

KOZIJNMAKERS ON TOUR

SAAMHORIGHEID ALS GROEISTRATEGIE

Timmeren is mensenwerk. Maar wat als je net als Kozijnmakers een jonge dynamische groep bent met drie productielocaties in Brabant en Friesland? Hoe ontwikkel je dan het gezamenlijke 'Kozijnmakersgevoel'. Een dubbeldekkerbus liet de 120 medewerkers fysiek met elkaar kennismaken. Mede-eigenaar Paul Verweijen en medewerker Duurzame organisatieontwikkeling Maud Sliepen belichten de achtergrond van deze opmerkelijke actie.

De marktstrategie van de in 2021 geformeerde Kozijnmakers Groep draait om de kernwaarden aandacht, kwaliteit en duurzaamheid. Het plan de campagne omvat ook het snel kunnen schakelen dankzij een zelfsturende organisatie. "Daar spelen onze mensen een belangrijke rol in", zegt Paul Verweijen. Maar om snel te schakelen, helpt het ook als je je collega's van andere vestigingen uit de groep weet te vinden. Kozijnmakers Groep bestaat uit Merckx Kozijnen in Dongen, De

Waal Kozijnen in Veen en Vako Kozijntechniek in Bolsward. Bij de groep werken 120 mensen. Maud Sliepen: "Hoewel we gezamenlijk bezig zijn als Kozijnmakers, hebben de meeste mensen van de individuele vestigingen elkaar feitelijk nog nooit ontmoet." Paul Verweijen: "En die behoefte groeide. Men was nieuwsgierig naar elkaar en de andere productielocaties."

Dubbeldekker

Tussen droom en daad staan bezwaren in de weg. Zo niet bij

Kozijnmakers. Maud Sliepen: "Bart van Leijssen zag het helemaal voor zich. We hebben toen met een paar mensen de koppen bij elkaar gestoken en daaruit is 'Kozijnmakers on Tour' geboren. In twee dagen hebben we eind oktober en begin november de collega's van Veen, Dongen en Bolsward in een dubbeldekker bus naar elkaars productielocatie vervoerd. Zo konden onze mensen niet alleen kennismaken, maar ook in elkaars keuken kijken, van elkaar leren én heel veel plezier met elkaar te maken."



Foto's: Kozijnmakers



Leren

Paul Verweijen: “Kozijnmakers werkt hard aan de groeiambitie de omzet in de volgende vier jaar te verdubbelen. Onze filosofie is: als je iets wilt, moet je doorpakken. We noemen onszelf niet voor niets ‘stoutmoedig’. Groei moet deels uit de bestaande organisatie komen. We hebben bewust gekozen al onze mensen bij deze tournee te betrekken. Dat betekent dat de productie werd stilgelegd.



Ja, dat kost geld en hele goede afstemming met onze klanten en partners, maar het leidt ook tot onderlinge verbondenheid. Dat is de energie waarop je verder succes kunt bouwen.” En de mensen? “We hebben zeer goede reacties gehad. De groepsleden maken allemaal kozijnen, maar op elke vestiging vanuit een eigen traditie. Zo is door verschillende van onze mensen geopperd om eens op een andere vestiging mee te werken aan verdere optimalisatie van eenzelfde afdeling. Dat is voor mij een verrassende uitkomst die zeker het proberen waard is. Want verandering die gedreven wordt vanuit de mensen, is er een die veel makkelijker wordt omarmd.”

Kozijnmakers on Tour wordt geen jaarlijks evenement. Maud Sliepen: “Maar we hebben wel plannen om deze toer te laten volgen door bijvoorbeeld een gezamenlijk uitje of de uitwisseling van mensen en kennis. In de bus terug zijn daar ook al ideeën voor gelanceerd.” Wordt dus vervolgd.



Auteur: **Kees de Vries**

Kees de Vries is vakredacteur en fotograaf met sinds 1988 de specialisatie hout en bouw. Die specialisatie heeft hij voor diverse titels als hoofdredacteur ingezet, waaronder achtereenvolgens Houtwereld, Het Houtblad en tot 2025 Timmerfabrikant. Verder was hij jurylid van de Houtarchitectuurprijs en gids bij houtgerelateerde architectenreizen. Ook levert hij tekst- en beeldbijdragen aan uitgaven van bedrijven en bouwgerelateerde branche-organisaties waaronder Bouwend Nederland en Koninklijke Nederlandse Bouwkeramiek KNB.