

Küchen of keuken

Nederlanders houden nog altijd de hand op de knip. We zijn dan wel officieel uit de recessie, maar de tekenen van herstel dienen zich slechts mondjesmaat aan. Keukenbedrijven in de grensregio hebben ook nog eens te maken met Duitse concurrenten. Het gras is groener en vooral goedkoper aan de andere kant van de grens, zo denken veel klanten. Maar is dat ook zo, en hoe gaan de Nederlandse bedrijven om met deze concurrentie?

TEKST & FOTOGRAFIE: RUUD DILLING



Er wordt hard gewerkt in het pand van Lansink Keukens in Oldenzaal. Inbouwapparatuur zit nog in dozen. Hier en daar ontbreekt nog een de keukendeur. “We richten de zaak opnieuw in. We zijn vol vertrouwen ook al zitten we maar tien kilometer van de Duitse grens”, zegt Carmen Lansink optimistisch. “Ik ben zelfs bezig met een eigen lijn genaamd Orange Design. We hebben vertrouwen in de toekomst en gaan er echt vol voor. Voor de nieuwe indeling kiezen we slechts vijf opstellingen. Van klassiek tot modern en van warm tot koel. Een standaard witte keuken met een zwart aanrechtblad vind je hier niet. Ik probeer mensen andere combinaties te laten zien. Maar als ze per se zo’n witte opstelling willen, dan kan dat natuurlijk ook.”

Familiebedrijf

Heilig Kuchen uit het Nordhorn vormt de grootste Duitse concurrent voor Lansink. “Ik weet niet of ze daar Nederlandse verkopers hebben, maar andere zaken in de grensstreek adverteren er zelfs mee in Nederlandse kranten.”

Lansink krijgt af en toe klanten over de vloer die ook in Duitsland zijn geweest. Ze is niet onder de indruk van de concurrentie. “Vaak gaan deze klanten voor een heel goedkope keuken. Dat is niet de groep waar ik me op richt. Als ze met een offerte komen zonder specificaties kan ik niets beginnen. De keren dat er wel een specificatie bij zit, scheelt het bedrag nagenoeg niets met die van ons.” “Het prijsverschil zit tussen de oren bij mensen. Ook de btw scheelt niet veel, in Duitsland betaal je negentien procent. Bij ons kun je tot en met begin volgend jaar zelfs gebruik maken van het ver-

laagde btw-tarief op de montagekosten.”

Jengelen

“Volgens mij verkopen de Duitse keukenbedrijven vooral veel keukens aan mensen uit het midden en westen van het land”, vervolgt Lansink. “Een klant uit deze regio laat een offerte maken en gaat naar huis om er nog even over na te denken. Maar als vader en moeder anderhalf of twee uur moeten rijden om naar een keuken te kijken met een paar jen-

glende kinderen op de achterbank, dan zeggen ze niet zo gauw: ‘Ik ga er even over nadenken en kom binnenkort wel weer terug.’ Als ze dan ook nog denken dat het in Duitsland een stuk goedkoper is, hakken ze waarschijnlijk sneller de knoop door.”

Eigen koers

“We hebben als keukenspecialisten onze producten te grabbel gegooit. We gunnen elkaar het licht in de ogen niet. Het klinkt misschien hard, maar zo denk ik erover”, stelt Lansink.

Inter-Art

In het Drentse Emmen, op vijftien kilometer van de Duitse grens is Inter-Art Keukens en Meer gevestigd. Gerhard Wegkamp is de eigenaar van het bedrijf dat opereert in het midden en hoger segment. Hij kent de verhalen van de goedkope keukens net over de grens. “Je moet je als ondernemer niet teveel focussen op die prijsverschillen.

Ik krijg af en toe klanten die ook in Duitsland zijn geweest. Dan hebben ze een offerte bij zich van bijvoorbeeld een hoogglans keuken. Maar het is appels met peren vergelijken. Want wat voor materialen gebruikt de Duitse keukenondernemer voor de deurtjes en het werkblad? Is het hoogglans gespoten of hoogglans kunststof? En welke apparaten hebben ze uitgezocht?

Soms hebben ze een offerte voor een keuken van Bulthaup. Maar ze weten niet of het een uitgekleden B1 is of eentje uit een duurdere serie. Het prijsverschil is aanzienlijk.

Je kunt het kopen van een keuken niet vergelijken met het kopen van een auto. Als je weet welk merk auto je wilt en welk type, dan kun je gericht



dealers vergelijken. Bij keukens werkt dat niet zo. Dat is iets wat ik klanten telkens weer moet vertellen.”

Doorvragen

“Ik heb een mooi bedrijf met prachtige producten en een eerlijk verhaal. Echt last van de Duitse keukenbedrijven heb ik daarom niet”, vervolgt Wegkamp. “Dat zijn vaak prijsvechters, en mijn klanten zijn geen koopjesjagers. Op die groep zit ik eerlijk gezegd ook niet te wachten.

Ik ben nu bezig met een stel dat ook in Duitsland is geweest. Ze vertelden me dat als ze doorvroegen over de materiaalkeuze, de afwerking en randzaken, zoals plaatsing en installatie, het gesprek met de Duitse verkoper ineens een stuk minder prettig verliep. Ze zijn nu al vier keer bij mij geweest.”

Derks Keuken- en Interieurbouw

Driehonderd kilometer zuidelijker dan Emmen ligt Voerendaal, een klein plaatsje midden in Limburg.

De Duitse grens ligt op vijftientig kilometer afstand en de Belgische grens op slechts vijftien kilometer.

Marc Derks, eigenaar van het gelijknamige keuken- en interieurbedrijf, ziet de vrachtwagens van de concurrentie uit het buitenland geregeld staan bij Nederlandse woningen.

“Het gaat vooral om de prijspakkers, de goedkope keukens. Dat is niet de doelgroep waar ik me op richt.”

“Vlak over de grens zitten een paar hele grote jongens zoals het Duitse Wohnwelt Pallen in Würselen of Gopa in het Belgische Maaseik. Ze plaatsen de keukens meestal binnen één dag.”

“Dat klinkt mooi. Maar als er iets mis gaat of verkeerd wordt gemonteerd moet je maar afwachten of je op korte termijn een nieuwe afspraak kunt maken. Het is een hardnekkig idee dat keukens over de grens goedkoper zijn, we zijn in Nederland echt niet duurder. Misschien dat je voor inbouwapparatuur in Nederland iets meer betaald maar met de keukens kunnen we prima concurreren.”

Derks heeft een eigen keukenfabriek. Een showroom heeft hij niet. Hierdoor kan hij scherp calculeren. “Per jaar verkoop ik zo’n acht grote, luxe keukens. De verkoopprijs varieert tussen de dertig- en vijftigduizend euro. Ik ga naar klanten toe met monsters en een fotoboek. Ook neem ik nieuwe klanten mee naar mensen die al een keuken van mij hebben. Dat tekent ook de band met m’n bestaande klanten. Vaak vertellen ze enthousiast over hun keuken. Betere reclame kun je volgens mij niet hebben.”



“We hebben een prachtig product, maar het draait te vaak om de prijs. Altijd maar stunten en tegen elkaar opbieden. Ik doe er niet aan mee. Ik volg mijn eigen koers en kijk niet wat de concurrent doet. Ik verkoop prachtige producten van bijvoorbeeld Eggersmann en Schiffrini. Als ik een klant blij heb gemaakt dan ben ik tevreden. Daar haal ik m'n voldoening uit.”

Oranje boven

Direct bij binnenkomst valt een klein, oranje keukentje op. Formaat poppenhuis. “Dat heb ik gekregen van een klant die ook nog eens een goede vriendin is geworden. Aan haar heb ik een oranje keuken verkocht. Ze kwam op een dag binnen en zei stellig: ‘Jij gaat samen met je vader bij mij een oranje keuken plaatsen’. Dat leek me geweldig. We hebben samen een Eggersmann uitgezocht met een stalen frame. Het kookgedeelte is knaloranje. De achterwand is van epoxyhars gemaakt. Een extra radiator in de keuken zou het beeld verstoren, daarom hebben we een gladde radiator staalkleurig gespoten en achter het spoelgedeelte geplaatst.”

Ze was zo blij met het resultaat dat ze me dit oranje poppenkeukentje heeft gegeven. Ze had het gevonden op Marktplaats. Ik vind dat je buiten de gebaande paden moet denken en dan blijkt oranje een gewaagde, maar toch een goede kleur. Zo staat er ook een roze keuken van ons in Haarlem. Kijk, daar word ik nou gelukkig van.”

Duitse klanten

Als we in de oranje montage bus van Lansink zitten op weg naar de grens voor een foto zegt de Oldenzaalse: “Ik heb zelfs Duitse klanten die speciaal voor ons naar Nederland komen. Een



bekende Duitse springruiter bijvoorbeeld. Samen met z'n Engelse vrouw heeft hij bij een Nederlands bedrijf een

keuken gekocht. Over grensoverschrijdend gesproken”, glimlacht Lansink. ■

Een kijkje over de grens: Heilig Küchen

Het achterste van de tong laten ze niet zien als we bellen met Heilig Küchen in Nordhorn. Wel wil de Duitse keukenzaak kwijt dat een fors deel van de omzet komt van Nederlandse klanten. Volgens de woordvoerder van Heilig Küchen zijn er zelfs Duitse keukenzaken in de grensregio waar meer dan de helft van de klanten Nederlands is. De keukenspecialist in Nordhorn werkt niet met tussenlagen, de producten komen rechtstreeks van de fabriek. Dat is één

van de redenen waarom ze, volgens eigen zeggen, goedkoper kunnen leveren. Maar volgens Heilig komen Nederlandse klanten niet alleen voor de prijs. Duitsland staat bekend om z'n degelijkheid en daar plukken de zaken in de grensregio de vruchten van. Het gaat, aldus de woordvoerder, bij veel Nederlandse klanten om het sentiment. De opwinding om iets in het buitenland te kopen, het prijsverschil en de betrouwbaarheid.