

‘DE moet weer een toonaangevend merk worden’

04-06-2012 00:00

Douwe Egberts, dat nu verder gaat onder de naam D.E. Master Blenders 1753, gaat innoveren om de omzetten te laten groeien. Topman Michiel Herkemeij staat aan het roer van het concern, dat na afsplitsing van moederbedrijf Sara Lee zijn debuut zal maken op de effectenbeurs in Amsterdam. In het Financieele Dagblad zet Herkemeij voor het eerst de toekomstvisie voor het koffie- en theebedrijf uit.

“Ik wist niet dat Douwe Egberts zo ver was weggezakt”, vertelt Herkemeij. “Het bedrijf is jarenlang door Sara Lee gebruikt als melkkoe. Sinds 2001 is er niet meer geïnnoveerd. Nu moeten we laten zien dat we organisch kunnen groeien en de afstand met private labels weer vergroten.”

Er moet weer veel meer ingezet worden op marketing, is Herkemeij van mening. “Douwe Egberts behoort tot de drie grootste consumentenmerken in Nederland, maar geeft slechts vier procent van de omzet uit aan marketing. Ik wil dat omhoog brengen naar negen procent, bij productintroductions naar tien of elf procent”, vertelt Herkemeij.

Onlangs ging de DE-topman langs de investeerders. “Ze stelden de vraag wanneer D.E. Master Blenders 1753 aandelen in gaat kopen. Natuurlijk sluiten we de ogen niet voor acquisities, maar als we ervoor gaan wordt het een bedrijf met hoge groei en hoge marges in Oost-Europa, Azië en Latijns-Amerika. In de Verenigde Staten waarschijnlijk niet.”