

Perspromotie voor 12,5 jarige Tasty Tom

Smaakbeleving nog steeds onbetwist

Na 12,5 jaar geldt de Tasty Tom nog steeds als de koningin onder de smaaktomaten. Maar imitaties van de Tasty Tom zijn in opkomst. Aanleiding voor teler Ton Janssen uit Venlo om eens uitgebreid stil te staan bij het jubileum van zijn tomaat, onder meer met de Duitse vakpers. ZON ondersteunde het tweedaagse evenement.



Ton Janssen praat de Duitse pers bij over zijn speciality-tomaat: Tasty Tom.

- ▶ Ongekend smaakvol
- ▶ Doordachte marketing

Vol aandacht luisteren enkele journalisten van Duitse vakbladen uit de groente- en fruitsector naar Ton Janssen, die in zijn kas uitleg geeft over de inzet van biologische bestrijders. "De teelt van de Tasty Tom is weliswaar niet honderd procent biologisch, maar komt er toch zeer dichtbij. En dat heeft zijn invloed op de kwaliteit en de smaak."

Even daarvoor hebben de Duitsers

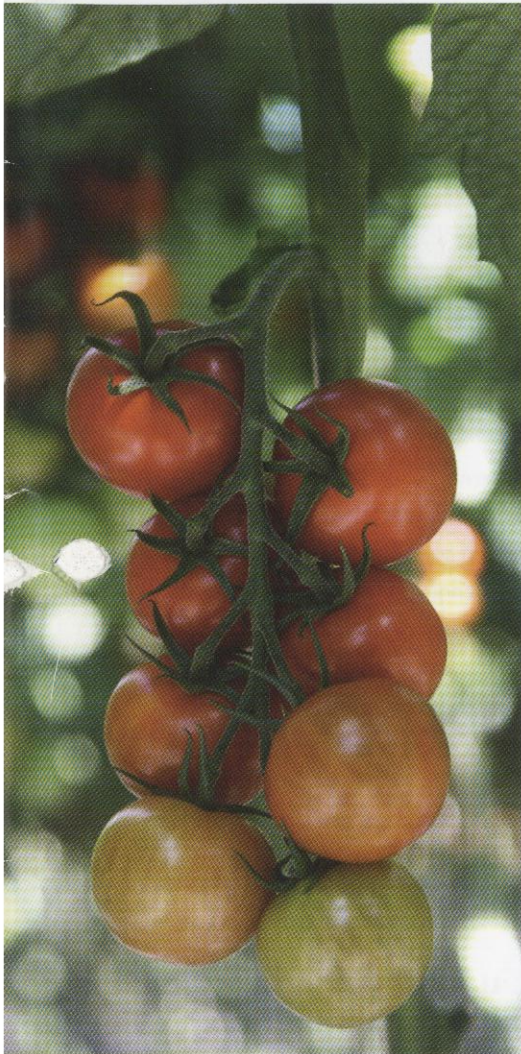
met Ton Janssen een bezoek gebracht aan een filiaal van Albert Heijn. Een medewerkster met aanleg voor culinaire hoogstandjes laat daar zien dat je met een Tasty Tom nog meer kunt doen dan 'm alleen door de sla te mengen. "Vul de vrucht met stukjes rundvlees, olijfolie, gembersiroop of bieslook en zo kun je er, met een beetje fantasie, allerlei kanten mee op."

Voor innovatie op energiegebied moet de groep terug naar zijn bedrijf. Dit om te zien dat met de energie uit de hoogrendement WKK-centrale, waar

zijn kas op draait, Essent enkele duizenden woningen in de omgeving kan verwarmen.

Telersinnovatie

Samen met enkele collega's startte Ton Janssen 12,5 jaar geleden de teelt van Tasty Tom. Een nieuw en ongekend smaakvol tomaatje als antwoord op de bij onze oosterburen zwaar bekritiseerde Nederlandse *Wasserbombe*-tomaat. De introductie en het in de markt positioneren van de Tasty Tom bleek vervolgens een gedurfd, indrukwekkend staaltje



telersinnovatie. Máár... het lukte."

Na 12,5 jaar is de Tasty Tom nog steeds de smaaktomaat met de meeste naamsbekendheid en het niveau van de nichemarkt wel ontstegen, hoewel het tomaatje nog steeds een beetje een air van exclusiviteit uitstraalt.

"In Duitsland praat niemand meer over de Wasserbombe", zegt Michael Schotten, redacteur van *Fruchthandel Magazin*. "Jullie tomaten worden bij blindproeverijen keer op keer als smaakvolste tomaat beoordeeld."

Van de in totaal vijftienhonderd

hectare tomatenareaal in Nederland wordt vijftig hectare ingenomen door Tasty Tom. Veredelaar Enza Zaden uit Enkuizen ontwikkelde na het Campari-tomaatje en de Aranca ook het zaad voor de Tasty Tom.

Enza-directeur Henk Haitisma: "Wie kent de Careza, de Valdeza of de Juanita? De gemiddelde consument kent van de tomatensoorten alleen de Tasty Tom. Dat-ie zo bekend is, is het resultaat van doordachte marketing, het afstruinen van markten en proeverijen met beschilderde autootjes. Ton en andere telers hebben daar in de beginperiode veel tijd in gestoken."

Kwaliteit

Keurmeester Piet Crienen van ZON gaf het gezelschap uitleg over de kwaliteitscriteria. "Met mijn handen voel ik of de tomaat voldoende stevig is. Daarnaast beoordeel ik de tomaat op trosopbouw, beschadigingen en kwaliteitsgebreken. Tevens kijk ik of er misschien een 'rotje' in de tomaat zit: een zwarte vlek aan de kant waar de bloem heeft gezeten."

Henk Haitisma van Enza voegt toe:

"De diepte van de smaak en de

combinatie van inhoudstoffen, vruchtvlees en de stugheid van de schil maakt van de Tasty Tom een vrucht die er bovenuit steekt."

Smaaknivellering

Ondertussen zit de concurrentie niet stil. Er is door tegenvallende tomatenprijzen een trend naar hoogproductieve rassen. Janssen en Haitisma signaleren op de markt pruimtomaten en andere soorten die een imitatie zijn van Tasty Tom, maar qua smaak achterblijven. "Nieuwe rassen brengen meer kilo's voor de tuinder. Dat is prima, maar voor de consument is het verwarrend. Hij déntkt dat hij van een bepaald ras een goede tomaat eet, maar qua smaakbeleving is dat vaak minder dan Tasty Tom. Juist door dit soort smaaknivellering blijft voorlichting over je eigen product nuttig. Vandaar dat je de pers, en daarmee het publiek in een belangrijk afzetgebied als Nordrhein-Westfalen, geregeld moet laten zien dat een écht lekkere tomaat allesbehalve bulk of doorsnee-productiewerk is. Het is liefdevol bedreven arbeid."