

'Bewuste consument belangrijk voor succes'

Bio-voedselproducent Joannusmolen ziet doelgroep groeien.

door Rian Weenien

CUJK - Je betaalt iets meer, maar krijgt er ook meer voor terug: biologisch geproduceerde, eerlijke, gezonde en smaakvolle producten. "En dat is waar steeds meer consumenten tegenwoordig waarde aan hechten", stelt Teun Thönissen. De jonge ondernemer (29) runt in Cuijk samen met zijn vader het biologische voedselproductiebedrijf Joannusmolen.

De oorsprong van het bedrijf ligt bij de gelijknamige molen in Heumen, waar Thönissens vader in 1982 begon met het malen van biologisch geproduceerde granen die werden geleverd aan biologische bakkers..

Om met de tijd en de ontwikkelingen mee te gaan, werd de ambachtelijke molen begin jaren negentig vervuild voor een nieuw industrieel productiebedrijf op het bedrijventerrein in Cuijk, waar inmiddels achttien mensen werken.

Joannusmolen produceert vandaag de dag een uitgebreid assortiment aan biologische voedingsmiddelen. Het merk Biobim - biologische babyvoeding - voert de absolute boventoon. Joannusmolen is op dit gebied de Nederlandse

marktleider. Daarnaast worden onder meer diverse ontbijtproducten, soepen, sauzen, mixen en meelproducten vervaardigd.

Thönissen: "Het merendeel van de producten wordt geëxporteerd naar West- en Zuid-Europese landen. Nederland is voor zo'n specifieke markt namelijk al snel te klein. Het aandeel biologisch in de voedselmarkt is hier bovendien slechts 2 procent. Daarmee liggen we achter op bijvoorbeeld Denemarken en Duitsland. Ik verwacht dus dat ook de Nederlandse markt nog gaat groeien."

De ambities van het toekomstge-

'Ik verwacht dat ook de Nederlandse markt nog gaat groeien'

richte Cuijkse bedrijf overschrijden overigens inmiddels ook de Europese grenzen al. "We hebben verregaande contacten met afnemers in Rusland, China en Japan." Thönissen ziet zijn omzet nog steeds groeien en verwacht de economische crisis zonder problemen te kunnen doorstaan. "Onze doelgroep is echt toe aan een eerlijk product en blijft daarom bereid hiervoor iets meer te betalen." Met 'eerlijk' bedoelt hij onder meer dat de grondstoffenprodu-

cent - bijvoorbeeld de rijstteler uit India of Pakistan - een goede boterham kan verdienen. "De consument is zich steeds meer bewust van wat er in de wereld speelt en kiest ook steeds bewuster voor gezonde, duurzaam geproduceerde voedingsmiddelen. Dat is in feite de basis van het succes binnen onze branche."

Dat de grondstoffen ook daadwerkelijk biologisch zijn geproduceerd en dat de primaire sector hier een eerlijke prijs voor krijgt, garandeert de SKAL-certificering van Joannusmolen. "Wij waren in Nederland een van de eerste biologische voedingsmiddelenproducenten die dit label kregen toegekend."

De producten van Joannusmolen zijn niet in de supermarkt te vinden, maar worden uitsluitend bij natuurwinkels, reformzaken en drogisterijen in het schap gezet.

"Wij verkopen een product met een verhaal en dat kan in een supermarkt niet worden verteld."

Omdat consumenten steeds kritischer worden en op zoek zijn naar informatie over de achtergrond van biologische producten, dient de website als een belangrijk informatieplatform. "Door de consument goed te informeren, creëer je een betrouwbaar imago en dat komt ook de uitstraling van onze branche ten goede."

➔ www.joannusmolen.nl



Teun Thönissen van biologisch voedselproducent Joannusmolen in Cuijk.