"Als je nu positie inneemt, ben je straks de winnaar"

28-08-2017 10:05



In 2001 nam Witzand Bouwcenter Van den Bosch over. De twee bedrijven bleven als verschillende entiteiten in de markt opereren. In 2009 kwam daar de acquisitie van Bouwcenter ECB bij en in 2011 werden de drie bedrijven samengevoegd tot één bedrijf: Witzand bouwmaterialen.

IJzerwaren wezenlijk onderdeel

Directeur Hans Morsink: “We dachten na over de toekomst van de houthandel. Vergeleken die met een speciaalzaak in een wereld waar de supermarkten opkomen. Dus besloten we zelf een supermarkt te worden, maar wel eentje met een warme bakker erin.”

De eigen kracht is de drijfveer bij het ontwikkelen van de one-stop-shop. Een bouwshop, een afhaalbalie en een ijzerwarenshop krijgen allemaal gestalte binnen het Witzand-bedrijf. De afhaalomzet is sterk groeiende. “De zzp-markt werd veel groter tijdens en na de crisis. Het is onze kracht om klanten breed te bedienen. IJzerwaren en gereedschappen horen daar zeker bij. Dat segment was altijd een beetje een ondergeschoven kindje, maar groeit nu heel hard mee. Het is zelfs een wezenlijk onderdeel van de bedrijfsvoering.”

Totale ontzorging

Witzand is net als alle Sakol-leden lid van inkoopcombinatie Transferro uit Zwolle. “We zijn heel tevreden over Transferro. Ze ontzorgen ons door kennis te brengen en ons te bevoorraden. Een prima club.” En de inkoopcondities? Die noemt hij helemaal niet? “Ontzorging is het belangrijkste. Goede condities zijn daar een vanzelfsprekend onderdeel van, maar niet het allerbelangrijkste.”

Een Probin-ijzerwarenshop, geïntegreerd in de groothandel, gaat Witzand net te ver. “Sommige van onze Sakol-collega’s hebben dat wel, maar wij geloven in ons eigen label.”

Maakt Witzand gebruik van Transferro’s mogelijkheid van dropshipment, levering direct bij de eindklant? “Nee, dat niet. Daarvoor gebruiken we vooral onze eigen logistiek.”

Heel huis bouwen

Onlangs opende Witzand de vestiging in Enschede. Sindsdien bedient de supermarkt mét warme bakker heel groot Twente, de Achterhoek en Salland vanuit zes vestigingen. Hout, plaatmateriaal en prefab zijn nog steeds 50% van de omzet. Prefab heeft allerlei vormen, tot en met complete dakconstructies, gemonteerd en wel. Het is een sterk groeiend voorbeeld van de toegevoegde waarde die Witzand ook biedt met houtbewerking en SmartCasco. Het geheim, aldus Morsink? “Een goede club, goede organisatie, dichtbij de klant, veel kennis en kunde, doen wat je zegt en zeggen wat je doet. Soms lijkt het niet zo moeilijk”, zegt hij. Prefab is bijvoorbeeld ontstaan vanuit een vraag van de markt. “Kunnen jullie dit of dat? Dan gaat het balletje rollen en gaat het van mond tot mond. Als ze dat willen, kunnen we onze klanten compleet ontzorgen. We kunnen eigenlijk een compleet huis bouwen. Doen we niet, maar in theorie zou het kunnen. We gaan niet op de stoel van de klant zitten, maar die ontzorging is wel de weg die de aannemerij gaat.”

Partners opzoeken

Het ordinaire dozen schuiven, kan alleen als je het laagste gaat op prijs, maar dan ben je vaak niet rendabel. “Wij zijn geen marktleider, maar we zijn wel groeiende. De markt leiden is niet onze ambitie, wel onderscheidend zijn en een beter rendement maken dan de concurrentie.” In dat streven gaat Witzand graag samenwerkingen aan. De vestiging in Lichtenvoorde heeft bijvoorbeeld een balie van de Technische Unie. “We deden zaken met een gemeenschappelijke klant, de woningcorporatie. TU had behoefte aan een steunpunt in dat gebied. Wij zijn wel van de samenwerking en zoeken onze partners in de markt graag op. Zo proberen we slim te opereren en van een plus een samen drie te maken.” De installateurs die klant zijn van de Technische Unie, mogen voor hun klanten gebruik maken van de showroom van Witzand. “Die assortimenten zijn niet competitief, eerder versterkend en de hele markt groeit sowieso naar elkaar toe.”

Glas altijd halfvol

Collega’s die zulke samenwerking uit de weg gaan, wil hij de kost niet geven. “Er zijn nog steeds veel groothandelaren die ouderwets denken. Wij gaan uit van eigen kracht en openheid. Bij ons is het glas altijd halfvol. Nee zeggen, kan altijd nog.” Klanten van Witzand werken door heel het land en de groothandel belevert hen dan ook buiten de eigen regio. Voorlopig houdt Witzand daarbij vast aan eigen voorraden en een eigen wagenpark. “Het is binnen Sakol wel onderwerp van gesprek om daar over na te denken.” Maar zover is het kennelijk nog niet.

Winnaar van morgen?

De toekomst voor Witzand? “Tien jaar gas geven. Goed ons best doen, dat geeft groei en rendement. Waar dat verder toe leidt, zullen we zien.” De grootste uitdaging ziet Morsink in het managen van de groei. Vooral het managen van het team, de voorraad is wel te beheersen. “Onze vestiging in Almelo ondergaat nu een volledige vernieuwbouw. Terwijl ‘de winkel’ open is, gaat in fases alles op de schop. Het pand krijgt een Breeam-Excellent-erkenning en voorziet straks in een complete afhaalvestiging. Dat loopt nu nog door heel het bedrijf, straks zie je aan de ene kant orderpickers en aan de andere kant de shop. Met daarboven kantoren. Geen showroom, die houden ze centraal in Eibergen en Vriezenveen. De ene is de grote showroom voor projecten en voor de particulier. De ander is de projectenshowroom. “Daar kunnen we klanten ontvangen en hen een keuken of badkamer laten uitzoeken. Die leveren we en desgewenst monteren we hem ook, inclusief tegelwerk en de complete regie plus garantie. Ja, de markt loopt echt steeds meer in elkaar over. Als je daar nu al een goede positie in inneemt, ben je straks misschien de winnaar.”

Redactie Mixpress