

Zeven vragen aan de Nederlandse Bauhaus-baas

05-11-2015 11:12

Doe-het-zelfretailer Bauhaus opende twee maanden geleden zijn eerste vestiging in ons land. Algemeen directeur Mathieu Moons over deze bouwmarkt, de toekomstplannen en de Nederlandse doe-het-zelfmarkt. "Er mankeert veel aan de Nederlandse bouwmarkten."

Groningen is het toneel voor de eerste vestiging van Bauhaus in Nederland. Waarom zijn jullie daar als eerste gaan zitten?

"Eigenlijk omdat daar de procedures voor onder meer de vergunningen als eerste werden afgerond. Om een Bauhaus te openen spelen behoorlijk wat factoren een rol, zoals de oppervlakte van een perceel. We hebben bijvoorbeeld een oppervlakte van minimaal veertigduizend vierkante meter nodig."

En dan zijn er nog branchegenoten als Gamma die jullie komst vertragen via juridische procedures. Is dat niet frustrerend?

"Blijkbaar zijn we een bedreiging voor die partijen. Het kost hen geld, maar levert wat tijdswinst op. We houden echter vast aan onze doelstelling om hier elk jaar één of twee bouwmarkten te openen en dat lijkt te gaan lukken. Volgend jaar gaan we naar verwachting open in Hengelo en Venlo. De procedures lijken er bij te horen, we nemen ze maar voor lief."

Wat heeft de Nederlandse markt dat het juridische gesteggel de moeite waard maakt voor Bauhaus?

"Nederland is een interessante doe-het-zelfmarkt. Er is weinig innovatie en concurrentie qua aanbod. Zeker als je vanuit internationaal perspectief kijkt, zie je dat er veel mankeert aan de bouwmarkten. Op de winkelvloer is weinig vakkennis en weinig voorraad, maar het prijsniveau is hoog. Partijen als Gamma en Praxis weten niet de juiste snaar te raken. Consumenten zijn op zoek naar een andere bouwmarkt. Wij willen die ander zijn."

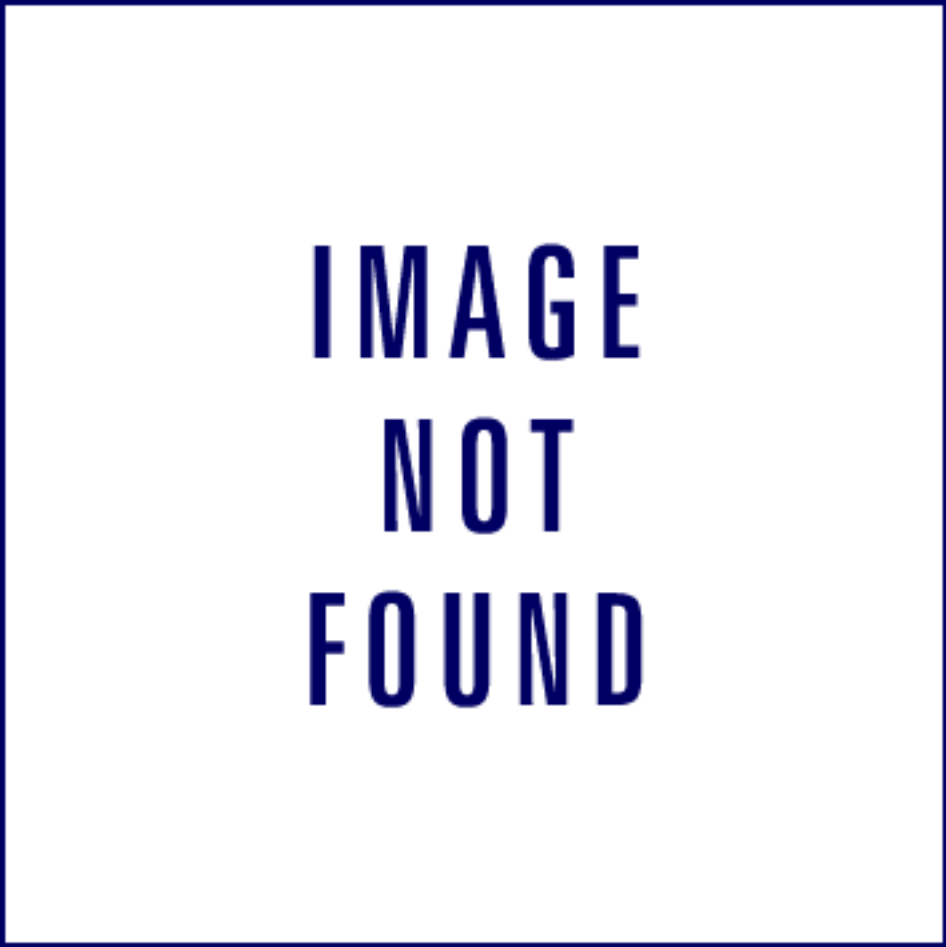


IMAGE
NOT
FOUND

Bauhaus' thuismarkt Duitsland is sterk in beweging. Twee jaar geleden ging bijvoorbeeld Praktiker failliet, toen één van de grootste spelers. Is Nederland een kalme haven waarin Bauhaus kan experimenteren met bijvoorbeeld e-commerce?

"We zijn de experimentele fase rond e-commerce inmiddels wel voorbij. Vergeleken met andere bouwmarkten zijn wij de expert op dit gebied. In Scandinavië zijn we bijvoorbeeld al een aantal jaar online actief en Nederland volgt op korte termijn."

"Die voorsprong is onder meer te danken aan onze decentrale organisatiestructuur. Ondanks onze omvang is Bauhaus een pragmatische organisatie, waarbij elk land een hoge mate van ondernemersvrijheid heeft. Wat ook helpt, is dat we alleen eigen vestigingen hebben. Daardoor is er geen ingewikkelde verdeelsleutel van de online omzet, zoals bij franchiseorganisaties."

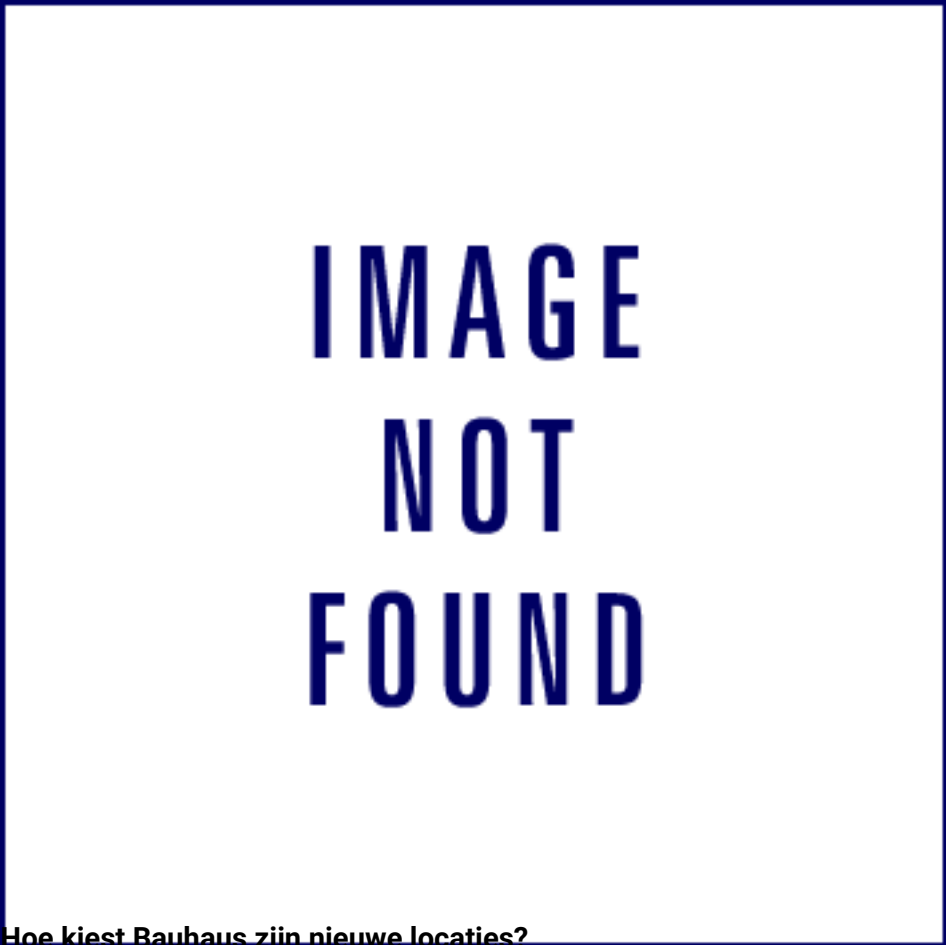


IMAGE
NOT
FOUND

Hoe kiest Bauhaus zijn nieuwe locaties?

"Naast de perceeloppervlakte kijken we voor een nieuwe locatie naar de bereikbaarheid en bekendheid van het terrein in de regio. Qua traffic willen we op een toplocatie zitten. Zo zitten we in Groningen naast IKEA. In Hengelo straks trouwens ook."

Wil Bauhaus ook meeliften op de traffic van jullie Duitse branchegenoot? Bestuurslid Wolfger Ketler van Hornbach stelde onlangs dat Bauhaus steeds vaker bouwmarkten opent in de buurt van Hornbach. "Het lijkt wel alsof ze in ons kielzog varen", zei hij.

"Ons winkelbestand groeit sterk in veel landen en dan is het logisch dat we ook bij Hornbach in de buurt komen. Met name in Duitsland hebben we de afgelopen twee jaar meer dan dertig vestigingen geopend en dan kom je elkaar uiteraard regelmatig tegen. Ik zie het dan ook maar als een compliment dat men er nerveus van lijkt te worden."

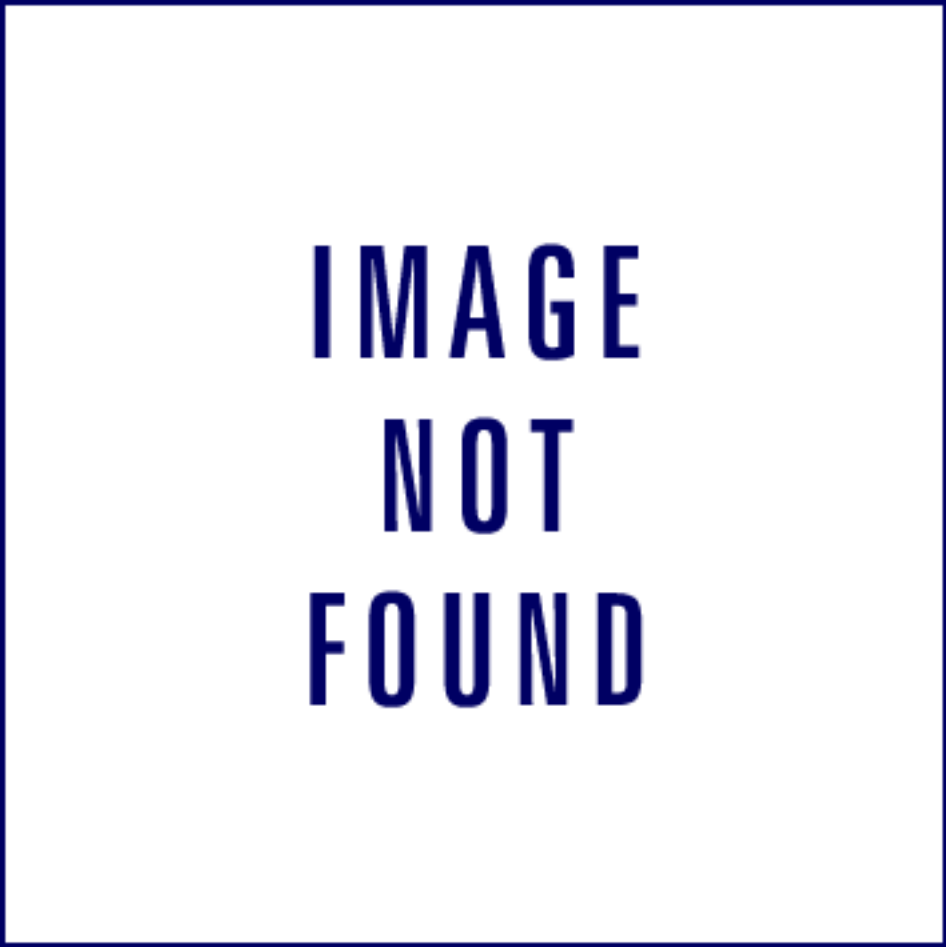


IMAGE
NOT
FOUND

Nog even naar Groningen. Deze locatie is voorzien van een Bauhaus Café. Is dat een standaardonderdeel van het concept?

“Bauhaus beschikt inderdaad over 260 cafés. Normaal gesproken werken we met lokale partijen, maar de Groningse vestiging is de enige die we zelf uitbaten. We konden namelijk geen geschikte exploitant vinden die aan onder meer onze assortimentsstelling kon voldoen. Ons aanbod wisselt bijvoorbeeld een aantal keer per dag en is afhankelijk van de dag van de week. Daar komt bij dat het café dezelfde openingstijden als de bouwmarkt heeft. Al met al vergt de exploitatie een behoorlijke investering, die voor mkb'ers lastig bleek.”

“We wilden het café echter wel integreren in de vestiging, omdat het een belangrijk serviceonderdeel voor klanten is. We bieden daarmee een rustmoment tijdens het aankoopproces. De bouwmarkt is trouwens geliefd. We zijn ruim twee maanden open en gebaseerd op het aantal bezoekers moeten we nu al de meeste omzet in de regio draaien.”

**IMAGE
NOT
FOUND**