

Gimsel – de Groenterij 'Een winkel op zand is anders dan op klei'

Natuurvoedingswinkel 'Gimsel – de Groenterij' in Apeldoorn heeft Demeter 'in de genen'. Ooit mede ontstaan op initiatief van het nabijgelegen Demeterbedrijf 'De Hooge Kamp', dat afzet zocht voor zijn groente. Hoe werken deze Demeter-genen door in de winkelgeschiedenis? Tekst en foto's: Andries Palmboom



Hanneke Blom-Ligt (55) is eigenaar van de winkel: "Het 'Demeter-in-de-genen' van deze winkel voert voor mijzelf nog verder terug: naar mijn eigen genen. Mijn vader was als boerenzoon voorbestemd voor het boerenbedrijf, maar door een ongeluk op jonge leeftijd moest hij voor een burgerbaan kiezen. Toch kon hij het boeren niet laten. Thuis hadden we dus wat koeien en akkerland, zijn lust en zijn leven. Daar bracht mijn vader ondanks zijn handicap zijn vrije tijd door. Er kwam geen kunstmest en spuiten aan te pas. Als kinderen hielpen we vanzelfsprekend mee. Goede herinneringen heb ik daaraan. Uit die tijd stamt voor mij de verbondenheid met de landbouw en mijn latere keuze voor Demeter is daaruit voortgekomen. Het was directe herkenning: het klopte."

Geschiedenis

In de jaren tachtig wilde er in Apeldoorn maar geen natuurvoedingswinkel van de grond komen. Tot zich op een gegeven moment twee winkels vrijwel tegelijkertijd vestigden in dezelfde Asselsestraat. De ene was een Gimsel, van biologisch-dynamische signatuur, waarin de groenteverkoop werd verzorgd door vrijwilligers van de De Hooge Kamp. De andere had meer een EKO-achtergrond, gericht op dieetvoeding. Hanneke deed vrijwilligerswerk bij De Hooge Kamp en raakte van daaruit betrokken bij de Gimsel. In 1992 stapte ze als zelfstandig ondernemer in de Groenterij, terwijl de andere afdelingen onder de Gimsel-winkelier vielen.

Onder andere door parkeerproblematiek was de locatie van deze Gimsel-Groenterij-combinatie echter niet te handhaven. Het besluit viel om te stoppen. Maar Hanneke liet het er niet bij zitten en de winkel verhuisde, nu geheel onder haar verantwoordelijkheid.

Inmiddels heet de winkel ook officieel 'Gimsel - de Groenterij' en is sinds 2006 gevestigd aan de Koninginnelaan. Dit is één van de toevoegingen naar het centrum. De straatnaam verraadt de verbinding met Paleis Het Loo. Het is een winkelstraat, ontstaan uit veelal vrijstaande woonhuizen die dateren uit de jaren 10 van de vorige eeuw. Daardoor heeft de straat iets gemoedelijk-huiselijks. Er zijn veel zelfstandige middenstanders en buurtwinkels; bij de burens staat op de gevel simpelweg 'Kaas - Noten - Wijn'. En niet onbelangrijk: je kunt gratis parkeren. In de omliggende wijken wonen aan boomrijke lanen de redelijk welgestelden, wat gunstig is voor een natuurvoedingswinkel.

Op zand

Toch ervaart Hanneke dat het Apeldoornse publiek erg traditioneel is en weinig openstaat voor zoiets vernieuwends als natuurvoeding. Dat verklaart de moeizame start 26 jaar terug. Zelfs nu nog is een bezoek aan een natuurvoedingswinkel niet vanzelfsprekend. "Apeldoorn ligt op zand," verklaart Hanneke. "Op de akker merk je dat, maar blijkbaar doet de grondsoort ook iets met de mensen. Op klei gaat alles veel makkelijker."

Het marktgebied als akker?

"Zo heb ik er nog niet naar gekeken, maar de analogie is interessant; bijvoorbeeld om zo een tegenhanger te vinden voor de biologisch-dynamische preparaten, maar dan in de winkelwereld!"

Welke 'teeltmaatregelen' pas jij toe op jouw winkel-akker?

"Dat begint voor mij bij mijn eigen verbinding met de landbouw. Laatst had groothandel De Nieuwe Band een winkeliersvergadering belegd op Warmonderhof. Op zo'n locatie ervaar ik direct dat

*'Sommige telers zijn
in mijn ogen op en top BD,
maar voeren het
Demeter-merk niet'*

voeding dichtbij de landbouw staat; het wordt vanzelf een ander soort vergadering dan in een anoniem vergaderzaaltje! Dat neem ik dan als inspiratie mee naar mijn 'winkel-akker'. Daar komt het aan op persoonlijke aandacht. Het is een uitdaging om klanten voor de winkel te winnen en over hun Apeldoornse stugheid heen te helpen. Dat gaat in kleine stapjes, toegespitst op de persoon.

Dat brengt duurzaam trouwe klanten. Ik geloof niet in rigoureuze bekeringen. Soms laden nieuw 'bekeerde' klanten enthousiast de eerste keren hun winkelwagen vol, maar mijn ervaring is dat dit niet bekijft. Het is geen kunstje."

Vers en Demeter

De groenten liggen er mooi bij in een uitgestrekte koeling. Hanneke: "Mijn hart ligt bij wat er direct van het land komt. Niet voor niets heet de winkel 'Groenterij'. Ik doe dan ook het liefst actief zaken met lokale leveranciers. Helaas lukt het momenteel niet om daarvoor het transport efficiënt genoeg te regelen. Dat ligt dus even stil, maar ik zou wat graag de groentes op de tuinderijen zelf ophalen. Ook heb ik het liefst dat er voornamelijk Demeter-producten over de toonbank gaan, maar ik heb dat niet helemaal voor het zeggen. Helaas wordt niet alles in Demeter-kwaliteit aangeboden. Als het er gewoon echt niet is vind ik dat logisch, maar ik zie met lede ogen aan dat er telers zijn, die in mijn ogen op en top BD zijn, maar het Demeter-merk niet voeren. Reden: de extra licentiekosten, bovenop de Skal-licentie, zijn voor hen te hoog, of ze willen niet slaafs-receptmatig de BD-preparaten toepassen. Doodzonde vind ik dat. De achtergronden ken ik maar al te goed, want in de tijd dat hier veel discussie over was zat ik juist in de Demeter-licentiever commissie. Ik sta op het standpunt, dat bij de Demeter-licentie het preparatengebruik verplicht moet zijn. Maar ik begrijp ook, dat slaafs-receptmatig preparatengebruik geen garantie is voor Demeter-kwaliteit. Ook hier geldt: het is geen kunstje."

Dat wat betreft het aanbod. Hoe win je klanten voor Demeter?

"Voorwaarde is dat de klant geïnteresseerd raakt. Dat gaat via persoonlijke aandacht. Je kunt Demeter niet opdringen. Meestal begint het met de vraag naar het verschil tussen EKO en BD. Hoogdravende verhalen vermijd ik dan. Mijn antwoord is afgestemd op de persoon, maar ik houd het in principe simpel. Dan zeg ik: EKO is zilver en Demeter is goud. Dat is dan vaak genoeg. Als men verder vraagt is mijn antwoord, dat de biologisch-dynamische landbouw beter afstemt op de omgeving en plant en dier beter in hun eigenheid laat. Nogmaals: de winkel is niet de plaats voor hoogdravende verhalen."

Ondernemerschap en samenwerking

Hanneke is vanwege haar thuissituatie vroeg in haar jeugd in een zorgende rol terechtgekomen, die naadloos overging in moederschap en gezinsleven. Via de Vrije School van haar kinderen kwam ze in aanraking met De Hooge Kamp en het winkelierschap. Hanneke: "De stap naar ondernemerschap heb ik goed moeten overdenken en afstemmen met thuis. Je moet er altijd voor de winkel zijn. De verantwoordelijkheid houdt niet op. Je bent er existentieel mee verbonden. Maar dit was wat ik wilde. Er zijn latere momenten geweest waarop ik opnieuw kon (of moest!) kiezen, bijvoorbeeld bij de laatste verhuizing en vorig jaar nog, toen ik gevloerd werd door ziekte. Maar dit *blijft* wat ik wil."

In een samenwerkingsverband zou je niet alles zelf hoeven doen.

"Dan heb je het over franchiseformules zoals EkoPlaza of Natuurwinkel. Wat hen betreft heb ik bezwaar tegen de eigendomsverhoudingen, die tot op het niveau van multinationals gaan. Daar zijn aandeelhoudersbelangen bij betrokken, die ik niet vind passen bij de keten van land naar klant. Die roepen een anonieme top-down economie op, terwijl ik voorstander ben van een bottom-up economie, die door klanten gedragen wordt. Bij de verhuizing heb ik dat nog geprobeerd vorm te geven door middel van klantenleningen. Helaas is dat toen niet van de grond gekomen, deels door tijdgebrek en deels door de reserves van het Apeldoornse publiek."

Dus?

"Op Estafette-Odin heb ik me ook georiënteerd. Dat is geen franchise en hun principiële eigendomsverhoudingen passen beter bij mijn ideeën over de keten van land tot klant. Maar daar werd toen gewerkt met vaste assortimenten voor al hun winkels. Ik wil vrijheid in het assortiment, om het aan te kunnen passen aan mijn specifieke marktgebied. Zand is immers geen klei! Dat neemt niet weg dat ik behoefte heb aan uitwisseling met collega's. In het verleden hebben we dat gedaan binnen 'De Tafelronde', een aantal eigenzinnige zelfstandige natuurvoedingswinkelier. Buys&Co (Wageningen) zat daarbij, en De Molen (Utrecht) en destijds ook nog De Belly (Amsterdam)."

'Aandeelhoudersbelangen roepen een anonieme top-down economie op, terwijl ik voorstander ben van een bottom-up economie, die door klanten gedragen wordt'



BD-boeren komen samen in groepen die zich bezighouden met beroepsontwikkeling. Zij ontwikkelen hun BD-vakmanschap daar met elkaar. Zou dat ook iets zijn om te organiseren voor winkeliers zoals jij, die zich in het bijzonder willen toeleggen op BD?
"Daar zou ik dolgraag aan meedoen."

Bedrijfscontinuïteit

De pionierende BD-boeren en -winkeliers van destijds gaan de komende jaren stoppen. De overdracht aan de volgende generatie is een hot item. Hoe zit dat bij jou?

"Mijn kinderen hebben ieder hun eigen richting gekozen en zullen de winkel niet overnemen. Gelukkig leven ze sterk mee. Toen ik vorig jaar zo ziek was, waren zij het die hier op zaterdag de winkel draaiden. Die moet immers doorgaan. Over overdracht heb ik nog niet hard nagedacht. Ik realiseer mij dat het daar zo langzamerhand tijd voor is. Ik vind het geen optie dat het hier stopt. En de continuïteit zou niet van mij afhankelijk moeten zijn."

Tijdens mijn bezoek heb ik goed het persoonlijke ervaren, waar Hanneke het over heeft. De huiselijkheid, die ik buiten al aan de Koninginnelaan ervoer, was binnen ook waar te nemen. Het klanten-koffiezet-



apparaat ging een aantal malen aan. Ook heb ik drie generaties Blom mogen ontmoeten (lieve kleinzoon!). De kracht van een uitgesproken buurtwinkel. Hier zijn inderdaad familie en bedrijf in de genen met elkaar verweven.

Bij het afscheid zegt Hanneke: "Als je mijn naam vermeldt, wil je dan niet alleen Hanneke Blom vermelden maar het volledige Hanneke Blom-Ligt?"

Het is mij duidelijk waar ze zo expliciet naar verwijst ...

BD-beroepsontwikkeling voor winkeliers

Heeft u als winkelier, net als Hanneke, interesse voor BD-beroepsontwikkeling voor winkeliers? Meldt u dat aan bij Luc Ambagts op het bureau van de BD-Vereniging (zie colofon). Als er genoeg interesse is wordt er een groep gestart. Deelnemers bespreken met elkaar waar ze tegen oplopen en geven elkaar nieuwe ideeën mee. Ze onderzoeken met elkaar hoe ze 'de bedrijfsindividualiteit' van hun winkel kunnen ontwikkelen en welke 'teeltmaatregelen' bij hun 'winkel-akker' passen.

Gimsel – De Groenterij

Koninginnelaan 78B, 7315 BN Apeldoorn

Oppervlakte: 130 m²

Grondsoort: zand

Rechtsvorm: eenvrouwszaak

Nevenactiviteit: bezorgservice, biologische fruitmanden

Marktgebied: Apeldoorn-Noord e.o.

met ca 100.000 inwoners