

Hét branchemedium voor de AGF-sector

Nieuws | **Archief** | **Aanbod** | **Vacatures** | **Groothandelsmarkten** | **Marktprijzen** | **Homepages** | **Video's** | **Foto's** | **Reizen**

groenten | fruit | bananen | citrus | aardappelen | uien | bio | exoten | kruiden | noten | verwerking | productinfo | gezondheid | voedselveiligheid

bedrijfsnieuws | detail | retail | koeling | automatisering | logistiek | verpakkingen | machines | management | agenda | noviteiten

Mededelingen

Klik hier om dit nieuws dagelijks per mail te ontvangen
Maak van AGF.nl je startpagina



Vacatures

meer »

Logistiek Manager AGF
 Commercieel Medewerker
 Import / Sales Manager Europe
 Loodsmedewerker
 In- / Verkoper
 Belgische chauffeur zoekt werk
 Bedrijfsleider
 Expediteur
 Commercieel ondersteunend medewerker
 Verkoper Franse retailmarkt

Laatste reacties

meer »

"Wortelen niet goed en TV niet schadelijk voor ogen" (1)
 Chili werkt exportregister naar Rusland bij (1)
 Cornelia Bosschaart gekozen tot Groningse Held van de Smaak (1)
 Halve finalisten De Beste Groenteman van Nederland bekend (4)
 Voedselbanken: supers leveren minder aan (1)
 Groot groente-mozaiek van FresQ FrEestem langs parcours Tour de France (1)
 Man beboet voor stelen van aardappelen uit onbeheerd stalletje (1)
 Veiling Hoogstraten viert feestjaar tijdens 'Groenten en Bloemen' (5)
 Thuisbezorgd.NL introduceert volgsysteem Food Tracker (5)
 Vermiste vrachtauto én chauffeur van AFL Barendrecht terecht (1)

Top-5 gisteren

Goede vraag naar tomaten
 Halve finalisten De Beste Groenteman van Nederland bekend
 Nederlandse truck met groente en fruit gekanteld na klapband
 Duurzaamheid dé leidraad voor uienverwerkingsbedrijf Peter CV
 Groot groente-mozaiek van FresQ FrEestem langs parcours Tour de France

Top-5 afgelopen week

Vermiste vrachtauto én chauffeur van AFL Barendrecht terecht
 Vrachtwagen én chauffeur AFL Barendrecht spoorloos
 LBP gaat uitbreiden
 Seabrex maakt doorstart als Rotterdam Fruit Wharf
 Goed prijsniveau rode en oranje paprika's

Top-5 afgelopen maand

Vermiste vrachtauto én chauffeur van AFL Barendrecht terecht
 Vrachtwagen én chauffeur AFL Barendrecht spoorloos
 Fruitterminal Seabrex te Rotterdam vraagt faillissement aan
 Koppert Cress rouwt om verlies medewerker Edwin Klein

De snacktomaat, een product voor de toekomst

2007, een nieuw product bestormt het tomatenschap: het zoete snacktomaatje. Een merk springt vanwege zijn verpakking in het oog. Smakelijke uitziende tomaatjes zitten in een plastic koker, vergelijkbaar met een cocktailshaker. Deze verpakking heet dan ook heel toepasselijk 'de shaker' en is een geheel nieuwe verschijning op de markt. Zeer goed ontvangen ook, want dergelijke verpakkingen zien we inmiddels ook bij andere producten als komkommers en paprika.



Nu, drie jaar later, is de TomBon-tomaat van Van Kester-Weijs nog steeds een succes en dat komt niet alleen vanwege de innovatieve verpakking. "We blijven positief over het product, anders zouden we er niet mee doorgaan", zegt Maurice Weijs van Van Kester-Weijs. "Het snacktomatensegment heeft een flinke groei doorgemaakt. De groei is zich aan het stabiliseren, maar de snacktomaat is absoluut een product voor de toekomst. Het is makkelijker en kent bijvoorbeeld meer gebruiksmomenten: naar het werk, tijdens de lunch, in de auto en 's avonds als snack. Bovendien heb ik maar weinig kinderen gezien die dit tomaatje niet lusten."

Geloof in het product is er dus zeker. Van Kester-Weijs had al de nodige ervaring in het smaaksegment. Het bedrijf, opgericht in 1998, begon met de teelt van cocktailtomaten als Aranca en Ballerina, ook Enza Zaden-rassen. "Een goede groei, smaak en vorm", zegt Maurice. Toch stapten ze vier jaar geleden over op het nieuwe segment van de snacktomaten met als gevolg dat in het bedrijf nu drie hectare Heartbreaker staat en drie hectare van een nieuw Enza Zaden-ras snacktomaat. Waarom dan toch deze overstap? Omdat het toch "het product van de toekomst is en we geloven erin. In de uitgebreide smaaktest die weekblad Groente & Fruit vorig jaar uitvoerde, werden wij met Heartbreaker tweede, terwijl de winnaar in een duurder segment zit. En ook tijdens eigen consumentenmetingen, die we op kleine schaal lokaal uitvoeren om een idee te krijgen van de markt, blijken onze snacktomaatjes goed in de markt te liggen."



Innovatief verpakken

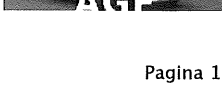
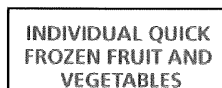
De afzetmarkt van de TomBon ligt in groentespecialzaken en vooral in de supermarkten van Noordwest-Europa: in Nederland, België, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en een klein stukje Scandinavië. Een afzetmarkt die over het algemeen ook niet verschuift. Het is een sterk merk, zeker voor retailers en handelaars. En dat terwijl Van Kester-Weijs merkopbouw niet boven aan het prioriteitenlijstje heeft staan. "Wij vinden een goede relatie met onze klanten belangrijker dan een heel sterk merk. Het product verkoopt zichzelf dan wel. Natuurlijk bekijken we wel de mogelijkheden van merkopbouw, maar het moet dan wel iets unieks zijn. En een compleet concept. Is het niet een compleet concept, dan zal alles wat kan worden nagemaakt, worden overgenomen en daarmee profiteert een ander met hetgeen jij opgebouwd hebt.

Hiermee doet Maurice op de innovatieve verpakking die hij voor zijn product had bedacht: de shakers. Toentertijd uniek en iets compleet anders. "We vonden het een leuke verpakking en het was weer eens wat anders. Zo konden wij ons product in het schap onderscheiden. Daarnaast zijn de tomaten in de shakers goed beschermd en is het makkelijk mee te nemen. De shaker kan je gewoon rechtop in de auto zetten." Inmiddels zie je dergelijke verpakkingwijze ook bij snackpaprika's en -kommers. "Best wel een beetje jammer dat je idee zo gemakkelijk overgenomen kan worden", zegt de bedenker van het concept. Maar ook in dit geval "heb elk nadeel zijn voordeel". Het lijkt er immers op dat er een trend ontstaat in deze manier van verpakken en zo kan het ene product zich aan het andere optrekken. "Het kan ook best afzetbevorderend werken", erkent Maurice.

Marketing in het productschap

Wat is de visie van Van Kester-Weijs eigenlijk op marketing in het groenteschap? "Het is zeker voor verbetering vatbaar, met name op het gebied van duidelijke communicatie. Het assortiment tomaten in de winkels is inmiddels zo groot dat de consument niet meer precies weet welke tomaat voor welk doeleinde geschikt is. Goede flyers of symbolen die dit aangeven zouden een goede bijdrage kunnen zijn. Wat dat betreft zouden telers of telerverenigingen de supermarkten moeten 'opvoeden'. Hierin zou ook Enza Zaden een belangrijke rol kunnen vervullen. Timing Taste is immers het platform dat samenwerking binnen de gehele keten promoot om tot een win-winsituatie voor alle partijen te zorgen. Daar is Maurice het ook zeker mee eens: "Allereerst kan Enza Zaden natuurlijk bijdragen met haar

TASTE THE WORLD



REGULIERE LUMINOSY
 Laatste reguliere jaarvergadering
 FreshWorld Barendrecht

Overig nieuws [meer »](#)

"VVD-kiezer wil Paars-plus niet" - NOS.nl
 Peuter uit snikhete auto gered - NOS.nl
 Man overlijdt na val door ruit - NU.nl
 Zeven jaar cel voor zwemschoolhouder
 Benno L. - Trouw
 Van der Laan en Bolsius benoemd -
 Reformatorisch Dagblad
 Slachtoffer schietpartij Amsterdam
 overleden - NU.nl
 Sterigenics weer in productie - NOS.nl
 Lange celstraffen voor liquidatie - NOS.nl
 Provincie trekt lessen uit project
 Blauwestad - de Volkskrant
 Nieuw automuseum geopend in Den
 Haag - NOS.nl

Bron: Google Nieuws

Koerslijst [meer »](#)

USD: 1.2548
 DKK: 7.4497
 GBP: 0.82520
 CHF: 1.3376
 NOK: 8.0630
 ZAR: 9.6940

Wisselkoersen t.o.v. Euro
 Bron: ECB

Euribor

periode	05-07-2010
1 maands	0,515%
3 maands	0,793%
6 maands	1,060%
1 jaars	1,329%

Bron: homefinance.nl

Weer & verkeer

Weersverwachting

 21°C

[Meer weer »](#)

Verkeersinformatie

aantal files: 25
 totale lengte: 94 km
[Meer verkeer »](#)

rassen, maar zeker ook met marketing en communicatie. We hebben een gezamenlijk belang en we zouden prima samen kunnen optrekken en elkaar aanvullen. Nu gebeurt dat nog niet zo heel veel."

Bron: Nieuwsbrief Timing Taste, Enza Zaden

Publicatiedatum: 5-7-2010

 reageer op dit artikel  mail dit artikel  print

Ook onze agf-nieuwsbrief ontvangen? | [Klik hier](#)



Dagelijks gratis het
 agf-nieuws per e-mail?



Plaats een reactie:

Naam: *

Woonplaats: *

Email: *

E-mail weergeven

Bericht:

[Reactie plaatsen](#)

Ander nieuws uit deze sector:

- 1-7-2010 Boodschappen thuis bezorgen steeds populairder
- 30-6-2010 Gratis blender voor het leukste en lekkerste zomerrecept
- 22-6-2010 "Een feest voor de tomatenliefhebber"
- 21-6-2010 Zoete bataten in Foodblad 'Delicious'
- 17-6-2010 Het is weer kersentijd
- 16-6-2010 24Kitchen: TV- en radiozender over gezond koken
- 15-6-2010 Radijs, een gezonde impulsaankoop
- 14-6-2010 Herkomst biologisch fruit Dole nu te achterhalen met iPhone
- 10-6-2010 Echte fans lusten oranje rauw
- 7-6-2010 Alles over kiemgroenten nu online te vinden
- 28-5-2010 Paul Beck neemt eerste kistje zeekraal in ontvangst
- 27-5-2010 Met een Happy Meal duurzaam leren handelen
- 25-5-2010 "De ontdekking van de achterbak"
- 19-5-2010 Groentecampagne Flandria van start
- 18-5-2010 Smullen van Hollandse venkel
- 17-5-2010 24Kitchen echt eerlijk over eten
- 12-5-2010 Zoete tomaten à la Nagata
- 11-5-2010 Groene asperges rijker aan vitamines
- 6-5-2010 Groene asperge is rijker aan vitamines dan andere aspergevarianten
- 27-4-2010 Tomaat en appel populairste groente en fruit in België

[<< terug](#) | www.agf.nl