

Colourful taste wil teler zichtbaar maken

DOOR KLAAS VAN DER HORST

ACHTERGROND

De gezamenlijke komkommer- en paprikatelers, verenigd in de K8 en P8, willen hun product beter smoen geven op met name de Duitse en ook de Japanse markt. Dat willen ze doen via Colourful taste.

Hierbij behoort een website (colourfultaste.nl), die samen met reclame-uitingen op de verpakking en in supermarkten, het nieuwe gevoel van de paprika en komkommer moeten uitdragen. Bij paprika behoort volgens communicatiesdeskundige Thijs Jasperse en zijn collega's het gevoel van prikkelend en gezond, bij komkommer behoort meer een 'coole' uitstraling.

Mogelijk komt aubergine later dit jaar ook bij onder de paraplu van colourful taste. Meer vruchtgroenten zijn nog niet in beeld. Het is echter nadrukkelijk wel de

bedoeling van de telers om via colourful taste een soort nieuw Nederlands kwaliteitsimago voor vruchtgroente in de markt te zetten. Dit keer echter niet van bovenaf, maar van de telers zelf. Vroeger regelde het Productschap Tuinbouw (PT) dit van bovenaf geregeld. Vervolgens is ja-

De telers zien het belang van een goed algemeen imago

renlang weinig meer aan generieke promotie gedaan. Nu zien de telers toch het belang weer in van een goed algemeen imago.

Om de campagne nog meer gezicht te geven streeft Colourful taste er naar om ook de teler achter het product zichtbaar te maken. Daarmee krijgt de komkommer of paprika een echt gezicht,

is de gedachte. Dit zou kunnen via bij voorbeeld de barcode op het product. Consumenten kunnen dan (een deel van) de barcode intikken op de website van colourfultaste.nl en vervolgens zien van welke teler hun product komt. Een termijn voor wanneer deze functie moet werken is er nog niet, want het is technisch nog een lastige klus om dit mogelijk te maken.

De telers willen zich met de nieuwe reclamecampagne in Duitsland vooral onderscheiden ten opzichte van Spanje. In andere landen, zoals Japan, is niet specifiek een bepaalde concurrent in beeld, maar wil men zich wel kenbaar maken als kwaliteitstellers. Uiteindelijk doel hiervan is dat de Nederlandse teler met zijn hogere kwaliteitsniveau en hogere kosten ook een meerprijs voor zijn product ontvangt. Jasperse: "We moeten uit de spiraal van steeds goedkoper telen."

