

Momentum is uitdaging voor Bouwcenters plannen

06-01-2023 07:00



In een [uitgebreid interview met MIXpro lichtte Bouwcenter-directeur Lex Hemels de nieuwe strategie toe.](#)

BouwGroen meest uitdagend

BouwGroen is de derde en meest uitdagende pijler. In een separate vestiging start Bouwcenter met een duurzame bouwmaterialenhandel. Dit om op dit gebied versneld kennis en ervaring op te doen. Met aparte mensen en een apart assortiment. Waarom apart? Hemels: "Terechte vraag. Maar als je iets nieuws gaat doen, moet je daar focus op hebben, anders ga je het er misschien een beetje bij doen. En dat is onvoldoende. Daarom doen we het niet binnen de Bouwcenters zelf. Bovendien is niet iedere onderneming er even snel klaar voor en heeft niet iedereen dezelfde vraag in zijn gebied. Wil je snelheid maken, dan doe je dat het beste met een separate vestiging met 100% focus, volle bak en met passie. Overigens is het de bedoeling dat de opgedane kennis en ervaring bij BouwGroen voortdurend zal worden gedeeld met de Bouwcenters. Zij kunnen hier dan hun voordeel mee doen en uiteindelijk zo ook 'vergroenen'. Wat dat betreft moet je BouwGroen als een soort katalysator zien."

Uitdaging in assortiment én snelheid

De Bouwgroen-vestiging komt in het midden des lands. Hemels hoopt hem in het tweede kwartaal van 2023 te

openen. “Ambitieuze hoor. We hebben nog mensen nodig, moeten assortimentskeuzes maken. Dus laten we zeggen voor de bouwvak van ’23. Als dat niet lukt, zou me dat teleurstellen. Moet ook wel, want de wereld verandert supersnel in die richting.” De grootste uitdagingen voor succes zijn het assortiment en de mensen. “Hoe groen is groen? Kun je dat objectiveren? En kun je dat kluscompleet maken? Dat is vandaag de dag nog een spannende.”

Voldoende snelheid om dit van de grond te krijgen, is de tweede uitdaging volgens Hemels. “Er is nú momentum. Nu zou het van de grond moeten komen. We hebben ervoor gekozen, maar het moet wel gebeuren. Liefst vanuit de ondernemers zelf.”

Grootste kans op onderscheid

Op het gebied van Bouwgroen heb je te maken met concurrentie van centraal geleide organisaties als BMN of TABS die dezelfde uitdagingen hebben op het vlak van assortiment en mensen, maar misschien wel makkelijker snelheid kunnen maken. “Inderdaad. Maar juist omdat de markt zich sneller zou kunnen ontwikkelen, gaan we hiermee van start. Want het is heel belangrijk.”

Als je de drie pijlers op een rijtje zet, is dat rijtje dan anders voor jou dan voor de gemiddelde Bouwcenter? “Allereerst bestaat dé gemiddelde Bouwcenter natuurlijk niet. Maar de eerlijkheid gebiedt me te zeggen dat er best ondernemers zijn die vooral inzetten op de pijler van de persoonlijke bouwmaterialenhandel en over Bouwgroen zeggen: ‘mij niet als eerste bellen’. Terwijl anderen zeggen, persoonlijkheid en afbouw doen we al, geef vooral gas op Bouwgroen.” Is Bouwgroen de meest spannende van de drie strategische pijlers? “Inderdaad”, zegt Hemels. “Maar als dit ons lukt, zijn we wél onderscheidend.”

Dit is een passage uit [een uitgebreid MIXpro-interview met Bouwcenter-directeur Lex Hemels](#).

[Bouwcenter zoekt overigens een directeur voor Bouwgroen \(20220102\)](#).

Redactie