

BR

MADE IN WEST-BRABANT

Tomado is verdwenen, maar niet bij de mensen thuis

Ooit maakten zo'n achthonderd medewerkers in Etten-Leur droogrekken, **afdruiprekken en huishoudtrappen** voor Tomado. Van hen zijn er nu twee over. Maar het merk is nog altijd springlevend.

Kees Klijn

Oosterhout/Etten-Leur

Wiplala, Pluk van de Petteflet, Minoes, Jip en Janneke. Allemaal titels die toebehoren aan Annie M.G. Schmidt. Dat de koningin van het Nederlandse kinderboek ook *Slodder-vrouwje* en *Sloddermannetje* heeft geschreven, is nagenoeg onbekend. De auteur zweeg er altijd over. Begrijpelijk. In het boekje, verschenen in 1961, zit haar ziel niet, want het is een reclameboodschap voor Tomado.

Het boekje moet de verkoop van afdruiprekken, droogrekken, huishoudtrappen en boekenrekken bevorderen. Overigens klagen de eigenaars van TOgt Massa Artikelen Dordrecht, de gebroeders Jan en Wim van der Togt, niet. Door de economische voorspoed achter de voordeur vliegen de oer-Hollandse producten eind jaren vijftig onder het motto *In elk huis hoort een Tomado thuis* over de toonbank. Tomado, in 1923 opgericht, verkast in 1955 naar Etten-Leur. Daar trekt het bedrijf een grotere jas aan, deels gefinancierd met subsidies om de bevolking aan werk te helpen. Dat blijkt een schot in de roos. In de hoogtijdagen verdienend zo'n achthonderd mensen er een boterham. Eind jaren zeventig zet de neergang zich in, begin jaren tachtig wordt het faillissement aangevraagd.

In 1986 doet de Belgische firma Bekaert, sinds 1971 eigenaar van Tomado, de merknaam over aan Metaltext Nederland. Dat bedrijf houdt nog altijd kantoor in Oosterhout. Er werken twee mensen: Pieter van Sprang (66) en zijn zoon Vasso (33). „Mijn vader”, zegt Pieter, „was vanaf 1955 verkoopleider bij Tomado. Metaltext Zwitserland, een leverancier van Tomado, wilde een verkoopkantoor in Nederland oprichten. Daarvoor werd mijn vader benaderd. En hij heeft mij toen erbij gevraagd.” Dat verhaal herhaalt zich als Pieter in 2016 een paar handen extra nodig heeft en bij Vasso een gewillig oor vindt. Samen – pa offline, zoon online – brengen ze leveranciers en grote retailers voor huishoudelijke artikelen bij elkaar.

Witte droogrekken

Eens heel florerend, daarna ten onder gegaan. Tomado overkomt wat veel bedrijven begin jaren zeventig heeft overrompeld: niet kunnen opboksen tegen de concurrentie vanuit de lage-lonenlanden. Er is meer, zegt Pieter: „Ze voelden de tijdgeest niet meer aan. Tomado richtte zich op kunststof, dat bleek een misvatting. En de markt werd genegeerd. Zo vroeg de consument om witte droogrekken, maar eerst moesten de bruine en

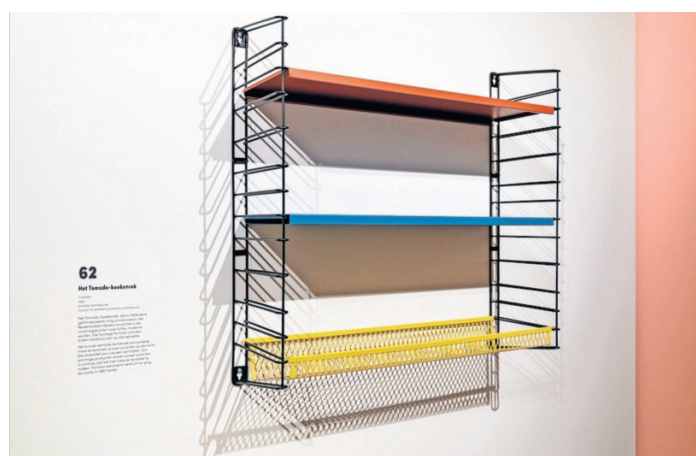


oranje modellen de magazijnen uit.”

Wat ook niet helpt: Jan van der Togt, de enige directeur-aandeelhouder na het vertrek van zijn broer, heeft een voorkeur voor het kunstzinnige. Pieter: „Het Tomado-huis, het hoofdkantoor in Dordrecht, moest vooral groot en mooi worden. Dat gold ook voor de fabriek in Etten-Leur. Het heeft bakken met geld gekost.” Toch is het nageslacht er goed mee: West-Brabant heeft er een fraai stukje industrieel erfgoed aan overgehouden, zo laten enkele foto's zien.

Kunst en Tomado levert ook een aardige anekdote op. Vasso: „Architect Rem Koolhaas, die de kelder van het Stedelijk Museum in Amsterdam opnieuw inrichtte, kwam er een boekenrekje tegen. Dat werd als kunstwerk teruggehangen. De NRC schreef daarover, in 2017. De krant had het over een Tomado. Mijn vader vroeg zich af: klopt dit wel? Ik ben gaan kijken, niet dus.” Pieter bood de museumdirecteur in een brief aan om in Oosterhout een origineel boekenrek op te halen. Pieter: „Dat wilde het museum graag hebben. En dus kwam er vanuit Londen een speciale, gepantserde vrachtwagen voor dat ding dat in het magazijn stof stond te happen.” Een mooi verhaal.

Hoe fraai is het relaas van Tomado zelf nadat het icoon van de maakindustrie uit Nederland verdween? Vasso: „Tomado doet het heel goed



bij de consument. Het merk wordt nog altijd geassocieerd met kwaliteit. Te danken aan Metaltext. In Europa is het de grootste producent van draadproducten.” Wel zijn noodgedwongen de bakens verzet. Vasso: „De concurrentie is toegenomen. Blokker, een grote klant van ons, weet dat als geen ander. Daarom zoeken we nieuwe wegen voor de afzet. Zo zijn er steeds meer supermarkten die stunten met een huishoudartikel.” Pieter: „Wij spelen daar heel snel op in. Is er een extra vrachtwagen nodig, dan kan die snel worden geleverd. Metaltext maakt nagenoeg alles in Italië.” Daarnaast is internet de showroom voor Tomado. Vasso: „In de winkel een droogrek uitklappen kost te veel ruimte. Online kunnen we dat wel laten zien.”

▲ Het boekenrek dat zelfs een plek verwerf in het Stedelijk Museum in Amsterdam.

“ Er kwam een gepantserde vrachtwagen voor dat boekenrek dat stof stond te happen

– Pieter van Sprang

▲ Pieter met zijn zoon Vasso van Sprang met een selectie van huishoudelijke artikelen waarmee Tomado nog altijd groot is.

FOTOS JORIS BUIJS/PIX4PROFS

Tot slot, Tomado, dat ook in de consumentenelektronica een woordje meesprekt, is groot geworden door huishoudelijk werk in huis te vergemakkelijken. Gebeurt dat nog altijd? Vasso: „Jazeker. De ontwerpafdeling zoekt nog altijd naar de handigste oplossingen.”

Made in West-Brabant

Snoepjes, kleding, smeersels op het brood, vegetarische hamburgers en industriële machines. Overal ter wereld worden ze gekocht en gebruikt. Wat we niet altijd beseffen is dat veel van die producten in West-Brabant worden gemaakt. In een serie verhalen proberen we daar verandering in te brengen. Verhalen over het bedrijf, de geschiedenis daarvan en het product. Made in West-Brabant. Heeft u een tip, stuur deze naar redactie@bndestem.nl.