



91 jaar toewijding en vakmanschap

De kogel is door de kerk. De Van Tilburg-Bastianen Groep specialiseert zich verder als truckbedrijf. 70% van het bedrijf bestond al uit een DAF-dealerschap, actief in drie verschillende landen. En nu gaat de groep haar autodivisie verkopen. “Als top-5-DAF-dealer in Europa en grootste in Nederland willen we verder groeien.”

“Van Tilburg-Bastianen (TB) is een familiebedrijf waar we investeren in langdurige relaties”, zegt eigenares Marie-Anne Bastianen. “We adviseren onze klanten bij de aankoop, overleggen met hen hoe het

meest uit hun vloot te halen en staan 24/7 klaar om ze te helpen bij pech. Daarbij leggen we ons steeds meer toe op het voorkomen van stilstand (predictive maintenance) en adviseren we onze klanten over de verduurzaming van hun

wagenpark. Van volelektrische trucks met bijbehorende laadinfrastructuur tot waterstof en verbrandingsmotoren op schone diesel. Maar ook de vele mogelijkheden om de truck zo samen te stellen dat deze steeds veiliger en zuiniger rijdt, krijgen hier veel aandacht”, vertelt algemeen directeur Thomas Martin.

GESTART ALS HOEFSMID

De opa van Marie-Anne Bastianen startte als hoefsmid en bekwaamde zich daarna ook als monteur. In 1934 begon hij voor zichzelf en nam met financiële hulp van zijn toekomstige

stige schoonvader een garagebedrijf over. “Hij moest zich eerst bewijzen als ondernemer, voordat hij met mijn oma mocht trouwen. Aan de financiële hulp zat als voorwaarde dat ook de naam van mijn oma op de gevel kwam. Dat verklaart de naam Van Tilburg-Bastianen”, vertelt Marie-Anne. Het bedrijf groeide snel. Zeker na de oorlog bij de wederopbouw van ons land. Haar opa legde in die tijd contact met importeur Pon en de gebroeders Van Doorne, en werd toen dealer van het eerste uur voor zowel Volkswagen als DAF. Na Breda volgden de eerste vestigingen in aangrenzende gemeenten. In de jaren daarna groeide TB



‘Wij gaan voor langdurige relaties met alle stakeholders, niet voor snelle verkoop’

Hij vervolgt: “Essentieel in de transport-wereld blijft het ‘just in time’-principe. Als dealer steken wij veel energie in het voorkomen van stilstand. Wij onderscheiden ons door onze datagedreven bedrijfsvoering. We lezen op afstand foutmeldingen op het dashboard uit en kunnen op basis van onze ervaring en historie van het voertuig voorspellen wanneer de truck het best voor onderhoud naar de werkplaats moet. Nog dit jaar introduceren we de ‘mijn TB’-app, waar klanten veel meer informatie ook zelf kunnen volgen (waaronder diagnoses per voertuig uit het verleden), onlinediensten kunnen afnemen, zoals de digitale tachograaf, en online afspraken kunnen maken op een van onze vestigingen of bij de klant zelf.”

PURE FAMILIECULTUUR

Niet alleen bouwt TB aan langdurige klantrelaties, ook de dienstverbanden in het bedrijf zijn lang en het verloop is klein. Dat is het gevolg van de pure familiecultuur. “De toewijding is groot en dat voel je door het hele bedrijf heen. Onze medewerkers staan altijd klaar voor de klant en zijn altijd bereid om dat stapje extra te doen. Daar ben ik ongelooflijk trots op”, vertelt de eigenares. “En om goed je werk te kunnen doen, stimuleren we als bedrijf dat onze mensen zichzelf blijven ontwikkelen. Bovendien zijn we er wanneer zij het moeilijk hebben. Maar misschien nog wel belangrijker: je wordt gewaardeerd om wie je bent.”

Thomas vult aan: “We bouwen als familie voort op datgene wat generaties voor ons hebben opgebouwd. We zijn ons bewust van de gemeenschap waarvan we deel uitmaken en willen daaraan bijdragen. Of het nu gaat om het milieu of de goede doelen die we ondersteunen.”

Marie-Anne besluit: “Niet omdat we dat bedacht hebben, maar omdat we zo zijn.” <<

onder leiding van haar vader en moeder, en nu van Marie-Anne zelf, verder uit tot uiteindelijk de dealer die het nu is met 29 vestigingen in drie landen.

Wat is de sleutel tot dit succes? Duurzaam ondernemen, antwoordt Marie-Anne rap. “We gaan voor langdurige relaties met alle stakeholders, niet voor snelle verkoop. Als familiebedrijf hebben we een onvoorwaardelijke inzet naar klanten, medewerkers en onze omgeving. Wij kennen onze klanten door en door, en ze weten dat we altijd met raad en daad voor ze klaarstaan. Het zit in onze genen om ons te richten op de generaties na ons, net als de wil om onze omgeving beter achter te laten dan dat we deze aantreffen. Daar waar veel bedrijven pas de laatste jaren bezig zijn om inhoud te geven aan duurzaam ondernemen.”

TB ALS KWALITEITSKEURMERK

“Wij verbinden alleen onze naam aan kwaliteitsmerken. Zo verkopen we de nieuwste generatie trucks van DAF. Deze trucks gaan naar een gemiddeld verbruik van 20 liter per 100 kilometer, terwijl de meeste truckmerken nog op 25 liter zitten. Een flinke vooruitgang in emissie- en kostenverlaging. Daarnaast investeert DAF enorm in het comfort van de chauffeur en in steeds veiliger rijden met camera’s en andere hulpmiddelen”, vertelt Thomas Martin.

