

Vers, gezond en decoratief

# 'We verkopen de tomaten met



Maurice Wubben in de kas bij plantenkwekerij Vreugdenhil:

"Er waren al wel planten met tomaten, maar niet met zo'n vorm, smaak, verhaal en emotie."

Drie jaar geleden kwamen de eerste 'pluktomatjes' op de markt: Compacte planten, niet hoger dan 40 cm, vol smaakvolle tomaatjes, bedoeld om zelf te plukken. Inmiddels is de productie toegenomen tot 320.000 stuks en dragen de planten de internationale naam Pick-a-Tom. Uit dezelfde stal komt de Pick-a-Pep: een compact plantje met paprika's of pepers om zelf te plukken. En de ideeën zijn nog lang niet op als het aan marketeer Maurice Wubben, teler Philip van Antwerpen en plantenkwekerij Vreugdenhil ligt. Zij werken samen in dit innovatieve project.

TEKST EN BEELD: MARLEEN ARKESTEIJN

Zes jaar geleden kreeg Philip van Antwerpen van het 31,5 ha grote teeltbedrijf Agro Care het idee van de pluktomatjes. "Philip liep altijd voorop met nieuwe ideeën. Toen iedereen nog losse tomaten teelde, gingen de voorlopers trostomaten telen. Toen dat was ingeburgerd, zocht Van Antwerpen verder en kwam op het idee om tomaten met plant en al te verkopen, zodat de consument ze zelf thuis kan oogsten", vertelt Maurice Wubben.

Wubben kwam de teler tegen bij zijn voormalige werkgever Koppert, toen hij daar aanklopte voor kaartjes met sluipwespen. Ze besloten het idee samen verder uit te werken en richtten enkele jaren later Pluktomat BV op.

### Pomdamur

"We zijn samen op zoek gegaan naar geschikte rassen en vonden een zaadbedrijf in perkgoed, dat ook veel verschillende soorten tomaten had. De gevestigde

zaadbedrijven hadden vooral productierassen. Van Antwerpen koos voor de 'Pomdamur', met de compacte plantvorm, trosjes boven in zicht en heerlijke tomaatjes. We zijn naar plantenkwekerij Vreugdenhil gestapt met de vraag proefjes te doen met deze compacte plant. Onze wens was een plant met zoveel mogelijk tomaatjes en 'maximaal biologisch' opgekweekt. Jan Tamerus van plantenkwekerij Vreugdenhil slaagde daar al snel in."

### Markt veroveren

Het Pluktomatje veroverde de markt: 4.000 stuks in 2003; 8.200 in 2004; 112.000 in 2005 en dit jaar 320.000 stuks. "Het eerste jaar gingen we met Vreugdenhil op pad om potentiële klanten te interesseren via de sierteeltafzetkanalen. Van exporteurs bij de Bloemenveiling hoorden we dat er weinig telers zoveel tijd in steken om vragen te stellen. Het concept bleek nieuw. Er waren al wel planten met tomaten, maar niet met zo'n vorm, smaak, verhaal en emotie. Het klinkt eigenlijk niet zo ingewikkeld. Je kweekt iets op dat al bestaat en maakt er een verhaal bij samen met een reclamebureau dat meedenkt."

In 2004 werd 90% afgezet via het sierteeltkanaal via bloemen- en plantenexporteurs. De afzet via het groentekanaal (Action Pearl Growers) bleef achter. We hebben in 2005 en 2006 bewust het groentekanaal actiever bewerkt, onder andere door de website verder uit te breiden.

"Omdat we wilden weten wie onze klanten zijn, informeren we bij de eindklanten van onze exporteurs wat ze van onze planten vinden. We gaan in tuincentra kijken en luisteren naar wat mensen over het product zeggen. Bovendien hebben we net een bijeenkomst met een consumentenpanel gepland om de huidige producten, maar ook nieuwe ideeën, te testen."

### Pick-a-Tom

Omdat 80% van de pluktomatjes naar het buitenland gaat, koos Wubben voor de internationale naam 'Pick-a-Tom'. De planten krijgen een kleurenfoldertje mee in vier talen.

"De naam Pluktomatje bestaat nog steeds voor het scholenproject, waarbij iedere basisschoolklas in het Westland een plant kan krijgen. De kinderen leren

# plant en al'

## Rainbow Growers introduceren snackkomkommers en -paprika's

Dit schooljaar kunnen scholieren en studenten in verschillende plaatsen naast snoep ook gezonde snacks in de automaten op school kopen: de Vitamini's. Met deze kleine komkommers en paprika mikken de Rainbow Growers op de trends gezond, gemak en genieten. Behalve naar scholen gaan de snackgroenten ook naar cateringbedrijven en de groenteman.

"We willen een gezonde snack bieden", zegt PR-medewerkster Caroline van Staalduinen. De telersvereniging telt 20 leden en levert behalve Vitamini's ook aubergines, tomaten, pepers en paprika's.

"Het idee ontstond vorig jaar. We zijn steeds met noviteiten bezig, omdat we een stapje voor willen zijn. Door ons nauwe contact met de zaadbedrijven, krijgen we informatie over leuke, nieuwe producten. De Vitamini-paprika is 7 centimeter lang en heeft een doorsnede van vijf centimeter. De komkommer is 10 centimeter lang."

De mini's zitten als snack in een staverpakking van twee paprika's of drie komkommertjes, die onder andere distributie via automaten mogelijk maakt. "Een zakje chips is zo gepakt, maar dit is natuurlijk veel beter", zegt Van Staalduinen.



De Vitamini's: voor groot en klein.

zo hoe tomaten geteeld worden en wat je kunt met tomaten. Volgend jaar willen we dit initiatief landelijk uitrollen."

### Vers, gezond en decoratief

Pick-a-Tom en Pick-a-Pep werden dit jaar voor de tweede keer op de Libelle Zomerveken getoond. Deze keer in de stand van telercoöperatie FresQ. "Uit zo'n evenement, met 80.000 bezoekers, kun je veel informatie halen. Mijn droom is om in het nieuwe retailgedeelte van de Horti Fair te staan met een display met al onze producten: paprika, tomaat, peper én daarbij een sterk verhaal dat het totaalconcept weer geeft."



Behalve pluktoomaatjes zijn er ook plukpaprika's

Wubben en Van Antwerpen zien het vooral als leerproject. De ervaringen passen ze in het eigen bedrijf toe. Voor de plantenkwekerij is het een mooie aanvulling in het assortiment en het project past goed in de bedrijfsplanning. Ze zijn met hun concept 'Pick-a-Tom' winnaar geworden van de AGF-Innovatieprijs 2005. Redenen zijn onder andere dat het concept zowel in de AGF-sector als in de sierteeltbranche aangeslagen is en het project een sterke educatieve waarde bezit. En het heeft een dubbelfunctie: het is een vers en gezond product en een decoratief cadeau.

Ook speelde de samenwerking mee tussen bedenker Van Antwerpen, marketeer Wubben, de goede afspraken op het gebied van de exclusiviteit met Peter van Zeijl van zaadhuis Sakata en de plantenkwekerij als ontwikkelaar en verkopende partij in de sierteeltmarkt.

De pluktoomaatjes van Philip van Antwerpen, Maurice Wubben en plantenkwekerij Vreugdenhil hebben in korte tijd de markt veroverd. Iets nieuws met een goed verhaal, eigen marktonderzoek en luisteren naar wat klanten ervan vinden, zijn de sleutel tot succes.

## SAMENVATTING

## Klantvriendelijk

'Wat bent u van plan mijnheer?'

"Uhh, ik snij even drie meter slang van deze rol, dat is namelijk wat ik nodig heb en aangezien het sinds jullie gezellige koffiehoeke steeds meer -doe het zelf- is, doe ik het dus maar zelf."

'Daar moet u dan onmiddellijk mee stoppen want deze slang gaat per rol.'

"Per rol? Dat is honderd meter waarvan ik er misschien twee gebruik, wat doe ik met de rest? Daarnaast, een hele rol kost me 76 euro, en ik heb maar voor anderhalve euro nodig. Lekker klantvriendelijk is dat. Daar heb ik echt geen zin in." 'Nou dan laat u het toch liggen.'

Daar stond ik dan. Ik voelde me eigenlijk wel een goede klant bij deze coöperatieve club waarvan ik de directiewisselingen, naamsveranderingen en ups en downs de laatste jaren allemaal heb meegemaakt en nu werd ik als een kwajongen weggestuurd. Dat voelde niet echt goed dus ik vroeg de knorrepot of er ook een baas aanwezig was. Die was er. "Zou u die dan voor me willen roepen?" Daar begon hij niet aan, hij ging voor mij helemaal niemand roepen en slofte door met zijn eigen karretje.

Vergeefs zocht ik naar een bekende kop die mij misschien wel wilde helpen, allemaal verstopt. Bij de kassa, in een laatste poging, vroeg ik een baas voor me te bellen. Die moeite had ik me kunnen besparen. Winkelbaas had er ook geen zin in en concludeerde "Het gaat inderdaad per rol."

En dat was dat. Demonstratief mikte ik mijn andere aankopen terug in een vak en verliet het pand. Zonder een centimeter slang.

Op naar de concurrent, die heeft in Aalsmeer een bescheiden optrekje met een beperkt assortiment en was daardoor niet mijn eerste keus, foutje.... De vriendelijke dame werkte me in vijf minuten weer naar buiten, met mijn stukje slang, voor 58 ct. Blijkbaar hoeft het allemaal niet zo ontzettend moeilijk te zijn.

Thuis eerst maar eens gecontroleerd hoe het met onze eigen klantvriendelijkheid is gesteld. Zou best eens kunnen dat wij het zelf niet zoveel beter doen en ons ook te veel aan onze eigen regels houden. Beetje jammer als we door dat soort dommigheid onze goede klanten zouden kwijtraken.

Hans@JdeVries.nl

Potplantenkweker uit De Kwakel