

Krokettenbakkers concurreren met een overvloed van gemaksvoeding

Geschreven door: Hans Maarsen

Amsterdam

Als de grote krokettenfusie doorgaat, komen de merken Mora, Van Dobben en Kwekkeboom straks onder één dak. Van een machtsblok willen de betrokken bakkers echter niets weten.

De zegen van Brussel hebben ze nog niet, maar de beoogde topman van de samen te voegen snackfabrikanten Ad van Geloven en Royaan heeft goede hoop.

‘We zouden niet aan dit plan zijn begonnen, als we niet het vertrouwen hadden op een positieve reactie van de mededingingsautoriteit’, verklaart Peter Doodeman, ceo van Ad van Geloven.

De twee bedrijven, groot in kroketten, kaassoufflés en gehaktballen, maakten woensdag wereldkundig dat ze elkaar hebben gevonden. voor eind van dit jaar willen ze samengaan, in de verwachting dat de nieuwe combinatie meer groei kan opleveren dan de onderdelen afzonderlijk. Alleen de EU-mededingingsautoriteiten moeten er nog mee instemmen.

Doodeman is allerm minst bevreesd voor die toetsing. De combinatie mag dan veruit de grootste aanbieder worden van diepvrieskroketten in Nederland, het marktaandeel op het terrein van gemaksvoeding blijft beperkt tot 10 à 20%. Want zo moet je naar de positie van een krokettenbakker kijken, vindt de bestuurder.

De bakkers concurreren niet alleen met elkaar, maar evengoed met andere aanbieders van tussendoortjes en hartige lekkernijen.

‘Kijk nu eens naar de veelheid van versnaperingen waaruit het publiek in de Amsterdamse Arena kan kiezen. Naast kroketten vind je er Unox-worstjes, pizza-slices en nog veel meer. De concurrentie is veel groter dan voorheen.’

Ook in de supermarkt en bij de zelfbedieningsgroothandels heeft de merkkroket het rijk niet alleen, zo stelt Doodeman. Daar moeten Ad van Geloven en Royaan opboksen tegen de huismerken die minstens zo prominent in de schappen liggen. En de markt staat open voor nieuwkomers. ‘Kroketten bakken is geen “rocket science”.

De technologie is in beginsel voor iedereen beschikbaar. Schaalgrootte is zonder al te veel moeite realiseerbaar’, legt directeur Bart Bakker van Royaan uit.

De twee fusiepartners zijn beide in handen van private equityhuizen.

Ad van Geloven, bekend van Mora, is sinds 2007 onderdeel van de portefeuille van de Britse Lion Capital, tevens eigenaar van winkelketen Hema. Royaan, waar de merken van Dobben en Kwekkeboom onder vallen, behoort toe aan NPM Capital. Deze participatiemaatschappij ressorteert onder SHv Holdings, het bedrijvenconglomeraat van de familie Fentener van Vlissingen.

In de voorziene combinatie krijgt Lion Capital een meerderheidsbelang.

Dat vloeit voort uit de omvang van Ad van Geloven: met een omzet van € 174 mln is deze fabrikant aanzienlijk groter dan Royaan met € 71 mln.

De beoogde fusie moet de aandeelhouders meerwaarde opleveren.

Daarbij zijn de ogen vooral gericht op innovatie. ‘Samen hebben we een sterker platform om nieuwe producten op de markt te brengen’, zegt Doodeman.

Hoe belangrijk innovatie in de snackwereld is, blijkt uit recente analyses: de retailmarkt van diepvriessnacks is dit jaar tot nu toe met 6% gegroeid, waarvan twee derde te danken is aan nieuw gelanceerde producten. De fabrikanten kunnen voor die noviteiten ook betere prijzen vragen dan voor het bestaande assortiment.

Doodeman: ‘We worden gedreven door innovatie. Een uniek product is beter te verkopen. Er ontstaat geen prijsdiscussie met de supermarkt. Want het verdringt geen andere artikelen, maar levert nieuwe omzet op, zowel voor de fabrikant als de retail.’ Recente voorbeelden van vernieuwingen zijn de fijnproeverkroket en de Tandoorisaté. ‘Het moet lekker en goed zijn. Dat zijn kenmerken die tegenwoordig zwaar tellen.’

Maar aan de kostenkant moet er ook iets gebeuren. De krokettenmakers worden geconfronteerd met een veelheid aan lastenstijgingen.

De energierekening is sterk opgelopen, evenals de grondstofprijzen. Bakker: ‘We verwachten dat die stijging ook nog even doorgaat.’

Doorberekening aan de supermarkt is een lastige zaak. veel winkeliers hebben al moeite genoeg om de consument tot bestedingen te bewegen. ‘Dit dwingt ons de productieprocessen optimaal in te richten. De fusie helpt ons daarbij’, zegt de ceo van Royaan.

Concurrent Holtkamp in Amsterdam, die beschikt over een eigen krokettenkeuken, ziet in de nieuwe combinatie geen bedreiging.

‘Ik hoop nooit zo hard te groeien als deze bedrijven’, zegt directeur

jaarlijks zo'n twee miljoen kroketten en boekt een omzet tussen de € 2,5 mln en € 3 mln. Enkele jaren geleden kreeg Meijles naar eigen zeggen veel geld geboden voor zijn bedrijf. De bieder behoort nu tot de groep Royaan. Meijles: 'Ik ben er niet op ingegaan. Ik blijf liever zelf bakken. Dan houd ik controle over de kwaliteit.'

Eén grote familie

Merkkroketten

- Bundeling van Mora, Van Dobben en Kwekkeboom
- Nieuwe groep boekt omzet van € 246 mln
- Combinatie biedt werk aan bijna 1100 man
- Productie verdeeld over tien fabrieken in Nederland en België
- Export heeft een aandeel in de omzet van 5%

