

[BB] 2022: Ondernemerspanel over kansen tussen grote jongens

06-10-2022 10:03



Volgens Johan de Ruiter, eigenaar van Van Wijngaarden is zijn familiebedrijf vooral gericht op het in de watten leggen van de regionale klanten. “De manier waarop wij dat doen, kan alleen op regionaal niveau. Daarvoor moet je de klant echt kennen en weten wat hij wil en nodig heeft. Wij zijn groot genoeg om mee te kunnen in de ontwikkelingen die nodig zijn, maar we zijn tegelijk klein genoeg voor ‘ons kent ons’.”

Verskil maken met aandacht

Bob Floris bezit twee Bouwcentervestigingen in Amsterdam en Wormerveer. “We hebben een groot magazijn en met onze logistieke dienstverlening bieden we toegevoegde waarde. Maar we maken het echte verschil met persoonlijke aandacht. Daarbij helpt het dat we als ons eigen magazijn hebben en zo flexibel kunnen leveren. Voor 11.00 uur besteld, is dezelfde dag geleverd.”

Dozon wil zich met verregaande ontzorging van de aannemer onderscheiden van concurrenten. “We gaan allemaal voor een langdurige relatie met de klant en andere vrij herkenbare zaken. Maar wat ik een beetje mis, en waar wij ons op willen richten, is het werk van de aannemer. Die heeft behoefte aan handjes en wil doorwerken. Niet bezig zijn met administratie en facturatie. Dus daar waar mogelijk willen wij de aannemer

echt helpen en ontzorgen”, aldus Nijenhuis.

Aannemer helpen plannen

Volgens Nijenhuis ligt een grote kans voor de groothandel in het ondersteunen van de aannemer tijdens de bouw. “Als aannemers leren plannen, kunnen wij onze vestiging sluiten. Zeker in de nieuwbouw geldt dat je aan de hand van een goede planning maanden vooruit kunt werken. In gesprek met de aannemer kunnen we samen beter zicht op de keten krijgen. Daar willen wij meer naartoe.”

Floris herkent de problematiek, maar ziet de aannemer liever niet beter plannen. “Wij blijven onze klanten graag helpen zoals we nu ook doen.” De Ruiter ziet de aannemerij niet snel veranderen en georganiseerder werken. “Het is vergelijkbaar met een lege papierlade van je printer. Dat gebeurt je altijd op een moment dat je even iets moet printen en dan blijkt dat je geen papier in huis hebt. Met alle onderaannemers en zzp’ers op de bouw wordt dat niet snel beter.”

Waarde toevoegen met extra’s

Terug naar de plek tussen de grote jongens; voor Dozon, Van Wijngaarden en Bouwcenter Floris geldt dat ze alle drie hun manieren proberen te vinden om extra waarde toe te voegen voor klanten. “Toen we jaren geleden heel bewust hout en plaatmateriaal toevoegden aan ons assortiment, was dat niet zo 123 gebeurd. We zitten in de Zaanstreek, het hart van de houthandel. En we hadden niet meteen alle kennis in huis. Maar inmiddels doen we misschien wel meer in hout en plaat dan in bouwmaterialen.”, zegt Floris. Ook ijzerwarenhandel Van Wijngaarden voert tegenwoordig hout en plaatmateriaal. “We willen niet mee met de grote jongens, maar kunnen onze klanten die ook een plaat of plank nodig hebben voor een klus ook kunnen helpen.”

Bij Van Wijngaarden zien ze kennisdeling als belangrijke service richting de klant. “Daarbij betrekken we graag de leveranciers. Bijvoorbeeld in het geval van de Wet kwaliteitsborging voor het bouwen. Daarvoor hebben steeds meer leveranciers oplossingen waarmee aannemers efficiënter aan de wet kunnen voldoen. Wij hebben hiervoor een eigen trainingsruimte ingericht waarin we trainingen en demonstraties faciliteren”, zegt De Ruiter.

Vooruitlevering als service

Dozon spreekt van voorwaartse integratie en noemt als voorbeeld hoe diep ze zitten in de software waarmee timmerfabrieken hun werkvoorbereiding doen. “In het werkvoorbereidingstraject in de timmerfabriek zien wij al welke sloten en draaikiep-onderdelen in kozijnen gemonteerd zullen gaan worden. En zo kunnen wij bij wijze van spreken al leveren zonder dat de klant een order hoeft te plaatsen. Kun je nagaan hoeveel efficiencywinst we daar samen mee halen”, aldus Nijenhuis.

Daar waar veel grote groothandels bezit zijn van beursgenoteerde moeders of andere investeerders, en voor hun toekomst dus afhankelijk zijn van die moeder, hebben de familiebedrijven hun toekomst helemaal in eigen hand. Op de vraag van Bouwhuis waar de drie over vijf jaar staan, klonk drie keer een zelfverzekerd antwoord.

“Wij bestaan inmiddels 103 jaar en hebben onlangs nog gezegd dat we voor minimaal 200 jaar gaan”, aldus Floris. Bij Dozon werkt inmiddels de derde generatie in het familiebedrijf. “En de vierde zit er aan te komen. Als we tegen die tijd zien dat ze het willen en kunnen en weten dat die generatie nog dertig jaar een boterham kan verdienen, gaan we zeker door.” Van Wijngaarden heeft volgens De Ruiter de afgelopen jaren veel geïnvesteerd en kan daardoor nog vele jaren door. “Over vijf jaar zijn wij er dus zeker nog bij.”

Redactie