



DINEE CAFE DE KEMPEN

**“JE MOET INVESTEREN
IN JE GASTEN”**

Gemoedelijkheid en gastvrijheid, gecombineerd met een goede service en buitengewone kwaliteit. Dat is hoe **GERTIE VERHAGEN-IMMING** en **BART IMMING** hun bedrijf, **DINEE CAFE DE KEMPEN**, zelf omschrijven. “Alles is hier mogelijk”, vertelt Bart. “En dat is deels waarom gasten terug blijven komen”, vult zijn zus Gertie aan.



Bart is verantwoordelijk voor de ‘voorkant’ van het bedrijf, Gertie runt de keuken, hun ouders zijn op de achtergrond betrokken bij de onderneming. “Deze verdeling is eigenlijk in de loop der jaren zo gegroeid”, vertelt Gertie. “In eerste instantie stonden we allebei voor in de zaak. Dat liep in principe prima, alleen vormde het vinden van een goede kok telkens een probleem. Nadat we een aantal keer echt met de handen in het haar hebben gezeten, heb ik uiteindelijk maar besloten om mij de keuken eigen te maken. Bijkomend voordeel is dat we daardoor ook veel meer zicht hebben op de inkoop. Iets wat ons de afgelopen jaren al redelijk wat besparing heeft opgeleverd!”

Goede service

Dit sluit mooi aan bij een van de speerpunten van de onderneming. Bart: “We willen onze verkoopprijzen constant houden en niet al te vaak verhogen waardoor onze gasten voor een redelijke prijs toch Bourgondisch kunnen tafelen. De inkoop is daarom zeer belangrijk. Hoe scherper we inkopen, hoe makkelijker het is en blijft om ons prijsniveau te handhaven.”

De scherpe inkooprijzen vormden voor de familie Imming één van de redenen om de overstap te maken naar Makro als leverancier, inmiddels zelfs als bezorgklant. “We waren daarnaast ook niet meer zo tevreden over onze vorige leverancier”, vertelt Gertie. “Je merkt dat veel leveranciers grote moeite doen om je als bedrijf aan zich te binden,

maar wanneer je eenmaal binnen bent, laten ze de aandacht verslappen. Dat terwijl ik continu goed en pro-actief behandeld wil worden door mijn leverancier en niet alleen op het moment dat ze iets van me willen. Makro is hierin duidelijk een positieve uitzondering!” Hetzelfde geldt volgens broer en zus voor het contact met hun gasten. “Ook die moet je van het begin tot eind van het bezoek zo goed mogelijk van dienst zijn”, meent Bart. “Daarom doen we eigenlijk ook niet zo veel aan promotie. We vinden namelijk dat we dat geld beter kunnen besteden aan de mensen die toch al binnen zijn. Dus niet je gasten de deur uitkijken zodra ze uitgegeten of -gedronken zijn, maar juist nog even een lekkere Schrobbele van het huis voor ze weggaan. Je moet investeren in je gasten, dat betaalt zich uiteindelijk vrijwel altijd terug!”

Bedrijfsgegevens

Naam: Dinee Cafe de Kempen, Knegsel

Eigenaren: Gertie Verhagen-Imming, Bart Imming en hun ouders

Website: www.dineecafedekempen.nl

Oprichtingsdatum: maart 2002

Prijnsindicatie: maandmenu voor € 18,50, culinair menu voor € 22,75

Aantal medewerkers: 10 fulltime, 34 parttime

Aantal couverts: 180 binnen, 198 buiten



Gastvriendelijk

“We proberen ons te onderscheiden door te zorgen dat er constant bekende gezichten in de zaak staan. Omdat we een geweldig team om ons heen hebben gevormd, kunnen we dit ook waarmaken. Zo creëer je herkenning bij je gasten waardoor ze zich thuis voelen en graag nog een keer terugkomen”, aldus Bart. Broer en zus werken daarom zelf ook dagelijks mee in het bedrijf. “Daar krijgen we altijd veel positieve reacties op. Mensen vinden het leuk om te zien dat de eigenaren zelf ook de armen uit de mouwen steken.”

Bart: “Bedoeling is dat we herkenning creëren bij onze gasten, maar dat geldt zeker ook andersom. Zo vind ik dat we, voor een gast plaatsneemt, al een idee moeten hebben van wat hij of zij wil bestellen. Het biertje moet nog net niet getapt zijn, maar het glas moet bij wijze van spreken al wel klaar staan!”

Deze gastvriendelijkheid was ook een van de punten waarvoor Dinee Cafe de Kempen onlangs werd geroemd tijdens de Hertog Jan café van het jaar verkiezing. De Kempen werd uiteindelijk tweede. “Daar zijn we zeer trots op natuurlijk”, vertelt Bart. “Bier is wat mij betreft ook een zeer belangrijk product. Niet voor niets hebben we twaalf bieren van de tap, binnenkort zelfs veertien! We zijn helemaal Hertog Jan-minded. Dat merk past qua uitstraling perfect bij ons bedrijf. Ons streven voor volgend jaar? De stijgende lijn voortzetten en eerste worden natuurlijk!”

