

# Zo gaat Dagelijks Lekker achter Subway aan

15-12-2017 11:18



In een tijd waarin consumenten steeds meer buiten de deur lunchen, doet broodjesformule Dagelijks Lekker goede zaken. Het aantal vestigingen heeft zich in de afgelopen twee jaar bijna verdubbeld. Met name de laatste maanden volgen de openingen elkaar in rap tempo op. En het einde is wat betreft oprichter Mikel Schutte nog lang niet in zicht.

Dagelijks Lekker begon zo'n vijfenhalf jaar geleden met een concept geïnspireerd op de Britse One Pound Sandwich Shop: alles voor een vaste prijs, in het geval van Dagelijks Lekker voor 1,80 euro. Een concept dat de broodjesformule nog altijd volhoudt en waarmee het op steeds meer plaatsen opduikt. Met recente openingen in Amsterdam, Utrecht en Delft staat de keten nu op dertien filialen. Dat moeten er volgend jaar in ieder geval twintig zijn, zegt Schutte. Al voegt hij eraan toe dat dat getal 'niet heilig' is. "De locatie en de huurprijs moeten kloppen. Maar er zijn nog veel mooie locaties waar we niet zitten, dus kansen genoeg." Met zijn expansie focust Dagelijks Lekker zich vooralsnog sterk op het westen van het land. Zo hebben zowel Den Haag als Leiden twee vestigingen, Amsterdam zelfs drie en zit de formule verder in Rotterdam, Utrecht, Haarlem en Delft. Een bewuste keuze, legt Schutte uit. "We zitten met ons hoofdkantoor in Haarlem en willen als een olievlek uitbreiden. Natuurlijk komt een keer de stap dat we wat verder weg kijken, naar plaatsen als Arnhem, Amersfoort en Zwolle." Die stap zou volgens de oprichter best komend jaar al eens kunnen komen. Als 'tussenstapje' is Dagelijks Lekker nu al concreet bezig met een vestiging in Hilversum.



Het assortiment van Dagelijks Lekker is vrij overzichtelijk. Tien vaste broodjes, een broodje van de maand en verder wat soepen, salades en dranken. Ieder item kost 1,80 euro, iets waar de keten al sinds de oprichting in 2012 aan vasthoudt. "We willen dat heel graag volhouden, maar het ligt er natuurlijk aan hoe de economie zich ontwikkelt", vertelt Schutte. "Gezien onze huidige groei denk ik dat we dit bedrag nog zeker twee of drie jaar kunnen vasthouden." Die inflexibele prijs beperkt Dagelijks Lekker in zijn assortimentskeuzes, maar van een totaal gebrek aan vernieuwing is volgens hem geen sprake. Afwisseling zit hem onder meer in zowel een broodje als smoothie van de maand, terwijl ook yoghurt met muesli is toegevoegd om wat meer ontbijtklanten te trekken. Ook het latere deel van de middag krijgt wat meer aandacht, met name in de grotere vestigingen. "We hebben nu drie locaties met wat meer zitplaatsen, waar we ook een puntje appeltaart serveren. Daarmee stimuleren we ook weer de koffie- en thee verkoop." Het is nodig om klanten van wat verrassing te voorzien. Want sommigen, met name het personeel van de omliggende winkels dat er komt lunchen, komen wel vier of vijf keer per week. "Maar wij hebben tien verschillende broodjes", vertelt Schutte. "De achterliggende gedachte is dat als je alles lust en dagelijks komt, je iedere dag iets anders kunt eten."

### **Online**

Waar Dagelijks Lekker de aandacht voor de verschillende momenten tussen acht en vijf uur wat beter probeert te benutten, is verdere verbreding uitgesloten. "Over uitbreiding naar de avond heb ik nog geen tweede nagedacht", zegt Schutte overtuigd. "Het gaat goed, dus langer openblijven om meer geld te verdienen is nergens voor nodig." Waar volgens hem nog wel meer mee gedaan kan worden, is de onlinedienst. Vanaf

vijftien producten is het mogelijk om online te bestellen voor afhalen en bezorgen. Daarmee richt Dagelijks Lekker zich op vergaderlunches en bijeenkomsten van bedrijven. Met de onlineservice ook particulieren aanspreken, is momenteel niet aan de orde. "Met de huidige drukte in de vestigingen kunnen we dat niet aan", verklaart Schutte. Wel komt er meer focus op de bestaande bezorgdienst, die wat hem betreft een wat grotere bijdrage aan de omzet mag leveren. Zo zijn er vijf nieuwe elektrische bakfietsen aangeschaft, die zowel duurzamer zijn dan de aloude scooters als meer producten kunnen vervoeren. Ook wordt aan het bestaan van de online bestelmogelijkheid wat meer bekendheid gegeven. Dat is tot nu toe nog niet gedaan, al was het maar om te voorkomen dat de vestigingen 'ontploffen'. Zo groeit de omzet ook in de eerste vestiging in Haarlem nog jaarlijks met zo'n acht procent. "Ik verbaas me er steeds weer over dat het plafond nog niet bereikt is", zegt de oprichter. "Maar je ziet dat onze steeds grotere bekendheid weer resulteert in een betere omzet."



Voor 2020 mikt Dagelijks Lekker op dertig vestigingen, maar het plafond is daarmee wat Schutte betreft zeker niet in zicht. Hoewel hij zegt zich niet helemaal te willen vergelijken met Subway, verwijst hij toch naar de Amerikaanse broodjesketen die bijna tweehonderd vestigingen in Nederland heeft. "In de uiterste vorm denk ik dat wij tot honderd kunnen gaan. Er zijn zoveel verschillende doelgroepen waar wij ons op richten en daarmee ook heel veel potentiële locaties." Naast nieuwe steden kijkt Schutte ook naar nog meer locaties in de plaatsten waar Dagelijks Lekker al zit. Zo is de retailer bezig met een derde locatie in Den Haag en een tweede in Rotterdam. De uitbreiding vindt geheel in eigen beheer plaats. Want Schutte is, net zoals hij twee jaar geleden al in RetailTrends zei, geen fan van franchise. "We hebben de middelen om in eigen beheer te groeien, waarom zou ik er dan een externe partij bij halen?" En mochten die middelen er op een bepaald moment niet meer zijn, dan weet Dagelijks Lekker zich inmiddels verzekerd van de interesse van investeerders. "Op dit moment willen we dat niet, maar mocht het nodig zijn, dan kunnen we daarmee het groeitempo opvoeren."