



Coöperaties rukken op

De kunst van het samenwerken

Overall schieten coöperaties uit de grond. We laten drie voorbeelden zien: initiatieven vanuit een groothandel, vanuit een winkel en vanuit een samenwerkingsverband van burgers en boeren. Steeds gaat het om de directe verbinding tussen producent en consument, eerlijke prijzen, goed voedsel en zorg dragen voor de aarde. *Tekst: Ellen*

Winkel / Foto: Bert Janssen

Lazuur Food Community

De Wageningse natuurvoedingswinkel Buys&Ko is in december 2013 omgebouwd tot Lazuur food community, een 'marktplein' dat consument en producent verbindt. Inno Kock, winkelier en bestuurslid van Stichting Lazuur food community, vertelt: "Wij vinden transparantie belangrijk en dat is direct te-

rug te zien in de nieuwe winkelinrichting: de hele pui aan de straatkant is van glas, niet meer dichtgeplakt met plakplastic. Buiten en binnen lopen zo in elkaar over. Het midden van de winkel is als een marktplein waar producent en consument elkaar ontmoeten: lage schappen - horizontale presentaties - met versproducten als brood, groente en kaas. Tegen de buitenwanden van de winkel staan hoge schappen met kruidenierswaren."

Klanten kunnen deelnemer worden (al dan niet via lidmaatschap van consumenten-coöperatie CC²) en een klantenkaart aanschaffen. Daarmee krijgen ze korting op hun boodschappen. Ook worden ze uitgenodigd voor Ronde Tafel Gesprekken over het beleid van de Lazuurmarkt. Ruim een kwart van het assortiment wordt rechtstreeks bij bakkers, tuinders, kaasboeren, jammers, imkers en zelfs olijfolieproducenten ingekocht.

De ideeën over het afstemmen van lokale voedselproductie en consumptie zijn uitgewerkt door Stichting Lazuur food community, die commanditaire vennoot is in de Wageningse winkel. Deze stichting streeft ernaar om de komende jaren meerdere winkels te stimuleren de overgang naar een *food com-*

munity te maken. In Utrecht zit de biologische buurtwinkel Rio de Bio in die overgangsfase. Ze waren al een medewerkerscoöperatie, maar bouwen die nu om tot een coöperatie van klanten, producenten, leveranciers en winkeliers. "Het enthousiasme van de nieuwe deelnemers is groot", vertelt Luuk Rövekamp van Stichting Lazuur. "Er worden nu allerlei werkgroepen gevormd voor bijvoorbeeld communicatie of de organisatie van een oogstfeest. In Utrecht is een andere structuur en een andere dynamiek dan in Wageningen, maar dat is juist het leuke: elke *community* geeft er zijn eigen invulling aan."

Estafette Odin

Bijna dertig jaar is groothandel Odin - later ketenorganisatie Estafette Odin - aangestuurd vanuit een Commanditaire Vennootschap, maar eind 2012 is de overstap gemaakt naar een coöperatie. "Hiermee kunnen we een sterkere verbondenheid creëren met iedereen die bij Estafette Odin betrokken is", vertelt hoofd marketing en communicatie Merle Koomans van den Dries. Het bedrijf bestaat nu uit achttien Estafette winkels, een groothandel, de Odin-groenteabonnementen

en een bezorgdienst. "Stap voor stap wordt de coöperatie operationeel. Zo hebben we in juni 2014 onder de toen 1500 coöperatieleden een verkiezing gehouden voor afgevaardigden in de Ledenraad. Er zijn vier vertegenwoordigers gekozen namens klanten en andere betrokkenen. Daarnaast hebben 'kapitaalleden' (namens Stichting Sleipnir waarin bedrijfskapitaal is ondergebracht) en 'ondernemersleden' (namens het management van Estafette Odin) zitting in de Ledenraad." Leden worden bij de onderneming betrokken via nieuwsbrieven, waarin uitnodigingen staan voor bijvoorbeeld een excursie naar de Odin-proeftuinen (zie pag 32). Of een bericht over een 'schuuropruiming': de resterende duizend kilo pastinaken in de schuur van biodynamisch bedrijf Eindelienghe moesten in het voorjaar ruimte maken voor nieuwe aardappels. Ieder coöperatielid kreeg daarom een kilo pastinaken cadeau bij de boodschappen. Van de achttien Estafette winkels zijn er nu zes tot 'coöperatiewinkel' omgebouwd. Klanten die lid worden van de coöperatie leggen 100 euro in, die ze weer terugkrijgen als ze hun lidmaatschap opzeggen. Daarnaast kunnen leden gebruik maken van ledenvoordeel in de eigen Estafette-winkels: ze betalen een vaste maandbijdrage en rekenen bij de kassa de lagere ledenprijzen af. Merle: "Het principe erachter is eenvoudig. Er zijn allerlei basiskosten om een winkel open en draaiend te houden. Denk aan huur, energie en arbeid. Winkels verrekenen deze kosten altijd in de prijs die de klant betaalt. Als klanten vooraf al in deze basiskosten bijdragen, dan hoeven deze minder in de eindprijs doorberekend te

worden. Dit biedt voordeel voor zowel de klant als voor de winkel. De invoering van de ledenprijzen is een van de manieren om de coöperatieve bedrijfsstructuur in de Estafette-winkels zichtbaar en beleefbaar te maken voor iedereen."


Consumentenclub en boerenclub

Barbara Bolt uit Bussum wilde graag biologisch eten, maar vond het te duur. Toen ze een bericht in de krant las over een actie van akkerbouwer Krispijn van den Dries, nam ze contact met hem op. Krispijn stortte in april 2012 een aanhanger vol aardappelen leeg op de Dam, waarmee hij aandacht vroeg voor het feit dat hij zijn mooie biologische aardappels uit Flevoland niet meer kwijt kon, omdat winkels al overstapten op nieuwe aardappels uit landen als Israel. Barbara besloot een bulkvoorraad aardappels, uien en wortels bij hem te bestellen en vroeg enkele kennissen of ze interesse hadden.

Terwijl bij Barbara enthousiaste mailtjes binnenstroomden van mensen die mee wilden doen, werkte Krispijn samen met andere polderboeren het idee uit om gezamenlijk een breder assortiment te kunnen bieden. Het enthousiasme aan beide kanten leidde tot iets moois: ondertussen draaien er in Bussum drie groenteclubs met ieder 80 deelnemers. Iedereen die meedoet, helpt bij toerbeurt mee met het klaarzetten van bestellingen - naast groente en fruit ondertussen ook kaas, eieren en sap. Boerenclub Bioromeo - het initiatief van Krispijn - bestaat nu uit 18 producenten en levert aan 20 consumenteninitiatieven. Als samenwerkende groep consumenten noemt De Groenteclub zich een voedselkol-

lektief, voedselcoöperatie of VoKo, maar juridisch gezien zijn ze een stichting. Barbara: "Wij zijn geen onderneming en maken geen winst, daarom past de vorm van een officiële coöperatie niet bij ons." Ook de coöperatief werkende boeren binnen Bioromeo vormen een informeel samenwerkingsverband en geen coöperatie.

Ondertussen heeft Barbara al zeven nieuwe voedselkollektieven in verschillende plaatsen op gang geholpen. Vooral na een uitzending van Kassa Groen in januari 2014 over De Groenteclub en Bioromeo, werden Krispijn en Barbara overspoeld met enthousiaste reacties van mensen die ook zoiets wilden starten. Dit heeft ertoe geleid dat ze een nieuwe stichting hebben opgericht, Samen Rooien, die bedoeld is om anderen te adviseren en te begeleiden. Barbara: "We kregen zoveel aanvragen voor hulp, dat de begeleiding een dagtaak begon te worden. Dat was als vrijwilliger niet meer te doen. Vanuit de nieuwe stichting kan het advieswerk worden betaald."

Niet alleen consumentenclubs zijn enthousiast, ook boerenclubs roeren zich. Zo trekt BD-akkerbouwer Alex van Hootegem, die ook regionale webwinkel De Grote Verleiding heeft opgezet, de kar in Zeeland. Hij levert producten van Zeeuwse boeren aan de VoKo in Den Haag. Ook in Drenthe en Groningen zoeken boeren en consumenten elkaar op. 

Meer info:

www.estafette.org

www.lazuur.com

www.groenteclub.nl

www.bioromeo.nl

www.samenrooien.nl (vanaf 1 sept).