Bakje koffie is weer ‘hot’

20-08-2007 00:00

Door de introductie van Senseo heeft Douwe Egberts zich weer helemaal op de kaart gezet. Vijftien jaar lang kampte de koffiemarkt met teruglopende cijfers, maar door de populariteit van het Senseo-apparaat is koffie weer helemaal 'hot'.

Senseo is de nieuwe standaard geworden als het gaat om koffiedrinken, aldus Rutger Anema, Category development manager Coffee bij Douwe Egberts. “Het gemak van het zetten van één kop koffie in plaats van een hele pot en het kunnen kiezen van een eigen smaak, heeft ervoor gezorgd dat mensen meer koffie zijn gaan drinken.” Inmiddels heeft het apparaat in zestig procent van de Nederlandse huishoudens een plekje verworven.

Douwe Egberts is erg innovatief op het gebied van merkbeleving. Volgens Anema staat het merk voor het samenbrengen van mensen en het rijker maken van het dagelijkse leven. Er worden ‘Burendagen’ georganiseerd waarbij DE mensen oproept om contact te zoeken met hun buren. Dat daar behoefte aan is, blijkt uit de cijfers van vorig jaar: tussen de 300 duizend en 400 duizend Nederlanders deden mee.

Ook wil de koffieleverancier zich richten op jongeren. “Deze doelgroep is belangrijk, omdat jongeren de koffiedrinkers van de toekomst zijn”, aldus Anema. Zo gaat Douwe Egberts evenementen als Lowlands af met de zogenoemde koffiewekkers. “Wie een flyer aan z’n tent hangt, wordt ’s ochtends gewekt met verse koffie”, vertelt Anema. “Je hoeft dus niet in de rij te staan met je brakke hoofd.”