

Interview met Meindert Bos en Floris Ensink van jubilerende bedrijf

‘Door overname kan B&C Raamdecoratie zijn ambities nog beter waarmaken’

B&C Raamdecoratie, de organisatie achter het merk bece®, bestaat 50 jaar. Sinds de oprichting in 1971 draait het bij het bedrijf uit Nunspeet om partnerschap, service en trends. "Dat zit diep in ons DNA", vertellen Meindert Bos (creative director) en Floris Ensink (manager sales & marketing). Eerstgenoemde zit al 20 jaar bij de firma, Floris inmiddels 20 maanden. Het Nederlandse bedrijf is onlangs verkocht aan de Amerikaanse branchegenoot Springs Window Fashions die een tien keer hogere omzet heeft en achtduizend werknemers telt. Voor de Amerikanen vormt B&C een springplank naar Europa.

Met Floris en Meindert nemen we de actuele stand van zaken onder de loep. Maar dat doen we niet zonder eerst terug te kijken op de afgelopen 50 jaar. In deze halve eeuw werden vele, vele duizenden op maat gemaakte raamdecoratie-artikelen voor de binnenzijde van het raam geproduceerd.



Floris Ensink (met een stapeltje moodboards in handen) en Meindert Bos (die het jubileum koffietafelboek toont), poserend voor het nieuwe shop-in-shopconcept.

In 1971 werd B&C door Leendert Bijl opgericht. In dat jaar startte, vanuit een kleine doe-het-zelf winkel in Amsterdam, een groothandel in houten rolgordijnstokken. Dat zou de basis worden van een toonaangevend concern in raamdecoratie. Vanuit Amsterdam, via Elspeet naar Nunspeet om ruimte te kunnen bieden aan een sterke groei. "De toenmalige eigenaar en oprichter had daar een zomerwoning. Hij vond Nunspeet qua grootte een geschikte plek om te kunnen groeien", weet Meindert.

Red Dot Design Award

Internationale expansie was er snel: Frankrijk, België, Duitsland en in 1992 de start van assemblage in Polen. Nu omvat de B&C Groep 850 medewerkers in meer dan 10 landen (waarvan 350 in Polen waar de producten geassembleerd worden) met een omzet van ruim € 100 miljoen. "We zijn groot geworden in de rolgordijnen, ik denk dat wij koploper zijn in Nederland. Onder leiding van Van den Berg (nu 72) is steeds meer de nadruk op raamdecoratie, dus op het meer stylish komen te liggen. Daar staan we ook om bekend in de markt. We onderscheiden ons met *on-trend* raamdecoratie. We zien in deze tijd de vraag naar rijkere stoffen stijgen", vertelt Meindert. "Ook duurzaamheid gaat een steeds belangrijkere rol spelen. Met een nieuwe serie rolgordijnen hebben we in dat kader zelfs een [Red Dot Design Award gewonnen](#). Dat geeft aan dat we op de goede weg zitten."



Een nieuwe shop-in-shop die functioneel en inspirerend is en de omzet voor de gemiddelde woonspecialist omhoog zal stuwen.

Interieur Collectie Dagen

Meindert is al 20 jaar het creatieve brein binnen B&C. De designer is bezig met het opzetten van een tentoonstelling over 50 jaar B&C Raamdecoratie. "Op 7 september, vlak voor de Interieur Collectie Dagen (InCoDa) waar we overigens voor de allereerste keer staan, vindt de officiële opening plaats."

Wat de komende InCoDa-beurs betreft, presenteert B&C een nieuwe shop-in-shop die functioneel en inspirerend is en de omzet voor de gemiddelde woonspecialist omhoog zal stuwen. "Een fantastisch moment om dit nu te presenteren. Niet helemaal nieuw, want het concept staat al bij 42 specialisten in de Benelux in de winkel. En er is zeker potentie voor het drie- tot viervoudige ervan", verwacht Floris.

Smarthome-producten

Naast de shop-in-shop worden er op InCoDa ook nog andere noviteiten gepresenteerd. Daarnaast worden op deze vakbeurs smarthome-producten gepromoot. Volgens de beide heren ligt op dat vlak mooie omzetkansen voor alle gespecialiseerde woninginrichters. "In de techniek lopen we niet vooruit, wel in de toepassing ervan", vervolgt Meindert. "Op InCoDa presenteren we de mogelijkheden op het gebied van een smarthome op grootse wijze. Domotica wordt een van de belangrijkste pijlers en trends voor de komende jaren. Het biedt ongekende mogelijkheden voor woninginrichters, waarmee zij hun specialismen kunnen onderstrepen. Want voor doe-het-zelfzaken en de onlinehandel is het een lastige productgroep. Consumenten hebben behoefte aan kennis en kunde, kiezen steeds vaker voor zaken die een totaalverhaal kunnen aanbieden. Daar past het smarthome-verhaal goed in."



Koffietafelboek

In het kader van het 50-jarig bestaan brengt B&C van de hand van Meindert een koffietafelboek uit. Dat staat boordevol trendinspiraties ("elke pagina die je omslaat zorgt voor een verrassing"), waarmee klanten in woonwinkels op ideeën worden gebracht en het voor de winkelier makkelijker verkopen wordt.



Verder wil B&C met nieuwe moodboards dealers en consumenten inspireren. De moodboards bevatten de laatste trends. Daarmee kunnen consumenten verleid worden tot het doen van aankopen. Meindert: "Een consument heeft een woondroom die hij goed in beeld kan brengen met plaatjes van Instagram. Maar vaak ontbreekt de uitvoering. Met die moodboards kan de woninginrichter vervolgens de klant helpen met het maken van juiste keuzes. Je ziet ook steeds meer interieurstylisten die actief zijn in woonwinkels. Als woninginrichter moet je de stylist van je klant worden."

Creatief is het pallet aan kleuren (16) dat Meindert bedacht heeft met als titel Color Vaccins. En die ook afgebeeld als vaccin in een mapje heeft gestopt dat *Cut* heet.

Sterke positie

B&C heeft van oudsher een sterke positie bij woninginrichters, zonweringspecialzaken en doe-het-zelfketens. Het bedrijf verkoopt raamdecoratie onder het eigen merk bece® en via private labels. "Door de overname van ons bedrijf door Springs Window Fashions is de continuïteit gewaarborgd. We hebben nu meer ruimte om te investeren, onze ambities waar te maken. Voor de Amerikanen zijn we de poort naar Europa. Als B&C zijn we groot in dit werelddeel, zeker in Scandinavië en de Benelux. De komende vijf jaar willen we onze positie verder versterken, daar ligt de nadruk op."



B&C verkoopt raamdecoratie onder bece® en via private labels.

100% tevredenheidsgarantie

Coronajaar 2020 verliep heel wisselend voor B&C. Floris: "In Nederland zaten we in een rollercoaster, uiteenlopend van een vraagstilstand gevolgd door een vraagexplosie. Dat heeft veel druk gezet op de bedrijfscapaciteit en leveranties. Tegelijkertijd gingen in andere landen winkels dicht, werden avondklokken ingesteld. Ook in België kregen de specialisten een tik. Maar vanaf de zomer en in het najaar herstelde de markt zich grotendeels, waardoor we vorig jaar zeer positief hebben afgesloten.

2021 gaat heel goed. Het eerste half jaar laat een enorme stijging zien. We helpen de lokale ondernemer, de specialist op alle mogelijke manieren: met stalen, een configurator, online bestelsysteem enz. Verder hebben we een nieuwe collectie in de markt gezet met 100% tevredenheidsgarantie. De consument staat daarbij centraal. Is er iets niet goed, dan zoeken we in overleg met de dealer zelf contact met de klant."

