Straathof

Net afkomstig van de hogere landbouwschool besloot Theo Straathof in 1982 zijn eigen loonbedrijf te beginnen, met in het achterhoofd de gedachte dat hij daarmee de kennis die hij op school had opgedaan naar de boeren kon brengen. Hij startte met graslandverbetering en dat groeide uit tot een compleet loonbedrijf met veel werk in de tuinbouw, waar hij zijn kennis en apparatuur voor egaliseren kon gebruiken. Als techneut kreeg hij de vraag om na te denken over een onderbladspuit voor in de tuinbouw. Dat is inmiddels uitgegroeid tot een nieuw eigen bedrijf dat wereldwijd rijenspuiten verkoopt. Het loonbedrijf is inmiddels overgedaan aan een medewerker.

hoekje drukken en denken toch naar die € 75,- te moeten zakken. Maar je kunt veel beter de vraag stellen of de klant denkt dat hij er met die € 55,- over vijf jaar nog is. En of hij dan denkt terug te komen. Dat mag je ook best een beetje aandikken, bijvoorbeeld met de vraag waarom niet iedereen een Lada rijdt als het goedkoop moet. Dat is iets wat je kunt leren en je ook wat oplevert. Want als je rond kijkt, zie je dat bedrijven die goed communiceren vaak ook de beste prijzen hebben. Dat zal iedereen herkennen."

LES 6

Doe een verkooptraining en leer je focussen op de klant

Van mezelf dacht ik altijd dat ik wel aardig kon verkopen, maar dat veranderde toen ik in het buitenland met de spuitmachines aan de slag ging. Dan leer je pas echt verkopen. In het begin was dat zeer frustrerend. Dan reed ik naar huis en bedacht ik me dat ik toch weer te veel korting had gegeven, vaak omdat je vriendjes wilt worden met de koper. En omdat je weet dat je de beste technische oplossing hebt. Die wil je dan verkopen om hem te helpen. Terwijl het zo helemaal niet werkt. De klant wil niet de beste techniek, hij wil een oplossing voor zijn probleem. Ik merkte dat ik dat niet verkocht kreeg, want andere verkopers interesseerde de techniek niet. Die zijn alleen bezig om je van tafel te duwen."

"Om daarvan af te komen ben ik een verkooptraining gaan volgen. Vier dagen bij een oude relatie die me precies liet zien waar ik de mist in ging. Zeer verhelderend en leerzaam. Het belangrijkste wat je leert, is dat je je moet focussen op de klant. Als loonwerkers zijn we vaak techneuten en alleen maar bezig met de allernieuwste techniek. Dan begin je te praten over dingen waar de klant helemaal niets meer van snapt. De kunst is om bezig te zijn met het probleem dat hij heeft en

hem duidelijk te maken dat je daar de beste oplossing voor hebt. Dat betekent inspelen op zijn wensen en proberen afspraken te maken. Dan geef je een tegenstander geen ruimte. Zo moet je ook bestaande relaties benaderen. Feitelijk moet je altijd kijken of je er nog meer uit kunt halen. Dus als het gras weg is niet gelijk naar de andere klant hollen, maar even kijken of je vast een afspraak kunt maken over het mest uitrijden of even praten over de kwaliteit van het grasland."

LES 7

Mensen kopen van mensen, gebruik die vertrouwensrelatie

De laatste jaren heb ik wel gemerkt dat we in de loonwerksector nog menselijk werken. Als je het goed doet, is er veel begrip voor je situatie en ruimte om te zorgen dat je beiden wat verdient. In de machinebouw telt voor de meeste bedrijven maar één ding. Ze willen de machine verkopen en wat er daarna gebeurt, interesseert ze weinig. Gelukkig is dat bij ons nog heel anders. Tussen boeren en loonwerkers is er nog een echte vertrouwensrelatie. Die moet je gebruiken om je diensten te verkopen. Daar kun je ook veel meer uithalen, want boeren hebben behoefte aan een klankbord. Als sector moeten we vooral leren om niet langer te praten over de kosten van het loonwerk. Het gaat erom te laten zien wat de klanten verdienen met het werk dat we doen. Het is toch raar dat we in discussie raken over dat we honderd euro te duur zijn, terwijl we met veel meer apparatuur komen als de man die de computer komt maken. Die rekent tachtig euro en dat betalen we zo omdat hij ons probleem oplost. We moeten leren om duidelijk te maken dat we ook een probleem oplossen en dat de klant daar wat mee verdient. Dat is de kunst van het verkopen."

TEKST & FOTO'S: **Toon van der Stok**