



“MET DE EENLAAGSE VITRINE MOETEN WE WAT VAKER BIJVULLEN, MAAR DAT ZORGT VOOR REURING IN DE WINKEL. DE BELEVING IS FANTASTISCH OP DEZE MANIER.”

### Binnenkijken

Aan ontwikkelingen in de sector geen gebrek. Of het om ingrediënten gaat, om producten, inrichting of aanpak, de branche blijft in beweging. Bakkers in bedrijf kijkt dit jaar binnen bij bakkers in het hele land, om van elkaar te leren en elkaar te inspireren.

Patisserie Nijtmans kiest Frans interieur voor nieuwe winkel

# LEKKER OVER DE TOP IN PARIJSE STIJL

| TEKST: LINDA VAN 'T LAND | FOTO'S: OSCAR VAN DER WIJK

Ruim zes jaar na de opening in februari 2015 heeft Patisserie Nijtmans in Amersfoort het interieur van de bescheiden winkel aan de Arnhemseweg volledig vernieuwd. De winkel, eerder in bruintinten, heeft nu de zachte uitstraling van wit marmer en lindegroen hout. “Het was tijd”, vinden eigenaren Marco en Karin Nijtmans. “Onze gebakjes verdienen een nieuwe presentatie.”

“Zie je dat?” Pâtissier Marco Nijtmans leunt voorover en wijst op een gebakje in zijn gloednieuwe, eenlaagse vitrine. “Je kunt de hartjes van de framboos gewoon zien! Dat is toch fantastisch? Voorheen hadden we vier lagen in de vitrine, dan kon je de taarten en het gebak lang niet zo goed bekijken. We moeten nu wel iets vaker bijvullen: eerst konden we twaalf gebakjes per soort kwijt, nu nog zes. Maar juist dat bijvullen zorgt voor reuring en dynamiek in de winkel. Mensen zijn nieuwsgierig naar wat je komt binnenbrengen. De beleving is fantastisch op deze manier.”

### SPROOKJESWERELD

Het banket en de chocolade van Patisserie Nijtmans worden sinds medio september gepresenteerd in vitrines van glas, afgewerkt met wit marmer en hout in de kleur lindegroen. Tegen de achterwanden staan groene kasten, gevuld met champagne en chocolade. Ook de pui aan de buitenkant van de winkel is lindegroen gemaakt, met daarop in gouden krulletters de naam van de patisserie. “Ik houd van die truttigheid”, bekent Marco. “Thuis wil ik alles strak en modern, maar voor de winkel hebben we ons vooral laten inspireren door Pâtisserie Ladurée in Parijs. Lekker over de top! Ik vind dat je in een patisserie moet worden meegenomen in een sprookje: je waant je heel even in een andere wereld. Deze uitstraling had ik al vanaf de eerste dag voor ogen. In de eerste

weken stonden hier Chinese toeristen buiten om met hun camera alles vast te leggen!”

### DOOR HET ZAND

Marco en zijn vrouw Karin Nijtmans wisten in het najaar van 2014 meteen dat dit pand aan de Arnhemseweg hun winkel moest worden. Dat de straat en de rotonde voor de deur in de jaren erna ingrijpend op de schop zouden gaan, schrok hen niet af. Maar de werkzaamheden buiten duren uiteindelijk meer dan drie jaar. En dat heeft Marco soms toch wel hoofdbrekens bezorgd. “In het begin zaten er dagen tussen dat we dertig euro omzet hadden. Dat vond ik toen ook al heel weinig! Het derde jaar was eigenlijk het lastigst: toen moesten onze klanten letterlijk door het zand om bij onze voordeur te komen. In die periode hadden we het financieel zwaar en tijdens een vakantie in Italië vroeg ik me af of we niet toch concessies moesten doen. We gebruiken bijvoorbeeld uitsluitend chocolade van Valrhona: de allerbeste chocolade die er is. Dat kán goedkoper. Maar juist in die vakantie raakte ik in gesprek met een bevrogen Italiaanse pâtissier en dat gaf me weer zoveel energie. Ik wist gewoon zeker dat wij moesten blijven doen wat we al deden: heel lekkere dingen maken. Dat heeft ons vanaf de eerste dag onze klanten bezorgd.” Zowel zakelijke als particuliere klanten wisten hun weg naar de winkel al snel te vinden. “Er zijn steeds mensen geweest die in ons geloofden en dan gaat de rest eigenlijk

*‘Patisserie moet je meenemen in sprookje: je waant je heel even in een andere wereld’*

BIJSCRIFT?



## PATISSERIE NIJTMANS

Marco en Karin Nijtmans begonnen in 2015 met z'n tweeën, maar hebben intussen twaalf mensen in dienst. "We zijn een bedrijf geworden", constateert Marco. "Dat geeft veel energie, maar kost het eerlijk gezegd soms ook. Er zijn dagen bij dat ik voor mijn gevoel nauwelijks aan werken toe kom. Het is nog zoeken naar de ultieme manier om met onze medewerkers om te gaan. Ik vind dat wij een leuk bedrijf zijn om voor te werken. We hebben goede pauzes, mooie werktijden en fijne arbeidsvoorwaarden. We zorgen voor goede maaltijden en hebben een kantine. Ik zat vroeger in de bakkerij vaak op een omgekeerde emmer: dat doen wij nu heel anders. In ruil daarvoor verwacht ik ook het nodige van mijn medewerkers."



*'Ik zat vroeger in de bakkerij in pauzes vaak op een omgekeerde emmer. Dat doen wij nu heel anders'*

vanzelf. Zakelijke klanten meldden zich uit zichzelf en in de winkel kregen we steeds meer bezoekers. Tegenwoordig hebben we op een zaterdag ruim driehonderdvijftig klanten in de winkel."

### SERVICE

Waar dat succes vandaan komt? "Service", antwoordt Marco heel stellig. "Klanten krijgen bij ons een gratis glimlach en we houden de deur voor je open. Als je daarbij uitstekende kwaliteit levert, is het plaatje compleet." Patisserie Nijtmans heeft inmiddels een assortiment van vijftien verschillende gebakjes en tien tot twaalf soorten taarten. "We zijn gespecialiseerd in Franse gebakjes: mooie, kleine kunstwerkjes." Een hardloper in het assortiment is de Moulin Rouge: een flinke macaron die met verse frambozen is afgewerkt en €4,50 per stuk kost. "In het begin vroegen we €2,50 voor alle gebakjes, maar dat kon echt niet uit. En als mensen vier euro voor een glas wijn op een terras betalen, moeten wij ook onze prijs durven vragen. Ik ben trots op het huidige assortiment en sta vierkant achter alles wat wij verkopen." Ook chocolade wordt goed verkocht: een klein deel wordt gemaakt door chocolaterie Bontom van Tom van de Veen.

Het merendeel maakt Patisserie Nijtmans inmiddels zelf. "Dat vind ik leuk om te doen en er zit een mooie marge op." Daarnaast zijn amandelkoekjes, zoals bokkenpootjes en Weespermoppen, populair. "Oudemensenkoekjes", glimlacht Marco. "Ik heb ze leren maken van een man die al over de tachtig was. Tegenwoordig worden ze steeds vaker weer gekocht, ook door jongere mensen. Je kunt ze bijna nergens meer krijgen."

### BEDRIJF GEWORDEN

In amper zeven jaar tijd heeft Patisserie Nijtmans zichzelf stevig op de kaart gezet. "Het derde kanaal proberen we intussen een beetje af te stoten", bekent Marco. "Ze willen allemaal korting en de allerlaagste prijzen. Hier in de winkel krijg je een mooie tas om je bestelling en een glimlach van Karin: zó wil ik mijn producten verkopen. Het gaat om dat totaalplaatje." Huiverig blijft het echtpaar daarom voor het openen van een filiaal. "Er is ons al diverse malen een pand aangeboden en laatst hebben we echt even getwijfeld. Een mooie locatie midden in het centrum, waar jaarlijks 175.000 toeristen passeren. Als die allemaal een doosje bonbons mee zouden nemen...?"

Toch weerstaan ze tot nu toe de verleiding. "Betekent een filiaal echt wel extra omzet of is het vooral extra werk?", vraagt Marco zich af. "En wie moet die winkel bemannen? Ik denk hooguit na over een externe productielocatie, maar ook daar beginnen we eigenlijk liever niet aan. Ik ben bang dat je daarmee het hart uit je zaak haalt. Ik doe niets liever dan op vrijdag en zaterdag met een bakplaat vol verse, heerlijk geurende madeleines de winkel in lopen. Iedere klant die dan in de winkel staat, mag er eentje proeven. Nou, dan kan je dag niet meer stuk, hoor! Die beleving hoort er wat ons betreft echt bij. En die verdwijnt wanneer je op afstand gaat produceren."

### CONSTANTE KWALITEIT

Marco en Karin hebben zich twee jaar lang georiënteerd op de recente verbouwing. "Wij willen zo min mogelijk met de bank van doen hebben, dus moesten een nieuw interieur eerst zelf verdienen", lacht Marco. "Daarbij hebben we echt wel even moeten zoeken naar een interieurbouwer die onze wensen begreep en precies datgene kon maken wat wij mooi vinden. We hebben uiteindelijk voor een Belgische partij gekozen: Lemmens." De winkel is twee weken dicht geweest: een

strakke planning, die voor de nodige spanning zorgde. "Er is met zes, zeven man tegelijk hard doorgewerkt om alles in die tijd voor elkaar te krijgen. Maar een week omzet kost ook veel geld. We wilden het echt snel gerealiseerd hebben." Met een groot gevoel van dankbaarheid blikken de ondernemers terug op de eerste jaren van hun onderneming. Marco: "Het interieur van de winkel stond ons niet aan. Maar ik realiseer me heel goed dat het ons heeft gebracht waar we nu staan. Wij hebben gefocust op onze service en kwaliteit en zijn erop gebrand dat die elke dag weer hetzelfde zijn. Ik wil dat het veertje van chocolade op onze Moulin Rouge er steeds exact hetzelfde uitziet. Elke dag ervaar ik als een wedstrijd. Het kost tijd en energie om constant te zijn in alles wat je doet. Maar ik hecht daaraan. En onze klanten komen er speciaal voor. Iedere zaterdag is vrijwel alles uit onze winkel, bakkerij, koelingen en vriezers compleet uitverkocht. Er is geen chocolaatje meer te vinden, en op dinsdag begint alles weer van voren af aan. Een uitputtingsslag, maar wel eentje die ons ongelooflijk veel voldoening geeft. Ik durf inmiddels hardop te zeggen dat wij de allerlekkerste dingen van Amersfoort maken." ●

BIJSCRIFT?

*'Blijven doen wat we altijd al deden: heel lekkerdingen maken'*