

TEKST: THUIS TOMASSEN | FOTO'S: KOOS GROENEWOLD

Cross selling bij Puur Tamminga: ijs, patisserie, chocolade, brood én koffie

Het hele jaar door klanten boeien en binden

Wat gebeurt er als ijs, patisserie, chocolade, brood en de mogelijkheid om er een kop koffie bij te drinken elkaar ontmoeten? Kijk maar eens bij Puur Tamminga in Veenendaal. Geen allegaartje, maar een zaak waar verschillende productgroepen elkaar versterken. Dat is óók het resultaat van een grondige verbouwing. Ijsbereider Piet Tamminga over zijn levenswerk, de kracht van cross selling en zijn overtuiging om met duurzame ingrediënten te werken.

Vanuit de winkel is hij niet te missen. Daar, achter de hoek waar de chocolade verleidelijk ligt opgesteld, werkt Piet Tamminga in de fonkelnieuwe productieruimte aan decoraties voor ijstaarten. Boom van een kerel, rap van tong. Stel hem vragen over ijs, patisserie en chocolade en er volgt een onophoudelijke woordenstroom. "Pas op hoor, hij stopt niet meer", zou zijn vrouw Annemieke later die middag met een knipoog zeggen.

Het is het enthousiasme van een ondernemer met liefde voor zijn vak en zijn zaak. Een zaak die afgelopen voorjaar flink is vernieuwd. Puur Tamminga is bijna drie keer zo groot geworden: van 140 vierkante meter naar 380. En dat was nodig ook, zegt Tamminga tijdens een rondleiding. Het succes had zijn bedrijf ingehaald. "De vraag liep voor op onze patisserieproductie, die we niet konden opschalen door ruimtegebrek. We zijn, naast ijs en chocolade, in 2009 met een romantisch idee begonnen met

patisserie. We hebben een eigen smaakidentiteit ontwikkeld. Commercieel een succes, klanten vonden het geweldig. Probleem was: we bleven op dit kleine werkbankje werken. En dit hier", zegt hij wijzend, "was onze planeetmenger. Tienliterkommetje eronder. Alle taartjes liepen door dit machientje heen. We werkten met een convectie-oven waar slechts vijf platen in pasten. Het keukentje stond al snel vol, dus gingen we in ploegendiensten werken om de productie af te kunnen krijgen. Dat was niet het ergste, maar die kleine hoeveelheden die we produceerden... Zo inefficiënt. Het schoot gewoon niet op."

STOPPEN OF UITBREIDEN

Het begon te knellen. Een bedrijfseconoom binnen de VAIJ Ondernemersclub (VOC), waar Tamminga graag kennis deelt en haalt, legde twee opties voor: stoppen met de patisserie of de zaak uitbreiden. "Stoppen was voor ons geen optie, dus werd



BABBI
PICCOLI PIACERI QUOTIDIANI
1952

Pavilion C7 / Booth 160-200 / Ingang West
Sigep

Vipam[®]
International

Uw leverancier voor Babbi IJsgrondstoffen en meer...

Vipam International b.v. | Poppenbouwing 26a | 4191NZ | Geldermalsen | tel. +31(0)345 56 56 70 | info@vipam.nl

bestel online uw Babbi producten via www.vipam.nl

Exclusief voor bezoekers Sigep

Meld u aan via info@vipam.nl voor
een rondleiding bij de fabriek van
Babbi op maandag 22 januari.

Unieke beleving!

het uitbreiden." En kijk nu: in de nieuwe productieruimte, het magazijn en de persoonsruimte meegerekend liefst 240 vierkante meter groot, werken moeiteloos vijf medewerkers tegelijk aan lekkernijen. Ijs, chocolade en patisserie: de productgroepen hebben allemaal hun eigen gebied. "We hebben veel meer ruimte om crossover te kunnen werken. Ijs, chocolade en patisserie versterken elkaar en dat is precies wat we voor ogen hebben."

"Dit is mijn hoek", zegt Tamminga over de plek waar hij net nog met ijs taarten bezig was. "Ik ben en blijf ijsbereider. Ijs is altijd mijn basis." Zijn 'buurvrouw' Floor is de chocolatier van de zaak; zij ontfermt zich over de chocoladeproductie van Puur Tamminga, 6000 kilo vormwerk per jaar, van pindarotsen tot sinterklaasletters en alle kunststukjes die daartussenin zitten. Even verderop werkt vier man sterk aan luxe patisserie; vooral op de Franse leest geschoeid gebak, zoals een klassieke tarte au citron, met ijs als component dat vaak terugkeert.

Het machinepark is overzichtelijk, het grondstoffenstation heeft een strategische plek en de vriezer beslaat de gehele achterwand. In het hart van het productielokaal staat een gigantische oven, waar liefst zestien schalen in passen. "We zijn van een convectie- naar een vloeroven gegaan. Dat is een andere manier van bakken. Alle bakrecepten hebben we opnieuw moeten maken, maar het bakproces verloopt met deze oven mooier en gelijkmatiger."

HORECAFUNCTIE

Dan de winkel. Ook die heeft een metamorfose ondergaan. Een centralere entree, de opstelling van chocolade twee keer zo groot en prominenter in het zicht, de ijsvitrine in het midden van de zaak. Drie van de vier vitrine-compartimenten staan in het winterseizoen vol met patisserie; naast Frans georiënteerde moussetaartjes en bavaris ook traditioneler banket als moorkoppen en soezen, want de achterban vraagt ook daar nog altijd om. "In het buitenseizoen hebben we 36 ijssmaken in ons assortiment. Standaardsmaken, maar ook specials als rozenijs en spekkoekijs, een hardloper. En dat in een mooi volume. Je



IJSSALON BELICHT

'Niks rijdt elkaar in de wielen, daar is onze interieurontwerper heel goed in geslaagd'

ziet nog weleens dat ijsbereiders een breed assortiment willen aanbieden, maar dan smallere presentatiebakken gebruiken. Wij hebben een grote vitrine die we flexibel kunnen inrichten."

Tamminga breidde ook gelijk zijn concept uit. Hij voegde een zitgedeelte met horecafunctie aan zijn zaak toe. Een taartje eten met een kop koffie of thee, geselecteerd door een theesommelier: het kan nu bij Puur Tamminga. Er staan zelfs 'aangeklede' tosti's op de kaart. Dat vraagt om een toelichting. Tamminga: "We huren heel wat extra meters. Met alleen efficiencyvoordeel komen we er niet, dus zochten we naar een toevoeging. Dat is horeca geworden. Het brengt dynamiek en gezelligheid in de zaak. De transitie van winkel naar winkel met horeca moet nog meer landen, maar het begin is er. Het groeit sneller dan verwacht. De kracht ervan is dat er nog meer cross selling ontstaat. ▶



Mensen komen een doosje bonbons halen, maar blijven hangen voor een kop koffie. Of andersom: ze schuiven aan voor een high tea en nemen een gebakje mee. Het gezin dat 's avonds een ijsje komt halen, vindt het fijn om ook een desembrood te kunnen kopen. Met onze brede presentatie van producten brengen we mensen op ideeën. We kunnen er met het oog op de seizoenen prachtig mee spelen. En het mooie is: niks rijdt elkaar in de wielen. Daar is onze interieurontwerper heel goed in geslaagd. Het is een hele ruimte, maar toch oogt het huiselijk. Beige tinten, gedoseerd licht. En alles staat met elkaar in verbinding. Beleving is een platgetrapt woord, maar dat is wel wat we bieden. Zichtlijnen de keuken in. Je ziet, ruikt en proeft de sfeer van ambacht.”

TWEE KAPITEINS

Je zou bijna vergeten dat het allemaal met ijs begonnen is. Tamminga groeide ermee op. Zijn ouders hadden op hun hoogtepunt liefst zeven verkooppunten van ijs en banket in Utrecht, voornamelijk in en rond winkelcentrum Hoog Catharijne. Begin jaren negentig smeedde vader Tamminga plannen voor zijn laatste kunstje. Een klassieke ijssalon, Italiaanse stijl. Hij polste zijn zoon, die toen met wisselend succes een heao-studie volgde. “Mijn vader sprak de historische woorden: laten we het gewoon doen! Nou ja, zoals het dan gaat, ben ik blijven plakken. Maar wel met overtuiging. Dubbele 24-baks vitrine, uitgebreide kaart met coupes, ambachtelijk handijs, veertig zitplaatsen buiten. Maar ja, twee kapiteins op een schip hè? Het was tijd om mijn eigen weg te gaan.”

Dat deed Tamminga in 2001. Hij opende een kleine winkel in ijs en chocolade midden in het centrum van Veenendaal. “Mensen stonden praktisch gelijk aan de toonbank. Daarachter vonden de verkoop en de productie plaats. Het hele jaar door ijs en chocolade. Het vak had ik van mijn vader geleerd, maar ook van Peter Wolfsen. Tamminga IJs & Chocolade, het was een goede tijd. Lekker kleinschalig. Ik weet nog dat ik zei: dat grote wil ik niet meer. Ha, altijd uitkijken met wat je zegt...” Want nu heeft hij toch weer een zaak van behoorlijke omvang. En ook nog multidisciplinair. “Die groei was niet zo bedoeld, het loopt zo.

Dan ontstaat de dynamiek van: we doen het gewoon. En dan doen we het goed ook. Dat heb ik van mijn vader. De lat steeds een stukje hoger leggen en klanten daar in meenemen. Je hoeft niet per se tot achter de komma geschoold te zijn, met drive kom je al heel ver. En je moet het geluk hebben dat je de juiste mensen tegenkomt, die kennis met je willen delen.”

GUERNSEY-BOTER

Tamminga is een vooruitstrevende ondernemer met oog voor duurzaamheid. Hij werkt met A2-melk en biologische rietsuiker voor zijn ijs, met Guernsey-boter voor zijn patisserie en met tot de boer te herleiden cacao uit Tanzania voor zijn chocolade. “Een goed product alleen is niet genoeg. Er moet een duurzaam verhaal achter zitten. En dat verhaal moet kloppen. Geen gebakken lucht.” Hij neemt de Guernsey-boter als voorbeeld, afkomstig van de koeien van het Kanaaleiland Guernsey. “Een fantastisch eiland voor de Franse kust. Uniek vanwege zijn ligging. Het wordt omspoeld door een warme golfstroom. Dat zorgt voor subtropische vegetatie. Bijzondere weides, bijzondere grassen. En daar grazen die koeien dus, twaalf maanden per jaar dankzij het klimaat. Ze hebben een afwijkende genetica en spijsvertering. Ze nemen die speciale grassen tot zich en geven dat terug aan hun melk. Die melk heeft een opvallend gele kleur, een mooi vetgehalte en het zilte van de zee. De



koeien grazen aan de boorden van de oceaan, hoe mooi wil je het hebben?”

Als een van de eerste ijsbereiders in Nederland gebruikte Tamminga de Guernsey-boter voor zijn ijs. “Het geeft ijs een warmere nasmaak en een betere, gladdere structuur. Ik was gelijk verkocht.” Inmiddels is die boter ook de basis voor zijn patisserie. Daarnaast gebruikt Tamminga de A2-melk van Guernseykoeien voor zijn ijs. “Gezonde melk die ik bij Ecoboerderij De Haan op de Betuwe vandaan haal. Ik was eerst terughoudend, in de Betuwe is geen oceaan. Maar toen ik er ging kijken was ik om. Hij strooit er bijvoorbeeld Keltisch zeezout, imiteert de bijzondere omstandigheden op Guernsey in zijn wei.”

GEEN CONCESSIONS

“Sommigen verklaren me voor gek, misschien ben ik het wel”, vervolgt hij. “Maar ik geloof erin. Ik ben ervan overtuigd: de duurzaamheidsbeweging is niet te stoppen. Als we de aarde willen doorgeven aan onze kinderen, moeten we wel. Dan kunnen we maar beter vooroplopen. Het is de uitdaging om klanten erin mee te nemen. Als je het goed uitlegt, zijn ze bereid er meer

voor te betalen.” Tamminga wijst op zijn ijs. “Mensen betalen bij ons € 1,40 voor een bol. Iets duurder dan gemiddeld, maar dan weet je wel waar het vandaan komt. We doen ook geen concessies. Een klassieke sorbet bereiden betekent voor ons: vruchten, water, suiker. Verder niks. Het vruchtenaandeel is hoog. Dat is het duurste component, dus is het verleidelijk om concessies te doen, maar dat doen wij niet. Pasta's gebruiken we hooguit om de smaak iets te ondersteunen. Vanillestokjes zijn momenteel bijna niet te betalen, maar ik verrek het om er pasta voor te gebruiken. De smaak is aanmerkelijk beter dan uit een fles.”

De ijswereld innoveert, zo ziet Tamminga. “Dankzij een sterke ondernemersgeest. Er is een nieuwe generatie ijsbereiders opgestaan. Ook het Ambachtelijk IJscentrum speelt een belangrijke rol. Ik word daar blij van. Ijs heeft dat nodig om haar veelzijdige gezicht te laten zien. Twaalf maanden per jaar moeten we mensen boeien en binden. Dan moet je blijven zoeken naar nieuwe manieren. Voor ons is ook een reis van 25 jaar geweest, maar uiteindelijk is dit wel het resultaat. Het hoeft niet het eindpunt te zijn, trouwens”, zegt hij lachend. “Maar het is wel even goed zo.” ◀