

Opgeweckt Noord De eerste verpakkingsvrije winkel in Nederland



De eerste verpakkingsvrije winkel in Nederland opende begin mei: Opgeweckt Noord in het centrum van Groningen. Het is de bedoeling dat klanten hun eigen bakjes en potjes meenemen voor hun boodschappen. Doen ze dat? Hoe vertellen producenten hun verhaal zonder verpakking? Ilse Beurskens-van den Bosch nam een kijkje in de winkel. *Tekst: Ilse Beurskens-van den Bosch / Foto's: Judith van der Noord, Ilse Beurskens en Opgeweckt Noord*

Half juni loop ik verwachtingsvol met lege glazen potjes Opgeweckt Noord binnen. Het eerste dat me opvalt in de winkel is de open en ruime sfeer, sober en vrolijk tegelijk. Noord-Nederlandse granen, zoals eenkoorn en emmer, liggen los in mooie bakken. Een klassieke schep geeft de authentieke sfeer van een markt. Eieren zijn los te koop. Op een krijtbordje staan de stuksprijs, de houdbaarheidsdatum en het nummer van het pluimveebedrijf geschreven. Groenten en fruit liggen in houten kistjes op een eiland midden in de winkel. De gewassen zijn per stuk of per ons geprijsd. Het lijkt erop dat de winkel je wil uitnodigen om niet méér mee te nemen dan dat genoeg is. Dat intrigeert mij.

Dorothea Piek, samen met Tonny Straatman initiatiefnemer van de winkel: "Wij willen verspilling tegengaan en de consumenten bedienen, die weinig nodig hebben. Zo worden er vaak kleine hoeveelheden thee en kruiden gekocht. Mosterd of pesto: je kunt een hele



Klant Geke vult verschillende bakjes met muesli en gedroogde vruchten. Tevreden vertelt zij dat ze vóór dat ze boodschappen gaat doen, nadenkt wat ze wil kopen en daarvoor bakjes meeneemt. "En een extra bakje voor als ik nog iets anders tegen kom", zegt Geke. "Wel handig lijkt me, kun je het zo in de kast zetten," zeg ik. "Nee", zegt Geke, "dit zijn mijn vervoersbakjes. Thuis gaat het ergens anders in." Mirjam neemt al jaren potjes en bakjes mee naar de markt. Ze is blij dat ze hier nu ook op deze manier kan winkelen. Mirjam: "Als ik een potje te weinig bij me heb, dan kom ik een volgende keer terug." Er komt een begeleid groepje verstandelijk gehandicapte mensen binnen. Zij stevenen af op de 'pindakaasmachine'. De één zet een potje onder de opening, de ander drukt op de knop. En daar komen de gemalen pinda's in worstvorm uit de machine. De pindaworst krult op in het glazen potje." Dorothea: "Ik wil dat klanten iets beleven

kleine hoeveelheid bij ons kopen. Gewoon dat wat van je lepel in je potje valt. Daar zijn mensen blij mee. We hebben ook geen winkelwagentjes, alleen mandjes. Deze passen beter bij de sfeer."

In de winkel kun je duurzaam verpakkingsmateriaal kopen en boeken over een afval-arm huishouden. De winkel zelf is ook gericht op zo min mogelijk weggoien. Van het brood dat niet verkocht is, worden croutons gemaakt. Ze staan in een grote glazen pot, waar je wat van in je doosje kunt doen. Grote silo's met allerlei verschillende noten hangen aan de muur. Een stukje verder staan tapflessen met verschillende oliën, appelsap

en mosterd. Daartussen hangt een bord met hoe het werkt: weeg eerst je bakje of potje en plak de sticker op de onderkant. De gevulde potjes en bakjes worden bij de kassa gewogen, het gewicht van de lege verpakking wordt van het totale gewicht afgetrokken. Mensen die geen potjes bij zich hebben, kunnen mooie glazen weckpotten en flessen kopen. Ook zijn er papieren zakjes voor de argeloze boodschapper.

Ervaringswinkel

Ik zie aan de ontspannen gezichten van de klanten dat zij zich uitgenodigd voelen om de tijd te nemen om boodschappen te doen.



in onze winkel. Het is een ervaringswinkel. Vandaar dat we ook een restaurant hebben waar we een lunch serveren en lekkere gezonde smoothies en snacks. We nodigen mensen uit om ons restaurant als flexwerkplek en netwerkplek te gebruiken."

Ik zie een klant met fonkelende ogen bij de olijfolietap. "Ik ben hier voor de tweede keer", zegt ze en houdt trots een flesje olie omhoog. "Hier heeft sladressing in gezeten. Ik heb het bewaard, in de vaatwasser gezet en nu zit er olijfolie in." Oliën zitten meestal in donkere flessen verpakt, omdat vetten onder invloed van licht ranzig worden. Dat is minder gezond en komt ook de smaak niet ten goede. In deze winkel zitten de oliën in doorzichtige glazen tapflessen. Ik vraag Dorothea hoe zij omgaat met de beperkte houdbaarheid van olie in licht. Dorothea:

De pindakaasmachine



"Ik heb overal gezocht naar donker glazen tapflessen, maar ik heb ze niet gevonden. Zo'n olietap moet ik daarom in twee weken verkopen. Ik zeg tegen de klant: koop kleine hoeveelheden zodat de olie ook in twee weken op is. Dan gaat het goed."

Ondernemen met eigenheid

Dorothea is van huis uit marketeer. "Bij Op-geweekt Noord hebben we drie uitgangsprincipes: de producten moeten biologisch of biologisch-dynamisch zijn, ze moeten duurzaam verpakt en vervoerd zijn, en producten die regionaal te krijgen zijn, kopen wij regionaal in. Bij ons komen bijna alle producten in papieren grootverpakking binnen. Voor bijvoorbeeld zuivelproducten maken we een uitzondering. Maar we verkopen zuivel alleen in glazen flessen, omdat die herbruikbaar zijn." Kaas wordt op maat afgesneden en uiteraard niet in plastic ge-seald, maar in een kaaspapiertje verpakt. In de winkel kun je een 'bee's wrap' kopen, een alternatief voor plastic folie. Deze doek wordt gemaakt van bijenwas, katoen, joboba olie en hars. Je kunt hem met koud water uitwassen en ongeveer een jaar gebruiken. Sommige mensen nemen die mee voor hun stukje kaas.

Dorothea: "Sojaproducten zijn niet anders dan in plastic te verkrijgen. We verkopen deze producten dan ook niet. Mensen vragen er wel eens naar, dan leg ik mijn standpunt uit en vraag hen of ze samen met mij in gesprek willen met de producent, om aan te geven dat we het anders willen. Ik erger me al lang aan al die verpakkingen, dat ik moet kopen en eten wat de winkel aanbiedt.

Ik ben geen donkergroene: ik heb me niet overal in verdiept, maar hoe het tegenwoordig met voeding gaat, dat gaat echt over mijn grenzen. Je moet voedingsdeskundige zijn om te weten wat je eet. Dat vind ik te ver gaan. Vroeger was ik 40 kilo zwaarder, gewoon door onoplettendheid en onwetendheid. Ik hou van lekker eten en dat doe ik nog steeds. Ik eet anders, puur. Lekker, bewust, gezond en duurzaam gaat heel goed samen en dat willen we delen met onze klanten. We wilden niet een biologische winkel beginnen waarvan er al zo veel zijn, we wilden iets unieks: een extra stap richting duurzaam. Zowel in Antwerpen als in Berlijn is een verpakkingsvrij winkeltje. Deze zijn klein en echt donkergroen. Wij wilden een grotere en hippe winkel."

Dorothea: "Ik wil ook anders ondernemen. Ik wil samenwerken en zoeken naar een gemene deler om van daaruit te groeien, met elkaar. Mensen zitten vaak vol oordelen. Geef die ander eens de ruimte, daar groei je zelf van. Ik heb een netwerk van mensen die iets voor elkaar willen doen. Dat heb ik in jaren opgebouwd. Zonder deze mensen had ik deze winkel niet kunnen beginnen. Ik zit in drie besturen: VNO-NCW, regiораad Kamer van Koophandel en de jonge ondernemersprijs. Daar is macht, geld en status heel belangrijk. Ik mopper niet, maar laat daar een ander geluid horen. Ik ben ervan overtuigd dat jonge mensen andere keuzes gaan maken."

Het verhaal vertellen

Een grote poster aan de muur laat zien waar de vaste groenten- en fruittelers gevestigd



*Tonny Straatman en Dorothea Piek
kopen producten het liefst regionaal in*

zijn. Het zijn 65 biologische en biologisch-dynamische boerenbedrijven verbonden aan het merk Puur Noord Nederland. Van verschillende bedrijven en producten ligt informatie ter inzage. Dorothea en Tonny hebben veel kennis van hun producten. Dorothea: "Mensen vragen ons en wij vertellen graag. En we spreken ook mensen aan. Als ik iemand zie twijfelen dan stap ik er op af om te vragen of ik kan helpen. En als ik een antwoord niet weet, dan zoek ik het uit."

Ik ben benieuwd wat de producent van deze verpakkingsvrije verkoop vindt. Neem bijvoorbeeld de op molensteen gemalen tarwemeel van De Nieuwe Band. Als je die elders in een verpakking koopt, kun je lezen op welke temperatuur het graan gemalen is,

dat ook de kiem meegemalen is, wat daar de voor- en nadelen van zijn en dat de molen voor een deel werkt op elektriciteit verkregen door eigen windmolens. Hoeveel betekenis heeft het dat mensen zo'n verhaal ook rustig thuis kunnen lezen? Dat vraag ik aan Ria van Engen van De Nieuwe Band. "Ik vind een verpakkingsvrije winkel een goed initiatief", antwoordt ze, "vooral vanwege de bewustwording en dat mensen die hoeveelheid kunnen afvullen die bij hun past. Het is mooi wanneer de winkelier de tijd kan maken om de verhalen achter onze producten te vertellen. Dat betekent dat wij veel belang hechten aan de relatie met de winkelier zodat deze bereid is onze informatie te vertellen, ergens op te hangen of neer te leggen. Daarnaast moeten wij ons verhaal zelf vertellen. En dat doen we onder andere via onze website, digitale consumentenbrieven en Facebook. In september komt er ook een verpakkingsvrije winkel in Amersfoort. Zij hebben gerecyclede silo's speciaal voor hun winkel laten maken. Ik ben heel benieuwd."

Als klant ben ik blij met een winkelier die zich verbindt met mijn vragen. Ik ervaar het contact tussen winkelier en klant als een kroon op het werk van de boer. De Remeker kaasboeren verkopen hun kaas alleen aan winkels waar de winkelmedewerkers een rondleiding op hun boerderij hebben gehad, zodat zij hun verhaal kunnen vertellen. Dit staat garant voor een goede verbinding tussen leverancier, winkelier en klant.

Katoenen broodzak

Een jongeman met een mand vol losse groenten en fruit rekent af en stopt alles zo los in

zijn rugzak. Dit beeld doet mij denken aan een ervaring jaren geleden op de markt in Azië. Ik wees de noten aan die ik wilde kopen en de vrouw achter de kraam maakte met haar handen een vragend gebaar. Ik wees nog een keer aan wat ik wilde hebben en nog een keer. We keken elkaar zwijgend aan en uiteindelijk begreep ik dat ze iets nodig had om mijn gewenste product in te doen. Ik pakte uit mijn trekkersrugzak een handdoek. Met een glimlach verpakte de marktvrouw mijn noten. Sinds deze ervaring ben ik mij meer verpakkingsbewust. Zo doe ik de groenten en fruit die niet los meegaan, met meerdere samen in één zak, wat bij de kassa regelmatig voor problemen zorgt omdat de stickers te dicht bij elkaar zitten en daardoor moeilijk te scannen zijn, of te ver uit elkaar en niet gezien worden.

Deze winkel vraagt de klant wakker te zijn, om voorbereid te zijn op het boodschappen doen. Je zou kunnen zeggen dat hun ikkracht wordt aangesproken. De klant wordt niet alleen uitgenodigd om verbonden te zijn met de producten die hij of zij koopt, maar ook met het boodschappen doen zelf. Hierdoor kunnen de producten met waardevolle voedingskwaliteiten met aandacht ontvangen worden.

Wanneer ik zelf brood bak, bewaar ik deze in een theedoek. Ik heb nooit mijn gekochte brood in een theedoek van de winkel naar huis vervoerd. Waarom niet? Ik heb er wel eens aan gedacht. Durf ik het niet? Ik realiseer mij dat ik mij vaak een lastige klant voel. Vandaag koop ik opgewekt een katoenen broodzak en verheug me erop deze mee te nemen naar de bakker. ☺