



‘SieMatic profileert zich sterk in nieuwbouwmarkt’

We kennen SieMatic als het kwalitatief hoogwaardige keukenmerk dat functionaliteit, duurzaamheid en design op eigen wijze weet te verbinden. Minder bekend is de manier waarop het Duitse bedrijf actief is in de Nederlandse markt van nieuwgebouwde huur- en koopwoningen. Larissa Stoop, Perry Hanssen en Rainier Zweep geven een kijkje in de projectmatige keuken.

Rainier Zweep, Larissa Stoop en Perry Hanssen



‘De dialoog met de opdrachtgever is heel waardevol. En op die manier komen we ook tot nieuwe concepten’

Larissa Stoop

We ontmoeten het drietal in de fraaie SieMatic Flagship Store, op stand gelegen aan de Hobbemastraat in Amsterdam Zuid. Hier kan volop worden kennism gemaakt met wat SieMatic de consument allemaal te bieden heeft - onder het genot van goede koffie. Larissa Stoop weet hier inmiddels goed de weg; ze volgde onder andere de masteropleiding Communicatiewetenschap aan de VU in Amsterdam en wilde daarna graag de marketing-kant op. ‘En het liefst met luxe producten - bij die wens sluit SieMatic helemaal aan.’ Stoop is onder meer verantwoordelijk voor de communicatie rond nieuwbouwprojecten waarbij SieMatic samenwerkt met projectontwikkelaars, beleggers en andere opdrachtgevers. ‘Ik probeer aspirant-kopers en -huurders zo compleet mogelijk inzicht te geven in wat we te bieden hebben.’ En dat is het nodige, weet ook interieurarchitect Perry Hanssen. Met zijn bedrijf Hanssen Interior Design werkt hij sinds 2015 voor SieMatic: ‘Maar mijn kennis van het bedrijf gaat al terug tot 2007, toen ik ervaring opdeed bij Marcel Schepers - hij heeft decennialang voor SieMatic, in Nederland en Duitsland gewerkt.’

Samen op zoek

Het drietal wordt gecompleteerd door Rainier Zweep, die we met recht een Mister SieMatic kunnen noemen. Hij begon hier in 1988 als trainee marketing en is inmiddels directeur Marketing & Sales. Lang werkte hij aan de B2C-kant van het bedrijf maar sinds kort mag hij zich over de projectenmarkt buigen - en dan specifiek over nieuwbouwprojecten in Nederland. Dat gebeurt in een nauwe samenwerking met de betreffende opdrachtgevers,

zo legt Zweep enthousiast uit: ‘We noemen die strategie “Samen op zoek naar de woningkoper”. Met de marktpartij wisselen we visie en ervaring uit: wie komt er in deze woningen te wonen, wat willen zij? Wij durven de stelling aan dat SieMatic op dat gebied veel kennis in huis heeft. Een architect kan prima de buitenkant van het gebouw ontwerpen, laat ons aan de binnenzijde onze gang gaan.’ Daarbij gaat het vooral om de badkamer en de keuken: daar kan en wil de consument een persoonlijke touch aan de woning geven.

Belangrijkste meubel

De plek die de keuken in een woning inneemt, is daarbij de laatste decennia flink veranderd, aldus Rainier Zweep: ‘Vroeger was de keuken verstopt achter een deur; daar zwaaide moeder de pollepel. Ik had daar niets te zoeken, behalve als mijn moeder met haar zussen tijdens familiefeestjes met haar zussen roddelde over de rest van de familie. Of wanneer ik weer eens te laat binnenkwam van buitenspelen, dan zwaaide er wat.’ Inmiddels staat de keuken letterlijk en figuurlijk veel meer centraal in het wonen. Hier is ruimte voor ontmoeting, voor entertainen van vrienden, voor feest. Zweep: ‘Daarmee is de keuken het belangrijkste meubel in de living geworden.’

Vanuit die mindset wordt het gesprek over de keuken bij nieuwbouwprojecten gestart, zo legt Perry Hanssen uit: ‘Wij vragen dan aan de ontwikkelaar: heb je nagedacht over de keuken? Dan komt er vaak een redelijk standaard antwoord. Daar komt onze toegevoegde waarde in beeld: wij denken vanuit onze lifestyles die we omzetten in custom made



‘De uitdaging voor ons is om zo’n aantrekkelijke oplossing neer te leggen dat we iedereen verleiden om deze te kiezen’

Rainier Zweep, Larissa Stoop en Perry Hanssen

storytelling voor het project. Wij weten veel over onze klantgroepen, in wat voor woningen ze nu wonen en wat hun woonwensen zijn. Belangrijke rode draad: de vraag naar kwaliteit en de behoefte om volledig ontzorgd te worden. Daar haken wij bij aan.’

Meerdere lifestyles

Het gesprek met de opdrachtgevende partij kan tot mooie samenwerkingen leiden, zo geeft Zweep aan. Hij verwijst naar het chique woongebied Overhoeks in Amsterdam-Noord, het voormalige Shell-terrein. ‘Wij waren daar in gesprek met ontwikkelende belegger over het plaatsen van onze keukens in de penthouses. Dat gesprek met ontwikkelaar Amvest verliep zo positief dat we uiteindelijk in bijna alle woningen van het project SieMatic geleverd hebben - in de koop- én de huurwoningen.’ De propositie van SieMatic gaat

daarbij nadrukkelijk verder dan technisch perfecte meubelen en apparatuur, aldus Larissa Stoop. ‘We hebben op basis van onze consumentenresearch drie lijnen ontwikkeld: Pure, Urban en Classic. Binnenkort komt daar een vierde lijn bij: Mondial. Elke lijn heeft een eigen identiteit. Waarbij we wel over de hele lijn onze technische knowhow inzetten, zoals bij het kastproduct MultiMatic dat tot wel 30 procent meer opbergruimte in de keuken realiseert. Uiteindelijk is het de bedoeling dat de consument zelf de eigen droomkeuken met onze modules kan samenstellen en het geheel zo kan personaliseren.’

Eigen verhaal

De samenwerking met de partners in de nieuwbouwketen wordt bij SieMatic als ‘collaborative housing’ gelabeld. Naast de opdrachtgever speelt de gespecialiseerde SieMatic Partnershowroom hierin

‘Wij weten veel over onze klantgroepen, in wat voor woningen ze nu wonen en wat hun woonwensen zijn’



Perry Hanssen

een belangrijke rol, zo Stoop uit. ‘Waar wij aan de voorkant de lijnen uitzetten voor het project, met de ontwikkelaar, heeft de Partnershowroom uiteindelijk de daadwerkelijke contacten met de consument. De Partnershowroom zorgt ervoor dat het maatwerk per woning wordt gerealiseerd. Zij zijn verantwoordelijk voor de precieze ontwerpen, de contracten en ga zo maar door.’

Perry Hanssen over het genoemde ‘voortraject’ en hoe SieMatic daarin vormgeeft aan conceptontwikkeling. ‘De ontwikkelaar stelt een bepaalde stelpost voor de keuken op. Binnen dat budget gaan wij aan de slag, met de wensen vanuit de woonconsument in het achterhoofd. Hoe wil deze wonen en leven? Daarbij gaan we door op wat de architect voor het project als identiteit heeft bedacht: wij voegen met onze storytelling daar nieuwe lagen aan toe. Ieder project krijgt een eigen verhaal. Die uiteindelijk uitmondt in een unieke configuratie van vooraf geassembleerde producten die perfect past in de ruimte. Zeker in de compacte en open plattegronden van dit moment: je kijkt vanuit de living niet meer naar een keuken maar naar een prachtig meubel. Kitchens are the new design furniture.’

De manier waarop SieMatic bij woongebouw The Valley (Zuidas Amsterdam) het keukenconcept realiseerde samen met de architect, betitelt Hanssen in dit verband als exemplarisch. ‘We hebben daar intensief gesproken met onze opdrachtgever - vertegenwoordigd door de architect Heijligers - over hoe de keuken en voedsel een rol kunnen krijgen in dit vijfsterren-woonconcept. We hebben daar in de lifestyle Pure met accenten uit de lifestyle Urban doorontwikkeld en zelfs een mockup-opstelling gemaakt bij onze

Partnershowroom in Houten met een 1:1 keuken, inclusief voorstellen voor de vloeren en de wanden. Dat is aan de voorkant een extra investering maar met 200 woningen loont dat wel de moeite.’ Rainier Zweep vult aan ‘Die dienstverlening maakt ons echt onderscheidend.’ Larissa Stoop: ‘De dialoog met de opdrachtgever is heel waardevol. En op die manier komen we ook tot nieuwe concepten.’ Een goed voorbeeld in die laatste categorie is de manier waarop SieMatic samenwerkt met gebiedsontwikkelaar AM in Amstelveen. Hanssen legt uit: ‘Bij het project De Hollandse Meesters worden woningen vanaf circa 40 m2 tot 185 m2 op de markt gebracht. Wij hebben daar niet alleen een voorstel voor de keukenopstelling ontwikkeld maar een integraal voorstel voor de gehele woninginrichting neergelegd.’

Compleet meubel

Nog preciezer en minutieuzer is het ontwerp voor het project met woningen vanaf 35 m2 in de Beierse hoofdstad München, in het project Kupa. Hanssen: ‘In een dergelijke plattegrond telt elke vierkante centimeter. Het zou heel lastig worden om hier een losstaande eettafel te plaatsen, daarom hebben wij met SieMatic een compleet meubel ontwikkeld. Met daarin de keuken, de bar en de eettafel. Dat concept hebben we neergelegd bij de belangstellenden en wat bleek: nagenoeg iedereen heeft hiervoor gekozen.’ Het is die vrijheid die Rainier Zweep aan het slot van het gesprek nog eens benadrukt. ‘Uiteindelijk is iedere consument vrij om een eigen keuken te kiezen. De slogan die ikzelf daarom altijd hanteer: “wij hebben voor u het beste gekozen, maar ú bepaalt”. De uitdaging voor ons is om zo’n aantrekkelijke oplossing neer te leggen dat we iedereen verleiden om deze te kiezen.’

Naam:
Rainier Zweep
Bedrijf:
SieMatic
Werkt als:
Directie
Vooral bezig met:
Promotie van SieMatic bij ontwikkelaars, architecten in samenwerking met onze partnershowrooms
Over tien jaar:
Kunnen zeggen dat ‘SieMatic het meest inspirerende luxe keukenmerk ter wereld is’

Het kantoomoment van de dag:
De ochtendstond heeft goud in de mond
Leukste collega:
Alle collega’s die net als ik met plezier en enthousiasme klaar staan voor onze klanten

Buiten de deur naar:
Het strand en de duinen
Een deal met/over:
Een ontwikkelaar voor het toepassen van SieMatic keukens in zijn/haar nieuwbouwproject
De stand van het land:
Samen werken aan een mooi land om in te wonen voor de volgende generaties
De belangrijkste economische ontwikkeling:
Een goede balans tussen economie, welvaart en natuur
De belangrijkste geopolitieke ontwikkeling:
Eraan werken dat wij elkaar respecteren
Uitkijken naar:
Het nieuwe jaar
Zorgen voor/over:
Geen zorgen maar uitdagingen en werken

‘Een architect kan prima de buitenkant van het gebouw ontwerpen, laat ons aan de binnenzijde onze gang gaan’



aan oplossingen
Niet vergeten:
Telefoon op te laden
Onmisbaar:
Een goede gezondheid en conditie
Belangrijkste persoon/ personen:
Iedereen in mijn omgeving; privé en zakelijk
Weggeven:
Alles dat ik een jaar lang niet heb aangeraakt en of gebruikt
Aanvaarden:
Dat soms ‘het gaat zoals het gaat’
Veranderen:
Nog beter luisteren
Durven:
Na te denken hoe het anders kan
Goede voornemens:
Samen succesvol zijn en de successen vieren
Nooit meer doen:
Energie steken in negativiteit

Vrije tijd:
‘Het leven vieren en genieten’
Lijstjes 2022:
Boeken:
Alles van Grisham
Podcasts/RTV programma’s:
Radio Manjare
Cultuurhoogtepunten:
Kunstspoor Noord Beveland
Sportmomenten:
Kampioenschap voetbal 2022
Kloetinge
Songs:
Alles van Amy Winehouse
Favoriete vakantieplekken:
Thuis
Hebbedingen:
Voice systeem van mijn auto
Zakelijke terugblik 2022:
Welk cijfer geef je 2022:
8
Mooiste moment:

ID Days tijdens onze huishow
Beste zet:
Aan de slag met promotie B2B
Mooiste deal:
Akkoord over verlengen huurcontract voor onze SieMatic
Flagship Store in Amsterdam
Beste zakelijke bijeenkomst:
Met onze partnershowrooms sparren over samenwerken in de B2B markt
Opvallendste nieuws:
Te lage productie van nieuwbouwwoningen
Grootste irritatie:
Onrust in de wereld
Aan wie geërgerd:
Alle wereldleiders die voor eigen gewin en macht gaan
Beste speech:
Alle keynotes van Steve Jobs

Beste zakenboek:
Alles van Jos Burgers
Het meest geleerd van:
Mijn ouders, vrienden en collega’s
Persoonlijke terugblik 2022:
Welk cijfer geef je 2022:
8
Topserie:
Oogappels
Sportieve hoogtepunt:
Vierdaagse Nijmegen (en uitgelopen)
Beste boek:
Alles van Grisham
Beste aankoop:
Nieuwe loopschoenen
Vakantie:
Lekker thuis. Noord Beveland
Welke film maakte indruk:
Geen films gekeken dit jaar
Leukste diner:
Zomeravonddiners in de tuin
Beste song:
Cold Heart: Elton John & Dua Lipa
Inspirerend:
Saloni di Mobili
Afscheid:
Van Tikker, onze kat,

weggelopen nooit meer gezien
Kippenvol:
Vierdaagse Nijmegen
Onverslaanbaar:
De klok
Hartverwarmend:
Onze honden; Twix en Bounty
Sportmaatje:
Sporthorloge
Zorgwekkend:
Klimaat
Geluk:
Gezond zijn
Held van 2022:
De SieMatic dealers.
Mijn klanten
Afzien:
Laatste kilometers van Ten Miles in Tilburg
Grootste ondeugd:
Snoepen
Meest gelachen:
Samen met projectontwikkelaars tijdens een fabrieksbezoek bij SieMatic
Grootste verlies:
De beurskoersen
Grootste irritatie:
Mensen die klagen om niets
Allergezondste:
Een banaan