

# Zo dringt Bauhaus verder het land binnen

13-04-2017 09:41



Door Nick Mä¶ller  
Redactie RetailWatching

Vrijdag is het eindelijk zover: de langverwachte opening van Bauhaus in Hengelo. Het is het tweede filiaal van de Duitse bouwmarktketen, die met de grootste mogelijke moeite op weg is naar de vijftien vestigingen in ons land. â&#128;&#156;Als het aan ons ligt hebben we die over een paar jaar. Onze organisatie heeft voldoende slagkracht om ze uit de grond te drukkenâ&#128;&#157;;, vertelt interim-directeur Herwin Oost. â&#128;&#156;Maar we kennen allemaal de procedures die worden aangespannen en die vertragend werken. We zien het maar als compliment dan concurrenten ons als een grote bedreiging zien.â&#128;&#157;

Oost volgde eind vorig jaar Mathieu Moons op, die toe was aan een [nieuwe uitdaging](#). Hij vertelde al de procedures door onder meer Praxis en Gamma [voor lief](#) te nemen. EÃ©n of twee bouwmarkten per jaar openen is voor Bauhaus een reÃ©le doelstelling. Venlo en Den Hoorn zijn waarschijnlijk begin volgend jaar aan de beurt. Op de achtergrond wordt gewerkt aan filialen in onder meer Amersfoort, Arnhem en Rosmalen.

## Boven verwachting

De eerste winkel in Groningen is inmiddels meer dan anderhalf jaar open. Daar werd het Duitse raamwerk neergezet, gevuld met een voor de Nederlandse markt geselecteerd assortiment. Cijfers wil Oost niet delen,



maar het filiaal draait volgens hem â&#128;&#152;boven verwachtingâ&#128;&#153;. De retailer hoeft dan ook niet veel te sleutelen aan zijn concept voor verdere expansie in ons land. â&#128;&#156;Ik kan niet zeggen dat we in Groningen iets fout hebben gedaan. Natuurlijk hebben we wel ervaring opgedaan die we meenemen naar Hengelo, waardoor we bijvoorbeeld de winkelinrichting kunnen optimaliseren.â&#128;&#157;



De look en feel van de winkels is volgens Oost hetzelfde. â&#128;&#156;De meest in het oog springende verandering is de nautic-afdeling, die in Hengelo een stuk kleiner is. In de omgeving van Groningen is watersport veel groter, onder meer door de Friese meren.â&#128;&#157; De nieuwe winkel telt in totaal vijftien speciaalzaken, soms voorzien van een eigen merknaam. Zo vinden klanten binnen de bouwmarkt Badkamerland en De Stadstuin, dat bijna op zichzelf staande winkelformules zijn.

Elke afdeling heeft zijn eigen personeel. â&#128;&#156;Iemand die de verf mengt, verkoopt bij ons geen badkamersâ&#128;&#157;, geeft Oost als voorbeeld. Bauhaus nam de afgelopen maanden 140 mensen aan voor het filiaal in Hengelo. â&#128;&#156;Dat zijn zowel specifieke vakmensen als mensen met verkoopervaring uit de retail. Die mix zorgt voor een sterk team. We proberen de teamgeest te prikkelen door ze van elkaar te laten leren.â&#128;&#157; Bauhaus begeleidt het personeel zelf op het gebied van klanttevredenheid. De inhoudelijke kennis is volgens Oost afkomstig van leveranciers. â&#128;&#156;Wij verlangen van hen een breder perspectief, zodat ze uitleg geven over het volledige assortiment bouwmaterialen en niet alleen hun eigen merk. Daar zijn we heel tevreden over.â&#128;&#157;

### **Twee werelden**

Het personeel stuit in de winkel zowel op particulieren als vakmensen. â&#128;&#156;We proberen het beste



van de twee werelden te combineren. Zo profiteert de consument van het brede en diepe assortiment en de ruime openingstijden, die we vooral voor de vakman hanteren. Het is in onze branche redelijk uniek dat je doordeweeks al om zeven uur 's ochtends de winkel in kan. De professional wil niet 's avonds gipsplaten ophalen, maar die in de ochtend voor de klus droog en schoon op de aanhanger leggen. De bouwmarkten van Bauhaus hebben speciaal voor hen een drive-in. De klant kan met auto of bus direct naar het schap rijden en het benodigde materiaal inladen. Aan de kassa worden alle producten gescand en afgerekend, zonder dat hij hoeft uit te stappen.



De zakelijke klanten profiteren volgens Oost bij Bauhaus van de transparantie van een retailer. Kortingsacties en aanbiedingen zoals bij een Praxis of Karwei vinden ze er niet. De bouwmarktketen profileert zich met de laagsteprijsgarantie zonder waslijst aan uitzonderingen, stelt Oost. Langlopende acties bij concurrerende retailers worden opgemerkt en vertaald in een lagere prijs in de eigen bouwmarkt. Mochten klanten toch ergens een lagere prijs tegenkomen, onderbieden wij die met twaalf procent. De lage prijzen zijn volgens Oost mogelijk door de inkoopkracht van het Duitse concern, dat met 265 winkels in negentien landen actief is.

De laagsteprijsgarantie geldt ook voor internetwinkels, ook al is Bauhaus zelf niet online actief. Althans, niet in ons land. Als we de voorganger van Oost moesten geloven, was die webwinkel er al een tijdje geweest. Zelf hang ik geen termijn aan de lancering, zegt hij. Het komende jaar zullen we er aan werken. De webwinkel wordt met name een verlengstuk van het marktgebied. We hebben nu vestigingen in het noorden en oosten van het land, maar we willen door heel Nederland bezorgen. Dat is door nachtdistributie logistiek

gezien geen enkel probleem. Onze strategie is gericht op een landelijke dekking.â&#128;&#157;