



Schipper Kozijnen: een halve eeuw duurzaam, klantbewust en maatschappelijk betrokken

De waarden van het familiebedrijf

Vijftig jaar geleden begon Schipper Kozijnen aan een keukentafel met niet meer dan een kaartenbak vol klantengegevens. Anno 2020 staat er een bedrijf dat met meer dan 200 medewerkers klaar is voor een toekomst. En als het aan de huidige leiding ligt, blijven de oorspronkelijke waarden van het familiebedrijf leidend voor de koers van het bedrijf.

De laatste jaren stonden bij Schipper Kozijnen in het teken van mijlpalen. 2018 was het jaar van de uitbreiding van de productiehhal in Opmeer met 2000 vierkante meter en de plannen voor nog eens 4000 vierkante meter zijn inmiddels opgestart.

Verleden jaar vierde het bedrijf het vijftigjarige jubileum. Een halve eeuw... dat mocht niet ongemerkt voorbijgaan! Het hele jaar door waren er feestelijke momenten voor zakelijke partners en voor de ruim 200 medewerkers, die in de woorden van tweede-generatieman Jos Schipper schouder aan schouder met de directie de onderneming hebben gemaakt tot wat het vandaag is: een stabiele organisatie die in haar soort tot een van de grootste Nederlandse kozijnproducenten mag worden gerekend, met zeven vestigingen verspreid over heel Nederland. Showrooms in Amstelveen, Gouda, Groningen, Zwolle, Katwijk, Leeuwarden en Opmeer getuigen van het succes. De klanten hebben in het jubileumjaar kunnen profiteren van kortingen. Het zijn veelal trouwe klanten die in de loop der jaren volgens de huidige algemeen directeur Jurian Tabbers de Schipperboodschap goed begrepen hebben. "Een boodschap die we vanaf de oprichting in 1969 trouw zijn gebleven en die telkens opnieuw een

Ducana **ALUMINIUM VOORZETRAMEN**



- Duurzaam aluminium voorzien van onverwoestbare wit-hard gemoffelde laag
- Economische voordelen:**
 - Woonruimte 100% bewoonbaar
 - Geen rotting van kozijn en minder schilderwerk
 - Aanmerkelijke brandstofbesparing
- Kwaliteit van ons product:**
 - Hoogwaardig aluminium met harde witte moffellaag
 - Onbeperkt levensduur
- Voordelen leelgenot:**
 - Absoluut condensvrij
 - Geluiddempend

Alleen DUCANA voorzetramen zijn in enkele seconden uitneembaar



"Vergeet nooit tijd vrij te maken om geld te verdienen."

Hil Schipper stond aan de wieg van het bedrijf. De eerste advertenties voor voorzetramen en zonwering verschenen, en na enkele jaren was er al een heus wagenpark.



H. N. SCHIPPER

ADVISEUR EN SPECIALIST IN ZONWERING BIEDT U:

Ducana zonneschermen

Aluminium garnituur met gemoffelde aluminium mat

- Onverwoestbaar
- Geen onderhoud
- Geheel aluminium uitvoering
- Kan daarom ook bij regenbuien uit blijven hangen
- Leverbaar tot 6 m breed
- Zeer geschikt als terrasoverkapping
- In 5 kleuren leverbaar




Montageploeg van Schipper op de bouwplaats.



Na enkele jaren werd een boerderij met een flinke lap grond gekocht.

eigentijdse inhoud gekregen heeft." Tabbers somt op: "Duurzaam, verantwoordelijk, maatschappelijk betrokken en een klantgerichtheid waar de mensen blij van worden. Die waarden combineren we met vakmanschap en met efficiënt werkende productie- en montage-teams. Onze leveranciers en onderaannemers met wie we langdurig samenwerken, delen onze visie. Door van ontwerp tot oplevering en nazorg de projecten in eigen hand te houden – al dan niet met derden – zijn we in staat de kwaliteit te bewaken en die ook te garanderen voor onze klanten, of dat nou particulieren, verenigingen van eigenaren, aannemers, woningcorporaties of instituten zijn.

1969

Even terug naar het begin toen Hil Schipper, de vader van Jos, in 1969 op 52-jarige leeftijd het besluit nam om het dealerschap voor voorzetramen, aluminium zonneschermen, schuifpuien en jaloezie-

ramen over te nemen van Ducana. Je bent geneigd te denken: op die leeftijd nog starten met een bedrijf, dan móet je wel positief en optimistisch in het leven staan. Jos Schipper: "Hij was zeker een optimist. Maar dat niet alleen. Hij wilde ook een toekomst bouwen voor zijn kinderen. Daarbij speelde voor hem toen al het duurzame karakter van de materialen een rol. Het enige wat hij meekreeg van de vorige eigenaar was een kaartenbak met klantgegevens. Die klanten stuurden we allemaal een briefje met de mededeling dat de werkzaamheden waren overgenomen door de firma H.N. Schipper. Dat was onze eerste marketingactie. Het hele gezin zat aan de keukentafel de enveloppen dicht te vouwen. Het familiebedrijf was een feit."

Start van kozijnenproductie

In 1971 kwam de eerste man in dienst. Vier jaar later was er een boerderij gekocht die dienstdeed als bedrijfspand. Er lag anderhalve

Jos Schipper, tweede generatie en eigenaar: "Het is prachtig om te zien dat talenten tot ontwikkeling kunnen komen als je ze de ruimte geeft."



De productielocatie is in 2018 uitgebreid met 2000 vierkante meter en dit jaar volgen er nog eens 4000.



hectare grond omheen. In 1975 kwam Jos de gelederen versterken. Het personeelsbestand was inmiddels gegroeid tot acht mensen. Hoe waren zijn eerste jaren?

"We zijn begonnen met niks. Aan het eind van het jaar waren we al blij als we de aflossing en rente konden betalen. Op zaterdag lagen we zelf onder de auto's te sleutelen. En als ik zeg wij, dan bedoel ik familie en vrienden."

"We willen nu vooral ons mooie merk landelijk neerzetten. Zonder overigens onze roots te verloochenen. De West-Friese nuchterheid is een deel van onze kracht"

In 1981 overleed vader Hil. De drie broers Jos, Vincent en Ed stonden er ineens alleen voor. Maar indachtig de uitspraak van hun vader 'vergeet nooit tijd vrij te maken om geld te verdienen', zetten ze de schouders eronder. Veel van het verdiende geld werd geïnvesteerd in een fabriekspand en moderne machines. Ook machines om aluminium en kunststoffen kozijnen te maken, want dat werden de nieuwe loten aan de productenstam. "Het bedrijf groeide gestaag. We hadden steeds meer ruimte nodig en maakten voortdurend plannen. Wat

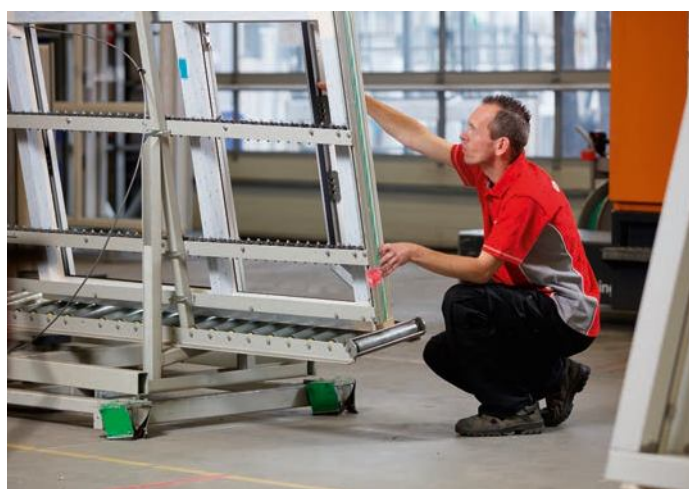
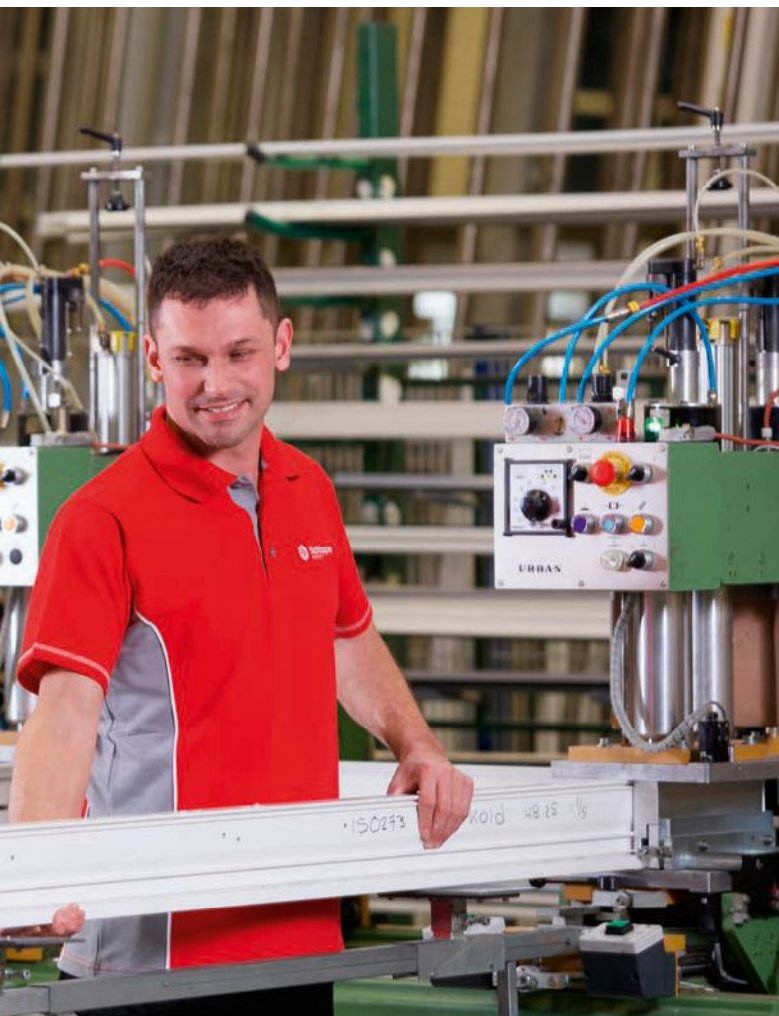
waren we trots op onze eerste showroom. De openingshandeling werd verricht door onze moeder Laura Schipper-Kuyper."

Thuisfront

Tekenend voor een familiebedrijf speelt het thuisfront een belangrijke rol. Dat gold ook voor Mary, de echtgenote van Jos. "Een stabiel en verstandig thuisfront maakt een onderneming sterker", vertelt hij. "Maar Mary was voor mij ook een klankbord. Met haar heb ik altijd alles besproken. Niet zozeer over het eindresultaat, maar meer over immateriële zaken zoals: wat is je drijfveer, waar zie je tegenop? Dat is van onschatbare waarde, in tijden van crisis bijvoorbeeld. De gesprekken met haar hielpen me om goede keuzes te maken."

Ruimte geven

En de keuzes waren goed. Schipper Kozijnen kon elke vijf jaar – met uitzondering van de crisisjaren – een omzetverdubbeling bijschrijven. Een enorm succes, dat volgens Jos te danken is aan de mensen met wie je het samen doet, de medewerkers, de zakelijke partners en de familieleden. "Het is mooi als je die verbondenheid in je medewerkers herkent. Maar ik zeg er meteen bij dat het allemaal niet vanzelf gaat. Je moet de ruimte geven aan mensen om ze verantwoordelijkheid te laten dragen. Dat heb ik altijd een wezenlijke eigenschap van een familiebedrijf gevonden. Ik heb altijd geprobeerd jonge mensen een kans te geven. Het is prachtig om te zien dat talenten tot ontwikkeling komen. Mede door dit soort waarnemingen kom ik nog elke dag op de zaak, ook nu ik geen directeur meer ben sinds 2015. Ik zou het mooi vinden als we nog vele jaren de waarden van het fami-



liebedrijf – ook richting klanten – kunnen blijven koesteren: elkaar dragen, mensen kansen geven, maatschappelijk betrokken zijn.”

Stagiair wordt directeur

De huidige directeur is een mooi voorbeeld van iemand die zich heeft kunnen ontwikkelen in het bedrijf. Vijftien jaar geleden liep Jurian Tabbers als student technische bedrijfskunde stage bij Schipper Kozijnen. Na zijn afstuderen werd hem een baan aangeboden. Die nam hij graag aan, maar wel in combinatie met een vervolgstudie: bedrijfseconomie. Dat paste helemaal bij de visie van Jos: ruimte laten voor ontwikkeling. Door de groei van het bedrijf ontstonden er steeds nieuwe kansen die Jurian met beide handen aangreep. Ook de kans om directeur te worden. Hij heeft nog geen dag spijt gehad: “Ik was natuurlijk nog jong, maar ik heb altijd de ambitie gehad om directeur te worden van een bedrijf waar iets gemaakt wordt: een tastbaar product. Bovendien sluiten de waarden van het bedrijf naadloos aan bij de mijne en bij wat deze tijd volgens mij nodig heeft. Ook al ben ik geen direct familielid, dat betekent zeker niet dat daarmee het karakter van een familiebedrijf verloren gaat.”

Continuïteit

Ook qua ambities sluit Jurian aan bij een traditie die zo kenmerkend is voor het familiebedrijf: continuïteit gaat voor groei. “Onze omzet hoeft niet omhoog. We zetten per jaar bijna 50 miljoen euro om, dat vinden we een mooi getal. Het zwaartepunt van onze ambitie op dit moment ligt bij naamsbekendheid. Ons mooie merk landelijk neerzetten. Zonder overigens onze roots te verloochenen. De West-Friese

nuchterheid is een deel van onze kracht. Met zeven showrooms zijn we al in een groot deel van Nederland zichtbaar. En ook onze klanten zijn steeds vaker nationaal opererende bedrijven. Dat brengt met zich mee dat we ons een beetje losmaken van het regionale. We zijn bijvoorbeeld niet meer gesloten tijdens de regionale bouwvakvakantie die in West-Friesland geldt. We houden rekening met de gespreide vakanties en werken gewoon door. Verder zoeken we bewust partners buiten de regio.”

Inspelen op ontwikkelingen

Over de wijze waarop Schipper Kozijnen wil inspelen op de ontwikkeling op de markt is Jurian helder. “We focussen op de renovatiemarkt en de particuliere klant. Het past uitstekend bij ons DNA en biedt met de huidige ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid veel kansen. Bovendien zijn het stabiele markten, waar de bewoners belangrijk zijn en waar de komende dertig jaar veel te doen is. Omdat we sterk zijn in met name de particuliere markt, voelen we ons ook thuis in de projectmatige renovatie. Want renoveren gebeurt vaak in bewoonde toestand. Communicatie met de bewoners is daarbij essentieel, en dat kunnen wij als de beste. Voor de particulier is dat vanzelfsprekend, maar in deze tijd geldt dit ook voor de volle 100 procent voor de projectenmarkt. En ook voor de kleinzakelijke markt. Je ziet in nieuwbouw veel conceptwoningen, waarin kozijnen tot het maatwerk behoren. We zijn immers geen leverancier van bulkproducten, nee, we denken graag mee in oplossingen en willen de klant ontzorgen. Daar zit onze toegevoegde waarde. En als je de beste kozijnen maakt, wil je ook verantwoordelijk zijn voor het onderhoud. Naast



Jurian Tabbers, algemeen directeur: "Het zwaartepunt van onze ambitie op dit moment ligt bij naamsbekendheid. Ons mooie merk landelijk neerzetten."

een goede balans tussen particuliere en zakelijke projecten, zijn scholen en overheden ook een doelgroep voor ons. Je ziet overal een verschuiving van aankoop en bezit naar huur en maintenance. Die ontwikkeling juichen wij van harte toe. Wat dat betreft kijken we vol vertrouwen naar de toekomst."

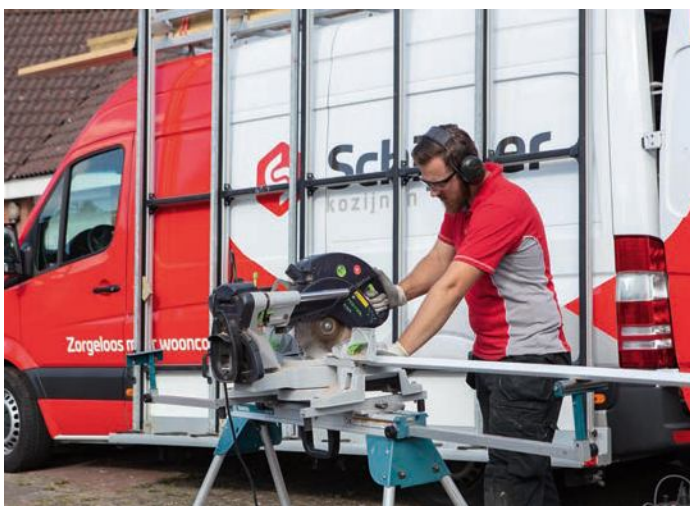
Nog eens 4000 vierkante meter

Bij dergelijke ontwikkelingen past een heldere visie op de optimalisatie van productie en logistiek. Schipper ziet prefabricage als de weg om invulling te geven aan de duurzame ambities en het streven om het product in één dag te leveren en te plaatsen. Voor prefabricage heb je productieruimte nodig. Dit jaar nog breidt het bedrijf de productielocatie uit met nog eens 4000 vierkante meter.

Kleine footprint

Dat oprichter Hil Schipper al nadacht over wat nu duurzaamheid heet, is opmerkelijk. Het Opmeerse bedrijf heeft ook nu nog duurzaamheidsprincipes hoog in het vaandel. Maar dan op een eigentijdse manier. Hoe wordt dat ingevuld?

"We proberen energieneutraal te werken, met zonnepanelen op het dak en warmteopslag in de kantoren en de fabriek. Zo zijn we voortdurend bezig onze eigen footprint terug te dringen. Verder doen we op dit moment een vernieuwend en boeiend recyclingproject: we 'oogsten' oude kunststof kozijnen op een groot project in Utrecht. Die modifieren we, zodat ze weer aan de moderne eisen voldoen. Ze krijgen vervolgens een tweede leven, volledig circulair slopen en bouwen dus. Dat is duurzaamheid optima forma."



Maatschappelijk betrokken

Schipper Kozijnen laat de aluminium puien en dakkapellen maken bij De Verbinding in Groningen. Een normaal constructiebedrijf, met dit verschil dat er vrijwel uitsluitend dove en slechthorende mensen werken. Ze vinden hier een omgeving waarin ze de ruimte en de tijd krijgen zich op hun manier te ontwikkelen tot vakmensen. Dat is om te beginnen een omgeving waar gebarentaal de voertaal is. Bij binnenkomst gaan ze direct aan het werk en daarnaast volgen ze een praktijkopleidingstraject. Gewoon zoals dat gebruikelijk is: vier dagen werken en één dag scholing. Met dit verschil dat de docent op locatie komt, dus in de fabriek van De Verbinding. Daar is dan een doventolk aanwezig die de leerstof kan vertalen. Die weet ook precies waar je accenten moet leggen in de communicatie bij de overdracht van kennis aan dove mensen. Wie de opleiding met goed gevolg heeft afgerond krijgt een contract aangeboden. Een normale baan met een prima salaris. Een baan waarin je gewaardeerd wordt om wat je doet.

De visie past naadloos bij de Schipper-filosofie waarin iedereen de kans en ruimte moet krijgen zich te ontwikkelen. Los van de zakelijke partnerschapsrelatie, steunt Schipper het constructiebedrijf waar het kan, ook door een appél te doen op de zakelijke partners.



Schipper ziet prefabricage als dé weg om invulling te geven aan de duurzame ambities en aan het streven om het product in één dag te leveren en te plaatsen.

