

Double Dutch tweelingzusjes veroveren de wereld

Date : 11 juni 2016



De 25-jarige tweelingzussen Raissa en Joyce de Haas veroveren de wereld en nu ook de Vlaamse media met hun soft drink merk Double Dutch. Te verkrijgen in de betere Londense hotels en in de luxewinkel Harvey Nichols, opgevrijd door het Franse luxemerk LVMH. Met steun van de immer flamboyante Britse miljardair Richard Branson, die in 1994 zelf als jonge entrepreneur met zijn Virigin Cola de oorlog verklaarde aan Coca Cola en Pepsi. Alhoewel, "I consider our cola venture to be one of the biggest mistakes we ever made - but I still wouldn't change a thing." vertelde hij daarover later.

De Vlaamse pers maakt ze met trots Vlaamse Antwerpenaren maar eigenlijk hebben de zussen de Haas Nederlands bloed in zich. Vader Leo de Haas kwam als antiquair in de jaren '90 in Antwerpen terecht waar hij de Kloosterstraat uitbouwde tot een heuse antiekstraat. Nu runt hij het vastgoedbedrijf Movast. Met het geld van Arie Stelloo, de Nederlandse miljonaire ondernemer die fortuin maakte door in volle internethype zijn bedrijf Issue te verkopen aan het fonds 3i. Daarna zakte Stelloo naar Vlaanderen af en maakte van het kasteel Hof Ter Linden in Schilde zijn vaste stek.

De zusjes de Haas studeerden samen toegepaste economische wetenschappen aan de

Universiteit van Antwerpen. Daarna trokken ze naar Londen voor een tweede master: technology entrepreneurship. Die eenjarige studie stond volledig in het teken van de lancering van hun bedrijf Double Dutch.



In september 2014 werd het merk officieel opgericht en in februari 2015 rolde de eerste productie van de band. Na de twee eerste smaken - komkommer-watermeloen en granaatappel-basilicum - voegden ze ook gewone tonic toe aan hun gamma. Een met subtiele toetsen van jeneverbes en roze pompelmoes. “Die kwam er op vraag van onze klanten die het liefst bij één merk hun hele gamma softdrinks kopen”, legt Raissa uit in de krant de Tijd. “Bierdrinkers zijn we nooit geweest. Wij hielden meer van gin- of wodka mixjes. Op kotfeestjes hadden we een goede deal: wij maakten telkens de siropen om mee te mixen. En onze kotgenoten kochten een fles drank. Maar op café moesten we genoeg nemen met standaardmixdranken.”

Hoewel ze nog maar 25 jaar zijn, deinzen Raissa en Joyce er niet voor terug om hoog te mikken. Hun eerste twee klanten waren The Dorchester en Novikov: respectievelijk een van de chicste hotels en een van de hipste bars van Londen. Niet veel later volgde een van de meest prestigieuze warenhuizen: Harvey Nichols. Intussen worden hun natuurlijke softdrinks verkocht in meer dan 250 zaken in Londen. Maar ook in Nederland, België, Ierland, Zwitserland en Ibiza. Binnenkort komen daar nog Australië en Amerika bij.

In juni vorig jaar haalden ze bij vijf business angels 356.000 euro durfkapitaal op. In datzelfde jaar won Double Dutch het Virgin StartUp Foodpreneur Festival. Geld staat daar niet tegenover, wel de persoonlijke coaching van Branson himself én een introductie bij de grote Amerikaanse supermarktketen Target, goed voor 1.800 winkels. Target bood hun in januari een contract aan.