

# 'EN DAN IS ER KOFFIE... DOUWE EGBERTS KOFFIE, LEKKERE KOFFIE'

*Een filatelistisch verhaal over een alledaags onderwerp*

DOOR D. VEENSTRA, BUITENPOST

Voor veel Nederlanders is een leven zonder koffie zo goed als ondenkbaar. Na de Scandinavische landen wordt in ons land de meeste koffie gedronken: gemiddeld vier koppen per dag per hoofd van de bevolking. En dat doen we al heel lang... Voor een deel wordt het indrukwekkende jubileum van Douwe Egberts (afgekort DE) erdoor verklaard. Andere bekende Nederlandse bedrijven, zoals Heineken en Philips, werden veel later opgericht. In dit artikel, waar 'de filatelie' voor de rode draad zal zorgen, is er niet alleen aandacht voor de bedrijfsgeschiedenis van DE maar ook voor een aantal belangrijke ontwikkelingen die te maken hebben met de manier waarop we ons dagelijkse kopje koffie zetten en consumeren.

## OPRICHTING EN GROEI

De bakermat van DE ligt zoals

In deze tijd van bedrijfssluitingen en fusies is het 250-jarig bestaan van een bedrijf een zeldzaamheid. Het is dan ook terecht dat TGPPost op 3 juni twee zegels aan zo'n jubileum wijdde: dat van Douwe Egberts in Joure (Friesland). Wie anders dan onze Friese thematische medewerker D. Veenstra konden we vragen er een artikel over te schrijven? In zijn bijdrage legt hij het accent op een onmisbaar element in ons dagelijks leven: koffie!

gezegd in het Friese Joure. In 1753 openden Egbert Douwes en zijn vrouw Akke Thijssens daar aan de Midstraat hun winkel in koloniale waren. Zij verkochten er producten 'die tot de genoegens van het dagelijkse leven' behoorden. In 1780 droeg vader Egbert Douwes zijn winkel *De Witte Os* over aan zijn oudste zoon Douwe Egberts.

Sindsdien heet het bedrijf naar die zoon. Het eerste in Joure gebruikte frankerestempel met de naam *Douwe Egberts* stamt uit 1950. Daarna kwamen er ook meer productgerichte stempels uit Joure. Stempels ter gelegenheid van eerdere belangrijke jubilea vond DE kennelijk niet nodig. Opvallend genoeg werd in 1982 wél een bij-

zonder stempel gebruikt ter herdenking van het tweehonderdjarig bestaan van de relatie tussen Nederland en de Verenigde Staten. We moeten daarbij wel bedenken dat Friesland bij het ontstaan van die relatie een vooraanstaande rol heeft gespeeld. De laatste jaren wordt een stempel gebruikt met daarin het huidige DE-zegel. Ruim anderhalve eeuw na zijn oprichting begon DE zich te richten op de wereld buiten Friesland. Met dat doel werd in 1919 een vestiging in Utrecht geopend. Hoewel 'Utrecht' aanvankelijk slechts bedoeld was als een steunpunt voor het midden van het land, groeide de vestiging uit tot de centrale vestiging van DE. Ook het eerste in Utrecht gebruikte DE-stempel dateert uit 1950. Behalve productgerichte stempels werd ook een stempel (bijzondere regeling) gebruikt met een afbeel-



ding van een vroegere versie van het DE-zegeel. Het huidige Douwe Egberts is meer dan Douwe Egberts alleen. Want de heren Kanis en Gunnink mogen op de televisie dan wel de koffie van het merk *Kanis & Gunnink* aanprijzen, het Kampense bedrijf werd al in 1969 overgenomen door DE overgenomen. Hetzelfde lot viel in 1989 Van Nelle ten deel, een bedrijf dat in 1982 met een fraai jubileumstempel met daarin het beeldmerk van *De Rijzende Hoop* zijn tweehonderdjarig bestaan vierde. Maar Douwe Egberts ontkwam zelf ook niet aan de drang naar schaalvergroting in het bedrijfsleven. In 1978 ging het bedrijf al een samenwerkingsverband aan met een Amerikaans bedrijf; deze samenwerking leidde uiteindelijk in 1984 leidde tot de oprichting van *Sara Lee/DE*.

#### ANDERE MERKEN

Uit het voorbeeld van *Kanis & Gunnink* blijkt dat de overname van een bedrijf niet altijd het verlies van een bekende merknaam hoeft te betekenen. Toch zijn in de afgelopen decennia meerdere regionaal en nationaal bekende merken verdwenen. Gelukkig zijn ze veelal dankzij hun frankeerstempels 'bewaard' gebleven. Heel bekend is *De Gruyter* uit 's Hertogenbosch. Verschillende koffiebranderijen & theehandels volgende in de

negentiende eeuw het voorbeeld van DE. Zo blijkt uit stemfels uit de jaren zeventig van de vorige eeuw dat zich in 1804 in Sittard een koffiebranderij vestigde. Dit zich *koffiespecialisten sinds 1804* noemende bedrijf bracht het merk *Chat Noir* ('zwarte kat') op de markt; die zwarte kat ontbreekt niet in het stempel. In Bolsward en 's Hertogenbosch was de koffiebranderij en theehandel *Drie Mollen* sinds 1818 gevestigd. Ook in de stad Groningen waren verschillende van dit soort bedrijven gevestigd. Een bekend bedrijf was *Tiktak*, dat in 1870

werd opgericht. Een nog bekend en nog steeds bestaand voorbeeld - maar dan vooral als tabaksfabriek - is *Theodorus Niemeijer*. Genoemde Theodorus nam in 1840 de kruidenierswinkel van zijn vader uit 1819 over en vestigde in dat jaar achter de winkel een tabaksfabriek. Maar uit verscheidene stemfels blijkt dat Niemeijer gedurende tientallen jaren ook koffie en thee op de markt bracht. Een zowel leuk als historisch interessant stempel is dat van J.C.

*Dorlas N.V.* uit Amersfoort en Gouda. In het stempel uit de jaren vijftig van de vorige eeuw lezen we links de boodschap *Drinkt veilig (Dorlas) koffie en thee*. Rechts is een personage geplaatst die waarschijnlijk moet worden beschouwd als een verwijzing naar de Arabische wereld, waar zeker al in de vijftiende eeuw veel koffie werd gedronken.

In een modern, uit 1981 stammend stempel van J.J. Darboven B.V. uit Amersfoort vervult een koffieboon de functie van hoofdletter 'D' in het beeldmerk van *Idee Koffie*. In de supermarkt staan ook nu nog pakken koffie die van dit beeldmerk zijn voorzien. Enkele jaren daarvoor prees hetzelfde bedrijf zijn *Idee Koffie* nog aan als *Beter voor gal, maag en lever*. Een interessant detail in dit stempel: op de zijkant van het koffiepak is een aantal Midden- en Zuid-Amerikaanse koffieproducerende landen vermeld, zoals Nicaragua, El Salvador, Costa Rica en Colombia. Een ander gezondheidsaspect van het drinken van koffie vinden we terug in een stempel

van de *N.V. Koffie Hag Maatschappij* uit Amsterdam. In een stempel uit 1933 (!) wordt op bijzondere wijze reclame gemaakt voor *Koffie HAG*; de tekst luidt *Het leven jaagt van dag tot dag, spaar toch Uw hart - Drink koffie HAG*. Douwe Egberts begaf zich overigens pas vijftig jaar later, met het merk *Décafé*, op de markt van de cafeïnevrije koffie. Een aantal koffieproducerende landen is zojuist al genoemd. Uit een Italiaans stempel met reclame voor het merk *CIRIO* uit 1935 blijkt dat we aan dat lijstje ook Brazilië moeten toevoegen: *Caffè Brasiliano*. Een stempel uit 1957 maakt duidelijk dat er in Amsterdam een Braziliaans Handelsbureau gevestigd was. In het stempel van dat bureau treffen we onder andere het advies *Drink good Brazilian coffee* ('drink goede Braziliaanse koffie') aan. Een stempel uit 1970 met een afbeelding van een wereldbol werd gebruikt door de *N.V. Koffie-Handelmaatschappij Matagalpa* uit Amsterdam. *Matagalpa* is een Nicaraguaanse provincie; de gelijknamige hoofdstad wordt als een belangrijk koffiencentrum beschouwd. De koffie werd onder de naam *Matagalpas* verhandeld.

#### INSTANTKOFFIE

Dankzij het Amerikaanse leger leerden we in het midden van de vorige eeuw instantkoffie - ook wel 'oploskoffie' genaamd -



kennen. Niemeijer omschreef dit product in een stempel uit 1957 als *Momentkoffie - De beste oploskoffie*. Douwe Egberts gebruikte in die tijd zowel in Joure als in Utrecht een soortgelijk stempel voor het merk *Moccona*. Omstreeks 1980 werd een stempel gebruikt met de tekst *Douwe Egberts Moccona*, dat aantrekkelijk is omdat daarin het logo met de 'koffieschenkende Friezin' is opgenomen (zie ook het kadertje *Friezin moet wijken voor Lady*). Het stempel vermeldt verder de tekst *Het fijnste uit pure koffie*. Jammer dat het beeldmerkje zo klein is - het heeft een diameter van slechts een centimeter - want het gaat hier om een vrij uniek stempel. Misschien nog wel bekender is het merk *Nescafé* van Nestlé, waarvoor ooit - het bewijs wordt geleverd door een stempel uit 1988 - de slogan *Nescafé daar heb ik iets mee* werd bedacht. Leuk is ook een stempel uit 1998: *Nescafé - Café à la carte*.

### VERPAKKINGEN

Een product dat de weg van producent naar consument aflegt moet het - wil het succes hebben - vaak van de verpakking hebben. Het 'jasje' waarin het product zit moet er uitnodigend uitzien en het moet herkenbaar zijn. Niet voor niets sierde het 'Friese koffievrouw-tje' meer dan een eeuw de koffiepakken van Douwe Eg-

berts! Bij een geurig product als koffie moet de verpakking er bovendien voor zorgen dat de versheid bewaard blijft. Tegenwoordig is dat technisch gezien geen enkel probleem, maar dat lag in de jaren dertig van de vorige eeuw wel anders. Toen bestond de oplossing eruit te koffie in blik te verpakken, zoals blijkt uit een stempel van de *N.V. Handelsmij. v/h van Riet-schoten & Co.* uit Rotterdam. In het stempel is een afbeelding van een afbeelding van de tekst *Vraagt Golden Wings Coffee - Meer geur, minder geld*. Koffie zetten volgens de snelfiltermethode zorgde in 1968 voor een nieuw product: de snelfiltermaling. Dat leverde de vacuümverpakking op, zoals blijkt uit een stempel van Van Nelle uit 1974: *Van Nelle Supra koffie - vacuüm in pak!* Een stempel van Niemeijer uit 1971 benadrukt het voordeel van deze verpakkingwijze nog wat sterker: *Niemeijer Gala koffie - Vacuüm verpakt... echt verse koffie!* En een stempel uit 1975 uit Bolsward verkondigt zelfs *Gala koffie - vacuüm verse koffie voor de hele week*.

### KOFFIE ZETTEN

Voordat je vroeger koffie kon gaan zetten moest je eerst een hoeveelheid koffiebonen malen. Je ziet ze nog wel eens bij antiquairs of op rommelmarkten, de handkoffiemolens die daarvoor werden gebruikt. Later

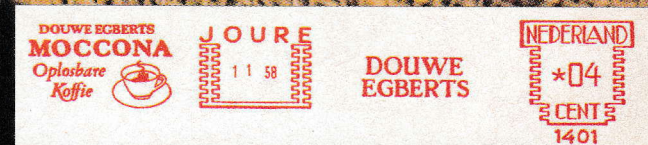


Je kunt met filatelisch materiaal is het heel goed mogelijk de belangrijkste fasen van de koffieproductie in beeld brengen. Op twee zegels van Ivoorkust (1975) zijn een bloeiende en een besdragen- de koffiestruik afgebeeld. Ter gelegenheid van het 200-jarig bestaan van de koffiecultuur op Cuba gaf dat land in 1948 een driedelige jubileumserie uit, waarop het werk op een koffie-plantage in beeld wordt gebracht. Dat ook Costa Rica een koffiepro- ducerend land is, blijkt uit de ze-

gels van 20 c. (1937) en 50 c. (1990). Op de laatstgenoemde zegel is een schilderij van Juan Ramirez te zien. Een brede en daar- door thematisch aantrekkelijke benadering vinden we terug in een uit vier zegels bestaande serie van Venda uit 1988. Op de zegel van 16 c. plukt een vrouw koffie- bessen en op die van 30 c. worden de geplukte bessen gewogen. De zegel van 40 c. toont het in de zon drogen van de bessen, terwijl op de zegel van 50 c. een koffiebran- derij te zien is.

kwamen er apparaten die je aan de muur kon bevestigen, zoals de bekende *Zassenhaus* wand- koffiemolen, een van de eerste

'spaargeschenken' van Douwe Egberts. Het is kennelijk een apparaat met een hoog nostal- gische waarde, want de *Zassen-*



FILATELIE JUNI 2003

haus is nog steeds verkrijgbaar. Maar het spreekt vanzelf dat velen na verloop van tijd toch de voorkeur gaven aan een elektrische koffiemolen, waarvoor ACEC uit Apeldoorn in de jaren vijftig van de vorige eeuw al reclame maakte.

De oudste en eenvoudigste manier om koffie te zetten is de zogenoemde boerenpotmethode. Eeuwenlang was de koffiepot of boerenpot het belangrijkste koffiezetattribuut. Een voorbeeld van een voor die tijd al tamelijk luxe koffiekkan is te vinden in een stempel van *Daalderop Tiel* uit 1963 met reclame voor de *Konstantijn en Dorothé*: respectievelijk een dubbelwandige theepot en een dito koffiekkan. De procedure is eenvoudig: je giet heet water op de gemalen koffie en als na het koffiedrukken vijf tot tien minuten op de bodem is gezakt kun je de koffie

simpele oplossing voor het eeuwenoude probleem van de koffiedrab bedacht: een papieren filter in een houder.

### REVOLUTIONAIR

Pas in 1937 ontwikkelde *Melitta* het revolutionaire kegelvormige snelfilter waarin een papieren filterzakje kon worden geplaatst. Een afbeelding van zo'n zakje zien we in een Duits stempel met de tekst *Kaffee durch Melitta*. Een stempel van *Melitta* in Naarden uit 1973 vermeldt de tekst *filtert automatisch de lekkerste koffie*; hier zien we een combinatie van een snelfilter op een koffiekkan. Koffiezetten werd pas écht gemakkelijk toen het elektrisch koffiezetapparaat op de markt kwam, een apparaat waarmee je volgens de snelfilter-methode koffie kon zetten. De introductie van dit systeem ontketende

de tweede revolutie in het koffiezetten. Hoe het systeem werkt hoeven we hier niet uit te leggen; in vrijwel elk huishouden staat wel een koffiezetapparaat. Het apparaat is dan ook al tientallen jaren de 'topper' van het DE-spaarsysteem. *Techni-*

*vorm* uit Amerikaanse beeldende kunst in 1975 zo'n apparaat af in zijn frankeerstempelein en ook *Melitta* deed het: in 1977, met de tekst *koffieautomaten - volautomatisch de lekkerste koffie - 2 jaar garantie*. Verder kom je tegenwoordig bijna overal koffieautomaten tegen: in bedrijven, ziekenhuizen, scholen en op alle andere plaatsen waar veel mensen bij elkaar zijn. De ooit zo populaire koffiejuffrouw is een zeldzaamheid geworden!



de koffieautomaten is een opmerkelijk fenomeen onze koffiecultuur binnengedrongen: het koffiebekertje. In een stempel van *Te-deco* uit Deventer treffen we een man aan met zo'n bekertje in de bekende houder; zijn tevreden gezicht suggereert dat je prima

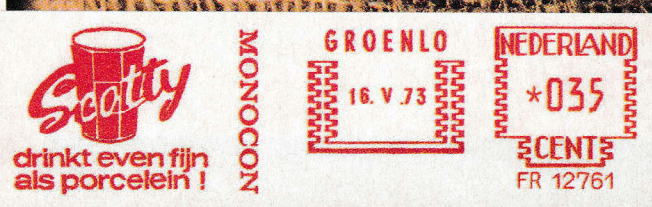
koffie kunt drinken uit zo'n bekertje. In de wereld van de reclame is heel veel mogelijk, maar de bewering van *Monocon* uit Groenlo in een stempel uit 1973 gaat wel erg ver: *Scotty drinkt even fijn als porselein!* Mijn persoonlijke mening is je koffie het beste uit een echt kopje kunt drinken, zoals afgebeeld is op een Sloveense zegel. En koffie drinken uit een luxe porseleinen koffieservies zoals we dat aantreffen op de tweede zegel in het Hongaarse velletje 'Porselein uit Herend' is toch wel de absolute tegenpool van een slok uit een plastic of papieren koffiebekertje. Het velletje werd afgebeeld in de rubriek 'Nieuwe uitgaven' van april 2003.

### KOFFIE DRINKEN

We hebben er al op gewezen dat het ritueel van het koffie drinken niet uit ons bestaan valt weg te denken. Ontwerper *Swip Stolk* moet dat - bewust of onbewust - in zijn achterhoofd hebben gehad toen hij in 1986 de zegel ontwierp voor het 75-jarig bestaan van de Koninklijke Nederlandse Dambond. Op die zegel plaatste hij een geurend kopje koffie prominent op een dambord. Ook *Autex B.V.* uit Tilburg speelde er op in, door in 1983 een stempel te gebruiken met de tekst *Voor uw dagelijks kopje koffie*. Tegelijk met de invoering van

### TOEVOEGINGEN

Veel koffiedrinkers zweren bij



zwarte koffie, anderen willen er 'alles' in. En dan zwijg ik nog maar over de soorten waarin je koffie kunt krijgen: *Irish Coffee*, 'koffie verkeer', *Cappuccino*, Weense koffie en ga zo maar door. Een toevoeging van vroeger die tegenwoordig vrijwel niemand nog iets zegt, was de smaakversterker op cichoreibasis die Buisman uit Zwartsluis op de markt bracht. Het bedrijf werd in 1876 opgericht. In een stempel uit 1967 (dat in 1986 nog werd gebruikt) lezen we *Buisman voor koffie op z'n best*. De supermarkt verkoopt nu potjes 'koffiearoma'. Na suiker is koffiemelk waarschijnlijk de meest gebruikte 'toevoeging'. De *Coöperatieve Condensfabriek 'Friesland'* in Leeuwarden gebruikte al in 1935 een stempel met de tekst *Drink Uw koffie met 'Friesche Vlag'... en met smaak*. Hebt u ook zo'n hekel aan die zakjes met melkpoeder die echte koffiemelk vervangen? Geen wonder dat fabrikanten hun koffieautomaten 'echte koffie' wilden laten verstrekken - zie het stempel uit Schoonhoven uit 1970 met de tekst *Eerste Nederlandse Koffie-automaat die echte koffiemelk doseert!*

#### DE-VARIA

Tot slot van dit artikel nog wat Douwe-Egberts-varia:

#### Meer dan koffie

Als marktleider in dranken

zorgt Douwe Egberts er niet alleen voor dat er koffie in de schappen van de supermarkten staat, maar ook thee. Al in 1937 koos Douwe Egberts *Pickwick* als nieuwe merknaam voor zijn thee. In de jaren vijftig werd ook een frankeerstempel dat reclame maakte voor *Pickwick*-thee. Een envelop waarop dit stempel is aangebracht is voorzien van de opdruk *Koninklijke Tabaksfabriek-Koffiebrandrijen-Theehandel N.V.* Die tekst maakt duidelijk dat DE ook actief is geweest in de tabakssector. Dat blijkt ook uit stempels van de vestiging Joure met teksten als *D.E. is de shag!* en *Drum Shag Half zwaar - Heel lekker!* Multinationals hebben echter de gewoonte om op een bepaald moment branchevreemde producten af te stoten en zich tot hun *core business* te beperken. Zo verloor waarschijnlijk ook Joure zijn tabaksafdeling.

#### Spaarsysteem

Filatelistisch valt het niet te illustreren, maar het is zeker de moeite van het vermelden waard: het oudste en nog steeds immens populaire spaarsysteem in Nederland is dat van Douwe Egberts. Het geschenkensysteem werd al in 1924 ingevoerd en het heeft na tachtig jaar nog niets aan kracht ingeboet: nog steeds spaart zo'n zeventig procent van de Nederlandse huishoudens de bekende DE-waardepunten.

#### Senseo

Hoewel DE volgens de deskundigen groot is geworden dankzij zijn uitgekende marketingstrategie, zijn de frankeerstempels van het bedrijf maar heel minimaal als promotiemiddel gebruikt. Zelfs de fraaie slogan die is als kop boven dit artikel staat, vinden we niet in een frankeer-

stempel terug. Hetzelfde geldt voor andere succesvolle reclamekreten. Slechts in één stempel kunnen we een variant vinden: *Douwe Egberts koffie - Lekkerere koffie...*

Het promotiemiddel dat 'frankeerstempel' heet werd al evenmin ingezet bij de introductie in 2001 van de *Senseo*, een geheel nieuw koffiezetapparaat dat in samenwerking met de elektronicagigant Philips werd ontwikkeld. Het Eindhovense bedrijf zette hiermee zijn credo *Lets make things better* extra kracht bij. Van de *Senseo* zijn inmiddels al meer dan een miljoen exemplaren verkocht, zodat we ervan mogen uitgaan dat er welkijks zo'n tien miljoen kopjes *Senseo*-koffie worden gedronken. En dat terwijl er in bijna ieder Nederlands huis al een 'gewoon' koffiezetapparaat staat. Met de *Senseo* heeft het tweeënhalf eeuw oude DE bewezen nog springlevend te zijn. Bijzonder terecht dus, dat het 250-jarig bestaan van Douwe Egberts met twee jubileumfrankeerstempels werd herdacht!

#### 'FRIEZIN MET KAN' MOET WIKKEN VOOR 'LADY'

Tot voor kort - en voordien al vrijwel sinds menschenheugenis - sierde een Friezin de pakken koffie van Douwe Egberts (linksonder). In 1898 verscheen dit 'koffievrouwje' voor het eerst op de verpakking. Hoewel dat beeldmerk in de loop van de tijd geleidelijk aan werd aangepast, bleef de 'koffieschenkende Friezin' het tastbare beeld van de nauwe relatie tussen Friesland en Douwe Egberts. Maar de vooruitgang heeft soms een 'prijs'. In 2001 werd besloten om wereldwijd op alle koffiepakken een nieuw beeldmerk te hanteren. En zo werd in 2002 de Friezin vervangen door een gestileerde vrouw. Na ruim een eeuw moest de Friezin wijken voor *Lady Aroma* (rechtsonder).



#### Verantwoording

Bij de samenstelling van dit artikel heb ik dankbaar gebruik gemaakt van de speciale persinformatie die werd verstrekt op de jubileumsite [www.de250jaar.nl](http://www.de250jaar.nl).

De oude affiches en advertenties zijn afkomstig van het Bedrijfshistorisch Centrum van Douwe Egberts Joure.

