

BOARDROOM:
GERT-JAN DERKS
(RENHOLD)

FOCUS:
SCHROBZUIG-
MACHINES

NVZ: OPSLAG
SCHOONMAAK-
MIDDELEN



PS

PROFESSIEEEL SCHOONMAKEN

JAARGANG 12 - '13 / 4

**Vier fabrikanten over
schrobzuigmachinemarkt**

**Thema:
België**

Gert Bresseleers (Boma):

**'Rayonleiders waren bezig
met spullen rondbrengen'**





Boma levert tot in de werkkast

'Rayonleiders waren bezig met spullen rondbrengen'

Borstels en matten. Daarmee begon Boma ooit. Het bedrijf ontleende destijds zelfs haar naam aan de twee producten. Tegenwoordig is het leverancier van een compleet assortiment van schoonmaakproducten, -machines en -concepten. Gert Bresseleers, key-accountmanager: 'Ons doel is om als leverancier over enkele jaren in de top drie van Nederland te staan.'

37 jaar geleden begon Boma in België met de verkoop van borstels en matten, vandaar de naam Boma. De eerste tien tot vijftien jaar bleef het aanbod beperkt tot deze producten, vertelt Gert Bresseleers, key-accountmanager Benelux. 'Het bedrijf leverde borstels en matten aan onder andere scholen en kloosters. Langzamerhand kwam er meer vraag naar andere producten: stofwisers, schoonmaakdoeken en stofzuigers. Ook toonden schoonmaakbedrijven belangstelling. Zo breidde het assortiment zich uit.' Het bedrijf biedt tegenwoordig een compleet assortiment schoonmaakproducten, -materialen en -machines. Bresseleers: 'Op een gegeven moment constateerden we dat wij producten bij schoonmaakbedrijven afleveren en dat zij vervolgens op locatie moeten leveren. Rayonleiders waren bezig met spullen rondbrengen, terwijl zij hun tijd beter kunnen besteden aan de relatie met klanten

en medewerkers. Daarom zijn we in 1990 gestart met leveren tot in de werkkast. Wij ontwikkelden hiervoor zelf een digitale bestel- en factuurmodule, het huidige Dos-Dob Online-systeem. Op locatie leveren werd een succes, dus hadden wij meer opslagruimte nodig. Je moet zorgen dat je altijd alles op voorraad hebt, zodat je alle locaties op elk moment kunt bevoorraden.' Het magazijn in Antwerpen heeft een oppervlakte van 10.000 vierkante meter. Er staan 4.000 producten opgeslagen. Verspreid over de Benelux heeft Boma bij elkaar opgeteld 40.000 vierkante meter opslagruimte – met vier vestigingen in België, vijf in Nederland en één in Luxemburg – en worden er elk jaar 5.000 machines uitgegeven. Elk jaar verzorgt het bedrijf in België bovendien meer dan 500 opleidingen voor schoonmaakmedewerkers.

Keukenhygiëne

Bresseleers: 'Ook in Luxemburg zijn we op locatie gaan leveren en zo'n zeven

jaar geleden begonnen we ermee in Nederland. Eerst vanuit Antwerpen, maar het was lastig om van daaruit landelijke dekking te bieden. Dus zijn we op zoek gegaan naar partijen om over te nemen. Vijf jaar geleden hebben we een eerste handelsonderneming in Nederland overgenomen: Harderclean Reinigingstechnieken in Biddinghuizen. En vorig jaar namen we Helder over, dat producten levert op het gebied van keukenhygiëne. Dit is een onderneming met 26 medewerkers in Panningen, Noord-Limburg. 'In België zijn wij een A-merk, in Nederland moeten we daar nog aan werken. De producten van de bedrijven die we overnamen, waren van toegevoegde waarde: qua type klanten, maar ook qua bedrijf. Zo leverde Harderclean al in het noorden van Nederland en Helder was met producten voor het segment keukenhygiëne een aanvulling op ons aanbod.' In België bedient Boma – naast schoonmaakbedrijven – vooral de institutionele



Het magazijn in Antwerpen heeft een oppervlakte van 10.000 vierkante meter.

markt: overheid, scholen, ziekenhuizen en rusthuizen. 'Veel schoonmaakwerk gebeurt nog in eigen beheer. Daar kunnen wij veel voor betekenen.' In Nederland geldt dezelfde focus, maar is onze strategie aangepast aan de lokale marktomstandigheden.

In de top drie van NI

Op de vraag waarin de twee landen verschillen noemt Bresseleers het percentage uitbesteding. 'In België is dat ongeveer 50 procent, in Nederland 75 tot 80 procent. Het grootste deel van de opdrachtgevers besteedt haar schoonmaakwerk uit. In België wordt juist nog veel in eigen beheer gedaan, waardoor de doelgroep veel breder is dan alleen schoonmaakbedrijven. In Nederland ligt daar juist de focus. Ook het aantal leveranciers verschilt, enkele tientallen in België, tegenover meer dan 100 in Nederland.'

Het uitbesteden van de logistiek, wat voor Boma heel succesvol is in België, komt in Nederland maar mondjesmaat op gang, vertelt Bresseleers. 'Nederlanders, en dus ook de eigenaren van de schoonmaakbedrijven, zijn ondernemers. Ze denken: "Als ik die logistiek nou zelf doe, dan kan ik nog iets verdienen of besparen." Terwijl er juist winst te behalen is door de logistiek uit te besteden. Tegenwoordig lijken schoonmaakbedrijven zich vaker te willen richten op alleen de core business: schoonmaken en de relatie met klant.'

'In de schoonmaak zijn relaties belangrijk. In Nederland hebben we tijd nodig om bekend te worden. We hebben al een aantal grote klanten, maar ons doel is om als leverancier over enkele jaren in de top

drie te staan. Dit bereiken we niet alleen door nieuwe contracten met schoonmaakbedrijven, daarom hebben we besloten tot de overname van Helder. Zo kunnen wij ons ook op andere segmenten richten zoals zorginstellingen en horeca.' Boma wil in Nederland groter worden dan in België. Boma heeft nu een omzet van 45 miljoen euro, daarvan wordt er 7,5 miljoen euro in Nederland, 3 miljoen in Luxemburg en de rest in België omgezet. Eind 2016 willen we naar een omzet van 12 tot 15 miljoen euro in Nederland.'

'Nederlanders zijn ondernemers'

Online bestellen

Behalve het logistieke proces ondersteunt Boma met een digitaal systeem ook het financieel administratieve- en het bestelproces. Bresseleers: 'Bestellen kan vanaf de locatie. Dat is samen met de distributie en de facturatie volledig geautomatiseerd. We kunnen de facturatie zelfs koppelen aan het systeem van de klant. Dit maakt kosten inzichtelijk en vereenvoudigt de administratie.'

'80 procent van de bestellingen zijn steeds hetzelfde dus die kun je automatiseren, zodat je alleen nog invult wat je extra nodig hebt. Ook de logistiek is geautomatiseerd. Dit verkleint de kans op fouten en onze klanten waarderen het dat ze weten wanneer er geleverd wordt. Schoonmaakbedrijven kunnen zo hun tijd investeren in een betere service verlenen.'

Tot slot is de facturatie tot op objectniveau uitgesplitst. 'Je kunt dus per locatie budgetten bepalen, hoe vaak geleverd moet worden en de doorfacturatie naar de eindklant in het systeem aangeven zoals sanitaire producten. Het is mogelijk om per regio/segment/rayonleiding te monitoren.'

Ecover

Er wordt in Nederland op dit moment veel gesproken over mvo, maar volgens Bresseleers is België de afgelopen tien jaar al geswitcht naar ecologische producten.

'Door onze samenwerking met Ecover – producent van ecologische was- en reinigingsmiddelen – is de markt in ecologische producten geëxplodeerd. Met de huidige Nederlandse CEO van Ecover is het bedrijf klaar om samen met Boma de Nederlandse markt te veroveren. Die samenwerking loopt sinds begin jaren 2000. Veel schoonmaakbedrijven gebruiken nu ecologische reinigingsmiddelen, maar ook veel eindklanten, grote steden, gemeenten en overheden.' Mvo binnen Boma gaat echter verder dan het verkopen van ecologische producten alleen. Zo is het online DosDob-systeem bedoeld om de logistieke stromen te optimaliseren. Bresseleers sluit af met het belang van goede middelen en materialen, gekoppeld aan een degelijke training: 'Zorg ervoor dat je middelen en materialen hebt die plezier in het werk geven. Niet de goedkoopste borstel, maar met kwalitatieve materialen en opgeleide medewerkers schoonmaakproblemen oplossen. Zo denk je niet enkel aan het milieu, maar ook aan de mens.'