

TEKST: BIANCA ROEMAAT | FOTO'S: OSCAR VAN DER WIJK



Tijdens de coronaperiode is Gijs van Dijk van 't IJshuys in Heusden doorgegaan met het serveren van ijscoupes. Dat resulteerde in een hogere besteding per klant.

*VOC-voorzitter  
Gijs van Dijk wil  
meer marge maken  
met coupes*

## 'Ijs blijkt crisisbestendig'

Sturen op cijfers. Voor Gijs van Dijk van 't IJshuys in Heusden is het als ondernemer dagelijkse kost. Deze kersverse voorzitter van de Verenigde Ondernemers Club (VOC) van Vereniging Ambachtelijk IJscentrum (VAIJ) wil dit ijsseizoen meer marge behalen met zijn coupes. Daarnaast gaat hij ambachtelijk softijs verkopen, in navolging van collega's uit de VOC.

De koekwous is de coupe waarmee de eigenaren van 't IJshuys de meeste marge behalen.

Links: in de zomer bezoeken veel dagjesmensen en toeristen ijszaak in het monumentale stadje Heusden.

Midden: de ijsvitrine is direct bij binnenkomst zichtbaar.

Rechts: sinds dit voorjaar kost een bol ijs van 70 gram 2 euro in plaats van 1,75.

‘Dromen. Doen. Heusden’. De slogan onder het plaatsnaambord van het Noord-Brabantse vestingstadje lijkt Gijs van Dijk op het lijf geschreven. De eigenaar van ijs salon ‘t IJshuys, gelegen in het hart van de vesting, maakte in 2011 zijn (ondernemers) droom waar. Samen met zijn vader Kees stapte hij in de wereld van ijs verkopen en bereiden. “Ik was uit het onderwijs gestapt en werkte tijdelijk bij een callcentre omdat ik eigenlijk een wereldreis wilde maken. Maar door de crisis van 2008 kwam het er niet van. Ik was op zoek naar geluk, vrijheid en de menselijke touch.” Dat laatste gold ook voor zijn vader die in de koffiebranche zat en daar geen werkplezier meer in vond.

Ze besloten samen hun geluk te beproeven en de vrijheid om te ondernemen, te ervaren. Toen het overnemen van een lunchzaak op het laatst niet doorging, kwamen ze toevallig bij ‘t IJshuys in Heusden terecht. Deze zaak bestond sinds 2008.

“We liepen hier naar binnen, keken elkaar aan en wisten: ‘Dit gaan we doen’. Soms moet je in het diepe springen. Zo werden we dus ijsmannen en kwamen we terecht in voor ons onbekende wereld.”

Inmiddels runnen vader en zoon al weer zo’n elf jaar de ijs salon in een monumentaal pand met 30 zitplaatsen en 16 terrasplekken. In de zomer bezoeken veel dagjesmensen en toeristen hun dagelijks geopende ijszaak. Van oktober tot april is de ijs salon van vrijdag tot en met zondag open. Om de winterdip op te vangen, verkopen ze bonbons en ijstaarten van chocolaterie Van Ham uit Esbeek.

### **BROEDERSCHAP**

Als motto voor hun ondernemerschap kozen vader zoon voor de ‘leus’: ‘Voor een wereld vol blijdschap’ met de kernwaarden



vrijheid, geluk en broederschap. En dat dragen ze dagelijks uit. “Je moet vechten voor je geluk en broederschap, daarom staan er twee zwaarden op het door mij ontworpen bedrijfslogo.” Broederschap staat voor het samen ondernemen, legt Van Dijk uit. Maar ook voor het werken in teamverband met de veertien medewerkers; saamhorigheid in de lokale gemeenschap en sparren met collega’s in het vak.

Zo is de ijssalonhouder uit Heusden sinds twee jaar actief als bestuurslid van de VAIJ en sinds begin van dit jaar als voorzitter van Verenigde Ondernemers Club (VOC). De VOC bestaat uit vijf werkgroepen waarin een tiental ondernemers met elkaar praat over ondernemerszaken. Wie wil deelnemen, moet zijn jaarcijfers delen. “Dat is de absolute voorwaarde, net zoals de afspraak dat de cijfers en alles wat we bespreken, onder ons, dus ‘in de vergadering’ blijft.”



### ‘AMBACHTELIJK’ SOFTIJS

Door het sparren met collega’s bij de Verenigde Ondernemers Club (VOC) van Vereniging Ambachtelijk IJscentrum (VAIJ) is Gijs van Dijk van ‘t IJshuys in Heusden op het idee gekomen om dit seizoen ‘ambachtelijk’ softijs op basis van een eigen mix te verkopen. “Ik heb als proef voor dit seizoen een goede tweedehands softijsmachine gekocht en via een apart loket ga ik het softijs verkopen. Door ervaringen van ondernemers bij de VOC weet ik dat softijs toegevoegde waarde heeft voor een ijssalon. Mensen die anders naar de snackbar gaan om een softijsje te halen, blijven nu hier.”

In de laatste van de drie jaarlijkse bijeenkomsten, worden de jaarcijfers met elkaar besproken. Chiel van den Hout van Beko Advies zet de cijfers over de inkoop, omzet en de brutowinstmarges op een rijtje en geeft feedback. Ook al zijn alle bedrijven anders, je kunt van elkaar leren, vindt de VOC-voorzitter. Er blijkt animo voor de club te zijn want dit jaar waren er weer nieuwe aanmeldingen.

### PERSONEELSKOSTEN

Zelf ging de uitbater van ‘t IJshuys aan de slag met zijn personeelskosten. “Bij mij was dat in 2019 zo’n 30 procent en ik zag dat collega’s bij de VOC een lager percentage hadden. Dan ga je daarover praten: hoe doe jij dat? Door een Excelsheet met kostenoverzicht te koppelen aan mijn planning en door te schuiven in de roosters, heb ik uiteindelijk de personeelskosten naar 20 procent weten te brengen.”

Sturen op cijfers doet Van Dijk ‘old school’ via Excell-bestanden. “Software is vrij prijzig voor een klein bedrijf als het onze maar als ik straks een nieuwe kassa nodig heb, ga ik hierin investeren.” Om dit jaar meer marge te halen, is hij gestopt met het aanbieden van uitgebreide koffiespecialiteiten: “Koffie is vanaf nu een bijproduct. Mensen komen hier voor het ijs.”

Vanuit die gedachte gaat hij de verkoop van ijscoupees stimuleren. “Daar kun je meer marge mee maken dan met koffie. Ik was

De ijskaart bestaat uit acht coupes die allemaal te maken zijn met de acht standaardsmaken uit de vitrine. Gasten kunnen daarnaast kiezen uit drie maten: large ( 4 bollen voor 9 euro), medium (3 bollen voor 8,50 euro) en small (2 bollen voor 7,50 euro).



al eerder van plan om meer in te zetten op coupes maar toen kwam corona.” In tegenstelling tot veel collega’s ging de VOC-voorzitter wel door met het serveren van ijscoupes tijdens corona. Dat resulteerde in een hogere besteding per klant. Om zijn personeel te ondersteunen bij het maken van de coupes, heeft hij een instructieboek gemaakt. “Alle coupes moeten er hetzelfde uitzien.”

### BEST DEAL

Buiten staat inmiddels een stoepbord met de tekst ‘Zeg maar na: ‘Whoop, whoop een ik wil een ijscoupe!’ en ook op de nieuwe ijskaart is deze tekst te vinden. De kaart is vernieuwd en bestaat uit acht coupes die allemaal te maken zijn met de acht standaardsmaken uit de vitrine. Gasten kunnen daarnaast kiezen uit drie maten: large ( 4 bollen voor 9 euro), medium

‘Alles wat we bespreken blijft onder ons’

(3 bollen voor 8,50 euro) en small (2 bollen voor 7,50 euro). Bij de grootste coupe heeft Van Dijk bovendien de tekst ‘best deal’ geplaatst. De coupe met de beste marge, ‘De koekwous’, heeft hij met een iets grotere foto afgebeeld als blikvanger op de kaart. “Ik heb op internet veel gelezen over de psychologie en verkoop via menukaarten en die tips heb ik hierin verwerkt.”

### PRIJZEN VERHOGEN

Een ander ‘heet’ hangijzer dat momenteel in alle versbranches speelt, zijn de stijgende grondstofprijzen door corona en de oorlog in de Oekraïne. Nu die prijzen met zo’n 16 procent stijgen, wat moet je dan als ijssalonhouder doen? “Veel ondernemers durven hun prijzen niet te verhogen. Maar snij jezelf niet in de vingers. Er zit meer elasticiteit in de prijs dan je denkt”, vindt Van Dijk.

Daarom vraagt hij nu 2 euro in plaats van 1,75 voor een bol ijs van 70 gram. De prijs van twee bolletjes gaat naar 3,50 euro en die van drie bolletjes naar 4 euro. “Willy Rooswinkel, de mede-voorzitter van de VOC, zegt altijd: de mensen komen voor jouw product naar je zaak. Zo lang je geen klachten krijgt dat je te duur bent, ben je te goedkoop.”

In de eerste week na de invoering van de nieuwe prijzen heeft Van Dijk enkel begripvolle reacties gehad van gasten die begrijpen dat alles in rap tempo dunder wordt. “Ijs blijkt een crisisbestendig product. We zijn in de economische crisistijd in 2011 deze ijssalon overgenomen en ook in de coronatijd hebben we gekeken hoe we door konden gaan met ijs verkopen zolang we niet dicht hoefden.”

*Lees ook de column van Gijs van Dijk op pagina 21. ◀*

### VOC

VOC staat voor de Verenigde Ondernemers Club (VOC). Deze bestaat momenteel uit vijf werkgroepen van een tiental collega’s die drie keer per jaar bijeenkomen om te overleggen over ondernemerszaken. Het delen van de jaarcijfers en lidmaatschap van de Vereniging Ambachtelijk IJscentrum (VAIJ) zijn de vereisten. Wie interesse heeft om zich aan te sluiten, kan mailen naar: [voc@ambachtelijkijscentrum.nl](mailto:voc@ambachtelijkijscentrum.nl).