



Jeroen Schuurman en Albert van der Veen van Groentegoed



Het nieuwe beleggen met Tomaat Americain

## Meer groenten eten met het nieuwe beleggen

Een verse tomaat op brood is het meest gezond, maar onze Tomaat Americain is een alternatief dat daar heel dichtbij zit, vertelt Albert van der Veen van Groentegoed. Die bedrijfsnaam spreekt eigenlijk voor zich. Samen met zijn compagnon en chef-kok Jeroen Schuurman ontwikkelde hij 'Het nieuwe beleggen', gezond en discussieloos (brood) beleg op basis van groenten.

**“W**e hebben allemaal de uitdaging om dagelijks de aanbevolen minimum hoeveelheid van 250 gram groenten per dag te eten. Dat redt bijna niemand, behalve wanneer je die hoeveelheid over de dag uitspreidt. Groenten vind je in de doorsnee Nederlandse lunch of ontbijt echter niet terug. Wij zijn zelf opgevoed met een boterham met hartig en daarna een boterham met zoet. Meer variatie was er niet. Als vaders wilden wij zeker ook onze kinderen helpen om meer groenten te eten en zo ontstond drie jaar geleden het idee van Groentegoed.”

Groentegoed heeft zich razendsnel ontwikkeld. Drie jaar geleden ontmoeten de zakenpartners elkaar en 2 jaar later lag de Tomaat Americain bij supermarkt Plus in de schappen. Tegenwoordig zijn bij Plus 4 verschillende groentespreads te koop, alsook bij Dekamarkt, Landmarkt, Rechtstreek en online versaanbieder Crisp.nl.

Jeroen Schuurman is als kok altijd al bezig met het bedenken van nieuwe recepten en producten. Albert van der Veen kent als sales en marketeer de juiste afzetkanalen. De klik ontstond toen zij beiden aan een opdracht voor traditioneel broodbelegger Stegeman werkten. Toen Jeroen in zijn



Droogoven voor tomaten die gebruikt worden in o.a. Tomaat Americain van Groentegoed

Voor die laatste twee kon Duijvestijn Tomaten zorgen. De innovatieve tomatenteler levert bovendien het belangrijkste ingrediënt van de Tomaat Americain. Om verspilling tegen te gaan, had Duijvestijn Tomaten namelijk al een droogproces ontwikkeld voor hun tomatenoverschotten die perfect gebruikt konden worden. Albert: “Het is een hele leuke samenwerking geworden, waarbij wij gebruik kunnen maken van de al bestaande productieruimte in hun op aardwarmte en zonnepanelen gestookte kas. We produceren daardoor ook het eerste geheel klimaat neutrale broodbeleg. Ook kunnen we via de contacten van Duijvestijn Tomaten gemakkelijk aan grondstoffen voor onze andere producten komen. Die maken we het liefst ook van anders verspilde groenten.”

## Coronacrisis is een nekslag voor kwaliteit en exclusiviteit

**K**ijk naar de groenten en fruit die het “goed” doen, dan is het supermarkt kwaliteit. Is dat slechte kwaliteit? Nee, maar het is wel massa en middle of the road. De zorgvuldig opgebouwde markt, waar de specialistische groothandelaren in binnen- en buitenland het verschil mee maakten, is het segment van de gekkies, de verhalenvertellers, de anders dan anderen. U begrijpt dat zijn mijn soort van mensen. Nu de gastronomie, de catering en alle out-of-home wereldwijd compleet lam gelegd is, is het domino-effect in de voedings-tuinbouw enorm voelbaar. De Foodservice markt voor G&F in Nederland is circa 1,5 miljard. De supers doen 4,5 miljard en de G&F specialisten 350 miljoen. Die 1,5 miljard in Nederland is ongeveer 40-50 miljard in Europa.

**En nu?** De grootgrutters liggen op hun rug geld te tellen. Zoveel kerstweken op rij, door de hen gegunde markt-exclusiviteit, gooit geld. Weliswaar wordt er bij enkelen 10% geplust op G&F, dat wil niet zeggen dat iemand zijn best doet om de specialities even collegiaal mee weg te douwen. Gekker nog: er is sprake van indikking van het sortiment. En ja, ik ben blij met het AH/Rungis/Koppert Cress experiment. En de Boerschappen en de

Picnic support. Maar dit is een Vliegenpoepje op de Nederlandse stikstofcrisis.

**Waar moeten we heen?** Nood en Deugd gaan nu goed samen. Corona treft met

Stop met het hamsteren van pasta's en potjes en zakjes.

De Nederlandse Tuinbouw heeft jaarrond de meest gezonde groenten en fruit voor u. We halen per direct de BTW eraf en sponsoren supermarkten (hoewel, die verdienen genoeg!), dus we dwingen supermarkten om te stunten met de groenten en fruitoverschotten. U zult merken dat u zich beter voelt.”

En de minister van EZ die zijn HORECA inkomen ziet verdampen, zorgt dat die kleine schattige en verrassende horecaondernemers overeind blijven. Geef mijn tuinbouwbedrijf geen vis, geef mij een hengel. Maak dat mijn horecaklanten overleven.

En straks als we achterover leunend op deze pandemie terugzien? Het woord restaurant komt van het restaureren van de gezondheid van Parijzenaren in

1765. Zorg dat onze restaurants en cateraars ons de komende jaren gezond houden en ons weerstand geven. De tuinbouw blijft u dit leveren.

**Blijf gezond en let op elkaar.**

Rob Baan



name mensen met een matige gezondheid. Het treft mensen met Diabetes2. Een ziekte oplosbaar met lifestyle verandering en uit heel veel groenten en fruit eten. Héél véél Groenten en Fruit. Datgene, wat ik dagelijks nu in de perscontainer sta af te voeren. Waar is staatssecretaris Paul Blokhuys van PREVENTIEBELEID om op TV uit schreeuwen: “Zorg voor uw weerstand, zorg dat wij u niet hoeven te repareren.

Aan de gedroogde Hollandse Duijvestijn Tomaten voegt Groentegoed alleen wortel, ui, eigeel, olie en keukenkastkruiden toe. “Alleen maar ingrediënten die iedereen kent”, vertelt Albert. “Omdat marktonderzoek uitwees dat consumenten vaak twijfelen aan E-nummers wilden we per se een discussieloos product maken, dus geen conserveringsmiddelen.” Voor de houdbaarheid maakt Groentegoed het zichzelf wel lastig, ze laten het product pascaliseren. “Wanneer je conserveringsmiddel toevoegt, stop je het in de verpakking, deksel en etiket erop en kan het direct naar de klant. Wij brengen de hele lading eerst naar een pascalisatiebedrijf in Helmond om het daarna terug te brengen naar Pijnacker om het te verpakken en stickeren”, vertelt Albert. Maar deze extra inspanning is het helemaal waard. “Het is duurder maar de smaak blijft geheel behou-



Niet alleen beleggen maar ook borrelen met Groentegoed

den. Conserveringsmiddelen werken vaak op basis van zuren die de smaak aantasten. Bij pascaliseren wordt het product onder een zeer hoge waterdruk van wel 6000 bar gebracht. Dat schakelt bacteriën en schimmels uit maar laat de voedingswaarde, de structuur, en de smaak intact.”

Groentegoed heeft zeven producten ontwikkeld: naast vijf groentespreads zijn

er twee groententoppings, ingelegde rauwkost voor boven op het beleg. “Het is een extraatje boven op je beleg. Met behulp van deze toppings maak je een taartje van je boterham. De spreads zijn al een bekend product bij de consument. De toppings zijn echt iets nieuws, dus aan de bekendheid van het gebruik ervan moeten we nog gaan werken”, vertelt Albert. De focus nu ligt echter op de verkoop van de groentespreads via retail. Ook in het foodservicekanaal is er potentie. “We waren daarmee best goed op weg met een aantal partijen. Ook kinderdagverblijven zijn enthousiast maar vanwege de coronacrisis staat dit natuurlijk even op een laag pitje”, besluit Albert. (ML) ■

albert@groentegoed.com