bruna

Bruna is de meest inspirerende verwenwinkel in de wereld van lezen en schrijven

Bruna-ondernemer Paul Monnichmann:

‘Zonder Bruna was ik nooit zo succesvol geweest.’

Terwijl de boekenmarkt onder druk bleef staan, heeft Bruna afgelopen jaar veel beter gepresteerd dan andere ketens in de branche, op alle assortimentsgroepen. Het geheim? Flexibiliteit, aanpassingsvermogen en vooral een scherp oog voor de consument. Inmiddels telt het 145 jaar oude bedrijf 375 vestigingen en in 2010 werd het uitgeroepen tot beste franchisegever van het jaar.

Boekhandel Monnichmann was nooit zo succesvol geworden als de Brunawinkel die hij nu heeft. Daar is Paul Monnichman van overtuigd. ‘Bruna is een concept dat zich in de loop van anderhalve eeuw heeft bewezen. De naamsbekendheid is ongelooflijk: 98 procent van de Nederlanders kent ons en weet precies wat ze van onze winkel kan verwachten.’
In 1998 begon hij samen met zijn vrouw een Bruna in het Leidse winkelcentrum Stevenshof. Een winkel van gemiddelde omvang (150 m²) en een PostNL-servicebalie. In het begin was het hard werken, maar daar plukt hij nu de vruchten van. ‘We ontvangen dagelijks zo’n 380 kopende klanten. Sommigen komen zelfs vier tot vijf keer per week. Het zijn loyale klanten. Hebben we iets niet op voorraad, dan mogen we het bijna altijd voor ze bestellen.’

Wat is het geheim van Bruna’s succes?

Paul: ‘Bruna voelt de behoeften van de consument goed aan. Dat vertaalt zich in een actueel en divers assortiment dat telkens weet te verrassen. Daarnaast is het natuurlijk ook een lekker makkelijke winkel met een breed assortiment. Van postzegels tot krasloten. Van boeken en tijdschriften tot agenda’s, wenskaarten, pakpapier en multomappen.’
Steven van Wijk, directeur operations bij Bruna: ‘Bruna is een winkel waar je voor je plezier komt, waar je altijd wel iets leuks vindt om jezelf en anderen te verwennen. Bruna staat voor ontspanning. Maar ook voor kennis opdoen, inspiratie. Een Bruna is warm en gezellig, lichtvoetig en sympatiek. We vinden het daarom erg belangrijk dat ondernemers echt iets met mensen hebben. Dat ze vriendelijk en behulpzaam zijn.’

Wat doet Bruna voor de ondernemer?

Steven: ‘Bruna ondersteunt de franchisenemer op alle facetten van de bedrijfsvoering. Van logistiek en marketing tot automatisering en administratie. We hebben huisaccountants voor de boekhouding, category managers voor de assortimentering, er zijn opstartmanagers die de franchisenemer in zijn beginfase ondersteunen en areamanagers die blijvend coachen. Daarnaast verzorgen wij de contracten voor bijvoorbeeld energie, verzekeringen en financiering. Wij zijn een full-serviceorganisatie, wat overigens uniek is in onze branche.’
Paul: ‘Ik vind het ontzettend fijn dat ik mijn boeken niet zelf hoef in te kopen. Bruna heeft veel ervaring in deze branche. Dankzij

een uitgekiende inkoopsleutel krijg ik elke week de boeken en tijdschriften die specifiek zijn afgestemd op de behoeften van mijn doelgroep. Zelfs de aantallen zijn bepaald. Heb ik voorraad over, dan kan ik ze terugsturen en krijg ik mijn geld terug. Ik loop daarmee een minimaal risico en ben altijd voorzien van een aansprekend assortiment.’

‘De franchiser profiteert van alles wat er via onze webshop bruna.nl verkocht wordt.’

Is er ook ruimte voor eigen invulling?

Paul: ‘Het concept van Bruna ligt voor een groot gedeelte vast. Je kiest uit verschillende schappenplannen die Bruna per assortimentsgroep heeft samengesteld. Dit gebeurt overigens in nauw overleg met de ondernemers die via commissies betrokken zijn. Daarnaast kunnen we voor 10 tot 20 procent zelf inkopen, mits het past bij de identiteit van de winkel. Met een collega franchiser uit Leiden heb ik bijvoorbeeld een boek en een kalender uitgegeven over Leiden. Zo’n initiatief past natuurlijk perfect bij de formule.’

Over Paul Monnichmann
Paul Monnichmann (50) runt sinds 1998 samen met zijn vrouw een eigen Bruna in Leiden. Twee keer werd een winkel van hen uitgeroepen tot beste Bruna van het jaar.
Paul: ‘Ik ben er vanzelf ingerold. Toen ik op het postkantoor werkte, werd ik gevraagd om een Postkantoorwinkel op te zetten. Eerst was ik terughoudend. Ik was helemaal gewend aan de veilige wereld achter gepanserd glas, maar na een korte stage was ik helemaal om. Ik voelde me op de winkelvloer als een vis in het water. Toen de Bruna werd overgenomen door mijn werkgever, Postkantoren BV, kreeg ik de kans een eigen filiaal te beginnen. Later kwam daar een tweede filiaal bij. Omdat de werkdruk hierdoor erg hoog werd, besloot ik de tweede winkel na 5,5 jaar van de hand te doen. Mijn ambitie: Elke dag met plezier naar mijn werk gaan en doen wat ik leuk vind. Dat is goed gelukt.’

Is de webshop Bruna.nl een concurrent voor de Bruna-ondernemer?

Steven: ‘Nee, beslist niet. In de eerste plaats bieden we de consument de mogelijkheid om het boek dat ze online bestellen, zelf af te halen bij een Brunafiliaal – erg handig als je overdag niet thuis bent om het pakketje in ontvangst te nemen. De ondernemer profiteert hier uiteraard van. In de tweede plaats verdelen we de opbrengst van de boeken die via de post bij de mensen thuisbezorgd worden over alle franchisers.’

Hoe zit het met e-books?

Steven: ‘Bruna weet zich al 145 jaar met succes aan te passen aan de veranderende wereld. Dat is mede de reden waarom de winkel op dit moment tot de meest succesvolle formules in het boekenvak behoort.

Wat e-books en e-readers betreft: die zijn gewoon te koop op Bruna.nl. Op die manier profiteren onze ondernemers dus ook van de digitale revolutie. Daarnaast blijven we altijd zoeken naar nieuwe mogelijkheden voor het assortiment. Het kan best dat de Brunawinkel er over 20 jaar heel anders uitziet. Maar dat geldt voor alle winkels.’

Wat is de ideale Bruna-ondernemer?

Paul: ‘Je moet van mensen houden. Je bent niet alleen maar aardig als mensen komen afrekenen. Je bent geïnteresseerd en behulpzaam. Onze winkel heeft ook een belangrijke sociale functie. Onze klanten komen niet alleen voor een boodschap. Vaak hebben ze ook een vraag of een verhaal. Het zijn die gesprekken over leuke, maar ook minder leuke dingen, waarmee je een band creëert. Je leert je klanten kennen en weet op een bepaald moment precies wat hun behoeften zijn.’
Steven: ‘Je hebt een passie voor alles wat met lezen en schrijven te maken heeft en kunt op MBO-niveau werken. Ervaring in de retail is prettig, maar niet noodzakelijk. Bruna begeleidt startende ondernemers intensief en we bieden alle benodigde cursussen.’

Wat doet Bruna aan marketing?

Paul: ‘Het begint op winkelvloer zelf. Er zijn zeventien thematische acties per jaar. Denk aan school, vakantie, (kinder)boekenweek, Sinterklaas en Kerst. Je bepaalt zelf waar je aan meedoet en Bruna verzorgt de instore communicatie. Daarnaast hebben we de huis-aan-huisfolder. Als ondernemer stel je zelf oplage en verspreidingsgebied vast.’
Steven: ‘Voor grote landelijke acties, zoals de nijntje spaaractie, maken we tv-commercials. Daarnaast werken we veel met social media.’

Activiteit:	Retail in boeken, tijdschriften & dagbladen, wenskaarten, papier & schrijfwaren, multimedia & educatieve kidsartikelen.
Entreegeld:	€ 6.000
Jaarlijkse fee’s:	Zal worden toegelicht in een persoonlijk gesprek.
Totale investering:	Zal worden toegelicht in een persoonlijk gesprek.
Benodigd eigen vermogen:	Minimaal € 50.000
Gemiddelde omzet per vestiging:	Zal worden toegelicht in een persoonlijk gesprek.
Type samenwerking:	Hard Franchise
Lid NFV:	Ja
Locatie omschrijving:	A1 / A2
Verzorgingsgebied:	Vanaf 10.000 inwoners
Training:	Er wordt een modulaire opleiding geboden voor franchisenemers.
Inkoop:	Centrale inkoop via inkoopafdeling Bruna.

Walmolen 21-23 - 3994 DL - Houten ☽ (030) 639 19 11 - De heer K. Heemskerk (Klaas) - kheemskerk@bruna.nl

Vestigingen

Franchise		Eigen
342	2012	38
342	2013	38
342	2014	38

Buitenland

2 (Curaçao en Aruba)