

6 VRAGEN AAN ACOMO-TOPMAN ERIK RIETKERK

Acomo, handelshuis in noten, zaden en thee, leidt een wat teruggetrokken bestaan op de Amsterdamse beurs. Aan de prestaties kan dat niet liggen. De beurskoers van het bedrijf is de afgelopen vijftien jaar verachtvoudigd. Aan de nieuwe topman Erik Rietkerk om voort te bouwen op dat succes.

Rietkerk nam vorig jaar het roer over van Stéphane Holvoet, onder wie Acomo in omzet meer dan zes keer zo groot is geworden. Nu is het aan de nieuwe man om voort te bouwen op dit succes. Met honderden miljoenen aan vers bankkrediet achter de hand is geld in ieder geval geen probleem. Rietkerk beantwoordt zes vragen over de toekomst van Acomo.

1 U had de post niet geaccepteerd als er van u verwacht zou worden dat u alleen op de winkel zou passen?

"Ik geloof niet dat ik zo geïnteresseerd zou zijn geweest als de raad van commissarissen had gezegd dat ik alles in het bedrijf maar een beetje moet laten lopen zoals het

gaat. Ik zou liegen als dat mijn opdracht zou zijn. Mijn opdracht is om dit bedrijf voorzichtig te laten groeien, zowel op eigen kracht als door gerichte overnames. We gaan daarbij niet hijgerig te werk, maar rustig en verantwoord met het besef dat we goed om willen gaan met het geld van aandeelhouders."

2 U heeft een tijdje als zakenbankier gewerkt bij het Australische Babcock & Brown, een sector die toch als vrij hijgerig bekendstaat. Die bank ging in 2008 failliet. Een belangrijke leerschool voor u?

"Je mag in je leven één keer een grote fout maken. Mij is toen heel erg duidelijk geworden dat ik niet op de wereld ben gezet om bij een zakenbank te werken. Ik ben iemand die op de lange termijn wil bouwen, die iets wil laten groeien.

Zakenbankieren is het sluiten van een deal en op naar de volgende. Ik was overigens al weg toen die bank ten onder ging."

3 Een van de manieren waarop u Acomo wilt laten groeien, is door meer te gaan doen voor uw klanten. Wat is de gedachte hierachter?

"In de levensmiddelenindustrie is veel veranderd. Vroeger deden bedrijven als Unilever en Procter & Gamble alles zelf, maar dat is nu anders. Kijk naar onze snackactiviteiten. We halen zaden van het land, maken ze schoon en sorteren ze. In het verleden ging de snackproducent dan nog zout en smaakjes toevoegen en de zaden in zakjes stoppen en verschepen. Voor een van deze snackfabrikanten doen wij dat nu allemaal."

4 Acomo doet nu meer voor zijn klanten dan tien jaar geleden en wil dat verder uitbouwen.

Is het bedrijf eigenlijk nog wel een grondstoffenhandelaar te noemen?

"Dat is ook een verkeerde naam. We waren een echt handelshuis. Eind vorige eeuw was nog 90 procent pure handel. Dat is in de periode tussen 2000 en 2010 veranderd. Nu is ongeveer 50 procent van onze omzet handel, de rest komt voort uit toegevoegde waarde. Dat gaat verder omhoog omdat ik geloof dat je je positie versterkt als je meer gaat doen in de productieketen."

5 Op veel grondstoffenmarkten wordt flink gespeculeerd. Heeft u daar last van in uw handelsactiviteiten?

"Wij merken daar niets van. Wij handelen op intransparante markten met kleine volumes. Dit is pure, fysieke handel. Je kunt niet met een scherm op een berg in de Alpen gaan zitten handelen. De omvang van de markten is ook te