

Over risico's, advies, levertijden en bestelgemak

Inkopen: naar de groothandel of de webshop?



Foto's: Marcel van Rijnbach

Oprichters Rik Burgerdijk (l) en Jelle Gudden van Proforto. "Beschikbaarheid van de producten en snelheid van leveren zijn belangrijke speerpunten."

Aanschaf van werkkleding en PBM's: doet u dat online of in de groothandel? Er is toekomst voor beide, zo leren de verhalen van het 75-jarige bedrijf Werkman Oost en de piepjonge webshop Proforto. Over risico's, advies, levertijden en bestelgemak. "In het algemeen bezuinigen de bedrijven niet op deze producten."

De e-commerce groeit als kool, van 8 naar 10,5 miljard euro vorig jaar. Het aandeel fysieke producten steeg het meest. Onbekend is of daaronder ook bedrijfskleding en PBM's voor de bouw valt, maar duidelijk is dat webshop Proforto in Nijmegen en de 'traditionele' groothandel Werkman Oost in Gorinchem omzetstijgingen noteren. Daardoor lijkt het dat de wijdverbreide bouwsector, waarvan beide in grote mate afhankelijk zijn, geen wig drijft tussen de webshop en de groothandel.

Wel recessie, maar....

De conventionele groothandel liep de afgelopen jaren zware klappen op, maar dat gold met name voor de bouwmaterialen en consumentenproducten. Werkman Oost blijkt de economische crisis goed de baas te kunnen. "We groeien elk jaar tussen

de 10 en 15%. Als je verstand van zaken hebt en dat goed uitdraagt naar je klanten, dan red je het in dit vak", zegt directeur-eigenaar Bert Lindeboom van Werkman Oost, specialist en groothandel in bedrijfskleding en PBM's voor diverse sectoren. "Natuurlijk hebben we ook last gehad van de recessie in de bouw, maar gelukkig vangen andere sectoren, zoals de (petro)chemie en de industrie de klappen op." Lindeboom schat in dat circa 40% van de producten bouwgerelateerd is. Duidelijk merkbaar is dat minder bouwvakkers kleding of PBM's nodig hebben, omdat de aantallen personeelsleden in de bouw sterk zijn verminderd. Maar over het algemeen bezuinigen de bedrijven niet op deze producten, zo ervaart hij. "Integendeel: gezien het toegenomen aantal arbeidsinspecties op de

bouwplaats, pakken de bedrijven de handschoenen serieus op. De veiligheid op bouwplaatsen is zeker toegenomen. Hoe strenger de wetgeving, hoe beter voor ons."

Behoeftte aan advies

Werkman Oost, die dit jaar zijn 75-jarig bestaan viert, merkt met name dat bouwbedrijven met een hoog risicogehalte - bijvoorbeeld degenen die op hoogte werken of met gevaarlijke stoffen werken - behoefte hebben aan indringend advies. Die krijgen deze van de traditionele groothandel. "Onze policy is al zolang we bestaan om naar de klanten toe te gaan en hen voor te lichten over het nut van onze producten en welke kleding of PBM's geschikt zijn voor hun werkzaamheden. Wij maken een inschatting van de risico's. Onze klanten hebben daar behoefte aan. Wat voorlichting en professioneel advies betreft, schieten veel webshops op dit terrein schromelijk tekort."

Lindeboom schrikt soms van situaties die hij op de bouwplaats tegenkomt. Vooral de zzp'ers hebben nauwelijks kaas gegeten van borging van de veiligheid op de bouwplaats. "Valbeveiliging bijvoorbeeld, daar hebben de meeste zzp'ers geen flauw benul van. Bescherming tegen het inademen van gevaarlijke stoffen, zoals oplosmiddelen, is eveneens dikwijls een ondergeschoven kindje. Van ons verwachten bedrijven en ondernemers informatie over PBM's en bedrijfskleding die voldoen aan wettelijke normen." Daarnaast verwacht de klant dat de door hem bestelde goederen zo snel mogelijk worden geleverd. "Daarom ben ik blij dat we voorraden aanhouden, want de fabrikanten hebben de voorraden flink afgebouwd vanwege de economische recessie.



Bert Lindeboom bij de snijbestendige kleding die Werkman Oost zelf maakt.

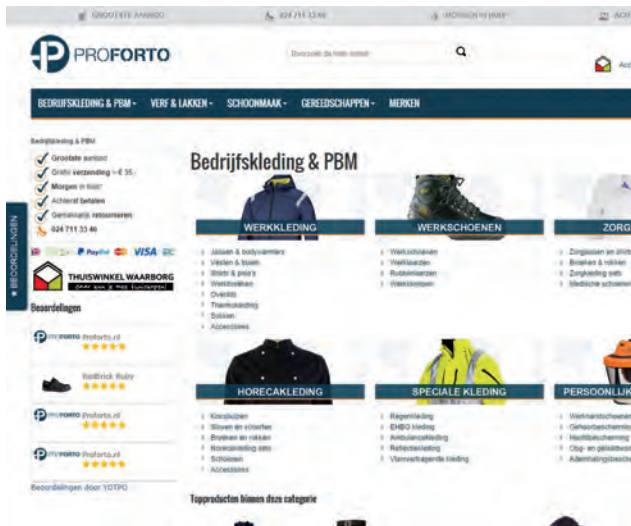
Deze tactiek weegt op tegen de kosten", aldus Lindeboom.

Snelheid van leveren

Webshop Proforto houdt uiteraard geen voorraden bij, maar belooft binnen 24 uur te leveren. "Beschikbaarheid van de producten en snelheid van leveren zijn bij ons belangrijke speerpunten. We hebben software ontwikkeld die de orderstroom digitaal bijhoudt. De klant kan precies volgen waar zijn product zich bevindt. Onze klanten vinden het van belang dat ze zo goed mogelijk worden geïnformeerd over het order- en bestelproces", zegt mede-oprichter Jelle Gudden. Proforto levert uit een assortiment van 60 000 artikelen. Circa 60% is gerelateerd aan de bouwbranche. De omzet steeg vorig jaar buitenproportioneel van 3000 naar dit halfjaar 85.000 euro. Opstartproblemen kende Proforto zeker ook,

want leveranciers van bedrijfskleding en PBM's voor de bouw moesten wennen aan het e-commerce-concept. "Wij schuiven ook wel eens één doos in plaats van enkele honderden artikelen tegelijk. Het gros van onze klanten is zzp'er. Die vindt het heerlijk om 's avonds op de luie bank op zijn iPad de bedrijfskleding en PBM's uit te kiezen. Wij bieden hen gemak. Als de kleding niet past, kunnen ze deze heel simpel retourneren."

De combinatie van bestelgemak en snelle levertijden is volgens Gudden een gouden formule gebleken. "Wij waarderen de individuele wensen van de zzp'er. We zitten het meest in de stuksmarkt. Je ziet tegenwoordig dat het personeel een stuk budget van de werkgever krijgt om zijn eigen kleding en PBM's aan te schaffen. Daardoor is de klant heel kritisch. Als je 100 euro uitgeeft, wil je een goed product snel geleverd >>



Webshop Proforto belooft binnen 24 uur te leveren.



Valbeveiliging wordt volgens Bert Lindeboom vaak verkeerd gebruikt. "De meeste zzp'ers hebben er geen flauw benul van."

hebben. Als we het goed doen, krijgen we herhaalorders. Die zijn voor ons het belangrijkste."

Niche-markten

Proforto wil wel het orderbedrag verhogen, maar de concurrentie van webshops op dit terrein wordt steeds heviger. Uitbreiding naar de Duitse e-commerce is een wens die hoog op het verlanglijstje staat en in Nederland wil de webshop de klant nog persoonlijker benaderen door meer accountmanagers aan te stellen. Daarmee beantwoordt Proforto niet aan het beeld dat de traditionele groothandel van de

webshops heeft. "We worden altijd beschouwd als een prijsdumper, maar zo steken wij in elk geval niet in elkaar", bezaemt Gudden. Werkman Oost probeert zich steeds meer te richten op de specials. Men maakt zelfs hoogwaardige snijbestendige kleding voor de glasproducenten. Het zelf produceren van producten is een niche-markt voor deze groothandel, maar wordt wel steeds omvangrijker en belangrijker. "Wij krijgen in toenemende mate speciale verzoeken die niet in het standaardassortiment voorhanden zijn, dus daar willen we steeds meer op inzetten", aldus Lindeboom.

Kledingleverancier en Leger des Heils tekenen overeenkomst



Als eerste bedrijfskledingleverancier in Nederland is Wiltec een samenwerking aangegaan met het Leger des Heils, om kleding in te zamelen voor het goede doel. De samenwerking past in het C2C-gedachtegoed dat het bedrijf aanhangt. Bovendien merkte Wiltec naar eigen zeggen dat er vanuit zijn klanten steeds meer de behoefte was om kleding een tweede leven te geven. Een gedeelte van de kleding wordt gratis weggegeven aan mensen die deze niet kunnen betalen. In Nederland, maar ook in het buitenland. Een gedeelte van de kleding gaat naar een tweedehands kledingwinkel van het

Leger des Heils. Daar wordt het verkocht aan mensen die rondkomen van een minimum inkomen of het wordt gratis verstrekt aan mensen in een crisissituatie. Tot slot wordt een gedeelte van de kleding verkocht. Met de opbrengst van deze kleding worden ReShare-projecten van het Leger des Heils ondersteund, zoals de opvang van tienermoeders en daklozen. In de Wiltec-shop aan de Industrielaan in Uden staat voor lokale bedrijven een box waar iedereen oude kleding kan inleveren.

 www.wiltec.nl/c2c