

Hoe Brownies & Downies Nederland verovert

07-01-2019 13:00



Op het eerste gezicht lijkt Brownies & Downies een lunchroom als vele andere, maar aan de naam is al te zien dat dat niet het geval is. De formule biedt plaats aan medewerkers met een verstandelijke beperking. En dat gebeurt op steeds meer plekken, want de lunchzaken duiken in rap tempo overal in Nederland op. "En het einde is voorlopig nog niet in zicht."

Brownies & Downies begon in 2010 met een vestiging in Veghel. Twee jaar later werd gestart met franchise en sindsdien ging het snel. Jaarlijks kwamen er zeven tot negen vestigingen bij, waarmee de teller inmiddels op 52 staat. Dit jaar moeten er vijf bij komen en de komende jaren wil de formule doorgroeien tot 75 vestigingen. "Het fundament van de formule staat echt als een huis", zegt oprichter en mede-eigenaar Thijs Swinkels.

Brownies & Downies opende vorige maand een nieuwe vestiging in Lelystad, de achtste volgens een nieuwe look & feel. De kleur groen is een belangrijk onderdeel van de nieuwe huisstijl, zegt formulemanager Philip Christiaans. "Mensen nemen bij ons wat langer de tijd om te lunchen, zien het echt als een ontspanmoment. Daar horen warme tinten en een huiskamergevoel bij. We willen een vertrouwde en fijne omgeving creëren voor zowel de gast als de bijzondere medewerkers."

Geen McDonald's

Vooraf in de zaken die nieuw worden geopend is die nieuwe uitstraling al te zien. "En sommige andere vestigingen die al wat langer open zijn maken zelf die keuze", zegt Christiaans. "Maar het is niet zo dat we er een termijn op plakken, dat binnen een jaar alle vestigingen vernieuwd moeten zijn. Dat verloopt organisch, het is geen ombouwoperatie à la Blokker." Dat is ook omdat de look & feel vooral een basis is en zeker niet alle vestigingen hetzelfde moeten zijn, vindt Christiaans. "We willen geen McDonald's zijn. Een vestiging in Valkenburg moet er heel anders uitzien dan een in Lelystad."

Brownies & Downies richt zich vooral op kernwinkelgebieden en ziet voorlopig nog geen mogelijkheden op woonboulevards en outletcentra. Maar verder zijn er volop uitbreidingsplannen bij de formule. Om die reden was Brownies & Downies er snel bij met zijn aanmelding voor het [RetailRegister](#). Verhuurders hebben inzicht in de zoekprofielen en kunnen retailer benaderen als ze een geschikte winkellocatie hebben. "Een vestiging in de Efteling, een tijdelijk pop-up restaurant op een groot dancefestival en een locatie in Antwerpen en Amsterdam staan nog hoog op ons verlanglijstje", droomt Swinkels hardop. "Vooral om nog meer verschillende doelgroepen kennis te laten maken met ons concept."

Plekken waar Brownies & Downies dit jaar zijn deuren opent, zijn in ieder geval Apeldoorn en Harderwijk. Voor verdere groei ziet de keten vooral kansen in het midden van het land. "We zijn begonnen in Veghel en van daaruit uitgebreid richting Gelderland en Limburg", zegt Christiaans. "Ook in Groningen en Friesland zijn we inmiddels best mooi vertegenwoordigd en in Noord- en Zuid-Holland ook, maar vooral in Midden-Nederland zijn nog interessante gebieden om te groeien." Zeeland is, na de sluiting van de locatie in Vlissingen, de enige provincie waar geen Brownies & Downies te vinden is. "Op dit moment heeft Zeeland wat minder aandacht, maar we sluiten niet uit dat er weer een vestiging komt, bijvoorbeeld in Middelburg."

De grens over

De uitbreidingsplannen beperken zich niet tot ons land. In het Belgische Baarle-Hertog en het Zuid-Afrikaanse Kaapstad is nu al een vestiging te vinden. Maar voor Brownies & Downies komt bij buitenlandse expansie wat meer kijken dan het vinden van een bereidwillige franchisenemer. "Het horecaconcept is redelijk makkelijk te exporteren", legt Christiaans uit. "Maar door ons personeel komt er ook een zorgverhaal bij kijken, en dat is in ieder land anders geregeld."

In België is de test inmiddels geslaagd, zegt Christiaans. "Daar hebben we nu de juiste partijen gevonden, ook op zorggebied, om verder uit te breiden. We hebben bijvoorbeeld ook onderzoek gedaan naar Spanje en Italië, maar die landen zijn voor ons totaal niet interessant." Buitenlandse interesse is er overigens genoeg. "We krijgen wekelijks aanvragen uit landen als Australië, Amerika en Canada. Maar die leggen we nog even opzij, om rustig door te groeien zoals we nu doen, met de juiste focus. Het is een lastig concept om zomaar te kopiëren."

Dat laatste heeft vooral te maken met het personeel, dat Christiaans steevast omschrijft als 'bijzondere medewerkers'. In de bediening, maar ook in de keuken werken voornamelijk mensen met een verstandelijke beperking, aangestuurd door enkele professionals. Hoewel dat misschien klinkt als een liefdadigheidsproject, benadrukt Christiaans dat Brownies & Downies een commercieel concept is. "De drie pijlers culinair, commercieel en zorg zijn even belangrijk, dat is een van onze belangrijkste succesfactoren." Klanten die in eerste instantie waarschijnlijk vooral komen uit nieuwsgierigheid, moeten terugkomen om de kwaliteit, verduidelijkt hij. "We willen laten zien dat deze mensen heel goed in de horeca kunnen werken en je er goed kunt lunchen tegen een marktconforme prijs. Als je dat op orde hebt, zien we dat de vestigingen heel succesvol zijn."

Ondanks de commerciële insteek, zoekt Brownies & Downies franchisenemers die niet per se 'superzakelijk zijn', zegt Christiaans. Het moeten volgens hem 'sociaal-commerciële' ondernemers zijn. "Ze moeten geld niet

zien als een doel, maar als een middel om sociale impact te maken en de dromen van de medewerkers te realiseren. Je moet geen half miljoen euro per jaar uit een vestiging willen halen, dat is niet realistisch." De gehele organisatie is met 52 vestigingen inmiddels groot genoeg om op gebieden als inkoop net zo efficiënt te zijn als de concurrentie, zegt Christiaans. En ook de individuele vestigingen laten zien dat de sociaal-commerciële aanpak niet ten koste hoeft te gaan van winst. "Er zijn er altijd wel één of twee die nog wat extra aandacht vragen, maar van de 52 zijn er vijftig die de zaak op een prima manier kunnen draaien."

RetailRegister

Tientallen retailers die op zoek zijn naar een winkellocatie hebben dat kenbaar gemaakt in het RetailRegister. Naast Brownies & Downies zijn dat onder meer Spar, Praxis, New York Pizza en Lucardi. De zoekprofielen worden gericht onder de aandacht gebracht van vastgoedbezitters. Zij kunnen retailers gericht benaderen met hun winkelaanbod. Het RetailRegister is een gezamenlijk initiatief van RetailTrends Media en Vastgoedjournaal. Retailers kunnen onbeperkt zoekprofielen aanmaken in het RetailRegister.

> [Maak hier een zoekprofiel aan](#)

Amnon Vogel