

Kromkommer wil 'eigen' groenten en fruit in het schap

11-07-2017 09:24



Kromkommer werkt aan de lancering van versproducten onder het eigen merk. De sociale onderneming maakt al soep van groenten die telers niet aan supermarkten kunnen slijten vanwege hun uiterlijk of overproductie en wil nu ook verse groenten en fruit introduceren. Dat vertelt oprichter Chantal Engelen in de Retail & Brands Festival-special in het zomernummer van RetailTrends.

De versproducten, zoals appels en peren, moeten vanaf de komende oogst verkrijgbaar zijn voor consumenten. Kromkommer mikt daarvoor op een licentiemodel, in samenwerking met bestaande telers. "We hebben geen plannen om een nieuw groenten- en fruitbedrijf te worden", zegt Engelen, die in september spreekt op het Retail & Brands Festival.

Kromkommer maakt volgens haar gebruik van de bestaande kanalen van telers. "We gaan gezamenlijk op zoek naar nieuwe verkooppartners." De soep van Kromkommer wordt verkocht bij onder meer Marqt, duurzame keten Waar en in bedrijfsrestaurants.

Albert Heijn introduceerde een aantal jaar terug al de buitenbeentjes: groenten en fruit die door hun afwijkende vorm of uiterlijk normaal niet in de winkel terecht komen. Engelen noemt dat een goed initiatief, ook al krijgen telers er volgens haar bijna niets voor. “Wij stoppen alle appels – mooi of lelijk – in dezelfde zak en zetten echt een nieuwe definitie van kwaliteit neer.”

Retail & Brands Festival

Chantal Engelen is op donderdag 7 september een van de sprekers tijdens de tweede editie van het Retail & Brands Festival. Onder het genot van muziek, lekker eten en drinken is er volop ruimte om professionals uit de retail & merkenwereld te ontmoeten in De Fabrique in Utrecht. [Klik hier voor meer informatie en aanmelden.](#)