

Thema's: Mass-customization, automatisering, high price strategy, o2o strategy

Mymuesli is in 2007 opgericht door drie vrienden die samen in het kleine stadje Passau in Beieren hebben gestudeerd. Hubertus en Philipp studeerden economie en Max studeerde rechten. Philipp woont nog steeds in Beieren en voelt zich daar behoorlijk op zijn gemak. Hubertus en Max zijn naar Berlijn verhuisd en hebben het marketingteam meegenomen, de productie is nog steeds in Passau. Het verhaal van mymuesli begon tijdens een autorit. De oprichters waren op weg naar een meer om te zwemmen en hoorden de radioadvertentie van een bekende Duitse muesli producent. Een paar uur later kwamen ze overeen: ze wilden niet alleen betere radio-advertenties maken, ze wilden ook betere muesli maken! De muesli die ze voor ogen hadden, moest biologisch zijn zonder toegevoegde smaken, kleuren en suiker. Het belangrijkste idee was dat consumenten hun muesli individueel moeten kunnen samenstellen. Mass customization dus. Hierbij worden de klant niet alleen in doelgroepen gesegmenteerd maar elke klant wordt als een aparte doelgroep beschouwd.

Het begrip mass customization werd in 1987 door Stan Davis beschreven in zijn boek Future Perfect. Een paar jaar later maakte Joe Pine het populair in zijn boek Mass Customization. Ondanks deze voordieners was de markt voor mass customization in 2007 nog maar net in ontwikkeling! Want pas door de opkomst van de e-commerce werd het echt mogelijk om op grote schaal klanten hun producten zelf te laten samenstellen en dan 'op maat' efficiënt te produceren. Muesli is een ideaal product voor mass customization vanwege de verschillende ingrediënten en talloze combinatiemogelijkheden. Geen van de traditionele muesliproducenten had dit potentieel gebruikt, tot grote verbazing van de oprichters. De markt lijkt gigantisch, het aanbod vult plank na plank in supermarkten. En het is moeilijk om iemand te vinden die niet van muesli houdt.

In april 2007 ging mymuesli online. Na amper twee weken was de inventaris uitverkocht en werden de oprichters al snel overspoeld door erkenning van hun briljante idee. Ze wonnen prijzen van de Financial Times Duitsland, enable2start, en de BayernOnline prijs, een multimedia-oprichtersprijs van het Duitse ministerie van economie. Bovendien werden ze door een jury van het online tijdschrift Deutsche Startups uitgeroepen tot startup van het jaar 2007. Aangemoedigd door het snelle succes verhuisde mymuesli al snel naar een nieuwe productiesite. Al vanaf 2008 begon de internationale uitbreiding binnen Europa naar het VK, Zwitserland en Nederland. Ze begonnen tv-advertenties te lanceren en uiteindelijk ook winkels te openen door heel Europa. In 2011 verhuisden ze opnieuw naar een nieuwe fabriek en een nieuw kantoor en begonnen met volledige automatisering van hun productieketen. In hun fabriek kunnen ze nu vol geautomatiseerd 566 quadrijlen verschillende muesli-variëteiten bereiden!