

Kobout: “Ambitie om de specialist voor bevestigingsmaterialen te worden”

13-12-2023 07:00



“Kobout bedient technische groothandels die zowel op bouw als op de industrie gericht zijn. Voor beide partijen hebben we een uitgebreid assortiment bevestigingsmaterialen op voorraad”, zegt Salesmanager Trade Cees Bijkerk. “Inmiddels zijn dat al ruim 25.000 verschillende producten die uit voorraad leverbaar zijn. Dit aantal gaan we verdubbelen door meer productgroepen en meer varianten toe te voegen. Dat doen we omdat de vraag vanuit de markt stijgt. We zien namelijk de behoefte aan een breder spectrum van stalen en rvs-bevestigingsmaterialen die op voorraad liggen en daarmee direct geleverd kunnen worden.”

“Voorheen werden we soms gezien als een dozenschuiver. Maar inmiddels spelen we in op andere behoeften die onze klanten hebben zoals onderscheid met private labels, het gebruik van data en de vraag naar duurzaamheid”, vult Teamleider Benelux David van der Poel aan. “Binnen 3 tot 5 jaar willen we de specialist voor bevestigingsmaterialen zijn”, vertelt Bijkerk over hun ambities. “Daarbij willen we de autoriteit van de markt zijn, vooral door onze kenniscomponent verder te ontwikkelen. Daarnaast blijven we investeren in logistieke ontwikkelingen en slimme, technische oplossingen.” Voor het familiebedrijf Kobout is partnership heel belangrijk, ook bij de verdere groei. “We streven niet naar snelle groei, wel naar consistentie. We hebben 120 mensen in dienst, die zijn allemaal onderdeel van een gezin. Op die duurzaamheid is onze bedrijfsfilosofie gericht.”

Concept Blue Line

Naast een breed spectrum aan bevestigingsmaterialen voert Kobout ook nog eens 11 verschillende aanvullende merken. Een van de belangrijkste pijlers voor de komende jaren is het Blue Line concept. Deze neutrale, universele uitstraling en de stevigheid van de verpakking zorgt voor een uniforme en kwalitatieve presentatie. Bijkerk: “Met dit concept helpen we onze klanten om hun schappenplannen en winkelvoorraden zo optimaal mogelijk te presenteren en te onderhouden. We denken mee bij schappenplannen en stellen data hiervoor beschikbaar.” In de huidige distributieketen ziet hij nog volop mogelijkheden voor groothandels als het gaat om een conceptuele aanpak. Om hierbij een complete leverancier voor bevestigingsmaterialen te zijn biedt Kobout naast hun Blue Line concept ook nachttransporten, private labels, een zelf ontwikkelde bestelapp en veel mogelijkheden bij modificatie van producten.



De kenniscomponent vormt een andere belangrijke schakel voor het bedrijf. Daarbij ziet Van der Poel veel waardevolle kennis uit de branche wegstromen. “Het overdragen van kennis is belangrijk, we merken dat hier vraag naar is”, legt Van der Poel uit. Momenteel is Kobout in het bezit van een eigen laboratorium. In de toekomst hopen zij dit verder te ontwikkelen tot een kenniscentrum voor hun klanten. Bijkerk: “Naast het uitvoeren van testen voor onze eigen kwaliteitsboring zien we ons hiermee op termijn een actieve rol spelen als het gaat om kennisdeling in de keten.”

Samenwerken als speerpunt, data als middel

“Voor het delen van actuele en betrouwbare technische data maken we momenteel al gebruik van actieve koppelingen. Daarvoor hebben we een samenwerking met 2BA en EZ-base aan wie we onze data aanleveren.” Met die data zijn klanten in staat om hun webshops met betrouwbare en actuele data te vullen. Daarnaast gebruikt Kobout deze data ook voor hun eigen webshop. “Hierop krijgen we goede reacties van klanten, ook omdat de beschikbare voorraad direct inzichtelijk is en klanten in staat zijn om met enkele muisklikken het te zoeken artikel kan vinden”, benadrukt Van der Poel. “Daarbij gaan we online groeien van vijftigduizend naar honderdduizend geprijsde artikelen.”

Verantwoordelijkheid in de keten

Bijkerk en van der Poel zien beiden een belangrijke rol weggelegd voor de gehele keten als het gaat om duurzaamheid. “De groothandel is sterk in de lokale markt en is een fantastisch distributiekanaal voor fijnmazige distributie. Gezamenlijk hebben we een verantwoordelijkheid om het aantal transport bewegingen

en daarmee onze footprint te reduceren, waarbij we onder andere gezamenlijk kijken naar de leverfrequentie en het combineren van zendingen richting een bepaalde regio”, vervolgt Van der Poel. “Daarnaast wordt vaak een samenwerking gevormd met de eindklant, de groothandel en wij. Zulke partnerships in de regio’s worden steeds belangrijker. Daarvoor moeten we open naar elkaar toe zijn.”



“Naar diezelfde openheid in partnerschap streven we ook met onze leveranciers”, zegt Bijkerk. “Aan inkoopzijde hebben we een groot belang bij partners die op de hoogte zijn van internationale wet- en regelgeving als het gaat om bijvoorbeeld duurzaamheid, kinderarbeid en heel actueel de kwestie import van voormateriaal uit Rusland. We weten ons gelukkig geprezen met jarenlange samenwerkingen waarop wij kunnen bouwen.”

Oog voor elkaar

Nog even terug naar het partnership, waarbij Bijkerk hun slogan aanhaalt om mensen oprecht en eerlijk te willen verbinden. “We zijn een familiebedrijf, waarbij we oog voor elkaar hebben. Dat geldt voor personeel, leveranciers en onze klanten. Het is om die reden dat we over partnerships spreken en weinig wisselen van leveranciers. Alles is ingestoken op de lange termijn. Wist je dat veel van onze relaties met onze leveranciers al 30 jaar oud zijn? En dat het gemiddelde dienstverband van een medewerker zestien jaar is?” Die betrokkenheid zie je ook terug in hun lokale samenwerkingen, waarbij Kobout verregaande afspraken heeft met twee stichtingen. “Neem onze samenwerking met Stichting De Hoop. Wij faciliteren voor hen het onderdak. Zij doen veel inpakwerk voor ons en de modificatie van producten, waarbij we korte lijnen hebben. Als organisatie zijn we daar trots op, bij een rondleiding wil iedereen daarlangs.”

Kobout, Hendrik-Ido-Ambacht, 078.684. 66.11, info@kobout.nl, www.kobout.nl

Kobout heeft kwaliteit hoog in het vaandel staan. Dat bewijst hun ISO 9001 en ISO 14001 certificering. "Samen met de Arbeidsomstandighedenwet zijn deze ingebed in onze organisatie."

- Sinds 1979 importeur van bevestigingsmaterialen
- Ruim 25.000 verschillende producten op voorraad
- 11 kwaliteitsmerken
- 13.300 m2 magazijn
- Ruim 120 medewerkers

Redactie