

“Onze bouwmarkt lift mee op het succes van KW Wonen”

02-09-2021 16:21



KlusWijs Sint-Oedenrode is een full-service bouwmarkt van maar liefst 1.600 vierkante meter, met een aparte keuken- en badkamershowroom. Ondanks lichtpuntjes tijdens de coronacrisis besloten Ed en Corien Steenbakkers vorig jaar voor een koerswijziging. Ed Steenbakkers: “Mijn zwager heeft de pensioengerechtigde leeftijd bijna bereikt en hij houdt zich bezig met de constructieve producten. Daar gaan we minder de focus op leggen, we blijven het wel aanbieden als een serviceproduct.” Om die reden had het ondernemerspaar plannen om de productgroep ‘wonen’ toe te voegen aan hun assortiment, onder de naam KW Wonen. Daarvoor maakten ze keuzes in hun assortiment, de ruimte die daarmee vrijkwam kwam ten goede aan de woonafdeling. “We hebben zelf de renovatie en de inrichting van onze afdeling gedaan. Ons verenigingsleven stond door corona toch op een laag pitje, dus we hadden de tijd ervoor. In achttien weken waren we klaar.”

Nut van samenwerken

In de jaren '80 maakte Ed Steenbakkers – samen met zijn zwager Mari – 's avonds keukens, daarnaast werkte hij bij de plaatselijke Hubo. Toen in 1987 een bouwmarkt in Sint-Oedenrode te koop kwam te staan, was dat voor Ed en Mari de start van Bouwmarkt Forum. Al na ruim een maand kwam echtgenote Corien in de bouwmarkt werken. De vrouw van Mari volgde een paar jaar later. “Van lieverlee hebben we steeds meer personeel aangenomen, veel collega's werken hier inmiddels al twintig jaar of meer”, zegt Corien Steenbakkers.

Vanaf het prille begin waren Ed en Corien Steenbakkers aangesloten bij dhz-groep 83, een samenwerkingsverband van vijftien winkels. “Later zijn we PlusKlus geworden, een onderdeel van groothandel Reesink. Dat was in 1989. Daarna kozen we voor de Multimate-formule. In 2011 zijn we daar op tijd uitgestapt,

namelijk voordat de samenwerkingen en fusies kwamen. Vanaf 2012 hangt de KlusWijs-vlag aan onze gevel, dit jaar vieren we het tienjarige bestaan van onze organisatie. “We zijn tevreden over KlusWijs. Het is een eerlijke en open formule”, zegt Corien. “Wij zijn gelijk met ons personeel, voor de mensen van KlusWijs geldt dat ook. Ze denken en helpen met je mee.” Ed vult aan: “Ook met de collega’s onderling is altijd goed contact, we kunnen veel onderling regelen. Iedereen heeft zijn eigen specialisme waarmee we elkaar helpen.”

Hornbach om de hoek

De Steenbakkers zijn overtuigd van het nut van een organisatie. “Je kunt het namelijk niet alleen. Bij KlusWijs kenden we al een aantal ondernemers. De formule begon kleinschalig, toen wij aansloten waren we met vijftien winkels.” Ze zochten vooral naar commerciële en inkoopondersteuning, KlusWijs gaf ze daarbij direct een goed gevoel. “Bij KlusWijs zijn ook een aantal oud-Formido leden. Die snappen de fijne, menselijke manier van werken met de formule goed. Daarbij staat het ondernemerschap altijd centraal.” Als voorbeeld geven ze de coronaperiode, waarin de winkel als afhaalpunt fungeerde. “Dan moet je in oplossingen denken. Bestelde iemand verf, maar was ‘ie de kwast vergeten? Dan haalden we deze uit de winkel. Vaak liepen we zo tien tot vijftien kilometer per dag.” Door goed naar onze klanten te luisteren en ze te helpen, behaalde KlusWijs Sint-Oedenrode een goede omzet tijdens de coronatijd. “Met ons serviceverhaal trokken we veel klanten uit de regio, vooral door mond-tot-mondreclame.”

Tijdens het 30-jarige bestaan hadden Ed en Corien ook te maken met tegenwind. “Vanaf de crisis in 2009 hadden we het een paar jaar zwaar, we hebben toen ook mensen moeten ontslaan. Dat hebben we opgevangen door zelf meer uren te gaan werken.” Eind 2015 opende Hornbach een nieuwe megawinkel in Best. De winkel ligt op slechts acht kilometer van hun winkel in Sint-Oedenrode. “In het begin hebben we daar best last van gehad, met name bij de productgroep bouwmaterialen. Daar zijn ze ook sterk in, dat grootschalige.” Ed Steenbakkers zag het veranderende aankoopgedrag met lede ogen aan, maar vindt dat klanten wel het eerlijke verhaal moeten weten. “Die moeten rekenen met alle kosten, dus ook de bezorgkosten erbij rekenen. Dat gebeurde vrijwel nooit.”

Direct succesvol met KW Wonen

Vorig jaar zag het KW Wonen concept het licht, waarbij een shop-in-shop is ingericht met producten, advies en inspiratie op het gebied van wonen. Om de naam KW Wonen te voeren, moet een winkel aan bepaalde voorwaarden voldoen. In de eerste plaats moet er een styliste aangenomen worden. Ook zijn een presentatiekast en een balie verplicht. Daar hadden Ed en Corien Steenbakkers bij de inrichting van hun woonafdeling al rekening mee gehouden. Nog voor de verbouwing kwamen ze in contact met een afstuderende styliste. Zij kon met de nieuwe woonafdeling direct een start maken, waarbij ze als zelfstandige aan de slag ging. De mensen op kantoor zeiden wel dat we het eerste halfjaar aanloop moesten zien te krijgen. Bij ons niet, het was direct booming.” Ze ziet daarbij de meerwaarde van de frisse blik van jonge medewerkers. “Bovendien krijg je daardoor ook meer jonge klanten én meer dames in je winkel.”

“Nu we KW Wonen hebben, pakken we de omzet op andere vlakken terug. Daarbij is in ons dorp ook zwaar ingezet op lokaal kopen.” Ed Steenbakkers spreekt over een geweldig concept, met goede leveranciers. “We krijgen van iedereen complimenten, van klanten tot collega-ondernemers. We merken een kruisbestuiving tussen de verschillende afdelingen. Klanten die iets gezien hebben, komen vaak later terug.” Corien vertelt dat ze daarbij geluk hadden dat een winkel voor woninginrichting in hun buurt stopte. “Daardoor viel een gat, maar zij hadden een ouder publiek, terwijl wij meer jongeren hebben.” Inmiddels is een tweede styliste aan de slag gegaan op de woonafdeling. “Het is positief dat er twee jonge meiden staan die enthousiast zijn. Ze geven advies en maken een moodboard en schetsen voor de klant. Voor productadvies komen de klanten naar onze winkel. Daarbij is het ook leuke handel, je hebt altijd met gezellige mensen te maken. We zien dat de dhz-

winkel erop meelift. Volgens mij heeft ons personeel iets meer een lach op hun gezicht. En 99% wat geoffreerd wordt, wordt ook daadwerkelijk verkocht. Vrijwel altijd worden bij een inrichting producten uit de winkel verkocht, zoals behang en verf. Ook de keukenafdeling lift mee op de winkel, waarbij mond-tot-mondreclame een belangrijke rol speelt.” Ed: “Dat zie je ook bij de badkamers en keukens. Als wij die leveren, dan doen we er dat jaar zeker nog één in dezelfde straat.”

Inmeten en monteren

Bij KlusWijs Sint-Oedenrode werken ze met een flexibele schil aan zzp'ers, bijvoorbeeld iemand die de vloeren legt, een stoffeerder en een tegelzetter voor de badkamers. Ook voor Velux-ramen, de buitendeuren, overkappingen en tuinhuisen en kasten en deuren maken ze gebruik van zelfstandigen. Daarbij doen ze de stoffering binnen, de gordijnen en zonwering zelf. “Vakmensen zijn lastig te vinden en we doen dat werk eigenlijk liever zelf. Dat is een bewuste keuze om onze kwaliteit te waarborgen. Want zodra een monteur de deur dichtdoet, is hij de laatste schakel. En het werkt goed, want we zitten gewoon vol dit jaar.”

Ed ziet dat het tekort aan personeel een uitdaging voor de branche is. “Zelf opleiden in de praktijk is in deze drukke tijd lastig. Zelf vindt hij het werk nog steeds prachtig, op de zaterdagochtenden gaat hij graag bij de mensen langs voor montage. “Ik ben nu 62 jaar, we hebben geen bedrijfsopvolging. Dat is eigenlijk vreemd, want we hebben een prachtig vak. Als we ergens komen is het een huis, wanneer we weggaan dan is het echt wonen!”

Redactie