

# Tomado helpt de Hollandse huisvrouw

tekst Teo van den Brink  
beeld uitg. Boekschap

Afdruiprekken, gardes, aardappelstampers, strijkplanken en onderzetters. Elk Nederlands huishouden in de jaren vijftig en zestig van de vorige eeuw had Tomado in huis. Het begon allemaal op een zolderkamertje in Dordrecht, in 1923. Daar bogen broers Jan en Wim van der Togt, met ijzerdraad en tang, het eerste Tomadoproduct. Vele massa-artikelen volgden.

## 98 procent naamsbekendheid

Zoals hedendaagse Nederlandse huishoudens vrijwel allemaal „iets van IKEA“ bezitten, zo gold dat halverwege de twintigste eeuw voor Tomado (Van der Togt's Massa-artikelen Dordrecht). Recent bracht uitgeverij Boekschap een toegankelijk lees- en kijkboek uit. Drie auteurs, Marlies Hummelen, Chris Reinewald en Paul Mertz, beschrijven de geschiedenis van het bedrijf en de lotgevallen van Tomado, dat bestond van 1923 tot 1982.

Jan en Wim van der Togt begonnen hun bedrijf op een zolderkamertje in Dordrecht. In de jaren vijftig en zestig groeide het uit tot marktleider op het gebied van huishoudelijke (draad)artikelen. Op het hoogtepunt stonden er fabrieken in Dordrecht, Zwijndrecht, Etten-Leur en Puurs (België) en had Tomado een naamsbekendheid in Nederland van 98 procent. In de jaren 70 kon het concern de tijdgeest niet bijbenen en ten slotte ging het failliet. Het merk is later geherintroduceerd door een Zwitserse firma (en is in Nederland te koop als huiskamer van Blokker), maar de producten hebben niets meer te maken met het oorspronkelijke Tomado.



Tomado. Van der Togt's Massa-artikelen Dordrecht 1923-1982, Marlies Hummelen, Chris Reinewald en Paul Mertz, uitg. Boekschap, Hoog-Keppel, 2013; ISBN 9789490357085; 204 blz., 233 illustraties; € 29,75.

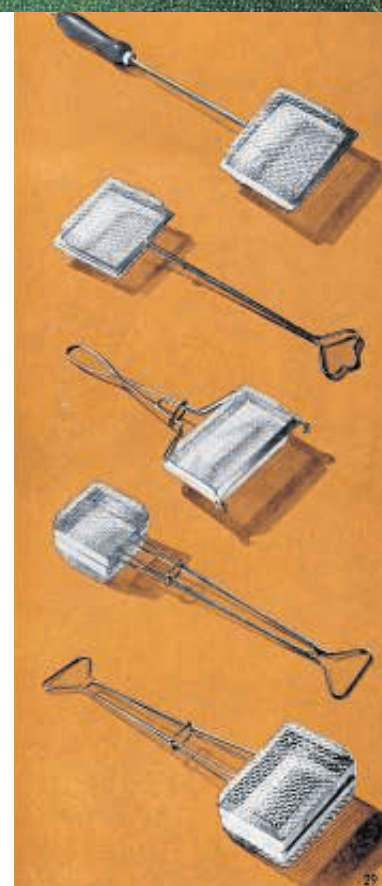
Reinewald en Paul Mertz, uitg. Boekschap, Hoog-Keppel, 2013; ISBN 9789490357085; 204 blz., 233 illustraties; € 29,75.



TOMADO

## Zeepklopper

Tomado weet om te gaan met crises. In de recessie van de jaren 30 maakt het bedrijf een enorme groeispurt door omdat het in staat is goedkope en bruikbare huishoudelijke producten te vervaardigen. Elk artikel, tot op het laatste laspuntje nauwkeurig afgewerkt, bestaat voornamelijk uit draadmetaal en is dus uiterst duurzaam. Net na de Tweede Wereldoorlog –waarin het een Verwalter (zaakwaarnemer) krijgt en moet produceren voor de bezetter– lanceert Tomado de zeepklopper in samenwerking met huishoudwinkelketen Blokker. Het is een vondst. Vloeibare Dreet voor de afwas bestaat dan nog niet. En zuinig als de huisvrouw in een tijd van wederopbouw is, wil ze het laatste restje huishoudzeep toch gebruiken. De zeepklopper van Tomado biedt uitkomst: in de tangvormige constructie, zoals een wafelijzer, kan de zeep heen en weer geslagen worden in een emmer water waardoor een schuimend sopje ontstaat. Een kind kan de (af)was doen.



Zeepkloppers in een product-catalogus uit 1950.



Binnenzijde van een folder voor flessendragers, begin jaren vijftig.



Productiehal met lopende band, 1960.

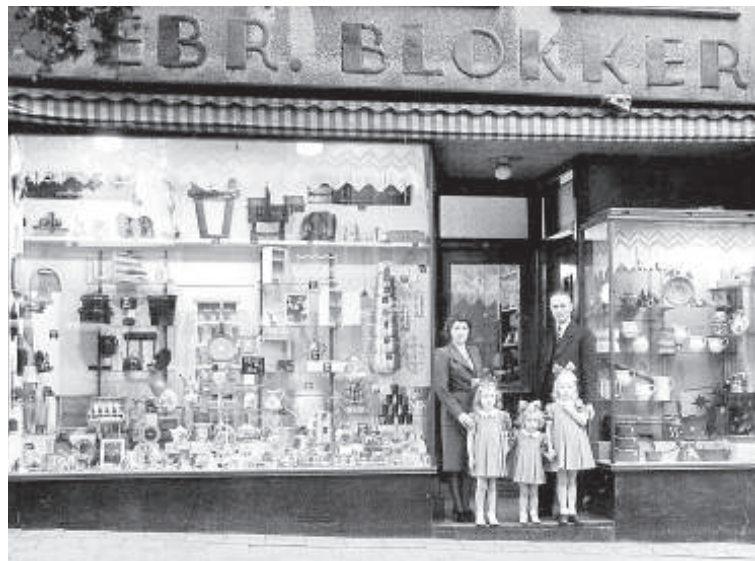
## Snelkookpan



Tomado-snelkookpan, aluminium, geproduceerd vanaf 1957.

De eerste beklimmers van de Mount Everest, Edmund Hillary en Sherpa Tenzing, bereidden hun voedsel onderweg in een snelkookpan. Het is ongetwijfeld goede reclame geweest voor Tomado. Deze pan, sinds de magnetron zijn intrede deed niet meer populair, heeft een deksel dat dichtgeschroefd kan worden zodat voedsel onder hoge druk gekookt en snel gaar wordt. Tomado brengt 'm uit in samenwerking met het Amerikaanse Ekco. Maar de Nederlandse huisvrouw kan er niet aan wennen. Het bedrijf past verschillende marketingtrucs toe: snelkookdemonstraties op de huishoudbeurs, speciale

kookboekjes bij Blokker en forse kortingen voor leerlingen van de huishoudschool. Langzamerhand winnen de kwaliteiten –tijdwinst, vitaminebehoud en minder gasverbruik– het van de angst en boekt Tomado er grote winsten mee. „Bent u ook bang, dat u met pan en al de lucht in gaat? Ik was het wel. Jarenlang durfde ik me dan ook zo'n pan niet aan te schaffen”, schrijft een huisvrouw in het Maandbericht van de Vereniging van Huisvrouwen. „Totdat Sinterklaas me er een bracht! [...] En ik ging proberen, aanvankelijk wat huiverig, doch steeds drierster en nu zou ik de pan voor geen geld meer willen missen!”



Winkel van Blokker, 1946, met Jaap Blokker (zoon van oprichter Jacob Blokker), zijn vrouw Janny en hun drie dochters.

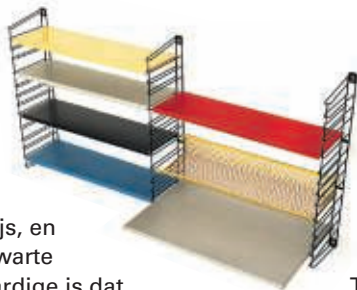


## Barbertje

Tomado wordt steeds ervarener in de productie van rekjes en mandjes. In 1933 krijgt het een opdracht voor de vervaardiging van een afdruiprek. Het IVHA, de onderzoeksafdeling van de Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen, acht zo'n metalen rekje onmisbaar in de moderne hygiënische keuken. Met het afdruiprek is afdrogen niet meer nodig. De huisvrouw houdt tijd over. Het past bij de ideologie van Tomado: huishoudelijk werk in de keuken moet zo efficiënt mogelijk zijn. Hiervoor worden, door eigen ontwerpers, met name gebruiksproducten ontwikkeld en geen modulaire onderdelen voor keukens. Pas halverwege de jaren 60 komt Tomado met een ophangmandje dat geïntegreerd kan worden in een bestaande keuken: het Barbertje. „Ruimtegebrek? Klem onder elke volle kastplank zo'n handig Barbertje”, roept een reclameposter in 1968. Met een ophangbeugel kan het mandje aan kastplanken van vrijwel elke dikte worden gehangen. Jan van der Togt zag zo'n soort mandje in Duitsland en wilde een goedkoop equivalent produceren in zijn fabriek. De mandjes worden gemaakt van „Tomestic”, een „ijzersterk, stoot- en roestvrij” materiaal „bestand tegen zuren, afwasmiddelen en chemicaliën.” Minimaal 500.000 exemplaren moet Tomado verkopen, wil het product rendabel zijn. Dat lukt. Het Barbertje is, net als veel andere Tomadoproducten, deel gaan uitmaken van het collectieve Nederlandse geheugen.

## Tomadorekje

Wie kent het Tomadorekje niet? „Zo'n boekenrek bestaat uit 3 gelakte metalen planken, geel of grijs, en 2 dof gelakte zwarte dragers. Het aardige is dat zowel planken als dragers ook los verkrijgbaar zijn, zodat U indien U dat wenst, geheel naar eigen wens en financiële draagkracht, zelf een hele boekenwand kunt samenstellen. U begint met een set (...) voor f 27,50”, meldt het personeelsblad van Tomado in 1958.



en weinig bemiddeld lezerspubliek. Het Tomadorekje, met zijn enkelvoudige draadconstructie en eenvoudige plankjes, is zeer geschikt voor pocketboekjes. Even twijfelt de directie van Tomado of zij het product wel zelf op de markt moet brengen. „Wij zijn niet de enigen die enthousiast zijn. (...) De bekende fabriek PasToe is dat ook en heeft op zich genomen ons boekenrek aan de meubelhandel te gaan verkopen.” Maar waar Tomado winst ruikt, produceert het het liefst zelf. Het wordt de bedrijfsfilosofie: eigen artikelen fabriceren in eigen fabrieken, met eigen arbeiders en machines met de hoogste kwaliteit. Het blijkt de kracht van Tomado. Dankzij het rekje, dat begint als pocketplankje en later uitbreidingen krijgt en meer op wandmeubel gaat lijken, verwerft de firma internationale faam.

Het rekje verschijnt precies op het juiste moment. Iets daarvoor, in 1951, worden klassiekers uit de wereldliteratuur op de Nederlandse markt gepubliceerd in een nieuw, klein formaat: de zogenaamde pocket. Lectuur van Kafka, Tolstoj en Carmiggelt wordt aangeboden voor iets meer dan één piek en komt zo binnen het bereik van een groot, vaak jong

## column



ellen@refdag.nl

## Watchers

Trendwatchers. Ze zouden de barometers van de tijdgeest zijn. Zieners, futuristen, profeten worden genoemd. De uitspraken die van hun voorspellende lippen rollen, kunnen stevast rekenen op veel citaties in media en rapportages van elk allooi.

Toegegeven: die trendgoeroes weten zichzelf slim in de markt te zetten. Ze vangen duizenden euro's per lezing en een veelvoud daarvan voor hun adviezen aan het bedrijfsleven en verkopen hun boeken als waren het HEMA-worsten.

Ik zie kansen. Volgens mij is het namelijk helemaal niet zo moeilijk om een Adjiedj Bakas of Li Edelkoort of Hilde Roothart te worden. Allereerst dien je jezelf extreem serieus te nemen, je een mystiek imago aan te meten en je instincten bijzondere krachten toe te dichten. Vervolgens ga je opzienbarende en inzichtgevend uitspraken doen, zoals: „Nederland draait zich langzaam weer naar de toekomst”, of, iets virtuozer: „Denkend aan Nederland, zien we een stuwmeer

## Hier staat, heel knap, precies niets

aan innovatie, ternauwernood bijeengehouden door een staketsel van aan elkaar gebreide regelgeving. De status-quo is die van disruptie, chaos en onzekerheid. Er schiet steeds meer los en de vraag is welke weg die energie zoekt. Het stroomt wel degelijk in Nederland. Het stroomt alleen nog niet door. De tijdgeest staat in het teken van de kleine verbetering versus het grote systeem. Het is tijd om de regels weer even links te laten liggen en te zien waar we uitkomen.”

Of je kiest voor een statement à la dit juweel van Hilde Roothart dat vorige week mijn mailbox binnenrolde: „De belangrijkste conclusie is dat je het niet van de daken hoort schreeuwen: radicale revolutie! Want de revolutie waarin we ons bevinden is weliswaar radicaal maar ook zwijgzaam. Het zijn grote woorden: radicale revolutie, verandering van tijdperken, een nieuw paradigma. Maar ze worden stilzwijgend toch steeds vaker gezegd, door historici en filosofen, door economen en ondernemers.”

Hier staat, en dat vind ik heel knap, precies niets. De kunst is een uitspraak te doen en die in dezelfde zin met een andere uitspraak weer te neutraliseren (stilzwijgend iets zeggen). Op deze manier pak je de hele breedte van het paradigmatische spectrum, om het eens trendwatcherig uit te drukken. Dat is slim, want zo word je nergens concreet, waardoor je beweringen altijd waar zijn, wat weer heerlijk is voor managers, die er om het even welke bedrijfsreorganisatie mee kunnen rechtvaardigen – en dat ook gretig doen.

Na deze uitspraken ga je even koffie halen en daarna kun je er zeker van zijn dat Shell, KLM of de overheid belt. Kassa!



## Doe mee & win

Wat is uw ervaring met een Tomadoproduct? Welke producten van Tomado gebruikt(e) u, uw moeder of grootmoeder in de keuken en in huis? Hebt u een leuke anekdote over de flessendrager, aardappelstamper, eierklutser, tomaten- of fritessnijder? Of gebruikte u een wastang van Tomado om de was uit het hete sop te tillen?

Beschrijf uw eigen Tomado-ervaring in maximaal 250 woorden en win een van de drie Tomadoboeken die de uitgever ter beschikking stelt. De pakkendste anekdotes van lezers plaatsen we later in Pluspunt.

Stuur uw bijdrage voor 6 december naar: Reformatisch Dagblad, t.a.v. Pluspuntredactie, Postbus 570, 7312 VA Apeldoorn of mail naar [consument@refdag.nl](mailto:consument@refdag.nl).