

IK WIL MEER ZIJN DAN ALLEEN MAAR ONDERNEMER! INTERVIEW MET THIJS SWINKELS – EIGENAAR VAN BROWNIES&DOWNIES



Thijs Swinkels
Sociale Ondernemer

Citeren: Venn, R. & Bouman, I. (2018). Ik wil meer zijn dan alleen maar ondernemer. Interview met Thijs Swinkels - Eigenaar van Brownies&downieS. In: Venn, R. (Ed.) *Exploring Social Business*. Avans University of Applied Sciences: 's-Hertogenbosch, The Netherlands, pp. 9-12.

Ronald: "Good things happen over coffee" - wat is het verhaal achter Brownies&downieS?

Thijs : Wij zijn in september 2010 gestart met Brownies&downieS in Veghel en zijn in januari 2012 begonnen met een vestiging in Sint-Oedenrode. Sinds 2012 zijn we een franchise formule. We bestaan dus nu al 8 jaar. Echter was het destijds geen franchise concept maar gewoon een leuk tentje in Veghel. Destijds waren we eigenlijk ook niet zo bijzonder in hetgeen wat we deden. Je had al "Broodje apart" in Schijndel en "Downies" in Amersfoort. Wat ons concept uiteindelijk zo leuk maakt is dat we zorg-gerelateerd bezig zijn maar **niet leven van subsidies of giften**. Wij zijn een commercieel bedrijf. We ontvangen wel zorggelden, maar ons doel is om 90% van onze zaken zo te laten draaien dat ze niet afhankelijk zijn van derden. Het zorggeld kunnen we dus inzetten voor de doelgroep zelf. Ons concept is zo bijzonder, omdat wij gewoon concurreren met commerciële bedrijven zoals Bagels & Beans. Hierdoor hebben we een snelle groei kunnen maken. In oktober 2012 hadden we de eerste franchise zaak en nu **6 jaar verder zitten we met 50 locaties** waarvan één in België en één in Zuid-Afrika. Het team is zeer jong, de oudste is 38. Daardoor stoot je ook wel vaak je neus als een beter, ervaren bedrijf. Maar door deze doelgroep zijn we ook wel lekker creatief, speels en leuk bezig. We hebben wel lang en hard moeten werken om uiteindelijk op het aantal te komen dat je commercieel gezien ook zelfredzaam bent als formule. Want 20 filialen lijkt heel mooi maar we zitten wel in de horeca met pittige concurrentie. **Uiteindelijk draait alles om onze doelgroep**, dat is onze grote kracht. We hebben anderhalf jaar geleden bijvoorbeeld een groot taartenboek gemaakt – dat was heel erg leuk!

- Ronald: Meestal omschrijven ondernemers met “doelgroep” hun klanten oftewel een klantsegment, maar jij gebruikt deze term totaal anders. **Wat is dan precies jouw doelgroep?**
- Thijs: Dat zijn mijn medewerkers! Dus mensen met een verstandelijke beperking en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. **Grootste doelgroep zijn de mensen met autisme en syndroom van down.** Maar we doen voor niemand de deur dicht. We staan ook mensen toe die geen “rugzakje” bij hebben!
- Ronald: Hebben jouw medewerkers al een soort van opleiding of worden ze door jullie opgeleid?
- Thijs: Nee ze hebben geen opleiding, hoewel dat erg belangrijk is. We zijn nu zelf aan het kijken of we met geschikte partners een **academie** kunnen starten. Richting ROC niveau 1 wat dan ca. 2 á 3 jaar duurt. De officiële diploma’s zullen onze medewerkers nooit kunnen behalen want daar zijn we in Nederland nog niet klaar voor. Vanuit de overheid is het zo geregeld dat alleen mensen met uitzicht op een diploma toegelaten mogen worden. Dat is vanwege de hoge kosten. Het is gek, maar de mensen die onderwijs het hardste nodig hebben, krijgen de kortste opleiding. Speciaal onderwijs stopt op je 18’e en er is geen hoger beroepsonderwijs. Deze slag wil ik met de academie gaan maken. Ik wil deze tussenschakel zijn en ervoor zorgen dat er beroepsonderwijs is.
- Ronald: Hoe ben je op het idee gekomen om een sociale ondernemer te worden?
- Thijs: Ik heb CIOS gedaan, een sportopleiding dus. Veel mensen zien de link met de doelgroep niet, maar ik wel. Ik moest stage gaan lopen maar werkte nog veel naast school. Ik heb bijvoorbeeld veel in de horeca gewerkt als bijbaan tot in de late uren. Maar dit betekende dat je laat thuis kwam en school er soms bij in schoot. Dit is tevens wel gelijk de link tussen horeca en de doelgroep. Want ik moest dus **stage** lopen maar ik zag niet veel fijns op MBO. Mijn mentor van school kwam toen op het idee om op **speciaal onderwijs** mee te lopen. Ik vond dit op het begin niks, maar ik kwam hier al snel op terug.
- Ik verzorgde de gymlessen en dit was een mooi moment om met de doelgroep aan de slag te gaan. **Ik kwam met grote verhalen thuis.** Toen zei mijn vriendin ook dat ik mijn **passie** had **gevonden**. Nou eenmaal klaar met mijn stage en school wilde ik gaan kijken of ik hier iets mee kon doen. Uiteindelijk kwam tijdens een avondje brainstormen het idee Brownies&downieS voorbij. Vervolgens hebben we een aantal mensen verzameld om advies in te winnen en die geloofden in mijn plan. Toen wist ik zeker dat ik ondernemer wilde worden. **Ik wil niet afhankelijk zijn van donaties.** Als je gaat kijken naar onze concullega’s dan hebben zij dat anders ingestoken. **Onafhankelijk is voor mij echt de ‘key’** en de volgende stap is nu de academie.
- Ronald: Waarom geen gewone horeca zaak?
- Thijs: Bagels & Beans is een concurrent van ons. Zij zijn ook klein en regionaal begonnen en nu hard aan het groeien – net als wij. Maar ik was zo geprikkeld door die doelgroep dat ik daar

iets mee wilde doen. **Ik heb aan het begin wel onderschat hoe zeer wij nodig zijn voor de doelgroep.** Niet alleen werk gerelateerd maar ook privé. Een tijd geleden is helaas de vader van een medewerker overleden. Hij belde mij als eerste om het te vertellen; dat was erg heftig. Vervolgens werden wij ook bij hem thuis uitgenodigd en waren wij dan naast de familie de enige buitenstaanders. Toen dacht ik bij mezelf: We spelen een best belangrijke rol in het leven van onze medewerkers. De stappen die we met hen maken en de waardering die we krijgen vanuit de ouders, die is enorm. Dit motiveert me om door te gaan.

Ronald: Hebben jouw franchisenemers ook deze passie?

Thijs: Iemand die met de Brownies&downieS formule start moet wel onze visie delen. Aan de ene kant moet je een commercieel bedrijf runnen, maar aan de andere kant zijn we ook een zorg gerelateerde organisatie. **Ik wil meer zijn dan alleen ondernemer.** Ik wil bijvoorbeeld niet dat iemand hier overuren draait. Wij klokken en controleren niet precies. Het werk wat er ligt moet wel af, maar balans moet er zijn.

Ronald: Wat zijn de grootse uitdagingen voor jou?

Thijs: **Innovatief zijn** en de koploper blijven die we nu zijn. Niet gericht in aantallen maar in de begeleiding van de doelgroep naar een regulier arbeidsproces en regulier werkplek. Ik heb hierover een **Ted talk** mogen geven ([click hier voor de video](#)) en daar heb ik gezegd: Mensen accepteren dat ze bij Brownies&downieS geholpen worden door iemand met een beperking, maar mensen accepteren dat niet als ze bijvoorbeeld een nieuwe auto kopen. Stel de verkoper zou iemand met het syndroom van Down zijn en uitleg geven over de auto. Dat wordt niet geaccepteerd, ondanks dat zij misschien veel meer kennis over de auto hebben dan jij en ik. Deze **mindset** zal een grote **kanteling** moeten maken. Dat is mijn grootste doelstelling.

Ronald: Die mindset van consumenten veranderen – dat is cruciaal?

Thijs: Ja. Kijk; ik sta in verband met de doelgroep dus ik accepteer deze mensen veel sneller dan anderen. Maar de consument bepaalt uiteindelijk de route die de ondernemer moet gaan nemen. Door koploper te zijn probeer ik een verandering in de mindset te bereiken.

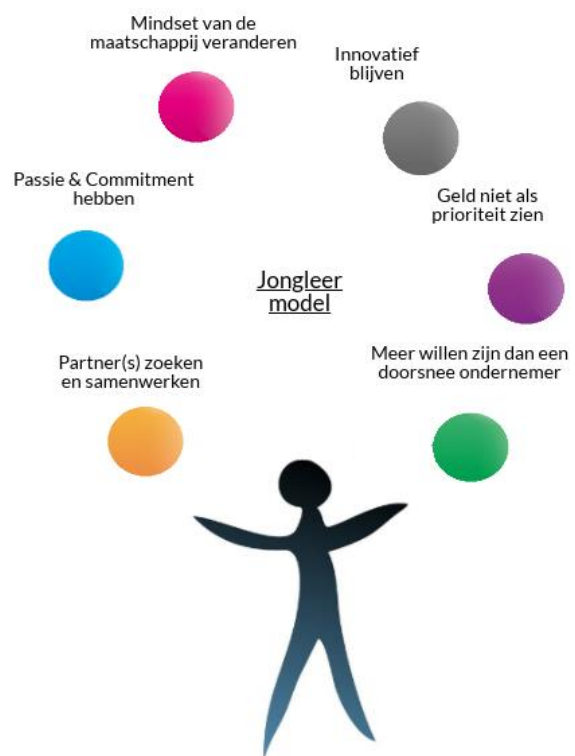
Ronald: Wat zijn jouw drijfveren om elke dag te kunnen doen wat je doet?

Thijs: Dat zijn de mensen die je hebt kunnen plaatsen bij andere bedrijven. Daarnaast geeft de doelgroep je veel voldoening omdat ze op een plek zitten waar ze zichzelf kunnen zijn en zich veilig voelen. Maar ook de franchisenemers omdat ze echt voor de doelgroep gaan. Dit alles geeft mij de motivatie om door te zetten. **Natuurlijk ben ik ondernemer dus ik wil ook iedere dag stapjes vooruit maken.** Dit gaat niet elke dag soepel. Je bouwt een formule en je hebt een kantel punt, want pas bij 25 filialen ga je break-even spelen. Dus er komt nu genoeg geld binnen om te kunnen doen wat we willen doen. Uiteindelijk is het de combinatie die me elke dag inspireert: ondernemen en de doelgroep helpen.

Ronald: Heb je tips voor mensen die ook sociaal ondernemer willen worden?

- Thijs: Blijf dicht bij jezelf. Je zult je energie en enthousiasme uit het bedrijf moeten halen, omdat je als ondernemer ook mindere tijden meemaakt. Je omgeving meekrijgen is ook belangrijk. Je **familie, partners** en omgeving moeten geloven in wat jij doet. Of dit nou werk is of een eigen onderneming. Je hebt deze **steun** nodig! We doen alles voor de doelgroep. Het helpt mee dat we resultaten boeken maar als we het enthousiasme van de doelgroep niet krijgen dan zou ik het niet volhouden. **Ik heb aan het einde van het jaar liever meer energie en minder resultaat dan andersom.**
- Ronald: Zou je zeggen dat de onderneming slechts een instrument is om sociale doelen te bereiken?
- Thijs: Ik durf hard te zeggen dat ik dit echt voor de doelgroep doe. **Winst maken is leuk maar daar gaat het me niet om!**
- Ronald: Zou je met dezelfde hoeveelheid passie kunnen werken bij een zorginstelling voor gehandicapte mensen?
- Thijs: Nee. Die zorgaanbieders hebben regels en protocollen en dat wil ik niet. Ik wil zelf aan de knoppen kunnen zitten. Ik moet kunnen sturen! Ik zou echt een slechte werknemer zijn. **Het ondernemen hoort er echt bij!**
- Ronald: Thijs, bedankt voor het inspirerende gesprek!

Op basis van dit interview en aanvullende informatie hebben we de volgende afbeelding gemaakt. We kiezen voor de metafoor van een **jongleur** om de sociale ondernemer te verbeelden (zie afbeelding 1). **Thijs Swinkels** wordt zo de **artiest** die met talent en hard werken het grote podium beklommen heeft en met diverse ballen jongleert. Zo houdt de sociale ondernemer het bedrijf draaiende en werkt continu voor zijn "doelgroep" – mensen met een verstandelijke beperking. Maar ook wij maken deel uit van deze metafoor, namelijk als publiek. We zijn onder de indruk van de jongleur en zijn meeslepende voorstelling. Iris en Ronald geven Thijs in iedere geval "a standing ovation". Jij ook? Ga dan een keer naar één van de [Brownies&downies Cafés](#), drink een lekkere koffie en geniet van de een stukje taart (die zijn trouwens verrukkelijk).



Afbeelding 1: De sociale ondernemer als artist