

Van boer tot bord:

Baltussen behoudt schappositie



PRAKTIJK Hoewel Baltussen Konservenfabriek de laatste der Mohikanen is van alle kleine conservenfabrieken in Nederland, is deze mkb'er tegelijkertijd een van de grootste Europese producenten van biologische potgroenten. 'Intensieve samenwerking in de keten en gezamenlijke productinnovaties houden ons strijdend in de markt', aldus directeur Ruben Bringsken.

'Veel consumenten zien groenten uit pot als een minder gezond alternatief voor verse producten. Mede door dit misverstand hebben veel conservenfabrieken de afgelopen jaren hun deuren moeten sluiten', vertelt Bringsken. 'Vandaar dat we erg ons best doen om die beeldvorming te veranderen. Allereerst door onze potgroenten op natuurlijke wijze te conserveren, zonder toevoeging van conserveringsmiddelen. Door kennisvouchers van EL&I en fiscale ondersteuning door de WBSO kunnen we technische innovaties doorvoeren en startten we samen met Belgische en Franse producenten diverse campagnes om de kwaliteit van potgroente onder de aandacht te brengen. We communiceren vooral over kwaliteit in termen van behoud van voedingswaarden, zoals vitamines en mineralen.'

Bio+

Het was ook vanwege de negatieve beeldvorming dat Bringsken zijn focus in 1998 verlegde naar biologische groenten en fruit.

Inmiddels is dit segment behoorlijk gegroeid en levert Baltussen biologische groenten en fruit in pot aan bijna alle Nederlandse retailers onder het merk Bio+. De volgende stap is levering aan speciaal-zaken. 'De toegevoegde waarde van onze producten is dat we een goed evenwicht hebben gevonden in prijs en kwaliteit. Wat consumenten ook als voordeel zien, is dat onze potgroenten buiten het seizoen verkrijgbaar zijn', aldus Bringsken.

Schappositie

Maar wat houdt Baltussen strijdend in de markt? 'Onze biologische producten zijn concurrerend omdat we in deze relatief kleine afzetmarkt een zeer flexibele productielijn hebben neergezet. Bovendien zijn de inzaaischema's van telers met wie we samenwerken afgestemd op de verwerkingscapaciteit van onze fabriek. Kijken we naar de reguliere potgroenten, dan concurreren we vooral op prijs. Maar, prijsvechters alleen vormen geen garantie voor het behoud van

schappositie. Ook deze producten moeten er kwalitatief goed uitzien en lekker smaken. Daarom zijn we voor al onze producten continu op zoek naar productvernieuwing en -verfijning. Dat doen we zo veel mogelijk in samenwerking met ketenpartners, zoals telers, verzendhuizen en retailers.'

Gezond

Op de vraag of een relatief kleine onderneming juist voordelen heeft ten opzichte van grote verwerkers zegt Bringsken: 'Baltussen heeft inderdaad slechts vijftig medewerkers in dienst en één productielocatie in Driel, in het hart van de Betuwe. Voor ons is klein zijn geen doel op zich. Wij willen vooral groot zijn in het biologische segment. Producten op de markt brengen die goed zijn voor de volksgezondheid. Op dat vlak willen we in de toekomst nog meer samen optrekken met onderzoekers en Belgische en Franse producenten. Onze campagnes zijn vooral nog gericht op opiniemakers. Via bijvoorbeeld huisartsen willen we consumenten allereerst motiveren om meer groenten en fruit te eten. De volgende stap is hen te overtuigen dat groenten en fruit in een pot net zo gezond zijn als verse producten.'

www.baltussen.nl