

# [ 'Traditioneel denkstramien doorbreken'



Marco Gort

Transparantie en eerlijke prijzen. De kernbegrippen achter de online-inkoop en -verkoop van stenen en dakpannen op Stenenmarkt.com. Vraag en aanbod van dakpannen en stenen komen bij elkaar en 'valse lucht' wordt uit het proces geperst. "De traditionele groothandel moet de waarde van zijn producten nu echt verantwoorden."

Met Stenenmarkt.com gooit bedenker Marco Gort de knuppel in het hoenderhok van de stenenhandel. "Internet is in de bouwwereld nog nauwelijks doorgedrongen. Met deze aanpak willen we zorgen voor transparantie bij de koop van dakpannen en stenen. Daarnaast willen we de prijs laten bepalen aan het begin en het eind van de keten. Dus door de fabrikanten en aannemers en niet door de partijen daar-

tussen. Zo zorgen we voor een eerlijke prijs en een duidelijk overzicht." Niet iedereen is daar uiteraard blij mee. Want dit initiatief zal de functie van de groothandel veranderen.

## Verandering

Cru gezegd zet Gort zijn eigen beroepsgroep in de kou. Van oorsprong is hij namelijk groothandelaar in dakpannen en bakstenen. "En dat al twintig jaar voordat ik met het idee voor Stenenmarkt.com kwam." Gort vond dat de wereld waarin hij leefde, sterk aan het veranderen was. "Je ziet een groeiende rol van internet. Daarin wilde ik niet achterlopen. Ik ben dus gestopt in mijn oude functie en heb Stenenmarkt.com opgezet. Vooral vanwege het digitale aspect, maar ook om voor marktverandering te zorgen. Want dat was wel nodig."

## Product is prijsbasis

Stenenmarkt.com verbindt de uiteinden van de bedrijfskolom aan elkaar. Met andere woorden: de aannemer overlegt rechtstreeks met een fabrikant over de prijs van een product. "Dat gebeurt anoniem", legt hij uit. "De fabrikant weet niet welke aannemer de vragen stelt, de aannemer op zijn beurt ziet wel voor welke fabrikant hij interesse heeft. Uiteraard wordt wel zichtbaar met wie de fabrikant

## Eerste grote klant

**De exclusieve overeenkomst van aannemer VolkerWessels met Stenenmarkt.com om voortaan alle stenen en dakpannen online te bestellen, geldt als belangrijk signaal aan de branche dat de site voor een revolutie kan gaan zorgen.**

"VolkerWessels is een innovatief bedrijf dat net als wij gelooft dat de wereld gaat veranderen", vertelt Gort. "Zij ondersteunen ons initiatief van anders denken. Daarom willen wij graag samen met VolkerWessels klaar zijn voor de toekomst. Onze overeenkomst is dus niet zozeer tot stand gekomen door een verkoop, maar door een sparringgesprek. Op gelijk niveau meningen uitwisselen, zo komen we samen verder."

Bert Horsthuis, verantwoordelijk directeur bij VolkerWessels is het daarmee eens. "Wij kiezen voor Stenenmarkt.com vanwege de transparantie", zegt hij. "Gedurende het hele aankoopproces, vanaf de oriëntatie tot zelfs ná plaatsing van een order, is elke handeling van elk betrokken bedrijf zichtbaar voor ons. Dat geldt ook voor de tarieven die zij rekenen."

### Doorbraak

Volgens hem was het aannemersbedrijf al lange tijd op zoek naar nieuwe instrumenten om betere controle te houden over kwaliteit en transparante prijzen. "Toen wij met Stenenmarkt.com in gesprek raakten, zagen wij onmiddellijk dat zij voor een doorbraak konden zorgen in een van nature conservatieve branche. Internet zorgt overal al voor nieuwe transparantie, dus waarom ook niet in de bouwmarkt?" "VolkerWessels is een innovatief bedrijf", vertelt Horsthuis. "Wij zijn van mening dat de online werkwijze van Stenenmarkt.com de branche ten goede zal komen. Internet is onze toekomst en daarvan moeten we zo veel mogelijk de vruchten plukken. Daarom geven we graag dit signaal af en hebben we besloten voor al onze bouwbedrijven in het vervolg stenen en dakpannen via deze weg te bestellen."

de uiteindelijke prijsafspraken heeft gemaakt, alvorens de deal definitief gemaakt wordt. Zonder die wetenschap kan er om meerdere redenen geen zaak tot stand komen. De anonimiteit in het begin van het traject hebben we ingebouwd om de prijsvorming te laten plaatsvinden op basis van het product en niet op basis van allerlei randverschijnselen."

### Rol voor handel

Uit dat overleg rolt de basisprijs voor het product inclusief vracht en verpakkingsprijs. "Vervolgens pakken wij de tot stand gekomen deal op en plaatsen hem in de handel. Want er komen uiteraard nog verschillende diensten bij kijken. Zo kan de handel zorgen voor een showroom, productkennis, transport, financiële afwikkeling en begeleiding van garantie. Bouwmaterialenhandelaren kunnen zich inschrijven om zorg te willen dragen voor leveranties en aangeven hoeveel hun geleverde diensten gaan kosten. Zo ontstaat de marktwerking zoals wij die met de site voor ogen hebben." Daarnaast beschikt Gort over een dealernetwerk, dat showroom en advies ter beschikking stelt op de stenenmarktdenkwijze.

### Vraag en aanbod

De portal die Gort heeft opgezet, ziet er vrij simpel uit. "Het systeem werkt eenvoudig. Aannemers kunnen hun vraag naar een partij stenen of dakpannen op de site kwijt en fabrikanten hun aanbod. Zo kan een aannemer op zoek zijn naar een grote partij geglazuurde dakpannen voor een groot project. Hij krijgt dan via het systeem de verschillende prijzen en aanbiedingen van passende leveranciers te zien, maakt zijn keuze en vervolgens gaat het systeem automatisch aan de slag om de deal af te wikkelen."

Er zijn dus vraag- en aanbodadvertenties. Stenenmarkt.com werkt via een online bibliotheek en een interactief vraag- en aanbodmechanisme. De aannemer die een product zoekt, kan via de bibliotheek op de site alle producten en richtprijzen inzien. Hij kan vervolgens vragen wanneer de fabrikant een product kan leveren en wat de uiteindelijke prijs zal zijn. Ook kunnen randvoorwaarden, zoals verpakking, worden aangegeven. Hierop kunnen fabrikanten reageren. Maar andersom kan een fabrikant dus ook producten aanbieden waarop een aannemer reageert. "Een derde mogelijkheid is dat een fabrikant restpartijen aanbiedt die hij snel kwijt wil tegen een aantrekkelijke prijs."



Marco Gort:

**"Alleen concurrentie op basis van het product."**

### Concurrentie

Het doel van Stenenmarkt.com is transparantie en een betere prijs, zegt Gort. "Je roept een nieuwe vorm van concurrentie op. Het lijkt op een inschrijving, maar is het niet echt. Iedere partij doet zijn ding en bepaalt zelfstandig zijn prijs zonder dat ze bij anderen op de site kunnen neuzen. De prijsvorming vindt dus anoniem plaats, vanuit de eigen vracht van aanbieders. Ze zien ook niet of, en hoeveel, iemand anders lager zit dan hun eigen bod."

In dit traject van prijsvorming is de tussenhandel weggevalen. "Voor de groothandel zitten wel degelijk ook voordelige aspecten aan onze aanpak", relativeert Gort. "Zo kunnen groothandelaren op een concurrerende manier deelnemen aan een enorme markt, die steeds verder open gaat. Kijk maar eens naar

# Uitgaan van eigen kracht

**Wat vindt de traditionele bouwmaterialenhandel eigenlijk van het initiatief? We kregen gemengde reacties op verschillend niveau: vooralsnog is men overtuigd van de eigen kracht of ziet men Stenenmarkt.com als aanvulling op de eigen activiteiten.**

"Voor de tussenhandel is Stenenmarkt.com geen concurrent, maar een facilitair bedrijf", zegt Klaas Angenent, directeur van BouwCenter Wassenaar. "In het aankoopproces speelt de tussenhandel een belangrijke rol. Wij geven een praktische invulling aan de verbindende schakel, die Stenenmarkt.com vormt. Wij hebben een showroom en de productkennis, zorgen voor transport, project begeleiding, sturen facturen weg en zorgen voor de garantie. Via de site zijn onze werkzaamheden en onze tarieven voor iedereen duidelijk. Je weet wat je krijgt en wat het kost. Zo kan onze branche functioneren, zoals het hoort."

## Minder transparant aanbieden

Ralf Langolu van Geurts van Bergen in Gennep, lid van Bouwmaterialen Groep 4+, ziet het concept niet direct als een bedreiging. "Persoonlijk advies blijft belangrijk. Het is wel vervelend dat de marge door sites als deze onder druk komt te staan. Ongeacht wat in de staart zit – zoals vrachtkosten en dergelijke – geldt de kale steenprijs voor aannemer en consument als prijsreferentie. De enige manier om te zorgen dat de internetprijs niet direct leidend is, is minder transparant offren. De klant weet dan alleen dat het een steen van ons is, maar niet van welke fabriek deze komt. Het zoeken van een prijs op internet is dan veel lastiger." Langolu denkt dat het in de toekomst niet alleen bij stenen blijft. "Dit gaat zeker op meer productgroepen gebeuren. We kijken zelf ook naar kansen op dit gebied. De prijs wordt bepaald door zo veel factoren dat genoeg producten moeilijk online zijn te verkopen. Aanbieden is iets anders, dat kun je alles."

## Geen bedreiging

Bernard Wessel, commercieel directeur van RaabKarcher ziet het idee van Gort als een interessant concept dat de transparantie in de markt kan vergroten. "Daarbij willen wij de ogen niet sluiten voor de mogelijkheden die internet biedt. Zeker als je daarbij kijkt naar de ontwikkelingen op het gebied van e-commerce in andere markten. We zien de site niet als een bedreiging, want RaabKarcher is ervan overtuigd dat we onze rol als bouwmaterialenhandelaar in de keten behouden. Dit vanwege onze toegevoegde waarde van onder meer onze showrooms en archihomes, onze specifieke productkennis en onze logistieke oplossingen met ons netwerk van 42 vestigingen." Wessel wil eerst nog maar eens de kat uit de boom kijken. "Laten we maar afwachten of Stenenmarkt.com

succesvol wordt. Op dit moment kennen we geen initiatieven voor andere productgroepen dan dakpannen en stenen. Mochten die er wel komen, dan zien we die ontwikkelingen met vertrouwen tegemoet."

## Originele invulling

Bouwmaat kende de site nog niet, vertelt manager Marketing en Verkoop Martin Suijker. "Op het eerste gezicht is het een interessant initiatief, omdat het anders is dan andere sites. De combinatie van *bricks&clicks* krijgt hiermee een originele invulling. Kijkend naar de opzet zal deze mogelijk passen bij de grote aannemers om de kosten per jaar terug te verdienen. Het lijkt mij echter nog een grote drempel, voordat de gemiddelde aannemer hiermee in zee gaat. Al zou de site gratis zijn, dan zou deze nog vragen oproepen over levering en prijsbetrouwbaarheid en met wie je zaken doet. Bouwmaat biedt al jaren transparantie met de catalogus, online en als boekje. De doelgroep van Bouwmaat zoekt meestal naar kleinere hoeveelheden, die zo snel mogelijk beschikbaar moeten zijn. Het gaat meer om service en snelle beschikbaarheid, daarna volgt de prijs. Met 45 vestigingen en onze webshop kan de klant zelf kiezen waar en wanneer hij zijn aankoop wil doen."

## Volop in beweging

Diite Smit van CRH Bouwmaterialenhandel zegt in een centrale reactie: "Het mag duidelijk zijn dat Stenenmarkt.com voorziet in een bepaalde marktbehoefte van dit moment. De tijd zal leren of deze behoefte ook blijvend gedragen wordt door de markt. Een bedreiging is het zeker niet voor onze organisatie; het geeft wel aan dat de bouwketen volop in beweging is en dat elke speler zich bewust moet zijn van zijn rol en continue de meerwaarde van die rol moet duidelijk maken richting de markt. Onze vestigingen vervullen de rol van esthetisch en technisch adviseur. Stenen zijn immers beeldbepalend, waarbij kleur, structuur en verwerking grote invloed hebben de totale uitstraling van een architectonisch ontwerp."

Volgens haar is prijs alleen niet van doorslaggevend belang bij de keuze van de steen. "In onze showrooms kunnen architecten, ontwikkelaars en opdrachtgevers in alle rust, ruimte en licht de vele honderden sorteringen van grote en bekende, maar ook kleine, onbekendere leveranciers bekijken, voelen en visueel vergelijken. Onze adviseurs begeleiden ze hierbij om tot de juiste steenkeuze en -verwerking te komen. Daarnaast regelen ze ook de praktische zaken, zoals bemonstering, mortel-, isolatie- en dilatatieadvies. Zo slaan ze als het ware een brug tussen architect en verwerker."

Of de ontwikkeling van Stenenmarkt.com zich ook gaat doorzetten naar andere productgroepen? Smit denkt van wel. "Enkele websites bieden al andere productgroepen aan. We merken dat persoonlijk contact, goede voorraadpositie, slimme logistiek en verstand van bouwen, juridische consequenties en garanties nog steeds ons bestaansrecht vormen. Niemand kan echter in de toekomst kijken. Duidelijk is dat internet - ook in de bouw - een steeds belangrijkere rol gaat spelen. CRH Bouwmaterialenhandel ziet dat niet als bedreiging, maar als het ontstaan van nieuwe kansen om binnen de bouwkolom samen te werken. Zelfstandig instituten zullen het in de bouwkolom niet redden."

de grote werken, waar echte specialisten zich met de acquisitie bezig hielden en bouwmaterialenhandelaren eigenlijk weinig invloed hadden. Wij bieden hen nu een platform, waarop zij hun beloften kunnen waarmaken en zich in de strijd kunnen mengen. Ook om die grotere opdrachten. Het is vervolgens aan hen om dat ook daadwerkelijk te doen. Voor iedereen een gelijke kans."

## Waar blijft de marge?

Menig stenengroothandel zal zich bij het lezen van dit verhaal eens goed achter de oren krabben. Want waar blijft

zijn marge? "Inderdaad ageren nogal wat handelaren tegen onze werkwijze", zegt Gort. "Maar in mijn ogen zijn hun argumenten niet valide. Wij dwingen handelaren als het ware om de 'valse lucht' uit de prijs te persen. De concurrentie vindt alleen nog maar plaats op basis van het product. Handelaren mogen zich goed gaan verantwoorden waarom hun diensten de beste zijn. Dat juich ik alleen maar toe. We halen een beetje macht bij de handel weg", gaat Gort verder. "En die is daar uiteraard niet blij mee. We sluiten echter niemand uit, dus het komt aan op creativiteit bij het verkopen van een product. Ik geloof dat iedere groothandelaar met een krachtig concept kan overleven. Bovendien denk ik niet dat onze aanpak de hele markt gaat veranderen of veranderen. De traditionele handel zal er altijd blijven."