

Albrecht Hornbach op Sessie

22-05-2019 23:53



Is de opkomst van online wereldspelers zoals Alibaba, Amazon of Zalando een ontwikkeling waar de bouwmarkt zich zorgen om moet maken? “Dat doet er niet toe”, aldus Albrecht Hornbach. “Het is de realiteit waarmee we te maken hebben. Deze digitalisering zal niet ophouden dus we moeten het als uitdaging zien en als kans oppakken.”

Uitdaging niet uit de weg gaan

De CEO van Hornbach liet het publiek in Zeist duidelijk weten dat Hornbach die uitdaging niet uit de weg gaat. “Dat hebben we nooit gedaan. Sterker nog: door steeds pioniersgeest te tonen hebben we ons als familiebedrijf in 140 jaar weten te ontwikkelen tot de onderneming die we nu zijn. Wij hebben laten zien dat het nemen van risico’s zich kan lonen.” De introductie van de Drive-in, de toevoeging van het tuinassortiment en de introductie van keuken- en sanitairafdeling zijn volgens Hornbach sprekende voorbeelden hiervan.

Online-offline

In de zoektocht naar de formule waarin online verkoop en service van toegevoegde waarde kan zijn voor de

fysieke Hornbachwinkels, zegt Albert Hornbach de juiste balans gevonden te hebben. "Digitalisering is belangrijk, ook richting de toekomst, maar het is zeker niet zaligmakend. Echt essentieel is het vertrouwen van alle stakeholders in het merk en de onderneming."

Op de Nationale DHZ Sessie spraken ook [Tom Coronel](#), [Dave Veerman en Marcel de Bruin van SAP](#), [Ed Sander van Chinatalk](#) en [Michiel Maandag van Emrays](#).

Marc Nelissen