

Bilder & De Clercq back in business

09-03-2016 08:04

Na een faillissement en een afwezigheid van vier maanden, konden fans van vers maaltijdenconcept Bilder & De Clercq hun hart ophalen. De winkel aan de Clercqstraat opende in januari opnieuw zijn deuren. Hetzelfde concept, maar een betere propositie, vertelt managing partner Robert-Jan van der Steur van nieuwe eigenaar H2H Business Participations.

De omzetprognose die de nieuwe eigenaren hadden gesteld, is in de eerste twee maanden na de heropening van Bilder & De Clercq ruim overschreden. "Zonder dat we intensief aan marketing hebben gedaan", zegt Van der Steur. "Je hoopt natuurlijk dat de schare aan trouwe fans terugkomen, en dat is gebleken." De winkel aan de Clercqstraat loopt dus weer 'op rolletjes' en ook de bestelmuren bij Schiphol zijn vorige maand weer in gebruik genomen. Op 24 maart opent de interactieve bestelmuur bij Google Nederland opnieuw zijn deuren.

Het feit dat veel klanten terugkeren naar de winkel sterkt Van der Steur in zijn opinie dat Bilder & De Clercq 'top' eten levert. "Het is een heel bijzonder concept. Het eten is van restaurantkwaliteit en je maakt het ook nog eens zelf thuis klaar." En het is deze propositie die in het nieuwe Bilder & De Clercq sterk naar voren moet komen. Het draait om het eten. Er is in de winkel een duidelijkere scheiding gemaakt tussen het binnenkomen en het foodgedeelte. "De entree straalt rust uit. Je kan er koffie drinken en wat eten. Vervolgens kom je in het foodgedeelte, waar de recepten nu veel prominenter naar voren komen. Voorheen zag je een samenstelling op basis van de ingrediënten die erin zaten, afzonderlijk geprijsd. Het zorgde voor een wat complex beeld. De producten om de gerechten heen zorgden voor te veel afleiding." En belangrijk: de gerechten zijn scherper geprijsd. "Die kosten nu maximaal 9,95 euro, waar dat voorheen opliep tot twaalf euro."

Prijsafspraken

De presentatie gaat terug naar de basis, zegt Van der Steur. Ook in bijvoorbeeld fotografie zijn de gerechten veel prominenter afgebeeld en additioneel wordt meer stilgestaan bij de afkomst van de ingrediënten. Want die komen niet meer bij 130 leveranciers vandaan, maar bij nog zo'n dertig. Daardoor kunnen er volgens hem nu veel betere prijsafspraken worden gemaakt, doorberekend in de scherpere maaltijdenprijs. De chefs hebben bovendien veel meer inbreng dan voorheen en zijn nu tevens betrokken bij de inkoop en de samenstelling van de gerechten. "Foodretail is echt een vak. De vorige eigenaren hadden daar geen achtergrond in. Je mist dan die gedetailleerdheid, die finesse, kennis en kleine dingen die nodig zijn om food te snappen. Dat is volledig anders sinds Roos (Coenraad, red.) directeur/storemanager is. Zij komt uit een meer dan honderd jaar oude slagersfamilie en runt de winkel fantastisch."

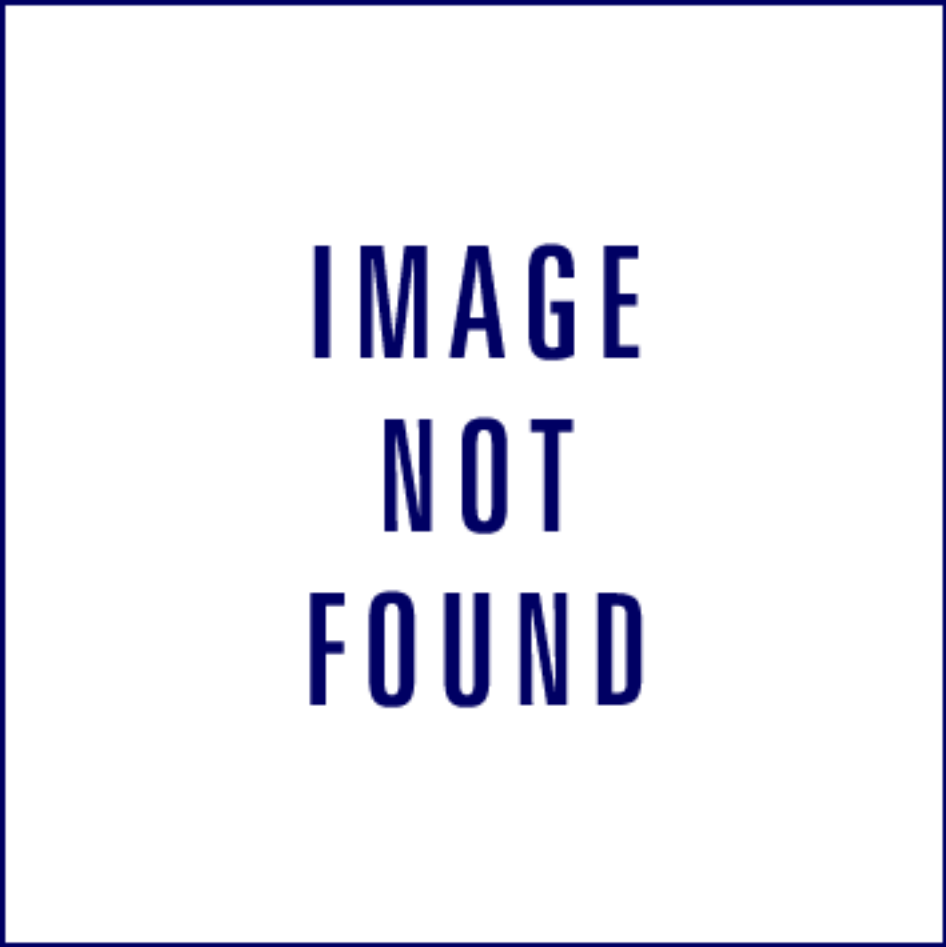


IMAGE
NOT
FOUND

Meer walls

Momenteel is Bilder & De Clercq bezig een nieuwe assistent-storemanager aan te nemen, die over anderhalve maand Coenraad gaat assisteren. Is er dan meer ruimte voor nieuwe winkels? “Daar zijn we nu niet mee bezig. Deze winkel draait naar behoren en ook de bestaande ‘walls’ zijn zo allen weer in gebruik.” In de interactieve bestelmuren ziet Van der Steur wel potentie. “Op Schiphol hebben we locaties in drie verschillende gebouwen. Interessant is dat in het World Trade Center veel expats werken, de locatie in The Base wordt door veel werkenden vanaf het treinstation naar kantoor gepasseerd en in het Schiphol-gebouw werken uitsluitend luchtvaartmedewerkers. Het vormt een mooie testcase om te onderzoeken waar er behoefte aan is en bij wie de wall het beste aanslaat. Dat willen we over circa zes weken gaan bekijken, zodat we onze strategie kunnen uitstippelen.” De nieuwe eigenaren geloven dat het concept bij andere bedrijven kan werken. Groei zal dan ook eerst in uitbreiding van de walls zitten. “Maar als je uitbreidt naar een andere stad, dan zal je daar ook een winkel moeten openen. Al is het voor het afhalen van een bestelling.”

Webshop gaat live

Want ook dat is nieuw: vanaf komende maand kan er via de webshop van Bilder & De Clercq online worden besteld, en in de winkel afgehaald. Net als bij de bezorgmuren kunnen klanten tot twee uur 's middags bestellen en de maaltijd na vijf uur ophalen. Van thuisbezorging is geen sprake. Het aanleggen van een logistiek netwerk is vooralsnog te duur. “We willen ons niet op de markt van kant-en-klaarmaaltijden begeven.” De maaltijden moeten juist zelf klaargemaakt worden. Ook een box à la HelloFresh past niet bij de propositie, die gericht is op dagelijks wisselende gerechten. “Je krijgt dan ook te maken met de discussie is het eten wel vers? De kracht van onze maaltijden is dat het megavers is. Het past niet bij ons om het pas drie dagen later op te eten. We zijn immers geen supermarkt en geen delicatessenwinkel, maar zitten juist daar tussenin.”

Lianne Schilderink