

JONGE WOLVEN MET SVEN DE WAELE (DHZ DE WAELE)

“Wij willen de Delhaize van de doe-het-zelf sector zijn”

Burgerlijk ingenieur in de computerwetenschappen, postgraduaat in Business Administration, Master in industrieel ondernemingsbeleid, postgraduaat in Project Management en Full-Time International MBA. Aan het lijstje met diploma's die Sven De Waele op 10 jaar tijd verzamelde, lijkt geen einde te komen. Alles wees er op dat deze jonge wolf uit Nevele dezelfde weg zou opgaan als zijn grote voorbeeld, voormalig Belgacom-topman John Goossens. Tot de dag dat Sven De Waele besliste medezaakvoerder te worden van de doe-het-zelfwinkel van zijn ouders. Toch wel een vreemde carrièrewending, maar Sven de Waele heeft zijn redenen. “De creatieve vrijheid die ik hier heb, kan geen enkel ander bedrijf me garanderen. Ik besef ook wel dat ik elders tien keer meer kan verdienen maar het plezier dat ik aan deze job beleef, is onbetaalbaar.”

Wanneer zag DHZ De Waele in Nevele het levenslicht?

“Mijn ouders zijn iets meer dan 25 jaar geleden begonnen met een kleine elektrozaak die geleidelijk aan evolueerde naar een doe-het-zelf winkel. De elektro-activiteiten hebben te maken met het feit dat mijn vader elektricien is. Terwijl hij meestal op de baan is, zorgt mijn moeder voor de winkel.”

Hoe komt iemand met zoveel diploma's in een DHZ-zaak terecht?

“Toen ik tien jaar geleden mijn studies aanvatte, was het nooit in mij opgekomen om in de zaak van

ment School te studeren. Op dat moment had ik nog steeds totaal geen interesse om in deze DHZ-zaak aan de slag te gaan. Maar tijdens mijn gesprekken met verschillende geïnteresseerde bedrijven kwam ik tot het besef dat geen enkele werkgever mij de garantie kon bieden dat ik voor 100% mijn ding mocht doen. Pas toen viel mijn frank dat ik in de winkel van mijn ouders wel die volledige vrijheid zou krijgen. En zo zette ik in september 2005 mijn eerste stappen in de doe-het-zelf wereld.”

Wat dat carrièregewijs geen stap terug?

“Zelf heb ik het nooit zo gezien. Toen ik mijn beslissing bekendmaakte, kreeg ik heel wat vreemde reacties. Ik besef ook wel dat ik elders tien keer meer kan verdienen maar het plezier dat ik aan deze job beleef, is onbetaalbaar. Ik ben nu bijna twee jaar bezig en

mijn ouders te stappen. Ik had grootste plannen om een mooie carrière bij een of andere multinational uit te bouwen. Na mijn studies burgerlijk ingenieur heb ik drie jaar als project engineer gewerkt

“Misschien kan ik elders 10 keer meer verdienen, maar het plezier dat ik aan deze job beleef, is onbetaalbaar”

bij Altran Europe, de Europese marktleider in 'Innovation and technology consultancy'. In die periode behaalde ik ook drie postgraduat aan de Ehsal. Na drie jaar werkervaring besliste ik om nog een jaar aan de Vlerick Manage-

mijn arbeidsvreugde is nooit zo groot geweest. Voor mij is deze winkel een leuke speeltuin, anders zou ik het nooit volhouden om er 7 dagen op 7 mee bezig te zijn.”



Medezaakvoerder Sven De Waele toont fier het nieuwe logo (onderaan)

Wat maakt deze job dan zo leuk?

“Vooral de afwisseling spreekt me enorm aan. Dit werk is allesomvattend: het uitwerken van een winkelconcept, de winkelinrichting, de onderhandeling met leveranciers, de verkoop, het ontwerpen van publiciteitsfolders, de assortimentsamenstelling, enzovoort. Die

brede waaier aan activiteiten vind ik veel interessanter dan mij op één specifiek domein te concentreren. Bovendien is het veel leuker om je eigen baas te zijn (glimlacht).”

Betekent dit dat je carte blanche krijgt?

“Wat de winkelinrichting betreft, mocht ik van mijn ouders volledig m'n zin doen. Mijn broer Joeri, die in Hamburg verantwoordelijk is voor de Europese marketing van Unilever, heeft onze nieuwe bedrijfsidentiteit uitgewerkt. In overleg met een professioneel bureau heeft hij een nieuwe naam (Doe het zelf mét de waele, nvdr) bedacht en nieuw logo ontworpen. Kortom, Joeri heeft zich met over de buitenkant ontfermd, terwijl ik mij vooral met de binnenkant van de nieuwe winkel bezighoud. Eén keer per maand zitten we met ons vieren samen om een aantal zaken te bespreken.”

Hoe heb je jouw studiekennis naar de DHZ-praktijk vertaald?

“Door die studies heb ik meer inzicht gekregen en kan ik sneller beredeneren. Tijdens mijn MBA-opleiding aan de Vlerick kwamen alle activiteiten waarmee ik dagelijks bezig ben ruimschoots aan bod: aankoop, logistiek, winkelinrichting, marketing, verkoop,... Ik heb er vooral geleerd het ganse verhaal te bekijken en niet alles in afzonderlijke hoofdstukken te zien. Door alle processen beter op elkaar af te

Den Braven Sealants

Worldwide leader in professional sealants

Den Braven Belgium N.V. Zoniënwoodlaan, 327 • B - 1640 Sint-Genesius-Rode
TEL 02 358 35 56 • FAX 02 358 12 70 • zwaluw@denbraven.be • www.denbraven.be

stemmen kon ik de winkel optimaliseren. Het eindresultaat mag gezien worden, ik verwacht er echt heel veel van."

Je bent ook zeer actief in het plaatselijke verenigingsleven?

"Dat klopt. Behalve nationaal ondervoorzitter van KLJ, ben ik ook lid van de Nevelse en Vlaamse jeugdraad. Bovendien ben ik bestuurslid van Unizo Nevele, alsook voorzitter van de plaatselijke Jong CD&V-afdeling." Dat is trouwens ook van de redenen waarom ik voor deze job heb gekozen: ik wou de band met het lokale leven niet verliezen."

Kan je kort het nieuwe winkelconcept beschrijven?

"Om inspiratie op te doen heb ik eerst een aantal DHZ-winkels bezocht, ketens én zelfstandige zaken. Eerlijk gezegd kon geen enkele winkel mij echt bekoren. Ik miste de sfeer en winkelbeleving

doeling dat 80% van het cliënteel in de laagste schijf valt."

"Een andere service die wij bieden, is het 'begeleid verbouwen': de klant koopt zijn renovatieproducten in onze winkel en vanaf een bepaald bedrag schenken wij hem één uur gratis hulp van een professional."

Mikken jullie met de winkelbeleving op meer vrouwelijk cliënteel?

"Dat is inderdaad één van onze doelstellingen. Ten eerste zijn er veel vrouwen die alleen wonen, ten tweede neemt de vrouw in de meeste gevallen de aankoopbeslissingen. Enige tijd geleden las in jullie krant iets over de Ladies Night bij AsterX-Devrieze. Dat vind ik een schitterend initiatief!"

Waarin verschilt het nieuwe concept met andere DHZ-zaken?

"Ten eerste heeft onze winkel nu ook een eerste verdieping, dat zie je niet zo vaak in onze branche. In

uitgebreid onderzoeken in welke mate onze winkelinrichting de klant aanzet tot niet-voorzien aankopen. Indien nodig kan ik de inrichting altijd nog bijsturen."

Welke rol speelt het winkelpersoneel in het nieuwe concept?

"De overzichtelijkheid van de winkel en bewegwijzering moeten ervoor zorgen dat de klant makkelijk zijn weg vindt. Toch blijf ik een voorstander van begeleid verkopen. Als een klant een aantal minuten bij een rayon blijft staan, moet hij tijdig door ons personeel aangesproken worden. Dat vraagt

Concreet betekent dit dat we met enkele nieuwe leveranciers samenwerken en dat we van sommigen afscheid hebben genomen. Ons assortiment is sowieso verbreed, aangezien onze winkel in oppervlakte werd verdubbeld. Het aanbod elektrisch gereedschap is bijvoorbeeld heel sterk toegenomen. Branchevreemde producten zal je in onze winkel nauwelijks vinden, om de eenvoudige reden dat ze niet in het nieuwe concept passen. Eigenlijk willen we puur doe-het-zelf zijn."

"De opvolging van het assortiment zal sowieso veel strikter ge-

"Het moment dat de klant onze oprit oprijdt, moet hij de sfeer van de winkel proeven"

zoals we die in de supermarkten kennen. In die zin willen wij de Delhaize van de doe-het-zelf zijn. Voor de uitwerking van ons winkelconcept zijn we ook te rade gegaan bij een kennis die global sales director is bij Coca Cola."

"Ik wou vooral voldoende ruimte in de winkel, het overzicht moest bewaard blijven. Via een brede middengang zijn de klanten verplicht om het ganse winkeltraject af te leggen, aangezien de kassa aan de andere kant staat. In een aantal koprekken langs het wandelpad zullen we folderpromoties en meeneemproducten aanbieden. Op die manier kunnen we makkelijk inspelen op de folderacties van de concurrentie. We willen vermijden dat onze klanten zich bestolen voelen als ze na een aankoop bij ons hetzelfde product tegen een veel lagere prijs in een Gamma- of Hubo-folder zien staan."

Willen jullie ook met klantenkaarten de ketens beconcurreren?

"Jazeker. Het grote verschil van onze klantenkaart is dat wij werken met een systeem van rechtstreekse kortingen. Afhankelijk van het bedrag dat de klant bij ons uitbesteedt, krijgt hij een bepaalde korting op zijn of haar aankoop. Klanten kunnen op termijn in een hogere schijf vallen en dus meer korting krijgen; op die manier willen we de mensen stimuleren om ons trouw te blijven. Natuurlijk is het de be-

het verleden werd die etage niet ten volle benut. Toen we alle rekken op het gelijkvloers aan het inplanten waren, merkten we al snel dat we onvoldoende ruimte hadden om alle producten op een overzichtelijke manier te presenteren. En dus heb ik beslist om de bovenverdieping op te waarderen tot een volwaardige verkoopsruimte en die in het concept te integreren. Daar kwamen zware verbouwwerken aan te pas, we hebben ondermeer een tweede trap laten steken. Het open middengedeelte tussen gelijkvloers en eerste verdieping creëert de sfeer van een winkelcentrum. De mensen moeten meteen zien dat de winkel nog een extra verdieping heeft."

"Vervolgens heb ik de totale winkelvloer per productgroep opgedeeld in duidelijk afgebakende mini-shops in U-vorm: hoge rekken aan de zijkanten en lage rekken aan de binnenkant. Elke rubriek heeft een eigen kleur en wordt aangeduid met de goed zichtbare bewegwijzering. Onze winkel moet een zekere uniformiteit uitstralen. Om die reden kreeg ook de buitengevel een grondige facelift. Vanaf het moment dat de klant onze oprit oprijdt, moet hij de sfeer van de winkel voelen. De winkelverlichting speelt eveneens een belangrijke rol in het nieuwe concept. Enerzijds is er voldoende lichtinval via de dakkoepels, anderzijds hebben we zwaar geïnvesteerd in de juiste lampen. Het licht in de verfafdeling is anders dan in de rest van de winkel. In een latere fase wil ik zeker nog



"Voor mij is deze winkel een leuke speeltuin, anders zou ik het nooit volhouden"

wat meer inspanning dan dat je gewoon rekken moet invullen, zoals de bouwmarktmedewerkers. Bij deze roep ik de leveranciers op om voldoende opleidingen voor winkelvekopers te voorzien. Op dat vlak is er nog veel werk aan de winkel. Helaas hebben wij te weinig medewerkers in dienst om er echte specialisten van te maken. Ons personeel moet van alle producten zoveel mogelijk weten. Dat heeft wel als voordeel dat ze alle assortimenten voldoende kennen om de klant de beste oplossing voor te schotelen."

Heb je ook de assortimentsopbouw onder handen genomen?

"We hebben productgroepen toegevoegd maar ook afgestoten.

beuren. Voor mijn thesis aan de universiteit heb ik het ganse computersysteem van deze winkel geschreven. Dankzij dat systeem kunnen we het rendement van elk product tot in de kleinste details nagaan. Met die cijfers in de hand kunnen we de leveranciers vragen om bepaalde producten uit de rekken te halen en ze vervangen door nieuwe artikelen. Op die manier willen we ervoor zorgen dat de winkel vernieuwend blijft. Gelukkig zijn de meeste leveranciers daarin flexibel geworden. Daarnaast wil ik tot het rijtje winkels behoren die als eerste bepaalde nieuwe producten verkoopt. Ook op dat vlak wil ik met onze leveranciers duidelijke afspraken maken. Onze winkel zal er alles aan doen om

Tangit

Assortiment PVC-lijmen vernieuwd

Tangit heeft haar assortiment PVC-lijmen vernieuwd. Er zijn nu drie lijmen voor alle toepassingen: Tangit All pressure, Tangit Medium Pressure en Tangit Vloeibaar. Tangit PVC-lijmen kunnen worden gebruikt voor het verlijmen van PVC-buizen in onder andere sanitair-, riolerings- en industriële toepassingen en in de kassen- en tuinbouw. Met het KIWA- en KOMO-keur heeft men de zekerheid dat het product aan de kwaliteitseisen van de markt voldoet. Tangit Medium Pressure is een onder KOMO-keur geproduceerde lijm, daarenboven voldoen Tangit All Pressure en Tangit Vloeibaar aan zowel de KIWA als de KOMO prestatie- en kwaliteitseisen. De drie soorten Tangit PVC-lijmen hebben tevens een vernieuwde kwast gekregen voor een optimale en zekere lijmverbinding. De kwast zorgt voor een gelijkmatige verdeling van de lijm en bevordert een snelle en veilige verwerking. Tangit PVC-lijmen zitten in een speciaal ontwikkeld metalen blik. Hierdoor is de standaard houdbaarheid van 12 maanden verlengd naar een houdbaarheid van 24 maanden. Voor meer informatie: www.tangit.be

Levis

Wildflowers

Wildflowers, zo heet de nieuwe Ambiance Mix Collection van Levis: 18 kleuren onderverdeeld in zes boeketjes met telkens drie bloemen. Een palet dat je zin geeft om de muren nieuw leven in te blazen -een beetje zoals de Natuur die herboren wordt- en daar dan met je verfborstel Boterbloem, Kamperfoelie, Oost-Indische kers... en andere bloemen op neerplanten, in een waaier van felle, dan wel zachte kleurenuanceringen. Dit lijkt aanstekelijk te werken, want of het nu om binnenhuisinrichting of mode gaat, de designers laten zich meer dan ooit inspireren door de lente, en dat merk je aan hun kleuren, bloemmotieven en bedrukte stoffen...

In de Ambiance Mix Collection Wildflowers vind je stuk voor stuk prachtige foto's waarin de combinatiemogelijkheden in de diverse interieurstijlen mooi tot hun recht komen. Deze brochure is verkrijgbaar in de bij de speciaalzaak die is uitgerust met de een Levis-verfmengmachine en op de website (www.levis.info). Eens je jouw favoriete tint gekozen hebt, wordt de verf in enkele minuten tijd met de verfmengmachine aangebracht als één van de Levis Ambiance producten: Muren Mat, Satin en Extra Mat en Ambiance Lak, Satin en Mat. Meer weten? Surf dan snel naar www.levis.info

Vervolg van pagina 15



Sven De Waele: "Als je kijkt hoe gunstig de marges in de DHZ-branche zijn, vind ik lidmaatschap van een groepering geen must"

een bepaald nieuw product te promoten, op voorwaarde dat de leverancier bereid is datzelfde product terug te nemen als het na enige tijd niet verkocht geraakt."

Opvallend is dat deze zaak geen lid van een groepering is.

"Misschien dat ik die stap ooit overweeg als alles definitief in

zijn plooiën is gevallen, maar op dit moment denk ik daar nog niet aan. Ik wil eerst alles zelf eens proberen, zonder hulp van buitenaf. In mijn hoofd zitten nog zoveel ideeën dat ik voorlopig nog niet in mijn creatieve vrijheid beperkt wil worden. Misschien dat de inkoopvoordelen van een centrale een stuk voordeliger zijn, maar voor de rest zie ik wei-

nig problemen om het alleen te rooien. Als je kijkt hoe gunstig de marges in de DHZ-branche liggen, vind ik het geen must om toe te treden tot een groepering. Zolang er geen prijzenoorlog uitbreekt tussen Gamma, Hubo en Brico maak ik me daarover geen zorgen. In tegenstelling tot de food worden in de DHZ-wereld de minimumprijzen gerespec-

teerd, met het gevolg dat de prijsmarges nog steeds voldoende hoog zijn."

Zal dat zo blijven nu de harddiscounters steeds meer in de DHZ-vijver vissen?

"Dat valt best mee, want de DIY-producten die Aldi of Lidl aanbiedt, kan ik indien nodig ook tegen dezelfde lage prijzen verkopen. Uiteindelijk dienen die uitzonderlijke promoties enkel om volk naar de winkel te lokken, in de hoop dat ze ook andere aankopen doen. Waarom zouden wij dat niet kunnen?"

"Het probleem van de harddiscounters is dat de DHZ-artikelen die ze aanbieden van inferieure kwaliteit zijn. Eenmaal het product defect is, kunnen ze de klanten geen service bieden. Die extra service kunnen wij wel bieden, ondermeer met onze hersteldienst. Je hebt natuurlijk altijd consumenten voor wie enkel de laagste prijs goed genoeg is, maar ik ben ervan overtuigd dat

voldoening achteraf is des te groter. Aangezien we de ambitie om bijna maandelijks een folder uit te brengen, zullen we wegens tijdsgebrek niet anders kunnen om met een bureau samen te werken."

Hoe innovatief is de DHZ-sector volgens jou?

"Ik heb toch het gevoel dat de branche leeft. De A-merkleveranciers doen hun uiterste best om zo innovatief mogelijk voor de dag te komen. Dan is het leuk dat de doe-het-zelf artikelen steeds meer aandacht in de media krijgen, een goed voorbeeld zijn de Holey Soles van Pollet. Ook op het vlak van verpakking is de innovatiedrang opvallend groot. Kijk maar naar de mooie Lafiness-boxen van Calodar die toch voor een frisse wind in de doe-het-zelf wereld hebben gezorgd. Verpakkingen moeten verkopen, die boodschap hebben de DIY-leveranciers nu ook begrepen."

Mefa brievenbussen.
Puur design.

Mefa 630

Mefa 410

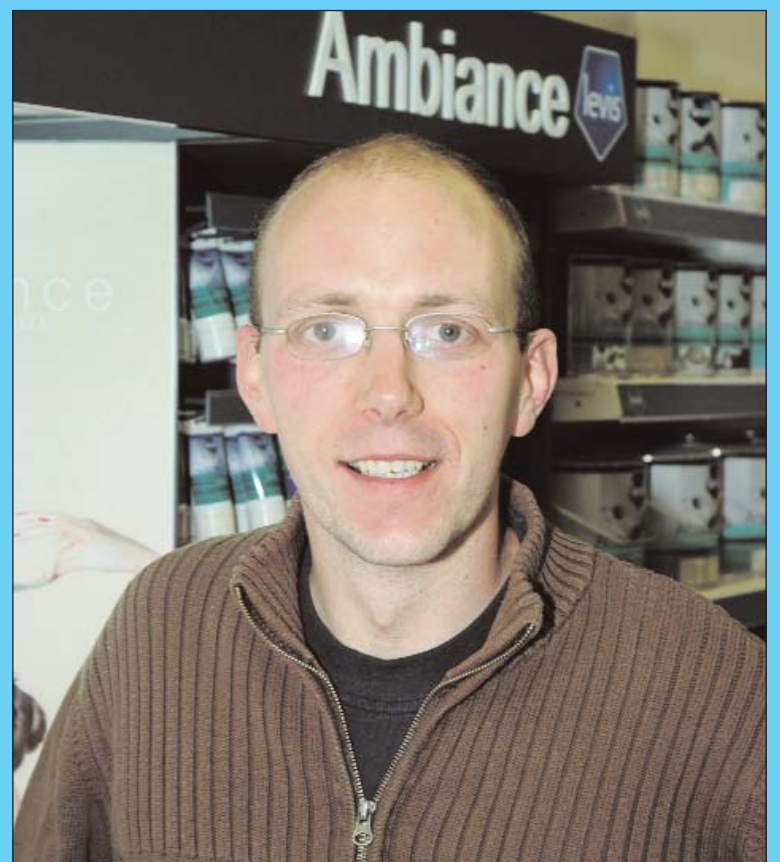
Mefa 842

Robuust. Functioneel. Een krachtige lijn.
Een breed assortiment voor elke levensstijl.
Een MeFa brievenbus heeft het helemaal.

Tienzeesteenvoerweg 386 - 3000 Leuven - Tel 016 25 00 15 - Fax 016 25 00 37
www.vandenkerckhof.be - info@vandenkerckhof.be - open: ma t/m 12.00u t/m 17.00u en 11.00u t/m 12.00u / za 11.00u t/m 17.00u

bij ons vind je het allemaal!

STANDARD AHZ



"Stiekem droom ik ervan om een eigen keten van DHZ-winkels op te starten"

de meerderheid nog altijd een stukje service kan waarderen. Zolang dat prijsverschil niet te groot is, willen de mensen daar best voor betalen."

Brengen jullie een eigen folder uit?

"Toen ik in 2005 in de zaak ben gestapt, hebben we voor het eerst een folder verspreid. Dat was meteen een groot succes. Ik merk dat veel zelfstandigen bang zijn om een eigen folder uit te brengen. Ik begrijp niet goed waarom, want wij hebben die altijd binnen de veertien dagen terugverdiend. Het is trouwens ontzettend leuk om alles in eigen beheer te doen. Daar kruipt natuurlijk heel veel tijd in, maar de

Welke professionele dromen heb je nog?

"Het heeft weinig zin om deze winkel in oppervlakte nog verder uit te breiden. Maar ik heb mij wel op dit project gestort met de ambitie om het nieuwe winkelconcept in de nabije toekomst uit te breiden met een tweede en derde vestiging. Stiekem droom ik ervan om een eigen keten van DHZ-winkels op te starten. Misschien blijft het bij een droom, maar met deze pilootwinkel heb ik toch al de fundamenten kunnen leggen."

Bedankt voor het gesprek.