

ZVM



Ambiance Resec
Zonvakker 2017

Guillaume Janssen
50 jaar

10 Trends Dutch
Design Week

Enlighten van
Luxaflex



GUILLAUME JANSSEN ZIET ABRAHAM

Vijftig jaar is Guillaume Janssen uit Zwolle dit jaar geworden. Zonvak Magazine kijkt samen met André Janssen (66), die sinds 1971 algemeen directeur is van het bedrijf dat in 1967 als handelsonderneming door zijn vader werd opgericht, terug op deze halve eeuw. Een gesprek over het familiebedrijf, reizen en de lol van het leven.

FOCUS OP BIJZONDERE OPLOSSINGEN



Guillaume Janssen is producent van bijzondere doekafschermingen en -overkappingen en staat vooral bekend om de bijzondere projecten die ze doen. Het Boris Jeltsin museum in Jekaterinaburg (Rusland), de Culture Shed in New York (een verduisterende doekconstructie op 40 meter hoogte voor een locatie waar wereldsterren als Madonna en de Rolling Stones - onzichtbaar voor de buitenwereld - hun try-outs voor wereldtours doen), de Goodzone shoppingmall in Moskou, een complex woningen in Shanghai. Maar ook in eigen land levert Guillaume Janssen bijzondere projecten, voor de RAI Amsterdam bijvoorbeeld, het eerste sideways project van de Zwollenaren in Rosmalen. Hoe kan het dat al die wereldspelers terechtkomen bij een relatief klein bedrijfje in het oosten van Nederland, waar met slechts zestien medewerkers de meest bijzondere projecten worden gerealiseerd. "Met een klein clubje krijgen we veel voor elkaar. Wat wij doen is uniek in Nederland en Europa", vertelt André Janssen. "Ondanks de crisis zijn we de afgelopen jaren rustig doorgegroeid en nu maken we echt een spurt. We leveren wereldwijd. Istanbul,

New York, Londen, Taipei. Je kunt het zo gek niet bedenken of we hebben er klanten. De Hollandse naam Janssen vind je overal."

Focus op bijzonder

"Toen ik 47 was, attendeerde mijn vrouw Marian mij op een advertentie voor een diplomatenopleiding, iets wat mij altijd aangesproken heeft. Als ik ergens ja tegen zeg, dan ga ik er helemaal voor, wat betekende: vijf dagen in de week werken en twee dagen studeren." Hij haalde zijn MBA-diploma op Nimbis (internationale opleiding) in 1999. "Niet met het idee diplomaat te worden, maar wel om theoretisch goed te begrijpen wat er in de zonweringindustrie in Europa gebeurde. Dat was vooral mijn doel. Mijn visie voor 2000-2005 heb ik beschreven in een boek. De belangrijkste conclusie destijds: geen enkele zonweringproducent in Nederland is op den duur rendabel. Na het afsluiten van mijn studie nam ik het besluit om te focussen op bijzondere projecten en de 'massa-zonweringproducten' te verkopen." Hij vervolgt: "We praten over de tijd voor de crisis, alles ging goed. Eén van mijn klanten toen, PBS, las het boek en



Proosten op het jubileum

Tijdens de R+T in Stuttgart presenteert Guillaume Janssen zoals gebruikelijk de nieuwste productnouveiteiten. Bovendien willen ze op dinsdag 27 februari vanaf 16.00 uur graag met u proosten op het 50-jarig jubileum (hal 4, Nr. 4C51). Voor toegangskaarten voor de R+T en een uitnodiging voor de jubileumborrel kunt u mailen naar; info@gjbv.nl

riep: dit is de grootste onzin die ik ooit gelezen heb. In mijn boek staat ook, dat ik verwachtte dat er een overname zou plaatsvinden (HD koopt Mado). De inkt was nog niet droog of die overname was een feit. Nee, dat wist ik niet. Ik ben enkel de kok en kook met de door onze klanten en leveranciers aangeleverde ingrediënten en serveer vervolgens het resultaat."

"Men is er inmiddels aan gewend dat wij positief antwoorden op gekke vragen"

Historie in Holland

Hoewel PBS Janssens' visie in eerste instantie afdeed als onzin, wilden ze wel graag verder praten, met als eindresultaat dat een deel van het bedrijf Guillaume Janssen - "alles wat massa was" - verkocht werd aan PBS en Guillaume Janssen zelf zogezegd alleen nog de bijzondere dingen bleef doen. "Natuurlijk is het achteraf mak-

kelijk zeggen dat ik de juiste keuze heb gemaakt. PBS is helaas fout gegaan, ik vermoed dat het bedrijf te snel is gestopt met verdere expansie. Als hij was doorgegroeid dan was er zeker plek voor PBS geweest. Jos van der Aa (mede-oprichter PBS) heeft een goeie visie gehad. Als grondlegger van Ambiance, fantastisch, alle complimenten voor hem, aan zijn visie heeft het niet gelegen", zegt Janssen hierover. Zijn keuze te focussen op bijzondere projecten is goed uitgekapt. "Mensen zijn er inmiddels aan gewend dat wij positief antwoorden op gekke vragen, daardoor worden de vragen steeds vreemder. Zelfs concurrenten in Nederland verwijzen naar ons als zij aparte verzoeken krijgen. Dingen waar ze zelf niet aan willen of durven beginnen? 'Ga maar naar André'. Voor ons betekent dat een stuk waardering, dat vinden we leuk. Niet dat wij altijd meteen het antwoord paraat hebben, maar dat is juist de uitdaging."

Wat hij wel duidelijk wil benadrukken, is dat de Nederlandse markt voor Guillaume Janssen minstens zo belangrijk is als de rest van de wereld. "Ik wil niet dat Nederlandse klanten denken dat wij ons alleen maar richten op het buitenland, want dat is niet het geval. Onze doekencollectie is een belangrijke poot binnen het bedrijf en goed voor een derde van de omzet. Die leveren we uitsluitend in eigen land, hartstikke belang-

Scan de QR-code en bezoek onze website voor meer gerelateerde artikelen



Belangrijke Jaren

- 1967 Oprichting Guillaume Janssen
- 1971 Start André Janssen in het bedrijf - "Op 24 mei om 8.00 uur stipt."
- 1989 Ontwikkeling doorzichtig rolluik (patent), Transparoll
- 1999 ZIP systeem uit Japan naar Europa gebracht
- 2003 Verkoop standaardproducten aan PBS (2 jaar directeur PBS)
- 2017 50 jaar bestaan www.gjbv.nl



rijk dus. Bovendien, in Nederland ligt onze historie, ons brood. Het vormt de basis van ons bestaan. Laat mensen vooral niet denken: bij Janssen kun je alleen maar gek doen. Dat kan, het zit in het beestje, maar onze Nederlandse klant zal altijd van wezenlijk belang zijn.”

Familyman

André Janssen is een echte familyman. Al 43 jaar getrouwd met het jeugdvriendinnetje van zijn zus, die als kleuter al over de vloer kwam. Samen kregen ze vijf kinderen en twaalf kleinkinderen. Nummer dertien is op komst. Zelf is André de middelste uit eveneens een gezin van vijf, de enige uit het gezin Janssen dat in het bedrijf van grondlegger Guillaume Janssen stapte. “Ik was 21 toen ik in het bedrijf begon. Vond het mooi om in mijn vaders voetstappen te treden, te leren, maar ik wilde niet letterlijk volgen. Eén van de eerste dingen die ik deed was mijn vader om 5.000 Duitse marken vragen, zodat ik de mini-rolluiken-productie in Nederland kon opzetten. Dat is gelukt, wij waren daarmee een van de eersten in Nederland. In 1981 overleed mijn vader. Net als ik had hij altijd iets met het buitenland, al was het op een andere manier. Ik hou van reizen. Zowel zakelijk als privé vind ik het heerlijk om met mensen overal in de wereld te praten. Dat is mijn lol, kletsen met iedereen.” Voor het bedrijf reist hij nog steeds de wereld over. Aan stoppen denkt Janssen voorlopig nog niet, al heeft hij zich voorgenomen vanaf volgend jaar een dagje minder te werken. “Ik ben bijna 67, ik zou ook voor de geraniums kunnen kiezen, maar nee, ik vind het allemaal nog veel te leuk. Mijn kinderen hebben ieder hun eigen carrière, Guillaume Janssen is mijn hobby. Het geeft me voldoening en maakt me trots te zien wat we samen als bedrijf voor elkaar krijgen. Wat dat betreft hebben we in 2004 de juiste keuze gemaakt. Maar eigenlijk is het vooral belangrijk dát je een keus maakt. Niet alleen pappen en nathouden. Natuurlijk is het achteraf makkelijk zeggen dat het een goeie keus geweest is, maar eigenlijk is er maar één fout besluit: geen besluit nemen.” Hij pakt het voorwoord uit zijn boek uit 1999 erbij om zijn persoonlijke slogan te delen: “As soon as you stop learning, you are now too old, stop working and get your retirement pay.” Ofwel, never stop learning.

“Never stop learning”

Flexibiliteit boven prijs

En zijn visie uit 1999, hoe denkt hij er nu over; is er nog markt voor zonweringproducenten? Zijn antwoord is een volmondig ja. Maar, zegt Janssen erbij: “Luister goed naar je klanten. Dat klinkt misschien wat hautain, maar het is een goedbedoeld advies. Ik wil zeker niet met een vingertje zwaaien, maar veel bedrijven denken vanuit het bedrijf, dat geldt voor Guillaume Janssen soms net zo. Probeer meer vanuit de klant te denken. Daar hangt soms een prijskaartje aan, maar op sommige momenten is flexibiliteit belangrijker dan prijs. Een fenomeen uit de jaren negentig dat nog steeds geldt: snelservice. Drie dagen levertijd, maar wel tegen een hogere prijs.”



‘Uw gebouw, onze oposing’

luit de slogan van Guillaume Janssen. Het bedrijf uit Zwolle is gespecialiseerd in de productie van bijzondere doekafschermingen en doekoverkappingen.

Producten

MSW Specials	De perfecte oplossing voor ramen met bijzondere vormen
SZ-MSW ZIP	Gespannen ZIP systemen voor onder elke hoek
ZIP screens	Verticale zonweringen met een ZIP rits
Transparoll	Beveiligingssysteem voor een gedegen afscherming
Doekconfectie	Confectie van vele types acryl en screendoeken
Big Inter	Systeem om licht en warmte te reguleren bij grote glasoppervlakten
Big Vertico	Rol gordijnen uit één stuk tot een breedte van 30 cm en hoogte van 8m

Guillaume Janssen monteert niet zelf, dat doen haar dealers. Echter, op verzoek, begeleidt zij deze dealers of de opdrachtgevers - gebouweigenaren, projectontwikkelaars, architecten, bouwprofessionals - om voor elk zonwering- of oververhittingsvraagstuk een juiste oplossing te ontwikkelen.