

Huishoud ELECTRO



**Perfetto,
from bean to cup.**



10% december korting

teesa®

ontdek de complete wereld van Teesa



Speciaal voor lezers van Huishoud Electro geeft Gizmo Retail b.v. 10% korting op het hele Teesa en Ledwood assortiment.*



LEDWOOD

CONNECTED SOUND



Interesse? Neem contact met ons op en vraag naar de actievoorwaarden.

* Actie loopt t/m 31 december 2021

Gizmo retail b.v.

Merk het verschil

Flevolaan 50 A | 1382 JZ | Weesp | NL | +31 (0)35 6561964 | info@gizmo-retail.nl | www.gizmo-retail.nl

Huishoud ELECTRO

Huishoud Electro

Huishoud Electro: Vakblad voor de electro branche.

UITGAVE:

Uitgeverij de Schouw BV
De Trompet 2148-B
1967 DC Heemskerk
Telefoon: 0251 23 20 67
E-mail: redactie.he@xs4all.nl

Giro: NL13INGB 0005 2892 93
Bank: NL76RABO0383525241

UITGEVER:

Jan M. Haak

REDACTIEMEDEWERKERS:

Reinier Haak,
Jaap van Ekeris (ekietekst@gmail.com)
Bert Witteveen

VORMGEVING:

MSU
Wim Rossen
wim.rossen@msu.nl

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE:

Reinier G. Haak - reinierhaak@xs4all.nl
Tel. 06 20062913

Guido Haak - guido@huishoudelectro.nl
Tel. 06 29518007

ABONNEMENTENADMINISTRATIE:

Evelyn Haak

ABONNEMENTSPRIJS:

in Nederland € 39,-
Losse nummers € 7,-
Telefoon: 0251 23 20 67
Advertentietarieven worden op aanvraag toegezonden.

SLUITINGSDATUM ADVERTENTIES:

14 dagen voor verschijnen
Verschijningsfrequentie:
6 x per jaar.

ABONNEMENTEN:

Abonnementen kunnen met elk nummer ingaan, maar lopen tot 31 december. Zonder tegenbericht van de abonnee wordt het abonnement automatisch verlengd. Schriftelijke opzeggingen dienen vóór 1 november van het abonnementsjaar in ons bezit te zijn.

DRUK:

Damen Drukkers BV
Copyright: De Schouw BV
ISSN 1381 - 7051

Dit magazine wordt milieuverantwoord gedrukt. Bij de drukker wordt uitsluitend gewerkt met groene stroom. Er wordt altijd gewerkt met inkt op plantaardige basis. Er worden milieu ontlastende schoonmaakmiddelen gebruikt. De drukkerij is CO₂ geneutraliseerd.



In het echt

Terwijl ik dit stukje tik, is Nederland in afwachting van de zoveelste persconferentie over eventuele coronamaatregelen. Ik hou mijn hart vast. Of beter gezegd: ik ben er wel een beetje klaar mee. Daarom zal ik er verder geen woorden meer aan vuil maken... nou ja, nog een paar dan. In positieve zin, wel te verstaan.

Het mooie van deze periode vind ik namelijk dat er ook goede kanten aan zitten. Neem nu onze branche: ik heb, ook voor deze editie van Huishoud Electro, veel bedrijven gesproken die zeggen dat ze hun beste jaar ooit achter de rug hebben. Hoe dat kan? Verderop leest u er meer over. Zo zegt APPLiA-voorzitter Stefan Verhoeven: 'Consumenten hebben in coronatijd veel geld uitgegeven aan spullen in en om het huis. Wij profiteren daarvan mee'. Jan van de Wouw van United Retail stelt: 'Wij hebben als organisatie de afgelopen jaren zaken in gang gezet die nu hun vruchten afwerpen'.

Met Verhoeven blikten we terug op de APPLiA-FIAR Summit, die dit keer ging over de veranderende relatie tussen consument en producent. 'Iedereen was blij om elkaar weer eens in het echt te zien', aldus de voorzitter van de brancheorganisatie. Iets dergelijks hoorden we tijdens de EP Najaarsbeurs. De retailorganisatie en zijn ondernemers staken niet onder stoelen of banken dat ze het fijn vonden om elkaar na al die tijd weer live te ontmoeten. Bij Electro World AHC Van Ommeren in Tiel, waar we eveneens op bezoek waren, staat de deur letterlijk open. De klant is te gast en krijgt in de winkel een thuisgevoel.

Mooi toch? Blijkbaar hebben we daar met zijn allen behoefte aan. Aan een 'echte' ontmoeting, aan verbinding. En misschien heeft deze tijd dat wel extra aan het licht gebracht. Ik weet niet of premier Mark Rutte en minister Hugo de Jonge dit blad weleens onder ogen krijgen, maar ze doen er goed aan het volgende even te lezen. Patrick van Tent, CEO van ElectronicPartner Nederland, zei iets dat wat mij betreft zo op een tegeltje kan: 'In de digitale wereld kan veel, maar één ding is onvervangbaar: persoonlijk contact'.

Jaap van Ekeris



De'Longhi, de wereldleider op het gebied van premium espressomachines voor thuisgebruik, lanceert haar eerste internationale campagne onder leiding van Damien Chazelle met in de hoofdrol: Brad Pitt.

Iconisch en authentiek tegelijk. Net als een Hollywoodster die voor zichzelf eenvoudig een perfecte kop koffie maakt.

www.delonghi.nl





6.
APPLiA-FIAR Summit in Louwman
Museum Den Haag.

8.
Brad Pitt in wereldwijde
koffiecampagne De'Longhi.



16.
Huishoud Electro op bezoek bij
R&D center BaByliss en Cuisineart.



20.
Willen de Leeuw en Martine van Dorst van
Gizmo retail BV over de ambitieuze groeiplannen

27.
Introductie van E-WIN
Trading Group.



Gizmo Retail is gevestigd op een bedrijventerrein in Weesp.



Gizmo Retail heeft ambitieuze groeiplannen

‘Onze omzet kan en moet fors omhoog’

We groeien uit ons jasje, zei Willem de Leeuw medio vorig jaar in dit blad. Daarom was hij naarstig op zoek naar een groter pand. Inmiddels is die wens vervuld: Gizmo Retail huist alweer een tijdje in een prachtig onderkomen in Weesp. Daar vertellen de directeur/eigenaar en Marketing & Communicatiemanager Martine van Dorst over de plannen van de importeur/distributeur. ‘Hier willen we uitbreiden.’



De laatste keer dat we elkaar spraken was in Ankeveen, waar Gizmo Retail jarenlang was gevestigd. Daarnaast waren er nog magazijnen in Barneveld en Diemen. Destijds vertelde Willem de Leeuw al dat hij zijn oog had laten vallen op een ander pand. Nu zegt hij: 'We hebben 1 september vorig jaar de sleutel gekregen en sinds 1 april jongstleden zit alles hier onder één dak. Ons bedrijf is hard gegroeid. Op de vorige locatie hadden we geen ruimte om verder te groeien en konden we ook niet meer personeel kwijt. Hier kan dat wel.'

NIEUW: LEDWOOD

Een rondje door het bedrijf bevestigt zijn woorden. Het circa 1.500 m² grote gebouw herbergt een flink magazijn, showroom, meerdere werkplekken, een luxe keuken, een mooie entree en volop ruimte om uit te breiden. Ook is er een eigen service center en reparatiewerkplaats. Boven, op de eerste verdieping, worden de hardlopers van het assortiment gepresenteerd. We zien retrotelefoons, diverse audioproducten, barbecues, een gevarieerd pakket van het snelgroeende merk Teesa en nog veel meer. Gizmo Retail heeft zeven merken. Nieuw sinds juni dit jaar is Ledwood, een Frans merk dat vooral sterk is in hoofdtelefoons en speakers. De twee oprichters (Fabrice en Olivier) hadden in 2016 hetzelfde doel: technologie toegankelijk maken voor iedereen. Op tafel in de showroom in Weesp staat een goed gevulde toonbankdisplay die vooral opvalt door de fraaie verpakkingen. De Leeuw: 'Ledwood is wat kwaliteit betreft vergelijkbaar met Apple en JBL, maar een stuk goedkoper. In Frankrijk hebben ze 40% marktaandeel. Inmiddels zijn ze over de hele wereld vertegenwoordigd'. Van Dorst: 'Het is een mooi merk, dat wordt geleverd in chique en luxe verpakkingen met een goede prijs/kwaliteit-verhouding. Er is een ruime keuze want de producten zijn verkrijgbaar in verschillende modellen en kleuren'.

RETROPRODUCTEN

We schreven al eerder over Teesa, het Poolse merk dat garant staat voor een breed gamma artikelen. In de showroom(s) in Weesp is dat laatste goed te zien. 'Ze komen bijna maandelijks met nieuwe items', vat Van Dorst samen. De Leeuw haakt daarop in met: 'Als klanten hier op bezoek zijn, staan ze vaak met open mond te kijken en verbazen ze zich erover hoe uitgebreid ons assortiment is'. Behalve Teesa vallen in de showroom ook de retrotelefoons (met draaischijf) en nostalgische platenspelers op. 'Toen ik dit bedrijf overnam, in 2012, kwam ongeveer 80% van de omzet uit retroproducten en 20% uit "moderne" artikelen. Tegenwoordig is dat precies andersom.' Hij wijst naar de audiosets van Soundmaster. Destijds kocht hij Gizmo vooral vanwege dit merk, waar hij wel brood in zag. Terecht, blijkt nu. 'Van Soundmaster hebben we een speciale vakhandelsrange geïntroduceerd, de Elitelijn, die zich kenmerkt door prijsrust. Dealers kunnen hierop intekenen en inmiddels hebben we al 150 contractanten.'

ONTZORGEN

In de afgelopen negen jaar is het aanbod gegroeid van 150 naar maar liefst 750 producten. De Leeuw wordt vrijwel dagelijks overstelpt met nieuwe aanvragen. 'We gaan niet overal op in', verduidelijkt Van Dorst. 'We willen onderscheidend blijven. Met design, service, kwaliteit. We staan erom bekend dat we onze klanten snel kunnen



Willem de Leeuw en Martine van Dorst: 'We willen onderscheidend blijven'.



'Als klanten hier op bezoek zijn, staan ze vaak met open mond te kijken en verbazen ze zich erover hoe uitgebreid ons assortiment is.'

helpen en doen reparaties zelf'. De Leeuw: 'Ontzorgen, dat is wat we doen. Waar we uiteindelijk naartoe willen is: als iemand een product met een stekker nodig heeft, moet hij Gizmo bellen.'

Uitbreiden en verder groeien - dat is wat ze bij de Noord-Hollandse distributeur voor ogen hebben. De Leeuw: 'We hebben nu acht medewerkers (inclusief twee vertegenwoordigers), daar kunnen er nog wel wat bij. Bijvoorbeeld in het magazijn en op de binnendienst. Verder kan en moet onze omzet omhoog. Mogelijkheden liggen niet alleen in Nederland, maar in heel Europa. Zo doen we op dit moment al zaken in Marokko en Italië. Op de lange termijn is een vervijfvoudiging van de omzet mogelijk, denk ik.' Van Dorst: 'We zullen ook goed kijken naar de digitalisering van bedrijfsprocessen en wat we daarin kunnen verbeteren. Meegaan met onze tijd. Dat we hier nu zitten, is een stap in de goede richting.'

