

Jerry nu blij met Unilever

Rik Winkel
Hellendoorn

Ben Cohen en Jerry Greenfield verkochten hun ijsmerkin 2001 tegen hun zin aan Unilever. 'Jerry' is verbaasd hoe goed ervoor zijn liefdesbaby wordt gezorgd.

Het zijn de hondsdagen van juli. Likken aan een ijsje blijft een geliefde manier om de zomer te vieren. Hoe noordelijker op de kaart, des te groter de behoefte aan ijs. Finnen en Zweden zijn de grootste ijsliefhebbers in Europa. Ben & Jerry's begonnen hun zegetocht door de ijsmarkt in het universiteitsstadje Burlington in de staat Vermont, waar de zomer maar drie maanden duurt.

'We wilden iets doen met voedsel. Bagels waren een optie, maar we hadden niet genoeg geld voor de machine om ze te maken. Een schriftelijke cursus ijs maken kostte maar \$ 5', zegt Jerry ('No mr Greenfield, just Jerry'). De oprichter, die nog steeds aan het bedrijf is verbonden, is in Hellendoorn om reclame te maken voor de claim dat het bedrijf sinds vorig jaar klimaatneutrale ijsjes produceert.

Ben & Jerry zijn te beschouwen als de oerversie van de maatschappelijk verantwoorde onderne-



Medewerker ijsfabriek Het oog

ming. Maar in tegenstelling tot de huidige lichte mv's, handelde het tweetal uit volstrekt antizakelijke instincten. 'We zagen ondernemers als uitzuigers, die het milieu verpestten en parasiteerden op de gemeenschap. Wij zouden het dus heel anders doen.'

Politiek engagement en onconventionele smaken met bizarre namen bleken uit marketingoogpunt een schot in de roos. Niet alleen maatschappijkritische hippies bleken te smelten voor de per-

soonlijke stijl van de twee would-be amateurondernemers.

'We waren niet blij toen die gigantische multinational aanklopte', zegt Jerry, 'maar als beursgenoteerde onderneming was er geen ontkomen aan.' Voedingsgigant Unilever heeft hem blij verrast, zegt hij op een bankje voor de fabriek in Hellendoorn, die de hele Europese markt van ijs voorziet. 'Ze proberen echt recht te doen aan de waarden van onze onderneming.'

Een voorbeeld? Normaalgesproken is politiek volstrekt uit den boze bij de multinational die zijn ijsjes en wasmiddelen in honderden landen probeert te slijten. Toch verkoopt Unilever nu een ijsje op de markt dat luistert naar de naam American Pie. Het smaakt naar good old apple pie, maar op het potje staat een bijtende tekst over de Amerikaanse defensie-uitgaven.

Intussen leggen subversiviteit en milieubewustzijn ook Unilever geen windeieren. Ben & Jerry is het snelst groeiende onder de kleine ijsmerken van de onderneming, met ieder jaar dubbelcijferige groei. Expansie in Azië staat voor de deur.

Zie ook fd.nl/tv