Beroering rond Sigma-move

14-06-2017 13:47



Directeur Ron Kloos is trots op Sigma op Gamma's verfafdeling. “Er is er maar één de grootste verfwinkel van Nederland en dat zijn wij.” Raymond Mas en Marco Zwart reageerden op de dag dat de nieuwe Gamma zijn deuren opende. Mas: "Het zijn drie stappen die ons tot deze beslissing brachten. Ten eerste zagen we de bouwmarkten steeds meer top-of-mind-aankoopadres worden voor verf voor de consument. Ten tweede zagen we de omzet voor profverf in de bouwmarkten significant toenemens En ten derde bleken speciaalzaken Akzo nauwelijks af te straffen voor hun move met Sikkens naar de bouwmarkten. Vandaar dat we nu een test doen in de drie nieuwe Focus-Gamma’s in Bergen op Zoom, Leiden en De Meern.”

Ook mengmachine

Volgens PPG’s marketingmanager Raymond Mas betreft het een exclusieve test voor de nieuwe Gamma-Focus winkels. “Een verdere uitrol zullen we op basis van de ontwikkelingen moeten gaan bekijken.”
Het Sigma-concept betreft ready-mix en custom-mix, beiden in 750 ml en ready-mix in 8 kleuren. Volgens Mas geven PPG-klanten aan dat zij zien dat de markt enorm aan het veranderen is. “Ook zij zien dat steeds meer consumenten die in de bouwmarkt komen professionele merken gaan kopen. Voor die consument hebben wij daarom dit concept ontwikkeld. Dit is een volledig ander concept dan het bestaande professionele Sigma-

assortiment. Voor de consument die kiest voor het VBS-kanaal blijft het professionele assortiment beschikbaar. Met alle bijbehorende professionele ondersteuning. Ons beleid ten aanzien van het professionele Sigma assortiment is dus niet gewijzigd."

"Pot verwijt de ketel"
Daar denken grote VBS-ketens duidelijk anders over. Erwin van de Belt, directeur van DMG/Werk aan de Winkel – van oudsher een trouwe PPG-partner – hoorde het pas toen het zover was. "Vanuit de industrie werd er altijd op gehamerd dat VBS'ers geen keuzes maakten. Het lijkt er meer op dat de pot nu de ketel verwijt. Wij hebben er binnen onze nieuwe aanpak voor gekozen om in te zetten op toegevoegde waarde en niet op de laagste prijs. Dat doen wij met een sterk private label plus een professioneel A-merk. Onze ondernemers volgen deze keuzes en rationaliseren hun assortiment. Op dit laatste punt blijven wij – ondanks deze stap van PPG – koersvast. Uiteraard zijn er verschillende routes die ons naar het doel zullen brengen: continuïteit en een gezonde toekomst voor onze winkels. Onaangenaam verrast ben ik over de onverwachte verandering in het beleid van PPG. Tot voor kort spraken ze bij ons altijd onomwonden uit dat ze met Sigma niet naar de bouwmarkten zouden gaan. Voor dat wij stappen gaan ondernemen wachten wij de persoonlijke toelichting af die PPG ons nog moet gaan geven."

"Paniekvoetbal"
Thuisin-directeur Mark Brouwer is minstens even verrast. "Paniekvoetbal noem ik het." Thuisin koos vorig jaar met alle winkels voor PPG in plaats van voor Wijzonol. Het Thuisin-private label komt van PPG en de combinatie met Sigma, Histor One op één mengmachine had de voorkeur. In dat licht is Brouwer zeer ontstemd over de argumentatie. "Het was juist hun uitgesproken beleid om Sigma voor te behouden aan de speciaalzaken. Precies daarom hebben wij bewust gekozen voor PPG. Maar de druk vanuit Gamma was kennelijk zo hoog dat ze hem niet hebben kunnen weerstaan. Binnen een jaar wordt die belofte gebroken."
Dat PPG in zijn argumentatie de bal een beetje bij VBS neerlegt, begrijpt Brouwer niet. "Wij herkennen de stagnatie van de verfomzet helemaal niet. Juist met PPG groeien wij in 2016 en 2017 extreem. Daardoor is de teleurstelling extra groot. Daarnaast missen wij een plan van aanpak om de VBS-markt te steunen. Als het er al is dan had dat ruim van tevoren bekend moeten zijn bij ons zodat wij onze leden hadden kunnen voorbereiden. Nogmaals, dit is voor mij echt paniekvoetbal: reageren op de concurrent in plaats van uitgaan van je eigen kracht."

Marc Nelissen