

Bevestigingsmiddelen winnen terrein in bouwmaterialenhandel

07-12-2020 07:00



[In een compleet artikel maakt MIXpro de balans op in de categorie bevestigingsmiddelen.](#)

Hieronder de meest opvallende citaten:

De pers heeft afgelopen jaren vol gestaan met berichten over nieuwe samenwerkingsverbanden tussen verschillende formules. Een paar voorbeelden uit de lange reeks van signalen: Bouwmaat is contractant bij Zevij-Necomij, de Veris Bouwmaterialengroep heeft zich met haar formule Bouwcenter aangesloten bij inkooporganisatie Transferro, terwijl Stiho alweer meer dan tien jaar geleden de ijzerwaren- en gereedschappenspecialist Giebels heeft overgenomen. Hoewel de motivaties verschillen, bestaat er tevens een gemene deler in de reacties op deze samenwerkingsverbanden. In de basis is de keuze hiervoor behoorlijk logisch: aannemers of zzp'ers willen bij het adres waar ze hout en plaatmateriaal kopen ook kunnen slagen voor materiaal om dat te bevestigen.

Tim Jak

Stiho-vestigingsmanager uit Beverwijk

"De kennis omtrent gereedschappen en ijzerwaren is zo specifiek dat het gerechtvaardigd blijkt om daar een herkenbare afdeling voor te faciliteren. Een toelichting op een traditionele schroef kan door iedere medewerker gegeven worden, maar er bestaan ook dusdanig specifieke oplossingen dat je daar specialistische kennis voor nodig hebt. Dan heb je het bijvoorbeeld over chemische ankers. Dat is wel iets anders dan een traditionele schroef, hoewel ook wat dat betreft dusdanig specifieke oplossingen voor bestaan dat er aanvullende kennis voor nodig is."

Joël Hennink

Witzand bouwmaterialen in Eibergen

Hennink vindt het eigenlijk niet meer dan logisch dat een bouwmaterialenhandel keuze biedt uit een variatie

aan bevestigingsmiddelen. Aannemers en zzp'ers zijn kritisch in hun tijdsbesteding en voelen er weinig voor om constructieonderdelen bij verschillende adressen in te kopen. "De one-stop-shopping-gedachte is daarbij leidend. Daar waar je hout en plaatmateriaal koopt, daar wil je ook de bijbehorende bevestigingsmaterialen aanschaffen."

Ilco van de Goor

Probin Edese IJzerwaren, in Ede.

Hij krijgt regelmatig professionals over de vloer die vanuit de bouwmaterialenhandel naar hem komen rijden. "Natuurlijk wil dat gebeuren. Professionals die op een ander adres hun benodigde plaatmateriaal kopen, bezoeken ons als er meer behoefte is aan diepgang. Andersom gebeurt het net zo goed. Als een klant houtmateriaal nodig heeft, dan wil het gebeuren dat ik hem naar elders verwijs."

Libo Lakke

Van Dijk IJzerwarenvakhandel, Meppel

Eén van de diensten die het bedrijf aanbiedt, is het bijvullen van voorraden in aannemerskringen. Bedrijven die daar gebruik van maken, krijgen op gezette tijden een adviseur langs van Van Dijk, die precies noteert hoe het staat met de voorraad van bevestigingsmiddelen. Zakt dat onder een bepaalde grens, dan wordt er weer bijbesteld. "Ook dat kan een duidelijke motivatie zijn om gebruik te maken van ons als ijzerwarenvakhandel, hoewel ik eerlijk gezegd niet weet of een dergelijke service door de bouwmaterialenhandel wordt aangeboden."

Marcel Palfenier

Commercieel manager ASF Fischer BV

"Wij vinden wij routing en schapnavigatie zeer belangrijk. Dit doen wij onder andere door kleurgebruik en product- en toepassingsafbeeldingen op doosjes en etiketten. Hierdoor ziet de eindverbruiker eenvoudig het verschil tussen bijvoorbeeld materiaal of aandrijving en weet hij dus direct dat hij het juiste product in handen heeft."

Richard Hans

Country manager Benelux, Spax

"'One-stop-shopping' laat zich misschien gelden als modeterm, terwijl ik nog wel degelijk merk dat er verschillen bestaan tussen bouwmaterialenhandels en ijzerwarenvakspecialzaken. Generalisten vinden het logischerwijs eveneens nodig om een assortiment aan te bieden, maar het assortiment en de kennis ervan gaat toch net even wat dieper bij de ijzerwarenvakhandel."

Piet Breevaart

Sales-, marketing- en e-commerce-directeur bij fischer Benelux

"Vanuit de *less-is-more*-gedachte ontstond de behoefte om tot meer overzichtelijkheid te komen. Het brede productaanbod hebben we gespiegeld aan alle mogelijke toepassingen en van daaruit zijn we gekomen tot een kernassortiment en nog specifiekere tot een focusassortiment. Ons focusassortiment willen we hebben liggen in alle vestigingen van distributiepartners. De distributiepartners spelen vooral een rol bij branding en contact met de eindklant."

Bart Veldhuizen

Algemeen directeur Hoenderdaal Fasteners

“De productgroep bevestigingsmaterialen is zo breed en diep dat we niet mogen verwachten dat deze 1:1 wordt doorvertaald naar de winkelvloer. Om vakmensen kennis te laten maken bij introducties van nieuwe merken, of producten te ondersteunen, geven we eindgebruikers de mogelijkheid om te testen onder het motto: ‘try before you buy’. Dat hebben we bijvoorbeeld ook gedaan bij BMN Bouwmaterialen bij de introductie van Dynaplus.”

Dit zijn citaten uit [een compleet artikel waarin MIXpro de balans opmaakt in de categorie bevestigingsmiddelen](#).

Redactie