

'Gaait het mis met kleine tomaten, dan betaalt de teler

Hij maakt zich echt grote zorgen over waar we in Nederland met de kleine tomaten heen gaan. "Zaadbedrijven, telers en handel kiezen weer teveel voor productie in plaats van smaak", meent 'mister Smaaktomaat' Ton Janssen van Tasty Tom. "Dan ontstaat het gevaar dat retailers voor de prijs overstag gaan."

DOOR ROGER ABENHUIJS
roger.abbenhuijs@reedbusiness.nl

Al ruim tien jaar is Ton Janssen, behalve een bevlogen teler van 'zijn' Tasty Tom, een ambassadeur van de Nederlandse tomatensector. Met regelmaat trok hij afgelopen zomer op verzoek van AGF Promotie Nederland de grens over om de Duitse consument te overtuigen van de smaak en de kwaliteit van de Nederlandse glasgroenten. Onlangs nog speelde hij een hoofdrol in een vijftien minuten durende reportage op de Duitse tv-zender Vox.

Welk verhaal van de Nederlandse glastuinbouw wil je in Duitsland uitdragen?

"Ik zet volledig in op smaak, kwaliteit en voedselveiligheid. Daar liggen onze kansen. Het energieverhaal, de belichting, steenwol en noem maar op, kunnen we wel overbrengen op journalisten, overheden en wetenschappers, maar niet op de consument. Die moet je overtuigen met ons brede aanbod en de prachtige verhalen die bij de teelt horen. In de Vox-uitzending werden Hollandse kastomaten vergeleken met Duitse bio-tomaten. Die wedstrijd wonnen we met 4-2, vooral op smaak en kleur scoorden we veel beter. De Duitse tomaten werden als waterig beoordeeld, terwijl men veronderstelde dat dit juist de Nederlandse tomaten waren!"

Er leven blijkbaar nog veel vooroordelen?

"Klopt, ik vind het de taak van de sector om dat ongelijk aan te tonen. Daarom werk ik graag mee aan de roadshows van AGF Promotie Nederland. Daar kan ik mijn passie in kwijt. Voortdurend verhalen blijven vertellen over smaak, voedselveiligheid, hommels en sluiptwespes, echt prachtig, maar ook als je oeromkommers laat zien en het kleurrijke paprikapallet, heb je absoluut de aandacht. Mensen kijken je verbaasd aan als je zegt dat ze, als ze één paprika hebben gegeten, hun wekelijkse dosis vitamine C binnen hebben. In vier steden - Oberhausen, Frankfurt, Essen en Duisburg - hebben we ook scholen benaderd. Compleet met tomaten- en komkommerplanten gingen we de klassen in. Er is veel nadruk gelegd op de brede variatie in tomaten, aangevuld met de verschillende toepassingen; een groot succes. Het kan echter nog veel beter, een roadshow is maar één manier. Er zijn al mooie plannen voor volgend jaar, maar uiteraard kost dat wel veel geld en tijd. Er is echter heel veel te winnen in Duitsland."

'Wedstrijd met Duitse bio-tomaten wonnen we met 4-2'

Kan een bevlogen tomatenteler die activiteiten er bij hebben?

"Iemand moet het toch doen! En wie kan het verhaal nou beter vertellen dan de teler zelf? Ik moet echter bekennen dat ik weinig steun krijg van collega's, maar je moet het ook maar kunnen in het Duits. Feit is dat het enorm wordt gewaardeerd, al is het in Rudi Carrel-Duits. Het is een uit de hand gelopen hobby. Gelukkig beschik ik over goede bedrijfsleiders, want ik ben nogal eens weg. Deze week vertel ik ons verhaal met evenveel plezier ook op de Limburgse televisie. Als ik wat doe, dat doe ik met volle overtuiging. Zo ben ik ook elke zaterdagochtend in de weer met jonge voetballers van Venlose Boys."

Je promoot de Nederlandse smaaktomaat in Duitsland, maar waarschuwde onlangs wel voor het verslappen van de aandacht.

"Met elkaar zijn we momenteel echt niet goed bezig. Daar maak ik serieus zorgen om, want die boodschap komt niet bij iedereen door. Ik verwacht dat zaadbedrijven alleen rassen met de beste smaak op de markt brengen en dat telers niet opnieuw kiezen voor

meer productie. Er worden nu rassen in het smaaksegment aangeboden, zoals Pinoso, die daar vanwege hun brixwaarde helemaal niet horen. Als gezamenlijke Nederlandse tuinbouw doen we daarmee een forse stap terug. Deze winter al ga ik de confrontatie aan met de belangrijkste retailers. Ze hebben nu volop keus in het fijne trossegment, maar ik wil ze de smaakverschillen laten proeven. Het wordt een lastig verhaal als een andere supermarktketen goedkopere tomaten in hetzelfde segment kan aanbieden, door de keus op prijs in plaats van smaak. Naar die

situatie willen we toch niet toe? We zitten met telers, zaadbedrijven, afzetorganisaties, handel en supermarkten in één keten, maar als het niet goed gaat met kleine tomaten als de cocktailtomaten krijgt de tuinder als enige de rekening gepresenteerd!"

Kunnen de Tasty-Tomtelers die verleiding na een moeilijk jaar als 2008 wel weerstaan?

"Wij blijven ook dit jaar trouw aan het ras Campari. Al veertien jaar zitten we op hetzelfde productieniveau. Natuurlijk kijken we goed om ons heen en testen ook nieuwe rassen, maar vooralsnog zien wij geen beter ras voor ons totale areaal. Daar komt bij dat de



Ton Janssen: "We zijn momenteel met elkaar echt niet goed bezig en ik maak me er echt zorgen om dat die boodschap niet overkomt."

kracht van Tasty Tom in het onderscheidend vermogen zit. Wij willen absoluut het alleenrecht hebben voor de Europese markt, zoals met Campari. Daar zitten zaadbedrijven doorgaans echter niet op te wachten. De vraag is en blijft of je als telersvereniging met je beoogde groei een ras exclusief kunt houden. Elk jaar hanteren wij tot dusver een groei doelstelling van 10 procent. Dat moet wel een reëel doel zijn, want dit jaar is ons dat bijvoorbeeld niet gelukt. Ook een Tasty-Tomteler kijkt voortdurend naar de economische haalbaarheid van zijn teelt. Dat heeft er toe geleid dat we komend jaar een teler gaan verliezen. Jan van Marrewijk in Delfgauw stapt over op een grover ras met meer productie. Dat is uiteraard zijn goed recht. De kracht van de overige leden zullen we komend seizoen weer ten volle benutten. Tasty Tom onderscheidt zich als telersvereniging door de bundeling van hele goede telers met elk hun eigen toegevoegde waarde. De een weet alles van aanvoerprognoses, de ander van afzet, kleinverpakking of promotie."

Tasty Tom wordt alom geroemd om zijn voortrekkersrol en marketingstrategie, maar laat een uitbreiding van het sortiment niet te lang op zich wachten?

"Die kritiek heb ik laatst ook gehoord van de kant van de Rabobank en daar zit wel een kern van waarheid in. Wij hadden de afgelopen jaren verder moeten innoveren. Een snoeptomaatje als

Ton Janssen

Ton Janssen (1956) kwam na de mavo en middelbare tuinbouwschool in het familiebedrijf met augurk en sla. Meteen bij zijn aantreden schakelde het bedrijf als een van de eerste over op vleestomaat en sla en al snel op jaarrond vleestomaat. In 1994 was Janssen een van de eersten die trostomaat gingen telen en in het najaar van 1995 introduceerde hij de smaaktomaat onder het label Tasty Tom.

Tommies had eigenlijk bij Tasty Tom moeten ontstaan. Dat zou ook prima bij ons passen. Sterker nog, vaak wordt gedacht dat de Tommies ook van ons zijn. Wij werken echter prima samen met de jongens van Greenco. Ondertussen zoeken we door naar een speciality, die zoals gezegd onderscheidende en exclusief moet zijn. Dus niet weer zomaar een nieuw tomaatje erbij. Daar zitten de Europese retailers echt niet op te wachten. Feitelijk zijn er momenteel al teveel soorten." ■

Ga voor filmpje tv-uitzending Vox naar www.weekbladgroentenenfruit.nl/filmfoto