

Duurzaam met een duidelijk product

25-09-2017 09:16



“Hermadix biedt onderscheidende producten”, vervolgt hij: “De concurrentie heeft vaak oplosmiddel in de verf of beits, bij ons vind je dat niet. In 2010 moesten ondernemers voldoen aan de nieuwe richtlijnen, waarbij ze vaak opnieuw moesten investeren. Dat was bij ons niet het geval. Detaillisten hebben met Hermadix meer onderscheidend vermogen, omdat we mens- en milieuvriendelijke producten maken. Het milieu is nog steeds een belangrijke pijler en we zien de vraag toenemen naar producten die niet schadelijk zijn voor de gezondheid.”

Duurzame bescherming, geen nare verflucht en gemak. Dat zijn de belangrijkste pijlers van de producten van Hermadix. En bij Hermadix zijn ze innovatief. Een eigen team van ontwikkelaars en laboranten is altijd bezig om een product te ontwikkelen of te vervolmaken. Daarbij komt een groot gedeelte van de input van de markt en de buitendienst. Het uitgangspunt is om een geschikt product te maken voor een goede prijs.

Oorsprong in de kassen

De oorsprong van het bedrijf gaat terug tot vlak na de Tweede Wereldoorlog. Twee glaszetters beglaasden toen veel kassen. Daarvoor ontwikkelden ze een eigen kit die makkelijk afmesbaar was en goed plakte. De kassen waren destijds van hout en daarvoor werd verf ontwikkeld, maar ook schermmiddelen voor op het glas.

Inmiddels heeft Hermadix vestigingen in Aalsmeerderbrug en in Spanje. Ze werken nauw samen met Koninklijke Brinkman, een hofleverancier voor de tuinbouw. Van Lieshout: “We hebben twee disciplines in huis: de verven, lakken en beitsen voor doe-het-zelf en daarnaast een professionele tuinbouwtaak. Vanuit de kassen gingen kwekers namelijk steeds meer verkopen en zo ontstonden de eerste tuincentra. Later kwam daar een houtafdeling bij, waardoor er vraag kwam naar buitenbeits.”

“Via de verfgrossiers kwamen we bij de vbs-winkels terecht, waar we zaken doen met drie grossiers: Felix van der Putten, Luijten-VVZ en Olijslager voor het vbs-kanaal. De verf- behang en speciaalzaken zijn sinds jaar en dag een belangrijk kanaal voor ons. We zien dat ons merk goed wordt verkocht via de verfwinkels, waarbij detaillisten met ons merk gezonde marges kunnen halen. Het is één van de redenen waarom wij niet bij de prijsaanbieders te vinden zijn”, legt Van Lieshout uit.

Toepassing duidelijk op de verpakking

Van Lieshout geeft de visie van Hermadix prijs: “Bij andere merken staat het merk centraal, daarmee zijn ze herkenbaar. Wij zien dat klanten een winkel binnenkomen en op zoek zijn naar een verf of een beits voor hun geïmpregneerde schutting of een blokhut van vurenhout. Dan moet je dat aanbieden en duidelijk maken door de houtsoort of de toepassing prominent op de verpakking te zetten.”

Bij Hermadix zien ze dat klanten steeds meer verschillende houtsoorten gebruiken. En iedere soort vraagt om een specifiek product. “Bepaalde houtsoorten zijn in de mode, bijvoorbeeld door het gebruik in een televisieprogramma of wanneer ze veel verkocht worden bij houthandelaren. Met een kleur bepalen steeds meer mensen hun identiteit. Neem bijvoorbeeld Douglas, daar maken wij ook verf of beits voor. Natuurlijk kun

je daar een andere beits op smeren, maar in een gipsplaat kun je ook een spaanplaatschroef boren”, zegt hij lachend.

Meer met kleur durven doen

Met de opkomst van overkappingen en tuinhout voor het buitenleven wordt tegenwoordig veel verf verkocht. Het geïmpregneerde hout is verduurzaamd, zodat je er niets meer aan hoeft te doen. Van Lieshout: “Maar het verkleurt wel. Omdat mensen steeds meer durven te doen met kleur, stijgt de vraag naar verfkleuren voor buiten. Die zijn steeds meer aangepast op de tuintrends, zoals bijvoorbeeld Carribean of Aquablue voor op een schutting. Felle kleuren doen het goed net als taupe en grijstinten. Of kleuren voor steigerhouten meubels, juist wanneer ze die zelf gemaakt hebben.”

De duidelijke communicatie op het product betekent niet dat het product vanuit de zelfbediening wordt verkocht in de winkels. Het betekent wel meer gemak voor de ondernemer die om een ander soort advies wordt gevraagd. Van Lieshout: “Klanten zijn altijd nog op zoek naar bevestiging. De vbs-winkelier kan die geven, samen met het advies hoe je de ondergrond moet behandelen en hoe je het materiaal goed aanbrengt.”

Buiten en binnen

Voor het buitenassortiment heeft Hermadix drie pijlers: geïmpregneerd, blank of al geschilderd hout en hardhout. Daarnaast voeren ze specials, zoals voor gepotdekseld, bangkirai, steigerhout en Douglasshout. Die toepassingen hebben ze vertaald voor het schilderwerk in huis. “Van oorsprong deden we al veel parketlakken, ook voor professioneel gebruik. Dat leveren we nu ook voor vbs. Naast lak en olie voor vloeren hebben we aanbod voor trappen en meubels. Vooral het argument dat de trappenlak antislip is, spreekt veel mensen aan. Ze vragen er specifiek naar. Het veiligheidsaspect is een goed verkoopargument.”

Nieuw: verf voor deuren en kozijnen

“Nieuw is dat we dit najaar een lijn op de markt brengen voor deuren en kozijnen. Daar verwachten we veel van.” Waarom is gekozen voor deuren en kozijnen? Van Lieshout: “Vanuit de klant beredeneerd: niet iedereen geeft veel geld uit aan verf. Dus waarom zouden wij geen kwalitatieve verf kunnen maken met een gemiddeld prijsniveau, die bovendien kant-en-klaar is in veelgevraagde Ral-wittinten. Voor de vbs-detaillist kan het interessant zijn om een merk te verkopen dat niet bij de grootschalige winkels verkrijgbaar is.”

“We zijn geen harde verkopers, maar denken liever met een ondernemer mee. Samen kijken waar markt voor is en wie er bereid is met ons in zee te gaan. Daarvoor komen we regelmatig bij de ondernemer over de vloer.” Van Lieshout sluit af door over de rol van de buitendienst te vertellen: “We laten bij onze klanten zien of iets werkt of niet. Zo lopen we rond met een open verfblik en een stukje hout. Dat geldt ook voor het schap waar we gelakte trappen maakten als display. Met onze nieuwe lijn hangen we straks een halve deur in het schap, omdat we weten dat het werkt. We zien dat dealers die met ons merk gaan werken een stijging hebben in de verfverkoop. Dat is leuk om te zien.”

Marco van Verf en behangspeciaalzaak Marco van den Berg

“Tot een paar jaar geleden was ik schilder, tot ik de kans kreeg om deze winkel over te nemen. Als schilder werkte ik al met de producten van Hermadix, zeker voor de tuinhuizen. De grootste voordelen zijn dat het niet bladdert en de kleuren voor jaren houdt.”

“Nu, in onze winkel, adviseren we ook Hermadix. We zeggen: waarom zou je ingewikkeld of duur doen, wanneer je een kwalitatief watergedragen product aan kunt bieden? Klanten reageren heel positief: het is duidelijk wat op het etiket staat. Daardoor is onze rol als verkoper iets anders. Wij geven meer advies over hoe je het product het beste kunt toepassen en hoe je moet voorbehandelen. Dat maakt het voor de klant en de verkoper makkelijker en eenvoudiger. Dat ze nu met deuren- en kozijnenlak komen, is alleen maar mooi”

“Op onze parkeerplaats voor de winkel hebben we negen gekleurde tuinschotten staan. Klanten komen daarop heel gericht binnen en zeggen: ik wil een pot beits van die kleur. Zien doet dus echt verkopen!”

maik