

Tomatenteler Corné Smulders:

'Flink doorzettingsvermogen nodig voor



Corné Smulders: "De snijtomaat drupt niet nabij het snijden, heeft een goede smaak en is niet melig. Door deze eigenschappen heeft hij echt een toegevoegde waarde voor horeca, lunchrooms en verpakte sandwiches."

Een tomaat die niet lekt. Ideaal op broodjes, want ze worden niet meer klef. Horeca, foodservice en snijderijen hebben duidelijk belangstelling. Toch telt Nederland maar twee telers. Het product is nog vrij onbekend, maar belangrijker: de teeltproblemen zijn immens. Je moet echt gedreven zijn om dit door te zetten. En dat is Corné Smulders.

TEKST: TIJS KIERKELS

Het is elke keer weer een leuke stimulerende ervaring. Als Corné Smulders zijn snijtomaat promoot op horeca- en retailbeurzen is de eerste reactie meestal: 'Alweer een nieuwe tomaat? Nee bedankt.' Maar als hij uitlegt dat deze niet lekt bij het snijden, wil iedereen wel een partje proeven. "En

BEELD: WILMA SLEGRS

tijdens het gesprek daarna nemen ze zonder na te denken nog een partje omdat ze 'm zo lekker vinden."

De tomaat van het ras Intense geeft geen vocht af na het snijden. Zelfs niet als je erop knijpt. Tegelijkertijd is de smaak goed (brixwaarde een punt hoger dan gewone

tomaten) en is hij niet melig, de standaardvraag van potentiële afnemers. "Door deze eigenschappen heeft hij echt een toegevoegde waarde voor horeca, lunchrooms, verpakte sandwiches en dergelijke. Maar ook bijvoorbeeld voor verse pasta waarbij je niet zo'n waterige saus wilt."

Innovatief

De afzet groeit gestaag. Er kloppen nieuwe klanten aan en eenmaal verworven klanten komen steeds terug. Ze waarderen dat hun broodjes niet nat worden, of dat ze geen tissue onderin de verpakking moeten leggen om het vocht op te vangen. Het perspectief is dus goed. De andere kant van de medaille is de moeilijke teelt. Zo moei-

snijtomaat die niet drupt'

lijk dat collega's zeggen: 'Ik zou er niet tegen kunnen'.

Corné Smulders heeft samen met zijn vrouw Wilma een bedrijf van 3 ha in Oirschot. Via een artikel in een vakblad kwam hij op het spoor van 'de tomaat die niet lekt'. "Ik heb meteen Nunhems gebeld. Deze veredelaar had nog niet zoveel reacties gehad. Wij proberen altijd innovatief te zijn en hebben steeds belangstelling voor iets nieuws. We telen bijvoorbeeld al tien jaar pruimtomaaten en pakken nieuwe rassen vaak snel op", vertelt hij.

Van de vijf telers in Nederland en België haakten er al snel drie af. De kwaliteit viel aanvankelijk tegen en de teeltproblemen ook. "Zelfs Nunhems wilde stoppen. Maar we waren overtuigd van het gebruiksgemak. We hebben de tomaten aangeboden bij een snijderij en die was meteen enthousiast." In samenspraak met de overgebleven telers heeft Nunhems andere rassen met dezelfde eigenschap maar met een betere smaak getest. Daar kwam Intense als beste uit. Momenteel werkt nog één andere teler in Nederland met dit ras - Klaas van der Belt in IJsselmuider - en een in België: Leo Verdonk.

Extreem lastig

Smulders areaal met deze snijtomaat is gestaag gegroeid. Van 500 m² in 2007, via 1.500 m² in 2008 en 6.000 m² in 2009 naar de huidige 8.500 m². Volgend jaar gaat hij naar 12.000 m². Daarmee krimpt het aandeel pruimtomaat van het ras Prunus in zijn kas steeds in.

Smulders levert via bemiddeling van veiling ZON aan vaste klanten tegen een vooraf afgesproken prijs. Die ligt het hele seizoen op hetzelfde niveau. Maximale prijszekerheid dus, maar daar hoort dan ook levergarantie bij. Dat is soms problematisch want het ras is extreem lastig. Gewone pruimtomaaten zijn al erg neusrotgevoelig; dit ras gaat daar nog flink overheen. Ook zakt de productie de tweede helft van het jaar sterk in. Dit jaar komt hij maar op 38,5 tot 39

kilo per m², terwijl zijn andere tomaten 60 kilo halen.

"We hebben de productiedip op proberen te vangen door halverwege het seizoen tussen te planten. Een deel van de Prunus hebben we gerooid en de snijtomaat ervoor in de plaats gezet."

Bij veel neusrot en een terugvallende productie wordt die levergarantie een lastig punt. Bij zo weinig telers valt er nauwelijks bij te kopen. Het vergt steeds schipperen tussen het beschikbare product en de wensen van de klant. Dat is mede de reden voor het tussenplanten. Daar komt bij dat afnemers jaarrond product willen hebben. Ook in de winter worden immers broodjes en sandwiches verkocht.

De teler: "In de winter halen we ze uit Spanje, waar we contact gezocht hebben met een teler. Maar ook daar zijn de teeltproblemen aanzienlijk. We kijken daarom nu naar mogelijkheden in Israël of Egypte."

Op beurzen

Het is een illusie dat een goed product zichzelf verkoopt. Er moet veel tijd en geld in gestoken worden om het bekend te maken. Dat doen Smulders en zijn vrouw voor een groot deel zelf. Ze staan op beurzen om potentiële klanten te overtuigen en dat heeft ook effect. Nunhems ondersteunt hen met foldermateriaal. En de accountmanager foodservice van ZON neemt de snijtomaat mee in zijn pakket.

Het zal niet iedereen liggen om zijn eigen product zo te verkopen, maar Smulders heeft er wel lol in. "De waardering die je krijgt, geeft de voldoening. Wij vertellen wat de unieke eigenschappen zijn en de mensen reageren allemaal enthousiast. Dat is heel leuk. Groot voordeel van zo'n beurs is direct contact met de eindklant. Als die overtuigd raakt, legt hij zijn vraag neer bij de handel. Die kan er dan niet meer omheen. Pas nog belde een inkoper van een foodservicebedrijf. 'Ik heb die tomaten op een beurs gezien, maar ik kan ze nergens kopen'. Toen heb ik zelf contact opgenomen



"Bij het aansnijden drupt de Intense-tomaat niet, een gewone pruimtomaat wel."

met zijn leverancier en een deal voorgesteld."

Constance groei

Ook in een slecht jaar loopt de afzet van de snijtomaat goed. Over de financiële opbrengst is hij nog niet helemaal tevreden: door de teeltproblemen lag die toch onder die van de pruimtomaaten op zijn bedrijf. Maar daar wordt aan gewerkt. De rustige maar constante arealgroei is een reactie op de groeiende vraag van de handel. "Als het verder aanslaat, breiden we eerst ons eigen areaal uit. Als dat niet meer genoeg is, zoeken we er een collega bij. Iemand zoals ons: die er echt in gelooft."

Als één van de twee telers in Nederland teelt Corné Smulders de snijtomaat Intense. Groot voordeel voor horeca, catering en foodservice: hij drupt niet na het snijden. De teler verzorgt zelf de promotie en de afzet groeit gestaag. Daar staan forse uitdagingen tegenover: grote gevoeligheid voor neusrot en een lage productie.

SAMENVATTING