

Bram Troost:

# “Eerste verlies is vaak beste verlies”



Het handelsbedrijf Lehmann & Troost is gespecialiseerd in de dag- en contracthandel. Het bedrijf kiest bewust niet voor de langlopende contracten of contracten “ver in het vooruit”. De grilligheid van de markt zowel qua productie als qua consumptie en de daaruit voortvloeiende naleving van het gecontracteerde (“die door die grilligheid nog al eens te wensen overlaat”), zijn de redenen om niet met langlopende contracten of contracten

ver vooruit te werken. Bram Troost erkent dat het lastig is om nieuwe verkopers te vinden die het vak verstaan en de markt kunnen ‘lezen’. Met een nuchtere blik bekijkt hij de ontwikkelingen in de wereld, want hoe groot is de Chinese markt nu echt? En hoeveel impact zal de Brexit uiteindelijk hebben?



### **Lehmann & Troost focust zich vooral op de daghandel en de kortlopende contracten, waarom?**

“We zijn in 1958 ontstaan. Gedurende die bijna 60 jaar hebben we veel veranderingen gadeslagen. Het aantal producenten met directe contracten is toegenomen. Daar zit voor de handel geen toegevoegde waarde. Lang lopende contracten hebben alleen zin in die sector waar de kostprijs van het vers product niet het enige hoofdbestanddeel is van de kostprijs van het eindproduct of je moet van gokken houden. Wat is dan nog wel de functie van de handel? Sommigen hebben zich gericht op verpakken of op convenience om hun positie te waarborgen. Wij hebben ons de vraag gesteld of dat zin heeft en welke lange termijn continuïteit dat geeft, mede gezien de investeringen die daarvoor benodigd zijn en de commitment die de afnemers van het eindproduct bereid zijn aan te gaan.”

“Wij herkennen dat productie en consumptie onderhevig zijn aan weersinvloeden en dat de markt daardoor geregeld erg onregelmatig en onvoorspelbaar is. Dit leidt tot oneffenheden in de afzet en in de productie die weggewerkt of aangevuld moeten worden. Dit is waar de handel een functie heeft en waar wij ons dus op richten.”

“Wij constateren bovendien dat de samenwerking met de retail gepaard gaat met het vervullen van vele specifiek retail gerelateerde eisen (maatsortering, verpakking, etikettering, levering, facturatie, certificering, etc.), dat de vervulling van deze eisen een behoorlijke impact heeft op een organisatie en dat hierdoor tijd en aandacht verloren gaat voor de termijnhandel en het vinden van de juiste antwoorden op oneffenheden tussen productie en consumptie.”

### **Betekent dit dat het aandeel contracten bij jullie niet verandert?**

“We herkennen dat het aandeel contracten een groot deel van de markt inneemt. Wij leveren echter alleen op contract indien we afspraken kunnen maken op basis van: prijs, periode, hoeveelheid en specificatie. Deze vier zijn ons inziens onlosmakelijk want wat contracteer je anders? Daarnaast doen we alleen contracten voor de korte termijn. Alleen op korte termijn is het mogelijk om een redelijke en reële voorspelling te doen van de aanvoer en vraag. Eén á twee weken in het vooruit is het mogelijk om een redelijke voorspelling te doen hoe groot de aanvoer zal zijn en hoe de markt zich waarschijnlijk zal ontwikkelen. Dit is onmogelijk voor momenten ver in het vooruit. Vaak zien wij dat dergelijke contracten gestoeld zijn op historische data echter niet één jaar is hetzelfde.”

### **Wat is de grootste uitdaging voor de daghandel?**

“Behoud van goede commerciële expertise. Dit is niet alleen een uitdaging voor de daghandel maar voor de handel in het algemeen. Er is een gebrek aan instroom van jeugd die begrijpt hoe de handel werkt en ook bereid is hier invulling aan te geven. Natuurlijk zijn er vele mensen actief in onze branche, ook jeugdige, maar de meesten vervullen slechts een beperkte commerciële rol. Bij alle contracthandel gaat het over een éénmalige commerciële actie gevolgd door een hele serie administratieve handelingen ter verwerking van het gecontracteerde en dat is waar de meesten zich mee bezig houden. Met commerciële expertise bedoel ik: de mensen die een neus voor de handel hebben, die goede analyses kunnen maken, weten wat er in de handel gaande is en op basis van die gegevens juiste koer-

sen weten te bewandelen waarbij zowel gehoor wordt gegeven aan de belangen van de klant als die van de afzender. Wij zien een uitstroom van oude verkopers met veel kennis. Het is lastig om nieuwe mensen te vinden met voldoende kennis van de handel voor die posities.”

### **Ligt daar ook een rol voor de sector om zich beter te profileren bij bijvoorbeeld opleidingen voor verkopers en op die manier jonge aanwas aan te trekken?**

“Door het vers-element verschilt onze sector van alle andere sectoren, dat kun je niet standaardiseren. Soms moeten er beslissingen genomen worden die voor outsiders onbegrijpelijk zijn omdat in hun overweging het vers-element niet in ogenschouw wordt genomen. Wij kunnen pas naar huis als verkocht is wat verkocht moet worden. Wederom door het vers-element. Voor oude vertrouwden in de sector is dat logisch maar voor buitenstaanders of voor aanhangers van de nieuwe economie is dit moeilijk te begrijpen. Je kunt iemand niet een baan aanbieden met vaste uren van negen tot vijf en een mobiel welke alleen bereikbaar is wanneer het de werknemer schikt. De groep die deze klus wil klaren, zien wij slinken.”

“Daarnaast is de sector zo specifiek geworden met zo’n enorme hoeveelheid details die allemaal in ogenschouw genomen moeten worden dat het jaren duurt voordat je voldoende kennis en ervaring hebt van de producten, markten, wetgeving en certificering. Dat is niet wat jongeren willen, die willen ad hoc op een functie beginnen en snel scoren. Dat maakt het extra lastig om geschikte kandidaten te vinden.”