

## Ondernemer aan het woord Nieuwsbrief Augustus 2013 – Delicatessenhuis Jac. Van Zanten

Een boeiend verslag van twee gepassioneerde mensen, die hun levensstory vertelden op een zonnige woensdag in juli, lekker op het terras van hun winkel. Ditmaal het verhaal van Dorenda en Koos. Zij wonnen het geheel verzorgde diner wat we vorig jaar hebben verloot bij restaurant Pure C\* en mochten daar – naar eigen zeggen – waanzinnig van genieten. Hier het verhaal.

*\* het tweede restaurant van Sergio Herman in Cadzand met 1\**

### **Hoe het begon?**

De geschiedenis gaat 91 jaar terug. Opa Jacobus Albertus begon met zijn winkel op de Westzeedijk. Het was toen nog een groente- en fruitwinkel, die luisterde naar de mooie naam “Primeurs en Comestibles”. Primeurs stond voor het feit dat ze de nieuwe oogst aardappelen hadden of de asperges. Iets wat toen uniek was. Comestibles staat voor eetbaar. Vanwege de bouw van de verzorgingsflat “Dykhoven” in de jaren '50 moest de familie naar een ander pand verhuizen. De flat staat er overigens nog steeds. In de tussentijd was het niet meer alleen de opa van Koos die de zaak bestuurde, maar waren zijn ouders ook de zaak ingestapt.

In 1956 werd een geheel nieuw pand aan de Karel Doormanstraat in gebruik genomen. Niet meer voor te stellen, maar toen stond het pand nog solistisch. Wel waren er plannen voor een verdere ontwikkeling van de wijk. Tijdens de startfase richtte zich men op klanten uit de nabije omgeving, die kwamen voor dagelijkse boodschappen. Een supermarkt zoals tegenwoordig was er nog niet. Deze zaak werd door de moeder van Koos bestuurd. Door de aanwezigheid van een groot parkeerterrein pal tegenover de winkel, waar busladingen met toeristen stopten, was de winkel een toevluchtsoord voor toeristen die graag iets Nederlands mee naar huis namen. Een run dus op Goudse kaas, Droste en koffie van Douwe Egberts. Het oude pand aan de Westzeedijk was er ook nog en hier maakten de opa en vader van Koos zich verdienstelijk door te leveren aan restaurants en de ‘notabelen’ in de directe omgeving. Uiteindelijk is door de bouw van de verzorgingsflat de winkel in 1961 opgehouden te bestaan.



### **Wat gebeurde er toen Koos de zaak binnenstapte?**

Vanaf 1970 kwam Koos in de zaak erbij. Koos was vooral op zoek naar nieuwe dingen. Hij merkte dat de klandizie daar behoefte aan had. Het werd een toevoeging van kaas en vleeswaren. En voor die tijd was het heel bijzonder om hammen en kazen te hebben die nergens te koop waren.

Maar Koos zou Koos niet zijn als het daarbij gebleven was. Dus de volgende stap was om ovens in de zaak te zetten om brood af te bakken. Koos las veel en bezocht ook veel winkels en beurzen in het buitenland. Het idee was gebeuren. Hij heeft zijn ouders gek gezeurd, gelukkig stemden ze toe. Een unicum dat je toen

nog nergens zag. Voor toentertijd een geweldige investering nl. 10.000 gulden. Een gouden zet, de catering- / broodjestak was geboren. Het verdiende zich ruimschoots terug.

### ***Eigen baas***

Vanaf 1988 ging Koos zelfstandig met Dorenda verder. Dorenda leerde hij in de zaak kennen, dat was liefde op het eerste gezicht en na 30 jaar nog steeds gelukkig bij elkaar. Dorenda was eveneens afkomstig uit een middenstandersgezin, haar ouders hadden een brood- en banketzaak en wist dus ook van aanpakken.

In de periode van 1988 tot 1993 kwamen er steeds meer andere producten bij met name non-food items, echter altijd gerelateerd aan food, voornamelijk Engels georiënteerd. Vervolgens kwam de periode dat de supermarkten langer open gingen, waardoor hun functie dat ze 's avonds altijd wat langer open waren, geen toegevoegde waarde meer had voor de consument. De producten van alledag waren ook niet meer gewild, men ging er direct voor naar de supermarkt. Daar kwam nog bij dat de winkel tussen 2 horeca zaken met een groot terras werd verstoep en klanten met een boog om de winkel heen gingen. Tijd voor een volledige ommekeer dus.



Koos en Dorenda besloten in 1996 om alleen nog maar onderscheidende producten, die niet overal verkrijgbaar zijn, te verkopen en de winkel uit te breiden met een lunch gelegenheid.

Wat begon in 1997 met 3 tafels binnen en 6 tafels buiten is er nu ruimte voor 45 couverts. Deze aanpak werd voor Delicatessenhuis Jac. A. van Zanten een groot succes. Temeer omdat hij ook in zijn lunch juist andere producten voerden dan vele van zijn horeca collega's met een flinke dosis servicegerichtheid en flexibiliteit.

### ***Wat voor assortiment voer je?***

Na de ommekeer in 1996 zijn alle 'supermarkt' producten er uit gegaan en zijn we ons gaan toeleggen op bijzondere producten van een hoge kwaliteit, vaak van een Engelse origine. Maar vergeet ook de Franse en Italiaanse specialiteiten niet.

### ***Wat voor type klanten trekken jullie aan?***

Als je de winkel binnenstapt, is het altijd gezellig vol, zowel de winkel als met klanten. De klantenkring is een vaste groep die al jaren trouw is aan de winkel / horeca. Het is een groep die wat te besteden heeft en die houden van kwaliteit en gezelligheid. Het leuke is dat de kinderen van die oudere groep ook al weer vaste klant zijn geworden.

### ***Wat doe je om je klanten te binden?***

Vooral goed luisteren, flexibel zijn. Als een klant iets vraagt wat niet op de kaart staat, waarom zou je het dan, als het er is, niet kunnen bestellen. Of even de klant extra verwennen met een proeverijtje van nieuwe

producten. Het gevoel geven dat ze zich thuis voelen en het gezellig vinden. En blijven verbeteren en vernieuwen. Dat verwachten onze klanten van ons en dat moeten we ook blijven doen.

***Wat merk je van de economische crisis? En hoe blijf je die te boven?***

Het gaat niet meer vanzelf. Je moet meer moeite doen om je klant te overtuigen. Daarnaast zie je dat grote bedrijven die eerst heel makkelijk broodjes bestelden voor de lunch, dit reduceren naar minder vaak of naar minder aantallen omdat er minder mensen werken.

*Om boven te blijven?*

Blijven vasthouden aan de kwaliteit van je producten, juist voor de langere termijn. Daar geen concessies aan doen. Blijven vernieuwen en zorgen dat je onderscheidend blijft in je producten en service.



***Wat doe je om bij te blijven in de markt?***

Veel informatie inwinnen door te lezen, veel beurzen bezoeken in binnen- en buitenland en testen van producten. Dit laatste gebeurt met name door Dorenda die veel experimenteert om dit weer aan haar horeca gasten voor te kunnen zetten.

***Welke boodschap zou je aan je mede collega's willen geven?***

Lever nooit in kwaliteit, blijf je onderscheiden, zorg voor een reserve.

***Vorig jaar met de beurs in Houten voerden we een actie waar je kans maakte om een geheel verzorgd diner bij Pure C te winnen. Jullie waren de winnaars van een etentje en tegelijkertijd een 30 jarig huwelijk te vieren. We zijn natuurlijk heel nieuwsgierig hoe was het?***

Waanzinnig, de manier waarop we ontvangen werden, de attente en vriendelijke houding van het personeel, de netheid, het geweldige eten, waar de prijs / kwaliteit eigenlijk niet in verhouding stonden en dat in positieve zin. Bij alles wat we kregen (ze hadden stiekem de prijzen van het arrangement uitgezocht) was naar ons idee de prijs te laag voor de kwaliteit en hoeveelheid die we kregen. En steeds weer een verrassingseffect, zo werd de avond afgesloten bij de koffie een brandende kaars. Deze werd vervolgens uitgeblazen en bleek een kaars van chocolade te zijn met de meest lekkere chocolade. Die kaars ging dus op.

***Welke inspiratie heb je op gedaan bij Pure C?***

Blijven doen waar we zelf mee bezig zijn, namelijk gezelligheid bieden, je klanten blijven verrassen, blijven werken aan de presentatie van je borden en zorgen dat smaken kloppen.