

Speculoos: het ene kwakje is het andere niet

Date : 31 oktober 2020



Soms laat een mens zich al eens meeslepen door zijn enthousiasme. Eens de calimero eischaal is afgeworpen, ziet de wereld er zoveel groter uit. Zo ook met [Jan Boone](#), hoofdaandeelhouder en CEO van de [speculoos producent Lotus](#). Boone startte met zijn medewerkers zopas een [eerste fabriek op in de Verenigde Staten](#). En hij kan daar lyrisch over zijn, hoe de smaak van speculoos in de VS dezelfde is als in Lembeke waar in de hoofdzetel van het bedrijf 7 miljard speculooskoekjes per jaar van de band lopen. De smaak mag dan al dezelfde zijn, de naam niet. In de VS heet speculoos 'Biscoff', een samentrekking van 'biscuit and coffee'. Dus gaat Boone de naam speculoos wereldwijd vervangen door 'biscoff'. Ook in Vlaanderen. "Excuseer?", dacht de doorsnee Vlaming, "Niet met ons". Meteen goed voor meer dan 20.000 boze reacties op sociale media. En meteen goed voor een reactie van de woordvoerder van het bedrijf: "Speculoos verdwijnt niet helemaal van de verpakking." Oh ja, en waar dat kwakje vandaan komt, leest u hier onder.

Jan Boone ziet het groot. Hij volgt de analyses van de marketing goeroes. Lotus moet wereldwijd een merk worden. Het succes in de VS bewijst dat het kan. "Het merk wordt het product." droomt Boone luidop in een interview met de Tijd.

“Biscoff belandt in het rijtje naast Dreft, Pampers, Kellogg’s. Biscoff kan naast Coca-Cola gaan staan, Lay’s en Heinz.” En Boone heeft recht van spreken. Weinig Belgische producten slaagden er in wereldwijd een eigen marktaandeel op te bouwen in de moeilijke B-to-C voedingsmarkt. [AB Inbev](#) niet te na gesproken. Boone kan terecht bogen op zijn succes. Zijn koekjesbedrijf gaf zijn familie [een miljardenstatus](#).

Maar de dromen van Boone botsen met zijn eigen wortels. Het nieuws over de naamsverandering kwam nog maar goed aan de oppervlakte of de storm brak los. Politiek influencer Rik Van Cauwelaert behoorde tot de eersten om te reageren op Twitter: “De naam speculoos verdwijnt... Dat gaan de Boones toch eens moeten uitleggen”. En al snel zat het iconisch koekje op alle sociale media, verankerd in de Vlaamse klei. Genoeg verankerd om het bedrijf snel te laten reageren. Het zal allemaal zo erg niet zijn, klonk het, het woordje speculoos blijft op de verpakking staan, zij het iets kleiner. De naamsverandering heeft ook een pragmatisch doel. Het moet de verwarring uit de wereld helpen met Hasseltse of Hollandse speculaas: een dikkere, meer kruidige koek gebakken rond Sinterklaas. Ook dat schoot veel Vlamingen in het verkeerde keelgat: is Sinterklaas dan misschien ook al afgeschreven in deze politiek correcte tijden? Jan Boone lijkt meteen in zijn eigen Vlaamse voet te hebben geschoten. *(Lees verder onder de foto)*



Het bedrijf van Boone heeft nochtans ervaring met (verkeerde) naamsveranderingen. In 1994 lanceerde Lotus op de internationale markt een chocolade-speculoosje onder de naam “Spunk”. Tot enkele maanden later bleek dat ‘Spunk’ in een Brits dialect een kwakje sperma betekent. Onmiddellijk werd de naam van het koekje gewijzigd in Spink. Een woordvoerder van de koekjesproducent sprak op dat moment van een storm in een glas water: we hebben die naam zelf bedacht, en de eventuele bijbetekenis ervan wel laten natrekken door ons filiaal in de Verenigde Staten, maar niet in Engeland, zo luidde het commentaar. En pas op. In dat jaar luisterde het bedrijf nog naar de naam ‘Corona-Lotus’. Ondertussen werd dat ‘Lotus Bakeries’. Voortschrijdend inzicht of gewoon puur toeval?

UPDATE: In een eerste versie hebben we de hoofdzetel van Lotus Bakeries in het Brabantse Lembeek gelegd. Dat moest echter het Oost-Vlaamse Lembeke zijn.