


Ondernemer aan het woord Nieuwsbrief April 2013 – Van der Burgh Chocolaad

<p>1. De personen achter Van der Burgh Chocolaad? Wie zijn Richard en Joyce?</p> <p>Van der Burgh Chocolaad is opgericht door Joyce en Richard van der Burgh. Ik (43) ben zelf bijna 20 jaar werkzaam geweest in het bankwezen en Joyce (40) heeft lange tijd bij de KLM gevlogen als stewardess.</p>
<p>2. Chocoladerepen, er zijn er al zoveel, waarom dan toch juist chocoladerepen?</p> <p>Klopt, maar wie goed kijkt ziet dat deze niet (veel) meer met de hand worden gemaakt, laat staan ook nog met de hand verpakt worden. Er was een oude traditie weer nieuw te maken.</p>
<p>3. Wat onderscheidt jullie ten opzichte van de markt (qua product, qua aanpak, visie etc.)</p> <p>Ons gehele proces is handmatig zo ook het verpakken van onze repen. In Nederland zijn nagenoeg alleen nog fabrieksrepen te koop in saaie wikkels. Wij maken enkel chocolade van hoogwaardige kwaliteit Fairtrade cacao en verpakken deze in zeer bijzondere wikkels. Onze klanten kopen dus niet alleen intens lekkere chocolade maar tegelijkertijd ook een betaalbaar cadeautje.</p>
<p>4. Je bent naast producent, retailer met een eigen winkel in Delft en je hebt een eigen webshop. Waarom heb je gekozen voor deze opzet?</p> <div style="display: flex; align-items: flex-start;">  <p>Ik heb niet bewust gekozen voor deze opzet. We zijn in 2011 gestart met een webwinkel en maakten de repen vanuit onze keuken. Eind 2011 zijn we gestart met een vertegenwoordiger van ons product en kwamen zo al snel in winkels te liggen. Medio 2012 was onze afzet zo gegroeid dat we naar een productie ruimte moesten verhuizen. Dit werd een historisch pand in de oude binnenstad van Delft.</p> </div>
<p>5. Hoe kijk je als producent aan tegen het gebruik van private label?</p> <p>Dit voelt als identiteitsvervaging en passieloze schaalvergroting. Als producent ben je trots op je product, dat wil je uitstralen en dat prevaleert boven het alleen maar willen vergroten van je omzet.</p>
<p>6. Wat is je passie?</p> <p>Mijn passie ligt in het bouwen van ons merk. Het maken van een uniek product met een bijzonder scherp oog voor detail.</p>
<p>7. Waar ben je mega trots op?</p> <p>Dat we gestaag doorgroeien in economisch barre tijden.</p>
<p>8. Welke ambitie heb je voor de toekomst?</p> <p>Om mijn bedrijf verder uit te bouwen als familiebedrijf.</p>
<p>9. Wat kunnen je klanten (zakelijk en particulier) het komende jaar van je verwachten?</p> <p>We zullen dit jaar verder in meer winkels te koop zijn en we zullen ook meer smaken uitbrengen.</p>
<p>10. Wat merk je van de economische crisis? En hoe blijf je die te boven?</p> <p>We merken niet veel van de crisis. We hebben veel klanten die graag bij ons chocolade kopen vanwege de hoge kwaliteit en weer andere kopen bij ons een leuk en betaalbaar cadeautje.</p>
<p>11. Maak je gebruik van Social Media, zo ja welke vormen Twitter, Facebook, Pinterest,?</p> <p>Ja, ik Twitter veel.</p>



12. Wat is het effect van Social Media op je bedrijfsvoering?
Via Twitter heb ik veel contact kunnen leggen met onze klanten. Zo ben ik ook onder de aandacht gekomen van Bommels Conserven.
13. Hoe ervaar je de samenwerking met Bommels Conserven
Constructief, punctueel, ambitieus en gedreven.
14. Wat kan Bommels Conserven verbeteren?
Op dit moment zijn er m.i. geen punten te verbetering.