

Formido Surhuisterveen kiest voor KlusWijs

13-09-2018 10:14



Formido Surhuisterveen is één van de grotere Formido's van het land en zal straks ook één van de grotere KlusWijs bouwmarkten worden. Ondernemer Harry Fischer legt zijn keuze voor KlusWijs uit: "De KlusWijs-organisatie kent veel overeenkomsten met die van Formido, dus vanaf het eerste moment was er een zeer goede klik. Bovendien blijft binnen KlusWijs de bouwmarkt centraal staan. Alle servicegroepen zijn uiteraard een belangrijk component binnen de formule, maar ik wil vooral kunnen blijven concurreren op mijn gehele bouwmarktassortiment. KlusWijs biedt mij als enige die zekerheid".

Haren speelde een rol

De KlusWijs-organisatie meldt dat het succes van KlusWijs Haren en [het enthousiasme van de \(ex Formido-\) ondernemers aldaar](#) zeker ook een rol heeft gespeeld in de beslissing van Harry Fischer. "Fijn om straks deel uit te maken van een zeer actieve organisatie, die de blik duidelijk richt op de eigen ondernemers en de snel veranderende markt. Ik word daar zelf echt super enthousiast van en ik ben er ook van overtuigd dat we mooie

jaren tegemoet gaan”.

'Woonbeleving met KW Wonen'

Vanaf 1 februari zal er in Surhuisterveen ook gebouwd gaan worden aan een circa 500 M2 grote KW Wonen. Harry Fischer: “KW Wonen is echt een fantastisch shop-in-shop concept. Als ik zie wat er gebeurt in Haren op dat gebied en hoe dit vanuit KlusWijs wordt ondersteund, mag dit concept simpelweg bij ons niet ontbreken. KW Wonen brengt alle groepen binnen de woonbeleving prachtig bij elkaar in een strak concept en voegt daar dan nog topmerken aan toe, die wij normaliter niet binnen de bouwmarkt kunnen en mogen verkopen, zoals Eijffinger behang en gordijnen en de deuren van Bruynzeel. We gaan er een feestje van maken in Surhuisterveen”, aldus Fischer.

Marketingtroeven

KlusWijs zelf legt nog een paar mooie troeven op tafel voor aspirant-KlusWijs-ondernemers uit Formido-kring: "In navolging van Formido kunnen onze ondernemers vanaf 2019 het aantal folders verdubbelen van 26 naar 52 per jaar. Daarnaast zetten wij met onze formule zwaar in op de beoogde omnichannel-aanpak, waar [de nieuwe KlusWijs-webshop](#) en social media een belangrijke rol in spelen."

Marc Nelissen