

## **Tekst bij de foto van Bart Weijers:**

Na 10 jaar columns over een veelheid aan onderwerpen ga ik met u een kijkje nemen achter de schermen van een bedrijf / persoon in onze branche. Ik doe dat onder de noemer "De mens achter....." waarbij ik een branchegenoot interview en hem / haar vraag wat over zichzelf, het bedrijf en de branche te vertellen. Persoonsgericht maar ook zakelijk verleden, heden en toekomst komen aan bod. Ik wens u veel leesplezier.

## **Rechts onderin:**

Bart Weijers begon zijn loopbaan in wonen in 1975 bij groothandel Vihamij Buttinger en maakte in 1978 de overstap naar Ucosan Sanitair. Gedurende 16 jaar was hij verantwoordelijk voor Ucosan in Nederland. Van 1996 t/m 2002 was hij alg.dir. van Almat Keukens in Oisterwijk. In 1990 was hij een van de initiatiefnemers achter de Vereniging Comfortabel Wonen waarvan hij in de periode 1997 t/m 2012 voorzitter was. Sinds 2013 is hij parttime directeur van deze vereniging. Daarnaast is hij werkzaam bij AMWEKO BV, het in de afbouwbranche gespecialiseerde marketing adviesbureau. Voor meer informatie kijk op [www.amweko.nl](http://www.amweko.nl)

## **De mens achter.....Jan Tieleman van Tieleman Keukens uit Middelharnis**

Het kopen van een keuken moet een feest zijn..... Dat is de reclameslogan die Jan Tieleman van Tieleman Keukens uit Middelharnis jaren geleden niet alleen bedacht maar ook inhoud is gaan geven. Tegelijkertijd besloot hij "Tieleman moet een internationale (keuken-)merknaam worden".

Jan, één van de 5 kinderen uit een ondernemers gezin, was de op één na jongste en, zoals hij zelf zegt, "de meest rebelse". Moeder die de huishoudtaak op zich nam en vader die een succesvol bouwbedrijf runde. Het bouwbedrijf van de vader van Jan was vooral gespecialiseerd in woningbouw en kende in de topdagen, die vooral na de enorme watersnoodramp van 1953 gerealiseerd werden, zo'n 100 medewerkers.

Voor een ondernemende zoon een mooie kans maar Jan besloot anders. Na zijn HBS tijd trok Jan de wereld in en keerde pas na een tour van anderhalf jaar terug. Het bouwbedrijf in, dat was de optie, maar Jan zag dat niet zo zitten. Te veel zorgen rondom de rol van koppelbazen, de mentaliteit in de bouw en moeilijk aan de juiste mensen te komen. Jan zag zich daar niet mee bezig maar de keukens die zijn vader inmiddels er een beetje bij was gaan doen dat zag hij wel zitten. Zo rolde Jan al meer dan 40 jaar geleden het keukenvak in.

Hoewel de verhoudingen tussen vader en zoon nogal eens te wensen overlieten (beiden gigantisch eigenwijs aldus Jan) had hij wel enorm veel respect voor zijn vader die naast het drukke bouwbedrijf ook nog verschillende maatschappelijke functies vervulde zoals brandweercommandant en diverse voorzitterschappen.

De enorme discipline voor werk en het nakomen van afspraken waren belangrijke inzichten die Jan mee kreeg evenals de instelling “zet de klant altijd centraal”. Jan noemt zich zelf een knokker en dat moet beslist waar zijn want naast zijn dagelijks werk vatte Jan ook nog de zware studies SPD 1 en 2 op en verwierf daarmee goed inzicht in het belang van bedrijfscijfers en kengetallen.

Het keukenvak bleek Jan goed te beheersen en naast de eerste winkel in Melissant kwam er een winkel in Spijkenisse en ook een in Barendrecht. Mooie winkels maar Jan wilde verder en werd daarbij vooral geïnspireerd door retailprofessor Cor Molenaar die als één van de eerste aangaf dat retail een andere wending zou krijgen. Beleving, dagje uit, gezelligheid dat waren woorden waar Molenaar veel nadruk oplegde en bij Jan begon langzaam het idee op te vatten een hele bijzondere keukenzaak te realiseren waar natuurlijk wel keukens verkocht werden maar waar veel meer gebeurde. En zo ontstond het idee van een showroom in Middelharnis met een volledig geoutilleerd restaurant/lunchroom, een ruimte met Playstations voor de kids, een bioscoop, een LivingWall, grote inspiratieruimtes enz enz. Ongekend in keukenland en uniek in de Benelux . Nog steeds.

De plannen voor de nieuwbouw waren ambitieus. Niet een kleine winkel maar een hele grote. Niet een halletje maar een gebouw wat er over 50 jaar nog staat, duurzame materialen, duurzaam in energie (zonnepanelen op het dak, warmte uit de grond, etc). Kortom een stevig prijskaartje maar een investering in de toekomst. Het besluit tot nieuwbouw werd genomen voor de crises en dat was maar goed ook want anders was er wellicht een andere keuze gemaakt. Toen het geheel klaar was begon een economische crises van een omvang die we in Nederland heel lang niet gekend hadden. Jan sprak zijn personeel toe en stroopte met hen de mouwen op. Er was maar één route denkbaar “wij gaan er tegenaan en houden het schip op koers”. Op het eiland Goeree-Overflakkee, met maar een kleine 50.000 inwoners, werd volop gesproken over dat gigantische keukencentrum van Jan, “als dat maar goed gaat”. Menigeen dacht “dit kan niet anders dan fout gaan” en “zal wel een zaak van Ben Mandemakers zijn of worden” maar Jan zijn bedrijf is niet te koop zolang zijn zoons Peter en Martin, die beiden al 12 jaar actief zijn in de zaak, er hun toekomst in zien. Zelf noemt Jan zijn zaak “mijn kind” en “het is veel te leuk, nog elke dag een feestje. Stoppen? Ik moet er niet aan denken, ook al ben ik 63 jr. Als ik 70 ben en nog steeds een goede gezondheid heb ben ik nog steeds elke dag op de zaak”. Feest, dat is wel een kernwoord voor Jan. Typerend is bijv. het ruisen van de zee en de meeuwen die je hoort op het toilet maar ook de gezellige binnentuin waar je kunt lunchen.

Natuurlijk is Tieleman Keukens wel volop bezig met de toekomst. Gelukkig staat er een kern gezond bedrijf dat in de moeilijke jaren 2008-2014 elk jaar toch de omzet een enkel procent zag stijgen en nu in 2015 weer dubbele groeicijfers laat zien. De beide zoons zijn inmiddels mede aandeelhouder en samen met Vincent Versaevel, die verantwoordelijk is voor de marketing en Edwin Klepper die het bedrijfsburo onder zijn hoede heeft vormen zij samen met Jan de stuurgroep van Tieleman Keukens. De taken zijn goed verdeeld en iedereen is voor delen van het budget verantwoordelijk. Jan zijn hoofdtaken zijn nog de cijfers, de publiciteit (oa. Businessclass op RTL 7) en projecten. Maandelijks worden de cijfers besproken en dan trekt Jan zich terug want het inhoudelijke deel moet de nieuwe generatie zelf invullen.

Natuurlijk wel de vinger aan de pols en advies vragen kan altijd maar niet te veel de mannen voor de voeten lopen, daar werkt Jan heel bewust aan. Opvolging is wel een lastig thema, aldus Jan, zeker in een bedrijf waar je met familie, met je kinderen werkt. Je bent er bij betrokken als vader maar ook als ondernemer. Een zorgvuldig proces is daarvoor in gang gezet met onderzoeken, begeleiden, taken en verantwoordelijkheden toebedelen en kritisch volgen. Een proces wat goed op koers ligt aldus Jan en hij heeft alle vertrouwen in zijn stuurgroep dat “het kindje van Jan” ook in de toekomst succesvol blijft. Een eenvoudige klus is het niet want de lat ligt erg hoog. Het bedrijf heeft een hele goede naam en vele prijzen gewonnen als bijv. Beste keukenzaak van Nederland (KIM), Beste Zelfstandige Winkel van Nederland (de ING Retail prijs voor beste zelfstandige detaillist in Nederland), Beste Familiebedrijf in West Nederland, Beste Keukenwinkel van Nederland (Wugly) tot en met de warme douche van Tros Radar. Maar het meeste trots zijn de mannen van Tieleman toch wel op de duizenden hoog scorende klantbeoordelingen die gemiddeld een 8,7 als rapportcijfer geven. Een prestatie van het gehele Tieleman team, van alle medewerkers zo realiseert Jan zich terdege, dat illustreert hij met de uitspraak “Succes is er alleen als je de juiste mensen om je heen hebt, niemand kan iets alleen”.