

“Beloon jezelf meer”

In hoeverre is CUMELA bekend buiten de sector? Hoe kijken overheden naar de sector? Hoe gaan grote aannemers om met cumelabedrijven? Waarin kan de sector zichzelf nog verbeteren? Daar zoeken we in deze serie een antwoord op. In deze laatste aflevering Erwin Ros, voorzitter van Fedecom, de brancheorganisatie voor bedrijven in de landbouw-, veehouderij-, groen- en tuinbouwtechniek en ook in intern transport en industrie. Hij ziet veel overeenkomsten tussen beide sectoren. “De loonwerker is voor mij een goede sparringpartner.”

De passie voor loonwerk kreeg u al jong mee...

“Mijn oom had een loonbedrijf en als jonge jongen zat ik daar al uren op de hakselaar en op de trekker. Die passie is nooit weggegaan. Nu nog steeds ga ik met mijn gezin tijdens vakanties af en toe naar een boerderij en help daar de boer mee op de trekker of met andere werkzaamheden.”

Wat trekt u zo aan de loonwerksector?

“Het is de dynamiek van het bedrijf. Het gaat om mensen die zelf beslissingen nemen, vanuit de eigen portemonnee. Die dynamiek is in de agrarische sector heel anders dan in de bouw. Bij een bedrijf als BAM, bijvoorbeeld, heb je te maken met de inkoper, die zelf niet op de machine zit. Die staat dus heel anders in de wedstrijd dan een loonwerker, die elke ochtend bij zijn machines in de loods komt en direct contact heeft met zijn chauffeurs.”

Hoe ‘anders’ bedoelt u?

“Ik ben altijd positief verrast hoe innovatief loonwerkers zijn. Ze moeten verstand hebben van inkopen en verkopen, ze moeten weten hoe om te gaan met personeel en ze moeten de techniek begrijpen. Daarnaast zijn het bijna halve juristen, gezien alle regelgeving waar ze zich aan moeten houden. Ze moeten ook weten om te gaan met ontevreden klanten. Al die vaardigheden zijn geconcentreerd in één of twee mensen binnen het bedrijf. Dat vind ik knap. Loonwerkers bouwen heel anders gesprekken op dan de tenderachtige constructies die grotere bedrijven ter tafel brengen. De loonwerker heeft met zichzelf en zijn personeel een plan, hij is op zoek naar een machine die in het bedrijf past. Dat is een heel ander soort inkoopspel. Voor mij is de loonwerker daarom een goede sparringpartner.”

Wat zijn volgens u de overeenkomsten tussen beide sectoren?

“Er is een opvallende gelijkenis tussen landbouwdealers en loonwerkers. Alles draait voor hen om de klant en daarbij vergeten ze soms hun eigen belang. Ze zijn bereid tot investeren, overwerken, flexibel inzetten, tot veel. Die mentaliteit zie je bij ons ook. Het grenst aan hard werken, weinig verdienen. Ik zou willen zeggen: beloon jezelf meer voor wat je doet.”

Kunt u dat toelichten?

“De loodgieter die bij mij komt met zijn waterpomptang kost € 80 per uur. Voor een lager uurtarief kan ik ook een dumper en een 200 pk trekker inclusief man en diesel bestellen. Dat is toch te gek voor woorden? Daarnaast blijft er te veel geld vast zitten. Loonwerkers zijn bijna een bank voor hun klanten. Er wordt te laat betaald. In de autobranche of in de supermarkt is dat wel anders. Daar moet je eerst betalen. Ik snap dat we met seizoenen werken, maar iedereen zou gemakkelijker kunnen werken als we elkaar netjes binnen de gestelde betalingstermijn zouden betalen. Ik wil dus zeggen: beloon jezelf en breng die geldstroom weer op gang. Het geeft veel meer energie om met een boer om de tafel te zitten en een plan te maken voor wat hij komend jaar gaat doen dan achter je geld aan te bellen.”

Wat ziet u dan als oplossing?

“Relatie-opbouw. Bouw een band op met je klant en gun elkaar een eerlijke prijs. Voer bijvoorbeeld een bodemscan uit en bespreek met je klant hoe hij de bemesting efficiënter kan inrichten. Werk aan die band. Misschien is het wishful thinking, maar ik zie mondjesmaat positieve trends. De jongere generatie is daar heel erg mee bezig. Kom op voor je eigen rechten in de keten.”

Daar kan de mechanisatiebranche wellicht ook nog wat van leren...

“Dat geldt inderdaad ook voor onze branche. Wij zouden meer moeten doen met onderhoudscontracten. Voor logistieke bedrijven, die veel gebruik maken van heftrucks, is het volkomen normaal dat er een monteur van buitenaf het onderhoud doet. De chauffeur is geen monteur. In de loonwerkwereid is dat anders. In rustige tijden wordt het onderhoud zelf gedaan. Ik snap dat dat wellicht een efficiënte inzet is van je personeel, maar is het ook verstandig? Onze mensen zijn opgeleid tot monteur. Zij kunnen de puntjes op de i zetten, zij zien details die een trekkerchauffeur misschien over het hoofd ziet, dus ga in overleg. Misschien kan het onderhoud in samenspraak met de dealer worden uitgevoerd, of op eigen locatie met een monteur. Een onderhoudscontract lijkt misschien meer te kosten, maar wat kosten storingsen je tijdens de maïsoogst?”



Wie is Erwin Ros?

Erwin Ros stapte in 1991 het Reesink-concern binnen. Bij Kamps de Wild werkte hij vervolgens als marketingadviseur, verkoopleider en directeur. Nu is hij directeur bij Kamps de Wild Holding, een dochteronderneming van Royal Reesink Holding NV. Hij is verantwoordelijk voor de divisies Nederland, Canada en Kazachstan. Voorzitter van Fedecom werd hij in 2014. "Het is veel werk, vooral 's avonds, maar alle energie die ik erin steek, krijg ik ook zeker weer terug. Het is interessant en je krijgt alle trends mee. De ene keer zit je bij een dealer en de andere keer zit je samen met CUMELA bij de minister aan tafel. Dat maakt deze functie boeiend."

U heeft het veel over de loonwerker, maar ziet u die in uw huidige positie nog wel?

"Eigenlijk te weinig, maar ik probeer het contact wel actief te zoeken. Zo drink ik liever een bakje koffie bij een loonbedrijf dan bij de benzinepomp. Je hoort de dingen die gaande zijn in de sector, je proeft hoe de markt zich ontwikkelt, dat is leuk. Daar leer ik van en dat neem ik mee."

Zoals?

"We hebben veel overeenkomstige thema's. Denk aan kentekening, spuitregistratie et cetera. Er is een natuurlijk verbond. Wij zijn wel leverancier en de loonwerker klant, maar de relatie is gelijkwaardig. De mindset is gelijk. We hebben dan ook korte lijnen met CUMELA. Samen proberen we de wetgeving die wordt gemaakt werkbaar te houden voor onze leden en gebruikers. Ook trekken we samen op in het project Zero Accidents. In de heftruck- en grondverzetsector is een jaarlijkse keuring van machines volstrekt normaal, maar als het gaat om trekkers helemaal niet. Nu zijn loonbedrijven wel verder dan boeren, maar ook daar willen we het bewustzijn van de gebruiker vergroten en het aantal ongevallen terugbrengen. Wist je dat tachtig procent van de ongevallen plaatsvindt op het eigen erf en dus in de omgeving van de eigen familie?"

Als het gaat over de machinerichtlijn: die lobby in Den Haag is mislukt...

"We hebben er met CUMELA en andere organisaties hard aan gewerkt, maar we stuiten op politiek gekonkel. We vinden het écht een gemiste kans. Als we de Duitse lijn hadden kunnen volgen - de TÜV heeft al jarenlange ervaring met snelle trekkers en getrokken materieel - hadden we in Nederland ook een werkbaar systeem gehad. De Duitsers hebben een heel streng systeem, maar desondanks valt er goed mee te werken. Dat had ons land ook moeten hebben. Maar nee, Ne-

derland wilde weer het beste jongetje van de klas zijn. De fabrikanten moeten dus nu voor de Nederlandse markt aparte varianten gaan ontwikkelen, omdat ze anders niet voldoen aan de Nederlandse voertuigenwet. Dat werkt echt contra-productief"

Opleiding zal ook een gezamenlijk aandachtspunt zijn...

"Jazeker. Ook onze branche is naarstig op zoek naar vakpersoneel, maar de opleidingen zijn erg versnipperd, vandaar dat we hebben ingezet op het ontwikkelen van een nieuw onderwijsplatform, genaamd TIM. Hier stroomlijnen we samen met onderwijsinstanties de opleidingen en ontwikkelen we eigen lesmateriaal. We hebben 120 leermodules geschreven en geactualiseerd, zodat het nu aansprekend is voor scholen en leerlingen om mee te werken. We zijn er trots op dat we binnen TIM samenwerken met elf van de twaalf ROC's. Zo kunnen ook jonge talenten die nog geen autorijbewijs hebben lokaal instromen in onze branche."

Wat is het uiteindelijke doel van Fedecom?

"Belangenbehartiging is de belangrijkste taak van een brancheorganisatie. Ons uitgangspunt is dat leden zichzelf kunnen versterken door zich te ontwikkelen, dus we zetten in op opleiding, benchmarken en geven trainingen als 'ambitieuze ondernemen', waarbij we ons richten op jonge mensen die bijvoorbeeld directeur van een mechanisatiebedrijf willen worden. Ze leren in die training van buiten naar binnen kijken. Daar word je wijzer van, net zoals van deze serie."

TEKST & FOTO: Marjolein van Woerkom