

# Wanco: Rijke historie met een frisse blik op de toekomst

29-12-2023 07:00



Vrijwel iedere bouwmarkt zegt dat ze service bieden. Zo ook Wanco in Nijmegen. Maar deze dhz-winkel maakt dit begrip heel concreet. Zo bieden ze onder andere bezorgservice, een bouwdepot, klusservice, seniorenservice, verhuur van machines en apparaten, sleutelservice, verfmengservice en hebben ze een zagerij. Maatwerk bij het laatste is ook mogelijk, daarvan getuigt een bak met daarin de restanten van gezaagd hout. Stein Migchels: "Inderdaad, als een klant alleen hout van een bepaalde afmeting wil hebben dan

verkopen wij niet de hele plaat. Dat geldt trouwens ook bij onze ijzerwaren. Die kun je gewoon per stuk kopen.”



## Rijke geschiedenis

De doe-het-zelfwinkel in Nijmegen-Oost werd in 1937 opgericht en heeft daarmee een rijke geschiedenis. Migchels legt uit: “De familie Wanders heeft de winkel opgericht, waarbij de naam staat voor Wanders & Co. Zij hebben het bedrijf zo’n zeventig jaar lang gemaakt tot wat het nu is. Alleen hadden ze geen bedrijfsopvolging. Mijn vader heeft het bedrijf zo’n tien jaar geleden overgenomen. Overigens had hij geen technische achtergrond, voor de productkennis en de toepassingen ervan was het personeel essentieel. Zonder hun kennis had de winkel niet meer bestaan. Ikzelf ben hier begonnen tijdens de vakantieperiode van mijn studie small business retail. Het werk vond ik direct heel leuk: zowel met het team als met onze klanten. Inmiddels werk ik hier vijf jaar en sinds dit jaar ben ik mede-eigenaar. Het mooiste aan m’n werk? Ik vind het prachtig om iemand te begeleiden tijdens het hele project. Vooral als ze na afloop een foto van het resultaat komen laten zien.”

“Zeker bij de productgroep verf merk je graaiflatie, maar we bieden naast de bekende merken ook ons eigen merk verf.”

## Toegankelijke buurtwinkel

De winkel aan de Daalseweg is omgeven door andere sterke winkels, zoals een biologische supermarkt, Kruidvat, AH en een bakker – als buurman. “Misschien profiteren de winkels om ons heen wel van onze aanwezigheid”, durft Migchels te zeggen. “We hebben namelijk een buurtwinkel die heel toegankelijk is. Bij ons kun je ook binnenkomen voor een praatje, mensen ontmoeten elkaar in de winkel.” Die hechte band bleek vorig jaar toen collega en oudgediende Willy plotseling overleed. “Het leek hier wel een bedevaartsoord, klanten bleven langskomen na zijn overlijden. Een stille getuigenis daarvan zijn de twee foto’s van hem in de werkplaats, ‘zodat hij kan waken over zijn ruimte’.”



## Adviesklanten

Naast concrete service is advies een tweede pijler waar de winkel zich mee onderscheidt. “Alle medewerkers hebben een Wanco-hart, zijn lang in dienst en hebben een schat aan ervaring. Soms merken we dat mensen schroom hebben om een klusvraag te stellen. Maar domme vragen bestaan voor ons niet. Veel klanten komen bij ons binnen met een lijstje met vragen. Opvallend is dat we meer vrouwen dan mannen als klant hebben. Natuurlijk zien wij ook dat er minder geklust wordt. Vaak denken klanten dat ze het zelf niet kunnen, maar we leggen het altijd graag uit. Daar moet je ook tijd voor vrij willen maken, bijvoorbeeld door met de klant mee te lopen. Dat zie ik in andere winkels te weinig gebeuren”, constateert Migchels. “En ook dat is service. Je moet een klant meenemen en met glimlach én met juiste producten de deur uit laten gaan.” Of de vraag of dat bedrijfseconomisch ook uit kan antwoordt hij: “Ja, het kan uit omdat klanten terugkomen voor meerdere producten. Hier investeren we in de lange termijn.”

## Het Hart van Oost

Afgelopen zomer opende op zo’n zes kilometer afstand van Wanco een nieuwe vestiging van Hornbach. Migchels zegt daar nog niet veel van te merken. “We hebben de David tegen Goliath-spirit, dat wel.” Wanco is gevestigd in Nijmegen-Oost, een buurt waarin vooral oudere huizen staan, waaronder veel jaren ’30 woningen. “We zijn het Hart van Oost, dat staat ook op onze gevel. In deze buurt wonen veel tweeverdieners, docenten en artsen. Voor ons maakt dat niet uit, we helpen iedereen even goed. Ja, ook als je één schroef komt kopen. Maar de gemiddelde klant komt niet bij ons voor één schroefje, die komen voor meerdere producten of een complete klus.” Voor dat laatste werken ze samen met een zzp’er met eigen personeel. Die monteert

producten weg en installeert ze. Via de website komen hiervoor veel aanvragen binnen. “Een webshop? Die zullen we niet snel beginnen. Over dropshipments hebben we wel eens nagedacht. Tijdens de coronaperiode waren we trouwens de eerste bouwmarkt waar je bestellingen kon doorgeven of -bellen. Dat hadden we na één nacht doorwerken geregeld. Aan zulke dingen merk je wel dat we kleiner en slagvaardig zijn.”



## Opboksen tegen de concurrentie

“Onze omzet komt voor 15% van zakelijke klanten, 20% van de klusservice en het hoofddeel van de winkel-omzet. Voor dat laatste halen we de meeste omzet uit de buurt. Ook hebben we veel klanten die ooit in Oost hebben gewoond, maar verhuisd zijn naar een plek buiten Nijmegen. Die komen toch weer naar ons. En wat denk je van jeugd die naar ons komt voor een pvc-buis? Die helpen we een blaaspijp te maken. Trouwens, veel vaders en moeders geven aan hun kinderen door dat ze hiernaartoe moeten gaan als ze iets nodig hebben of gaan klussen. De speekjespot, die staat nog altijd op dezelfde plaats.”

“Producttrainingen volgen we niet meer. We testen zelf onze producten.”

Wanco is aangesloten bij DGN, maar niet onder de Hubo-vlag. Als reden geeft Migchels aan dat ze bij bepaalde zaken niet met de grote jongens kunnen concurreren, de marges onder druk staan en dat de inkoop duurder is geworden. “Zeker bij de productgroep verf merk je graaiflatie, maar naast de bekende merken bieden we ook ons eigen merk verf. We staan bekend om de kwaliteit van onze producten, waarbij onze autoriteit een belangrijke rol speelt. Mensen vertrouwen ons, ze eten uit onze hand. Daarbij zien ze ook bekende gezichten in de winkel.”

## Slagen maken met automatisering

In de afgelopen periode investeerde Migchels tijd in de financiële administratie. Die werd voorheen nog met pen en papier gedaan, waarbij de facturen met de post werden verstuurd. Nog een automatiseringsslag: sinds vorig jaar is de groepenkassa vervangen door een scankassa met voorraadbeheer. “Tot vorig jaar schreven we orders op, veel zat in ons hoofd. Dat hoort ook bij deze winkel. Mijn collega Alex had bijvoorbeeld de voorraad in z’n hoofd, bestelde met z’n vingers terwijl hij zicht op het schap had. Of neem de seizoensartikelen, zelfs die kenden we allemaal uit ons hoofd. Ook de historie ervan.” Migchels vervolgt: “Maar met een geautomatiseerde kassa win je zoveel tijd. Mijn vader was er altijd huiverig voor, hij zei: ‘Weet je wat zoiets kost? En wie kan onze data inzien?’.

“Nu zijn we de slag aan het maken om te sturen op cijfers. Voorheen waren we gemiddeld drie tot vier uur bezig met het bijhouden van de voorraden. Bovendien hoeven we artikelen niet meer te prijzen. Terwijl we aan de achterkant moderner worden, willen we aan de voorkant de ouderwetse elementen behouden. Een winkel is en blijft belangrijk, kijk bijvoorbeeld maar Coolblue. Ik zie het ook in mijn omgeving, waar vrijwel iedereen producten als schoenen of een tv in een winkel koopt. Daar krijg je namelijk aandacht en service. Het is precies de reden waarom klanten naar ons komen.”

Redactie