Zo moet Dunkin’ Donuts wel een succesnummer worden

07-12-2016 09:36



Door Nick Möller
Redactie RetailWatching

Dunkin’ Donuts maakte twintig jaar terug al eens een entree in Nederland. Amper drie jaar later vertrok de Amerikaanse keten in koffie en bakkerijproducten met de staart tussen de benen. Horecaondernemer Roberto Fava gaat het nu helemaal anders doen.

Roberto Fava is geen onbekende in de horeca. Hij maakte de afgelopen jaren vooral naam met zijn Ice Bakery’s, waarvan er inmiddels zes in Amsterdam zijn. Consumenten kunnen daar terecht voor ijs, koffie, bonbons, macarons, crêpes, stroopwafels en milkshakes gemaakt van hazelnootpasta van Nutella. Daarnaast zijn er drie Bakery Cafés en een flagshipstore van Duo Penotti aan het Rokin. Die zaken krijgen nu echter een nieuwe general manager, vertelt Fava. “Ik ga mij de komende jaren voornamelijk richten op de groei van Dunkin’ Donuts in Nederland. Al blijf ik links en rechts natuurlijk wel meekijken met Ice Bakery, dat blijft toch mijn kindje.”

Meer van deze tijd
De comeback van Dunkin’ Donuts werd in april 2014 al aangekondigd. Destijds startte de Amerikaanse retailer met een zoektocht naar een master franchisenemer in ons land. Sinds vorig jaar zomer werden er gesprekken gevoerd met Roberto Fava. “We hebben de tijd genomen om de mogelijkheden voor een succesvolle uitrol te

bekijken. Want het mag duidelijk zijn dat het tussen 1997 en 2000 geen succesverhaal was. Dat was voornamelijk te wijten aan een onhoudbare kostenstructuur. Vooral de fabriek vergde een hoop investeringen, die niet snel genoeg werden terugverdiend."

De nieuwe strategie noemt Fava 'meer van deze tijd'. Dat betekent in eerste instantie dat het winkelconcept er al heel anders uit komt te zien. "Het oranje en roze van Dunkin' Donuts zul je hier alleen nog in het logo terugvinden. Nederland is straks het eerste land waar de nieuwe uitstraling te zien is. In plaats van de zoetsappige kleuren die we van tien tot twaalf jaar geleden kennen gaan we meer met hout werken. We willen meer sfeer in de winkels creëren."

Het assortiment is ook anders dan bij de eerste poging in ons land. Behalve donuts en koffie staan er ook bagels, sandwiches en muffins op het menu. Het is echter geen doel om op de gezondheidstrend in te spelen met healthy snacks, benadrukt de ondernemer. "Er is de afgelopen jaren onderzoek gedaan naar bijvoorbeeld gezonde donuts of het gebruik van andere zoetstoffen, maar dat bleek allemaal geen succes. Suiker is misschien wel ongezond, maar mensen kunnen niet zonder."

Productiecentrum
De donuts komen niet meer uit een fabriek, maar uit een 'productiecentrum' in Amsterdam. Fava heeft de expansiestrategie aangepast om sneller een rendabele organisatie te realiseren. De eerste vier à vijf winkels openen in de buurt van dat centrum hun deuren, om de afstand voor de leveringen zo kort mogelijk te houden. "We hebben voor Amsterdam gekozen, omdat daar veel buitenlandse toeristen komen waar we als wereldmerk van kunnen profiteren. Ook de Nederlandse consument is er zo'n één à twee keer per jaar te vinden, waarmee het de ideale plek is om ons concept te testen. Bovendien hebben we grote aantallen nodig. In kleinere steden ligt de omzet een stuk lager en is het moeilijker om een productiecentrum rendabel te krijgen."

Het plan is om de komende vijf jaar 25 tot dertig winkels te openen. De uitbreiding vindt plaats in cirkels, zegt Fava. "We kunnen het ons niet veroorloven om een winkel in Groningen te openen, als we daar een leuk pand zouden vinden. De afstand vanaf het productiecentrum is daarvoor veel te groot. Daarom kijken we na Amsterdam bijvoorbeeld eerst naar een cirkel rond Utrecht en Rotterdam."

De eerste zaken zullen door Fava's horecabedrijf Kiro Holding worden geëxploiteerd. "Als wij en Amerika vervolgens vinden dat we verder kunnen groeien, gaan we op zoek naar nieuwe franchisenemers. Uiteindelijk denk ik dat we per honderdduizend inwoners wel één of twee winkels kunnen openen. De komende tien jaar willen we zestig tot honderd vestigingen openen. Daarvoor zijn we al in gesprek met de NS, tankstations en andere retailers. Dan kan het ook om een servicepunt gaan in bijvoorbeeld een winkel van H&M, waar je een drankje en wat eten kunt halen. Vooral voor kleinere plaatsen zoeken we de samenwerking op."

Vooralsnog ligt de prioriteit bij het vinden van de juiste panden om officieel van start te gaan. De gesprekken over verschillende locaties in Amsterdam lopen inmiddels, stelt Fava. "Zodra we een overeenkomst hebben kunnen we ook direct aan de slag. De bouwtekeningen liggen klaar, er is een team naar Amerika voor training en de bakkers worden in Duitsland opgeleid. Aan het einde van het eerste kwartaal van 2017 is onze eerste winkel zeker open."