



www.braunwine.nl

Matthijs Braun importeert uitsluitend wijnen met zijn familienaam

Waarom makkelijk doen als het moeilijk kan?

Zijn er verschillende wijnen op de markt die Braun heten? Dit vroeg de IJmuidense ondernemer Matthijs Braun (31) zich af toen ook hij door de corona-uitbraak zonder werk kwam te zitten. Het antwoord heeft hij zelf gevonden door met de auto in Europa op zoek te gaan naar Braun-wijnen. En nu importeert hij de lekkerste flessen bubbels, rood, wit en rosé... van Braun.

Het is een bijzonder verhaal, dat Matthijs Braun heeft te vertellen. Hij is een echte horecamaan en werkte vorig jaar nog als adviseur voor het gerenommeerde restaurant Diga in Haarlem. Nadat Covid-19 iedereen naar huis joeg, had Matthijs nog maar één advies: "Hou de deuren dicht."

En dus kwam hij zelf ook zonder 'baan' te zitten. "Ik deed mijn werk bij Diga als zelfstandige en wist ook meteen dat ik een nieuwe onderneming zou starten. Ik werk nu eenmaal niet graag voor een baas, daar ben ik te eigenwijs voor. Maar welke kant het op zou gaan? Ik had geen flauw idee."

Totdat een vriendin hem trakteerde op een flesje wijn met de naam 'Braun' op het etiket. Ineens viel het kwartje. Dit werd zijn nieuwe doel: het naar Nederland halen van de familie Braun. Oftewel: wijnen die de naam Braun of Brown dragen, of Bruno of Maronne (Italië), Brun (Frankrijk) of het Spaanstalige Marròn. Als de 'familienaam' maar op het etiket terugkwam.

Flamboyant

“Bestonden ze wel, verschillende wijnen met de naam Braun?”, vroeg de flamboyante ondernemer, met zijn haarlokken tot over zijn schouders en gleufhoed op zijn bebaarde hoofd. Na een kort onderzoek via internet kwam hij tot 45 wijnhuizen. Matthijs besloot zich opnieuw in te schrijven bij de Kamer van Koophandel. Dat wijn centraal zou gaan staan in zijn nieuwe onderneming is niet zo vreemd: hij heeft de passie voor wijnen ontwikkeld bij Ster-restaurant Hotel Merlet in Schoorl. Van de eigenaar Martin van Bourgonje kreeg hij een cursus aangeboden die hem de titel sommelier (wijnkenner) opleverde. “Daar ben ik Martin nog steeds dankbaar voor”, aldus de bevlogen IJmuidenaar.

Jongensdroom

Hij noemt het een jongensdroom. Matthijs belde wijnhuizen in Europa met de boodschap dat hij ze met een bezoekje wilde vereren. “Dan werd er opgenomen met: ‘Weingut Braun’. Ik zei dan: ‘Mitt Matthijs Braun’. Ja, dan is het net alsof ik familie van me aan de lijn heb.” Matthijs ging op reis en wil zijn klanten die reis ook laten ervaren. Op zijn website is te zien hoe hij de wijnfamilies bezoekt. “Ik vind het belangrijk om de mensen echt mee te nemen. Het gaat mij niet om het kil verkopen van wijn, ik wil beleving delen. Daarom laten we op de website alles zien hoe het avontuur, de reis, de ontmoetingen zijn gegaan. We hebben zelfs een documentaire gemaakt van mijn ontmoetingen met de wijnfamilies. Zo kan iedereen zien hoe bijzonder zij zijn. En het leuke is: “het zijn allemaal mannen” Over het algemeen zijn de wijnmakers van mijn leeftijd, kort in de dertig. Terwijl je verwacht een Godfather van 70 met een wandelstok tussen de ranken aan te treffen. Er is een jonge generatie actief in de wijnsector met veel meer kennis van nu. Het is leuk om samen dingen te bedenken, dat geeft zoveel energie.”

Met open armen

De wijnen van de boeren die de naam Braun op hun etiket hebben staan worden niet bij voorbaat meegenomen voor de verkoop. Matthijs is als ‘sommelier’ buitengewoon kritisch. “Ik zoek de wijnen in eerste instantie uit op de naam en ga ze dan één voor één proeven. Alleen als ik echt onder de indruk ben, voeg ik het toe aan onze collectie.” En de wijnboeren in Duitsland, Frankrijk en Oostenrijk – de landen die hij tot nu toe heeft bezocht – ontvangen hun ‘naamgenoot’ met open armen. “Het voelt echt als familie als ik langskom.”

En nu heeft hij liters wijn uit Europa in een kelder staan voor de verkoop? “Jazeker! Maar dat gaat veranderen. De wijn gaat binnenkort rechtstreeks van de wijnboer naar de klant. En wij laten persoonlijk weten dat de wijn in aantocht is.” Matthijs kan het niet vaak genoeg benadrukken: het gaat hem om beleving. Hij wil dat zijn klanten meemaken wat hij meemaakt. “Veel wijnboeren hebben een prachtig resort. We zijn nu bezig om overnachtingen te organiseren. Zodat klanten de families kunnen ontmoeten, wijn kunnen proeven en blijven slapen. Zo worden we naast wijnimporteur tevens boekingsoffice, haha.”

Uitdaging

Waarom kiest hij voor deze weg? Je kunt toch ook veel simpeler wijn importeren en verkopen? Mathijs lacht. “Dat is de makkelijke weg, maar waarom makkelijk doen als het moeilijk kan? Ik hou van de uitdaging. Wij vinden het leuker om met iets unieks te komen en dagelijks leuke initiatieven te bedenken om de beleving onder de aandacht te krijgen.” En wie is ‘wij’? “Ik heb een club mensen om me heen die dingen doen waarin ze veel beter zijn dan ik. Mijn vader is al jaren reclameondernemer en helpt mij om het merk naar buiten te brengen. En mijn oom is tekstschrijver. En zo komt ook hier bij ons het familiegevoel uitstekend tot z’n recht.”