

ELLY DIEPSTRATEN:
“KWALITEIT HEEFT
EEN PRIJS.”

Elly Diepstraten, decennialang werkzaam in de financiële sector, zocht een nieuwe uitdaging. Die vond ze 200 meter bij haar huis in Austerlitz vandaan! Nu is ze eigenaar van restaurant Het Plein in het centrum van haar woonplaats. Met een duidelijke visie: de klant (of gast, zoals hij in de horeca wordt genoemd) moet het gevoel hebben dat hij thuis komt.

Geef je klant het gevoel thuis te komen

TEKST TOON BERENDSEN | BEELD HERBERT WIGGERMAN

In haar laatste functie in de financiële dienstverlening was Elly werkzaam bij SNS Reaal. “Ik was daar betrokken bij het opzetten van de begeleiding van medewerkers van werk naar werk. Het opzetten van iets nieuws is mijn passie. Ik had beduidend minder met het van dag tot dag begeleiden van de mensen. Ik kon ook moeilijk omgaan met mensen die niet in beweging wilden komen. Sommige mensen bleven heel erg in hun verdriet of wrok zitten. Ik zou mensen die hun werk bij verzekeraar of bank zijn kwijtgeraakt, ook willen oproepen zich te laten omscholen. Wij zouden heel blij zijn met een paar 60-plussers erbij in de bediening. Ik weet het: mensen zijn bang voor hun inkomen. Maar durf verder te kijken. Wat zou je doen als je vandaag niks meer had? Als je niet geremd zou worden door materiële zaken? Wees niet bang voor het onbekende. Volg je hart, zet stappen.”

Diepstraten liet zich door materiële motieven niet weerhouden en ging weg bij SNS Reaal. Zonder duidelijk toekomstplan. “Ik dacht aan een B&B of een hotelletje. In ieder geval iets met gastvrijheid.” Toen diende

Het Plein zich aan. “De eigenaren van dat moment hadden van het restaurant een pannenkoekenhuis gemaakt. Maar ze kregen de loop er niet in. Er is nog gepoogd het restaurant te upgraden, maar eigenlijk wilden de toenmalige eigenaren dit niet. Zo ontstond de opening. Een half jaar nadat ik bij SNS Reaal was vertrokken, hebben we Het Plein gekocht.”

Wie het restaurant nu bezoekt, ziet dat het juist breed is opgezet. “Een deel is ingericht voor het publiek dat ’s avonds à la carte wil eten. Daarnaast is er een gedeelte waar mensen terecht kunnen voor eeuwige klassiekers als

hamburger, biefstuk en saté. We zijn er ook voor de vele wandelaars en fietsers die hier langskomen. Mensen kunnen eten ook afhalen. Elke doelgroep heeft andere wensen. De kunst is om bij die wensen aan te haken. Wandelaars bijvoorbeeld willen snel weer verder. Zij willen koffie en appeltaart. Of een soep van de dag.”

AMBIANCE

Op de vraag of ze voorbeelden heeft, pakt Elly een van de boeken die driersterrenkok Jacob Jan Boerma (De Leest, Vaassen) heeft gemaakt samen met fotografe Sacha de Boer. Boerma en De Boer laten de lezer eten puur beleven en dat is precies de keuze die Diepstraten bij Het Plein heeft gemaakt. “De Leest vormt samen met de Librije de top in Nederland. Daar willen we onszelf niet mee vergelijken. Maar net als Boerma kiezen wij voor kwaliteit. Wij zullen nooit een blik soep opentrekken of werken met halffabricaten. Bij ons wordt alles zelf bereid, met dagelijks verse producten. Wij besparen ook niet op de koffie. Die kwaliteit heeft een prijs, maar de ervaring heeft ons geleerd dat de gasten bereid zijn die prijs

“EEN RODE DRAAD
GEEFT DUIDELIJKHEID
VOOR JEZELF, VOOR JE
MEDEWERKERS ÉN
VOOR JE KLANTEN”



te betalen. Juist omdat ze de kwaliteit herkennen en waarderen. Dat is een tip die ik collega-ondernemers zou willen meegeven: zorg dat je altijd een rode draad hebt. Dat geeft duidelijkheid, voor jezelf, voor je medewerkers en *last but not least* je klanten.”

Inspiratie vindt Elly ook bij Pandarve in Zeist. Dit is een eetcafé met een sterk huiselijk karakter. Die huiselijkheid is ook herkenbaar in Het Plein. Als mensen binnenkomen, is het gezellig. Het is alsof je thuis komt. “Ik denk voortdurend: wat zouden mijn gasten fijn vinden? En dat vertalen we dan naar beleving. Dat doen we vanaf het moment dat de gasten binnenkomen tot ze weer naar huis gaan. Het laatste dat je moet willen, is dat de klant denkt; ik heb betaald, nou kijken ze niet meer naar me om. Nee, je reikt de klant zijn jas aan, spreekt nog eens uit dat je hoopt dat hij een fijne avond heeft gehad en houdt de deur voor hem open.”

Dit gastheerschap hebben mensen in zich of niet, heeft Elly inmiddels geleerd. Daar moet je ook rigoureuus in zijn. Wie het niet in zich heeft, past

simpel weg niet bij je bedrijf. Een beetje koorddans is het wel, want het is niet makkelijk om goed personeel te vinden. Een ander minpunt zijn zakenpartners die hun afspraken niet nakomen.” Over het geheel genomen, heeft Elly echter geen spijt van haar besluit in Het Plein te stappen. “Het is dankbaar werk. Bovendien geldt in de horeca dat je op vijf jaar moet rekenen eer een restaurant rendabel is. Wij zitten veel eerder op het omslagpunt.”

REDELIJKE PRIJS

De focus volledig op de klant, zo vertelt Elly, had ze ook al toen ze in 1985 samen met Harry Damave in Haarlem voor zichzelf begon als financieel adviseur. Ze werkte volgens dezelfde principes die ze in haar restaurant hanteert: zet je klant centraal, luister goed naar de klant, help de klant zodat hij zijn wensen en keuzes goed kan bepalen. Dat was toen helemaal nog niet de norm. Inmiddels is sprake van een gedrags- en cultuurverandering, die Elly toejuicht. “Het is goed dat er meer kaders zijn gekomen. Ik snap best dat ie-

mand die commercieel ingesteld is, niet veel op heeft met administreren, maar dossiervorming hoort er gewoon bij. Klagen heeft geen nut en onthoud waarom bepaalde regels er gekomen zijn.”

Elly zou met wat meer prijsregulering geen moeite hebben. In de horeca maar ook in algemene zin. “Een kleine thermometer in een koeling vervangen kostte ons laatst 650 euro. De monteurs komen voorrijden met z’n tweeën. Dat is al twee keer 80 euro per uur. Er worden 90 euro voorrijdkosten gerekend. Toen we daarna nog een keer een thermometer moesten vervangen, hebben we dat zelf gedaan. Kosten: 108 euro. Je kunt elkaar een goed inkomen, maar het moet wel realistisch blijven.”

“Collega-restaurants bieden menu’s aan van vijftien euro, terwijl wij weten dat dit minimaal achttien of negentien euro moet zijn. Als wij het écht doorcalculeren, kun je het simpelweg niet voor minder doen zonder aan kwaliteit in te boeten. Om te kunnen bestaan, moet je als restaurant een redelijke prijs kunnen vragen. Financieel adviseurs zullen daar niet anders over denken!” ■