



# ONS KERNWOORD IS AANDACHT

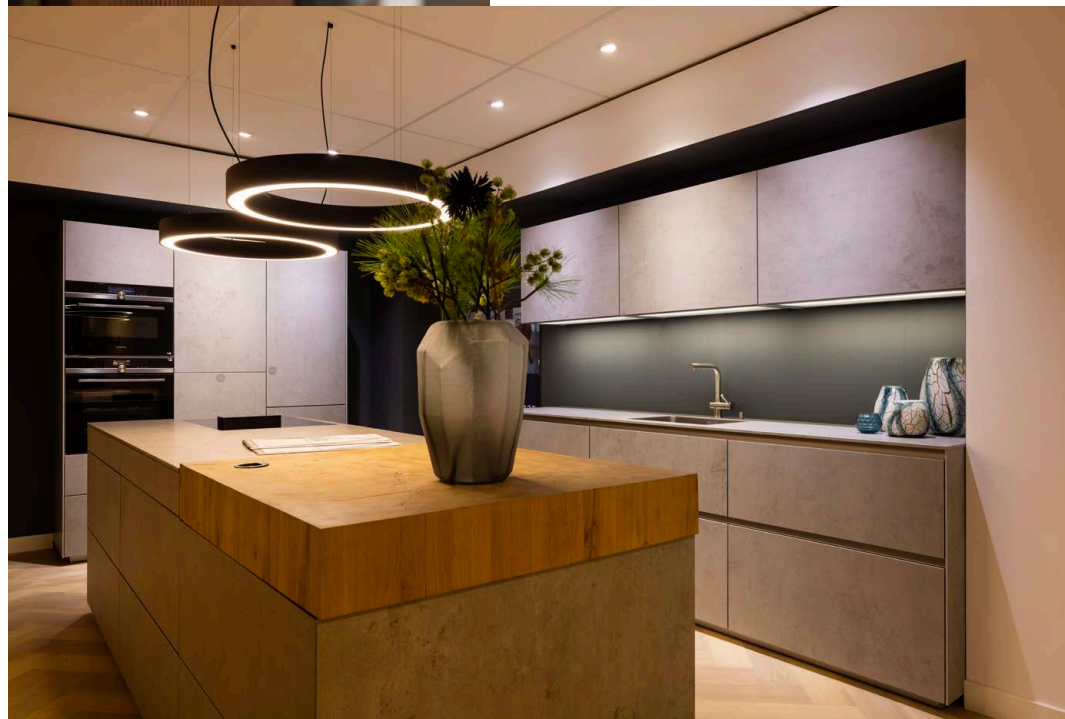
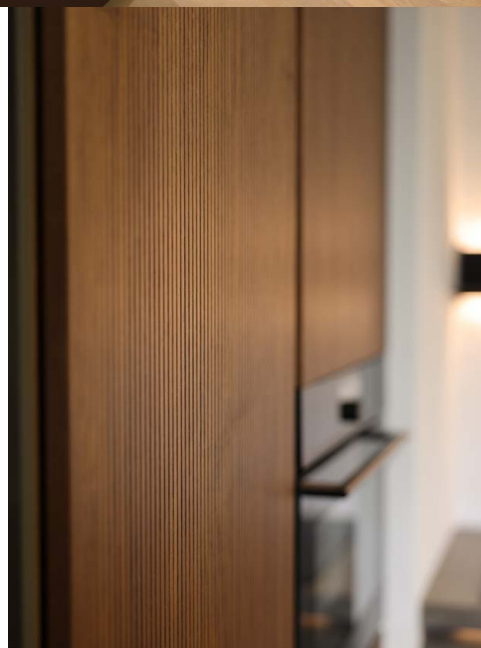
Hoe overtreft je als familiebedrijf in de keukenbranche de verwachtingen van je (potentiële) klanten? Directeur Patricia Claessen (38 jaar) van Tinnemans Keukens in Ittervoort heeft daar met haar medewerkers een duidelijke visie op ontwikkeld. “Niet door een mooie brochure en niet door te vertellen dat je zo’n prachtig assortiment hebt en dat je service op orde is. Dat mag elke klant bij elk keukenbedrijf verwachten, daarmee kun je je niet voldoende onderscheiden.”



Bij Tinnemans Keukens doen ze het anders. Dat merk je al op het moment dat je de deur van het bedrijf binnenwandelt. Het kernwoord is aandacht, persoonlijke aandacht. Patricia Claessen: "Inderdaad vanaf het moment dat je binnenstapt. Je wordt welkom geheten. Als je een afspraak hebt, staat je naam al op een welkomstbord. Kom je voor de eerste keer, dan krijg je een uitleg over de routing. We laten klanten vrij om een eerste indruk te krijgen, op hun gemak een kop koffie drinken en op het moment dat ze vragen hebben staan we voor ze klaar. Een keuken kopen is niet eenvoudig, je moet veel beslissingen nemen. Onze verkoopadviseurs beginnen dan ook altijd eerst met goed te luisteren naar de klant. Daarna volgt pas het adviseren. Dan kun je ontwerpen presenteren die niet alleen verrassen, maar ook passen bij de wensen van de klant. Wanneer de klant uiteindelijk voor een Tinnemans keuken kiest, zorgen we ervoor dat de installatie perfect en volgens afspraak verloopt. Wanneer je dat hele proces zorgvuldig doorloopt krijg je tevreden klanten en die klanten worden je ambassadeurs, daar draait het hier om. Dat is in feite in een notendop de manier waarop wij ons bedrijf voeren. Persoonlijk, met aandacht voor de menselijke maat, maar altijd professioneel."

### FAMILIEBEDRIJF

Tinnemans Keukens werd bijna veertig jaar geleden in Ittervoort opgericht door Jan Tinnemans. De zaken gingen goed en de keukens die werden verkocht, werden in de eigen werkplaats gemaakt. In korte tijd had Jan drie medewerkers in dienst, maar hij kreeg langzaam maar zeker lichamelijke klachten. Daarom vroeg hij Fred Claessen om als bedrijfsleider in dienst te komen. In 1990 kwam de vraag of Fred het bedrijf wilde overnemen en dat gebeurde. Fred Claessen drukte zijn eigen stempel op het bedrijf. Hij wilde een veel grotere showroom, omdat hij het idee had dat klanten ook



meer mogelijkheden moesten kunnen zien. Bovendien wilde hij zijn klanten langer in de zaak hebben, zodat er tijd was om het gesprek aan te gaan. In 1998 werd de showroom uitgebreid tot 2.500 m<sup>2</sup> en ook het magazijn en de werkplaats werden steeds groter en professioneler. In die tijd liep Patricia ook al vaak in het bedrijf rond. "Aan de keukentafel was de zaak vaak onderwerp van gesprek, want zo gaat dat in familiebedrijven. Ik heb dat echter nooit als een last ervaren."

### DE OVERNAME

Dat Patricia Claessen het stokje van haar vader zou overnemen, stond echter niet in steen gebeiteld. Vader en dochter kozen voor de weg der geleidelijkheid. "We hebben afgesproken dat we de tijd zouden nemen om te ontdekken of ik een geschikte kandidaat was en of ik het wel echt wilde. Ik had mijn studies marketing management en commerciële economie er wel op afgestemd, maar dat gaf geen garantie, de praktijk zou nog lelijk kunnen tegenvallen. Mijn vader vond het een goed idee dat ik mijn wereld wat zou verruimen, op andere plekken ervaringen op zou doen. Ik kwam terecht in een bedrijf in Alphen aan den Rijn, waar werkbladen werden gemaakt. Ik deed internationale marketing voor een bouwbedrijf en kwam

later terecht bij AMRO. Daar hield ik me onder andere bezig met data-analyse, ik stuurde kantoren aan, leerde om data om te zetten in acties die vervolgens ook resultaten opleverden. Kortom, ik deed op allerlei fronten veel ervaring op. Toen kwam pa met de vraag wat ik van plan was. Zag ik mezelf als opvolger? Had ik die capaciteiten? Ik ging terug naar Ittervoort en doorliep echt alle afdelingen in ons bedrijf, van inkoop tot sales, van receptie tot planning. In het begin was het best een stap, een familiebedrijf is toch heel anders georganiseerd dan een bank, maar het paste mij. Ik wist dat ik het kon, ik wist nu ook dat ik het wilde. Ook in ons bedrijf moest ik mijn plaats als het ware bevechten, laten zien dat ik de leiding aankon, dat de verantwoordelijkheid voor de toekomst van het bedrijf en alle medewerkers bij mij in goede handen was. In eerste instantie voerden we de directie nog samen, pa liet gaandeweg steeds meer beslissingen aan mij over en hij trok zich langzaam steeds verder terug. In 2020 nam ik Tinnemans Keukens definitief over."

## CORONA

En toen kwam corona. "Maar dan blijkt plotseling dat je medewerkers aan het bedrijf zijn verbonden, dat ze Tinnemans Keukens bijna als hun familie zien en dat je er voor elkaar bent in goede en slechte tijden. Ik gaf al meteen aan dat niemand hoefde te vertrekken. We maakten samen plannen, er kwamen allerlei creatieve ideeën boven tafel en we gingen aan de slag. De insteek was vanaf de start: we gaan hier samen doorheen komen. Echt iedereen droeg - binnen de mogelijkheden die er waren - zijn steentje bij. Verkoopadviseurs maakten een overkapping voor de buitenkantine en bezochten klanten aan huis, het hele bedrijf werd van boven tot beneden schoongemaakt, kortom de zaken gingen door."



Patricia liet borrelplanken maken en bij medewerkers thuisbezorgen. "Ik vond dit het uitgelezen moment om onze onderlinge band te versterken. In die zin heeft corona ons veel gebracht, onze medewerkers hebben hart voor de zaak en dat is in mijn optiek de basis van ons succes. Wij draaien op service, op de klantbeleving en dat moet van A tot en met Z kloppen. Dat start met een prettige ontvangst bij het eerste bezoek, met een plattegrond, een kop koffie met iets lekkers en dat eindigt pas vier maanden na oplevering van een keuken met een allerlaatste check. Is de klant tevreden, kunnen we nog iets doen en is alles verlopen zoals de klant het voor ogen had?"

## GEZONDHEID EN WELZIJN

Alleen kun je niks, met een sterk team kun je alles. Zo kijkt Patricia naar het ondernemerschap. "Dat betekent bijvoorbeeld ook dat we medewerkers in staat stellen zich steeds verder te ontwikkelen. Monteurs volgen bijvoorbeeld cursussen waarin aandacht wordt besteed aan verschillende typen klanten. Hoe zorg je dat je met iedereen op de juiste manier communiceert? De ene klant wil veel aandacht, de ander heeft er juist minder behoefte aan. Dat moet je herkennen en er naar leren handelen. Dat maakt je werk eenvoudiger en de relatie met de klant plezieriger. Verkoopadviseurs worden voortdurend bijgeschoold en ze volgen de laatste ontwikkelingen in onze branche. Materialen, stijlen en apparatuur, het aanbod wordt steeds groter en daar willen we in voorop lopen. Gezondheid is binnen ons bedrijf ook een item. Er is hier altijd vers fruit, gezond eten wordt aangemoedigd, maar ook het welzijn van medewerkers is belangrijk. We hebben bijvoorbeeld een rouleersysteem ontwikkeld, zodat verkoopadviseurs niet elke zaterdag hoeven te werken. Die werk/privé-balans vind ik essentieel. Elke vrijdag komt een tiental medewerkers van PSW (Pedagogisch Sociaal Werk) in onze algemene bedrijfskeuken koken, want ik vind dat we ook een maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben. Dat was even wennen, maar inmiddels maken ze gewoon deel uit van ons team. In de montage hebben we een medewerker met een beperking in dienst. Ook mens en omgeving hebben onze aandacht, we proberen zoveel mogelijk duurzaam te werken met bijvoorbeeld alleen gecertificeerde materialen."

## BESTE KEUKENZAAK VAN NEDERLAND

Tinnemans Keukens is het enige onafhankelijke familiebedrijf in de keuken-



branche in Limburg. “Wij zijn niet aangesloten bij een keten, wij bepalen onze eigen koers en ons eigen beleid. Daarin staat de persoonlijke en onze warme benadering van klanten centraal. De mens is in alles wat we doen leidend. Natuurlijk vinden klanten bij ons een groot assortiment aan prachtige kwaliteitskeukens met vrijwel onuitputtelijke mogelijkheden in verschillende stijlen (elegant, landelijk, modern, design), materialen (op maat gemaakt in onze eigen werkplaats) en prijsklassen. Wij ontwerpen zelf en onze offertes zijn helder. Doordat we samenwerken met een aantal andere gelijkwaardige familiebedrijven, creëren we inkoopkracht en daardoor zijn we in staat de klant superieure kwaliteit te bieden tegen reële prijzen. Voor klanten van Venray tot Eijsden, maar we hebben ook klanten uit Vlissingen of Kerckdriel. Allemaal door mond-tot-mondreclame van tevreden klanten. Onze werkwijze levert ook erkenning op. Zo zijn we al eens uitgeroepen tot de Beste Keukenzaak van Nederland en ontvingen we de Ondernemersprijs Leudal. En we hebben als enige keukenbedrijf in Limburg al dertien jaar op rij het CBW-Label behaald. Dat maakt ons misschien ook wel het beste keukenbedrijf van Limburg.”

## SHOWROOM

De showroom is het visitekaartje van het bedrijf. Prachtige keukens in verschillende opstellingen, van eenvoudig tot zeer luxe, sfeervol aangekleed met decoraties. “Het zijn in feite voorbeeldkeukens om de fantasie van klanten op gang te brengen, want er is heel veel mogelijk. De keuken is steeds vaker de belangrijkste leefruimte in een woning. “Daar komen we samen, niet alleen om te koken of gezellig te eten, maar ook om de dag nog eens door te nemen of plannen te maken voor morgen. Het is de plek waar mensen samenkomen, niet vreemd dat er steeds meer aandacht is voor de verschillende functies die in een keu-



**“WIJ ZIJN NIET  
AANGESLOTEN BIJ EEN  
KETEN, WIJ BEPALEN  
ONZE EIGEN KOERS EN  
ONS EIGEN BELEID”**

ken worden gecombineerd. De keuze voor een keuken is natuurlijk een persoonlijke zaak, afhankelijk van smaak, maar ook van budget. Daarom is het advies van een professional heel belangrijk. Als ondersteuning om de vele keuzemogelijkheden die er zijn op het gebied van stijl, kleuren en soorten materialen helder te schetsen, natuurlijk niet om de smaak van de koper te beïnvloeden”, vertelt Patricia. De ontwikkeling van Tinnemans Keukens staat niet stil. “We kregen de vraag om keukens te renoveren en bijkeukens in te richten. Omdat wij de kasten vaak zelf maken, vroegen klanten of we ook slaap- en badkamerkasten of tv-meubels in bijpassende stijl kunnen maken. Die vragen krijgen we steeds vaker en daar hebben we natuurlijk een passend antwoord op: dat kunnen we! We werken ook nauw samen met een verlichtingsspecialist waardoor we zelfs complete verlichtingsplannen kunnen aanbieden.”

Waar staat Tinnemans Keukens over tien jaar? “Dan zijn we nog steeds dat degelijke, prachtige familiebedrijf in Itervoort dat A-kwaliteit keukens verkoopt, met misschien een nieuwe generatie die zich warmloopt. Een bedrijf dat nog steviger in Limburg zal zijn geworteld, maar dat een steeds groter deel van Nederland, België en Duitsland zal bedienen. Dat voorop loopt in de branche, trendy, modern, met veel aandacht voor handgemaakt vakwerk, met medewerkers die hier nog steeds met veel plezier hun klanten helpen. Een bedrijf dat klanten blijft verrassen en dat hun verwachtingen steeds weer overtreft. Dat is het plan en daar werken we elke dag met veel plezier aan verder.”

[www.tinnemanskeukens.nl](http://www.tinnemanskeukens.nl)

