



Oprichter Carel van Bemmelen van 'merkenweeshuis' Neerlands Glorie.



# NEERLANDS GROOTSPRAAK

*Eind 2005 begon Carel van Bemmelen met Neerlands Glorie. Zijn droom: een stal aan verwaarloosde Hollandse levensmiddelenmerken nieuw leven inblazen. Drie jaar later is hij nog geen steek verder.*

**I**n 1910 kopen een rijke Heusdense fruitkweker en een chef van een Bossche conservenfabriek een lap grond aan de uiterwaarden in de pittoreske Brabantse vestingstad Heusden. Ze bouwen er een conservenfabriek, waar zij fruit, soep en spinazie gaan inblikken. Daarmee leggen ze de basis voor een bedrijf, dat in de decennia erna zou uitgroeien tot de trots van Heusden.

Sinds de jaren zestig is het bedrijf, dat inmiddels Jonker Fris heet, eigendom van achtereenvolgens Sara Lee, Suikerunie, Hillsdown en Premier Foods. Het is begin jaren tachtig nog een florerend bedrijf met ruim 300 werknemers. Maar in de jaren negentig gaat het bergafwaarts. Conservenmakers lijden onder de concurrentie van diepvriesvoeding, de opkomst van koelverse producten en de populariteit van afhaalrestaurants. In 2005 werken er nog maar 120 mensen voor Jonker Fris. Het zieltogende bedrijf boekt een nettowinst van 1,3 miljoen op een omzet van bijna 50 miljoen euro.

## Redder in nood

Dan verschijnt Carel van Bemmelen op het toneel. De gemakkelijk pratende vijftiger heeft een mooie carrière gemaakt in de verkoop van zeep en koekjes. Hij werkte bij Procter & Gamble, Sara Lee en United Biscuits en gaf vanaf 1999 leiding aan diepvriesproducent Findus. In 2004 begon hij voor zichzelf, om te bouwen aan zijn droom. De rasverkoper wilde oer-Hollandse merken, die

de afgelopen jaren bij grote multinationals in de verdrukking raakten, nieuw leven inblazen.

Met financiële steun van participatiemaatschappij NPM Capital richt Van Bemmelen in 2005 het bedrijf Neerlands Glorie op. NPM is een dochter van SHV, het miljardenconglomeraat van de steenrijke familie Fentener van Vlissingen. De participatiemaatschappij, die belangen bezit in zo'n 40 Nederlandse bedrijven, krijgt 95 procent van de aandelen in Neerlands Glorie. Van Bemmelen krijgt via zijn investeringsvehikel Leraque ongeveer 4 procent.

Een van de verwaarloosde merken waarop Van Bemmelen zijn oog laat vallen, is Jonker Fris. Dat komt goed uit, want eigenaar Premier Foods wil er wel van af. In zijn jaarverslag schrijft de Britse gigant dat de dochter uit Heusden 'niet over de vereiste schaalgrootte beschikt om te concurreren in de Europese markt'. Van Bemmelen mag Jonker Fris voor 7 miljoen euro meenemen.

Het is niet Van Bemelens enige overname. Vrijwel gelijktijdig neemt hij Hak uit het nabijgelegen Giessen over. Eigenaar Heinz heeft geen trek meer in de groenten van Hak. Het Amerikaanse concern zegt te streven naar een 'leaner portfolio of power brands'. En daar hoort het Nederlandse conservenmerk niet meer bij. Uit documenten in het bezit van FEM blijkt dat Van Bemmelen 51 miljoen euro voor Hak betaalt.

De droom van Van Bemmelen trekt de aandacht van de media. Eind 2005, begin 2006 verschijnt de ondernemer in een groot aantal kran-

# IEDEREEN VALT VOOR DE CHARISMATISCHE 'MERKENREDDER' CAREL VAN BEMMELEN

ten, week- en vakbladen en op de radio. In die interviews trekt hij flink van leer tegen de grote voedingsconcerns. Zij zouden zich te veel richten op hun grote, wereldwijde merken, waardoor hun prachtige lokale merken verslonzen. 'Hak had ouders die slecht voor hem zorgden. Ik heb de slechte ouders aan de kant geschoven, en ga de opvoeding zelf beter doen', verklaart Van Bemmelen zelfverzekerd in *Het Parool*. Keer op keer benadrukt hij hoe simpel het is om merken nieuw leven in te blazen. Het komt aan op liefde en investeren in innovatie en merkenbekendheid.

## Grootse plannen

De charismatische, goedlachse ondernemer onthult ook grootse plannen. 'Ik hoop volgend jaar nog zo'n drie merken te kunnen kopen, en in 2007 ook. Dan zou er een bedrijf moeten staan met zo'n 10 tot 12 merken en een omzet van 500 tot 600 miljoen', zegt hij eind 2005 tegen persbureau Betten Beursmedia. Volgens Van Bemmelen

is kritische massa noodzakelijk om te kunnen blijven investeren in de merken. 'Anders is er geen leven meer', constateert hij droogjes. Bovendien heeft een leverancier van slechts twee merken geen goede positie in de onderhandelingen tegenover de grote supermarktketens.

Van Bemmelen ontkent dat hij met de combinatie van merken personeelskosten wil besparen. Integendeel, hij hekelt juist de multinationals die geld proberen te verdienen door te snijden in de kosten. Zelf zegt hij op een andere manier efficiënter te kunnen werken. 'Bij synergie denken werknemers altijd meteen aan ontslagen, maar dat is helemaal niet nodig.' Hij zoekt de voordelen meer op het gebied van inkoop.

Financiering van overnames is volgens Van Bemmelen geen probleem. NPM Capital hanteert 'geen bestedingslimiet', zegt hij. De opmerkingen leiden tot opwinding in de voedingssector. Lijstjes met overnamekandidaten worden driftig samengesteld: Verkade, Honig, De Ruyter, Duyvis, Brinta, Lassie, Gouda's Glorie, Roosvicee en Peijnenburg. De meeste komen in principe in aanmerking, bevestigt de merkenman.

Iedereen valt als een blok voor Van Bemmelen. Zo raakt de ondernemer een gevoelige snaar bij consumenten, die de afgelopen jaren veel merken waarmee zij opgroeiden van de supermarktschappen zagen verdwijnen. Dergelijke merken raakten in de knel tussen de grote mondiale A-merken van multinationals als Unilever, Nestlé

## HAK WAS GEEN PRIKKIE

De conservenmaker Hak uit Giessen kostte Neerlands Glorie ruim



miljoen euro.

## VERGANE GLORIE



William Hoogleyling/HH (l) & Piet den Blanken/HH (r)

►► Eind 2005 kocht Neerlands Glorie de conservenfabriek van Jonker Fris. De 'trots van Heusden' heeft inmiddels de poorten gesloten. Grond en gebouwen zijn verkocht aan een metaalbedrijf, dat gespecialiseerd is in de fabricage van balkonhekken.





en Procter & Gamble aan de ene, en huismerken aan de andere kant. Ook bij ondernemers valt het verhaal goed. Eindelijk weer eens iemand die geen beren op de weg ziet, enthousiast is, en tegen de stroom in roeit. Tenslotte spreekt Van Bemmelen tot de verbeelding van werknemers, die in hun bedrijven hebben gemerkt dat hun management liever snijdt in de kosten, dan investeert in innovatie en groei.

Geen wonder dat Van Bemmelen uitgroeit tot een bekende Nederlander en veelgevraagd spreker op congressen. De publieksliefeling lijkt bovendien de daad bij het woord te voegen. In april 2006 maakt Neerlands Glorie bekend Koeleman over te nemen. Het familiebedrijfje uit Ter Aar staat bekend om zijn augurken, zilveruitjes en appelmoes. Koeleman, dat een omzet boekt van 16 miljoen euro, is door gebrekkige investeringen in zwaar weer geraakt. Van Bemmelen verschijnt als redder in nood.

Een maand later gaat hij samen met Premier Foods achter United Biscuits (UB) aan. De Europese koekenbakker is door investeringsmaatschappij Cinven in de etalage gezet. Als het bod slaagt, wil Van Bemmelen UB-dochters Verkade en Sultana met een omzet van zo'n 120 miljoen euro inlijven. De motoren bulderen, Neerlands Glorie is los van de grond. Tijdens een congres in het voorjaar van 2006 verhoogt Van Bemmelen zijn omzetdoel tot 1 miljard euro.

De projecten Verkade en Koeleman lopen echter anders dan gehoopt. In september wordt

Neerlands Glorie bij de overname van United Biscuits afgetroefd door investeerders die meer willen betalen. Van Bemmelen kan fluiten naar Verkade. Een maand later is er opnieuw slecht nieuws. Van Bemmelen heeft Koeleman niet kunnen redden. Het blijkt zelfs dat Neerlands Glorie het bedrijf helemaal niet heeft gekocht, zoals eerder bekend was gemaakt. Koeleman gaat op 20 oktober failliet. 30 Werknemers verliezen hun baan. Curator Jurjen Lemstra mag puinruimen.

Van Bemmelen slaat zijn slag door alsnog delen uit de failliete boedel te kopen. Financieel pakt die deal gunstiger uit voor Neerlands Glorie. Maar zijn imago als merkenredder wordt door de transactie aangetast. Er wordt dan ook geen ruchtbaarheid aan gegeven.

Overigens brandt Neerlands Glorie zijn vingers niet zelf aan de sterfhuisconstructie. Het vuile werk wordt opgeknapt door het bedrijfje Relishco, dat voor de gelegenheid wordt opgericht. Volgens het curatorenverslag betaalt Relishco ruim 5 miljoen euro voor de activa. 'De koper bleek, ondanks aandringen van de curator, niet bereid personeel van de gefailleerde over te nemen', aldus een teleurgestelde Lemstra.

"Wij hebben de debiteuren, de voorraden en de merknaam gekocht en de zaak afgewikkeld", vertelt Marco Dekker van Relishco. "Een deel van de voorraden en de merknaam verkochten wij door aan Neerlands Glorie. Er is nog overwogen de productie in Ter Aar opnieuw op te starten, maar daar hebben we van afgezien." Dekker wil niet zeggen wie de overnamemiljoenen voorschoot. "Dat waren anonieme investeerders. Dat is geen openbare informatie."

Volgens vakbondsbestuurder Jacob de Vries van FNV Bondgenoten zit er 'een luchtje' aan het bankroet. 'Door dat faillissement kon Neerlands Glorie het bedrijf voor een prikkie uit de markt halen, zonder het personeel te hoeven overnemen', zegt hij in het *Leidsch Dagblad*.

## Onbevredigend jaar

Met de Kerst kijkt Van Bemmelen terug op een onbevredigend jaar. Neerlands Glorie boekt in 2006 een negatief bedrijfsresultaat (na financiële baten en lasten) van 2,1 miljoen euro. Dankzij een slimme verrekening van fiscaal compensabele verliezen komt er nog een nettowinst van 266.000 euro onder de streep. Van de drie overnames die hij eind 2005 beloofde, is er slechts één gerealiseerd. Dat betreft bovendien een merk met een mini-omzet uit een sterfhuisconstructie.

Opmerkelijk is dat Van Bemmelen in interviews in de laatste maanden van dat jaar opeens schermt met een langere termijn – vijf tot zeven jaar – om zijn omzetdoel te bereiken. Het omzetdoel is weer verlaagd, naar 500 miljoen euro.

Dat Van Bemmelen zijn beloftes niet inlost, wordt nergens opgepikt. De charismatische Amsterdammer blijft ook in 2007 hot. Het tijdschrift



### CAREL VAN BEMMELEN (56)

#### OPLEIDING

Bedrijfskunde, Delft

#### LOOPBAAN

'04-heden: diverse bedrijven, waaronder Neerlands Glorie  
'99-'04: bestuursvoorzitter Findus (ex-Nestlé)  
'96-'99: *managing director* United Biscuits (Verkade, Sultana)  
'94-'96: Sara Lee, directeur Kortman Intradal (o.m. Sanex, Zwitsal)  
'79-'94: Procter & Gamble, diverse functies

CV

## STERFHUIS- CONSTRUCTIE KOELEMAN TAST IMAGO NEERLANDS GLORIE AAN



# OVERNAMES DIE DE NODIGE SCHAALGROOTTE MOESTEN GEVEN, BLEVEN ACHTERWEGE



OMZET VAN HAK

Voedingsmiddelentechnologie portretteert hem als 'de redder van het Hollandse erfgoed'. Het blad *Management Scope* wijdt in februari een groot, lovend artikel aan hem. Dat eindigt met een curieuze uitsmijter: 'Ik kan nog wel een jaar of drie vooruit (...). Daarna ben ik weg.' Vreemd, zeker gezien de zojuist opgerekte termijn voor het bereiken van zijn doelstellingen.

In februari leidt een optreden tijdens het Utrechtse congres *Vision on Food* tot een misverstand. Van Bemmelen zou er volgens een aantal kranten hebben gezegd met Neerlands Glorie naar de beurs te willen. In een reactie laat hij weten verkeerd te zijn geïnterpreteerd.

Gezien het ontbreken van de beloofde overnames lijkt een beursgang inderdaad onwaarschijnlijk. In november 2007 lijkt de ban echter gebroken. Een groot aantal kranten meldt dat Neerlands Glorie een belang neemt in Jamin. Opnieuw is echter sprake van een spraakverwarring. Niet Neerlands Glorie, maar Van Bemmelen persoonlijk, blijkt een belang in de snoepwinkelketen te hebben genomen.

Ook in 2007 blijven overnames die Neerlands Glorie de zo noodzakelijke schaalgroottes hadden moeten geven dus achterwege. Even zorgelijk zijn de ontwikkelingen bij Jonker Fris. Eind 2007 maakt Van Bemmelen bekend de fabriek, vlak voor de viering van het eeuwfeest, te zullen sluiten. 40 Werknemers verliezen hun baan. Het merk wordt nog slechts gebruikt voor vlaaivullingen. Neerlands Glorie verkoopt de grond en gebouwen aan een producent van balkonhekken. De trots van Heusden bestaat niet meer.

Ook Neerlands Glorie heeft nog steeds weinig om trots op te zijn. Eind 2007 presenteert het bedrijf een negatief bedrijfsresultaat van 3,75 miljoen euro op een omzet van 110 miljoen euro. Na de verwerking van fiscaal compensabele verliezen resteert een nettoverlies van 7 ton. Jan Hofstra, die als president-commissaris tweeënhalf jaar toezicht hield op Neerlands Glorie, wil geen commentaar geven op het teleurstellende *track record*. "Voor al uw vragen moet u bij Van Bemmelen zijn. Hij is Neerlands Glorie." Overigens is de raad van commissarissen van het bedrijf afgelopen zomer opgeheven. De commissarissen houden sindsdien alleen nog toezicht op de werkmaatschappij Neerlands Glorie Conserven.

In tegenstelling tot Neerlands Glorie is moe-

der NPM Capital wel actief met overnames in de voedingssector. In 2006 koopt de participatiemaatschappij Continental Bakeries, bekend van merken als Haust en Bussink Deventer Koek. NPM investeert flink in de groei van het bakkersconcern. Door overnames van Duitse, Belgische en Zweedse bedrijven stijgt de omzet van 175 tot 290 miljoen euro.

In 2007 neemt NPM Capital een belang van 49 procent in snackproducent Royaan, die ontstaat uit een fusie tussen Buitenhuis en Cold Foods. Het bedrijf, bekend van de kroketten van Van Dobben en Kwekkeboom, koopt datzelfde jaar kaassoufflémaker KB. Royaan boekte vorig jaar een omzet van 61 miljoen euro. Ook koopt NPM Capital een kwart van de aandelen van een Belgische producent van diepvriesgroenten, Dujardin, met een omzet van 183 miljoen. De participatiemaatschappij brengt geen van de aanwinsten onder bij Neerlands Glorie.

## Nevenactiviteiten

Intussen blijft het rond Neerlands Glorie stil. Misschien geen wonder, want Van Bemmelen heeft naast zijn 'merkenweeshuis' en zijn praktijk als spreker op congressen nogal wat nevenactiviteiten. In de eerste plaats is hij sinds vorig jaar als aandeelhouder en president-commissaris nauw betrokken bij Jamin. Daarnaast houdt hij toezicht bij drie bedrijven waarin NPM Capital participeert: Royaan, Optelec en Auping. Bij de eerste twee is hij president-commissaris.

Ook aan een andere NPM-participatie, de Amersfoortse producent van huismerk verzorgingsproducten Bodycare Group, is Van Bemmelen veel tijd kwijt. Door de prijzenoorlog, stijgende grondstofprijzen en weglappende klanten, is Bodycare Group afgelopen jaren in de problemen geraakt. Uit gegevens van de Kamer van Koophandel blijkt dat Van Bemmelen er tussen oktober 2004 en oktober 2006 via zijn management BV 1T1 (First Things First, red.) bestuurder is. Daarna is hij er achttien maanden commissaris. In april 2008 keert hij terug als bestuurder, om de onderneming te ontmantelen. De Neder-

► 'U moet de omzet van Hak hebben.' Dat kan het motto zijn van Neerlands Glorie, dat ooit was bedoeld als paraplu boven tien tot twaalf oer-Hollandse merken. De omzet, in 2007 zo'n 110 miljoen euro, komt echter voor het leeuwendeel uit het merk Hak. Koeleman wordt alleen nog gebruikt voor tafelzuur. Jonker Fris nog slechts voor vlaaivulling.

## HAK EN SPAANDERS

Het negatief bedrijfsresultaat van Neerlands Glorie in 2007 bedroeg

3,75

miljoen euro, tegen 2,1 miljoen negatief in 2006



landse dochter Cosmara gaat daarbij failliet.

Het is een opmerkelijke klus. In het openbaar afficheert Van Bemmelen zich als gepassioneerd liefhebber en redder van oud-Hollandse merken die worden bedreigd door de opkomst van huismerken. Tegelijk werkt hij bij een huismerkenproducent, die ook nog eens over de kop gaat.

## Povere balans

Bij het opmaken van de balans is het resultaat pover. Neerlands Glorie is in drie jaar nauwelijks een steek verder gekomen. De noodzakelijke schaalgrootte is nooit bereikt. De beloofde overnames zijn nooit gedaan. Bij de bedrijven die Van Bemmelen wel kocht, is even hard gesaneerd als bij de voedingsgiganten die hij zo bekritiseert. De fabrieken van Jonker Fris en Koeleman zijn gesloten, waarbij tientallen werknemers hun baan verloren. Ook zijn inspanningen bij Bodycare Group waren onsuccesvol. In plaats van een bedrijvenredder blijkt Van Bemmelen iemand die vooral sterk is in de verkoop van zijn idee, in het vertellen van een mooi verhaal.

Van Bemmelen, die geen tijd zegt te hebben

voor een interview, acht zichzelf wél succesvol. In een gemailde reactie stelt hij met Neerlands Glorie zes overnames te hebben gedaan. Daarbij wijst hij op de overnames door NPM Capital van de drie snackbedrijven die nu Royaan vormen. Inclusief die bedrijven "ontwikkelt zich de omzet op weg naar 200 miljoen". NPM Capital bezit echter slechts een minderheidsbelang in Royaan, en heeft dat belang helemaal niet ondergebracht bij Neerlands Glorie.

Over het achterblijven van de omzet en overnames maakt Van Bemmelen zich geen zorgen. "De termijn die we daarvoor hebben gesteld, is ongeveer vijf jaar. We zijn nu halfweg. We hopen dat we meer goede acquisities kunnen doen. Er worden ons wel bedrijven aangeboden, maar in bijna alle gevallen voldoen die niet aan onze doelstellingen." Op de vraag of hij met al zijn nevenfuncties niet te veel hooi op de vork heeft genomen om van Neerlands Glorie een succes te kunnen maken, wil hij geen antwoord geven. "Dat vind ik een domme vraag."

[ MATHJIS.SMIT@REEDBUSINESS.NL ]

CAREL VAN  
BEMMELEN  
BLIJKT  
VOORAL  
STERK IN  
**DE VERKOOP  
VAN ZIJN  
IDEE**



advertentie



**De meest betrouwbare  
weg voor het verzenden  
van internationale  
zakelijke post.**

Voor de wereldwijde verzending van uw dagelijkse correspondentie, facturen, offertes en rekeningafschriften heeft Swiss Post International een veilige en betrouwbare service: Business Mail International. Daarmee bereiken uw zendingen de juiste ontvangers tegen aantrekkelijke voorwaarden. Stelt u prijs op persoonlijk en maatwerk advies? **Bel gratis 0800 swisspost (794 777 678)** of kijk op [www.swisspost.nl](http://www.swisspost.nl)

**SWISS POST** 