

EEN SPECIAALZAAK
HEEFT OOK EEN
SOCIALE FUNCTIE



Roosmarijn Saat: "Tot onze verrassing levert zondagsopening veel nieuwe klanten op."

“Mijn ouders hadden een vooruitziende blik”, vertelt Roosmarijn Saat. “Ze startten in 1988 al de samenwerking met slagerij de Groene Weg en dit heeft zich daarna flink uitgebreid.” De Groene Passage aan de Mariniersweg in hartje Rotterdam huisvest nu zeven bedrijven. Vier daarvan vallen onder Roosmarijns familiebedrijf: Gimsel supermarkt voor natuurlijke voeding & cosmetica, Restaurant Spirit, Gimsel Academy en, in het verlengde van een natuurdrogerij, schoonheidssalon Aditi.

Gimsel is een volledig zelfstandig bedrijf. Er komen meerdere toeleveranciers aan de deur. In het seizoen worden versproducten uit de regio gehaald. Naast dat de producten echt vers zijn, geeft de winkel ook een regionale invulling van het groenteschap. In het assortiment staat biologisch uiteraard centraal. Daarmee willen biologische winkels onder de EKO-vlag zoals Gimsel zich onderscheiden. Dat betekent soms dat lokale of regionale producten afgewezen moeten worden wanneer die geen bio-certificaat hebben.

SUPERMARKT GIMSEL WIL VERNIEUWEN MET BEHOUD VAN EIGENHEID

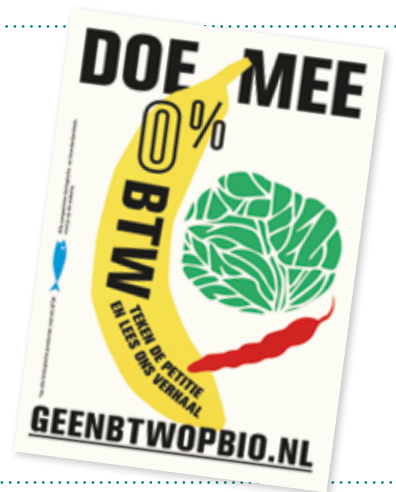
Vanaf 2004 nam Roosmarijn Saat geleidelijk de leiding in supermarkt Gimsel over van haar ouders. Kort daarna is ook haar broer Daniël erbij gekomen en aan de slag gegaan met de horeca. Een echt familiebedrijf, maar met vele lijntjes naar de directe omgeving en de maatschappij. De samenwerking en bundeling van krachten binnen de Groene Passage draagt bij aan het succes. Maar met het oog op de toekomst moet een aantal keuzes worden gemaakt.

TEKST LEEN JANMAAT | FOTO'S GIMSEL & LEEN JANMAAT



DOE MEE 0% BTW

De campagne Geen BTW op Bio (www.geenbtwopbio.nl) is een initiatief van de Biowinkelvereniging. Dit is een samenwerking van onder andere de biologische speciaalzaken van Ekoplaza, Natuurwinkel, Odin en Gimsel. Op vrijdag 3 november 2017 is de campagne gestart. Volkert Engelsman zette om 12:30 uur bij Gimsel in Rotterdam de eerste handtekening onder de landelijke petitie. Doel van de initiatiefnemers is om biologische producten vrij te stellen van btw. Inmiddels zijn ruim 77.000 steunbetuigingen binnen. Met deze petitie stelt de winkelvereniging bij de Tweede Kamer aan de kaak dat de prijs van biologisch geproduceerde voeding relatief te hoog is. Oorzaak daarvan is dat de kosten van milieuvernietiging, zoals de massale insectensterfte, waaraan de biologische landbouw geen deel heeft, niet worden afgewenteld op de vervuiler maar op de belastingbetaler, en daarmee dus ook op consumenten van biologische voeding. Het is de taak van de overheid om drinkwaterbronnen, klimaat, biodiversiteit, bodem en gezondheid te beschermen en te behouden voor huidige en toekomstige generaties. De milieuvriendelijke biologische landbouw levert hieraan een effectieve bijdrage en zou daarom vrijgesteld moeten worden van btw.



Wat brengt de samenwerking binnen Groene Passage?

Roosmarijn Saat: “Het feit dat alle producten en diensten onder hetzelfde dak zitten biedt voordelen. Voor onze bewuste klanten is het een one stop: voor de dagelijkse boodschappen en om even bij te komen of gewoon te genieten. De bundeling maakt ons sterk en daarmee hebben we zowel in de stad als daarbuiten naamsbekendheid opgebouwd. Afgelopen jaar bestond de Groene Passage twintig jaar. Dat hebben we gezamenlijk gevierd. Naast een symposium voor onze relaties, hebben we vier festivalzondagen georganiseerd met heel veel gratis activiteiten. Dat trekt weer nieuwe klanten aan en geeft het merk de Groene Passage extra bekendheid.”

Spelen regionale producten een rol in de stad Rotterdam?

“Voor stadsmensen voelt de regio wat groter aan dan alleen de stad. In het seizoen komt Biologisch Goed aan de deur en halen we zelf verse groenten en fruit uit de omgeving. Vanuit onze woonplaats Oostvoorne rijden we een groot gedeelte van het jaar via de duinen van Oostvoorne naar de stad. Onderweg halen we producten op. Kwaliteit en smaak is voor speciaalzaken een belangrijk onderwerp

en met verse kwaliteitsproducten heb je meteen een mooi onderscheidend assortiment. Onze producten zijn biologisch en gezond zijn, maar ook erg smaakvol. Daar besteden we graag aandacht aan.”

Hoe komen jullie aan nieuwe klanten?

“We hebben de jaarlijkse evenementen. Verder hebben we na vele interne discussies besloten om met de winkel en het restaurant ook op zondag open te zijn. Tot onze verrassing levert dit veel nieuwe klanten op. Je krijgt andere gezichten in de winkel. Mede hierdoor weten we onze omzet op peil te houden. Ik zal niet ontkennen dat we concurrentie ondervinden, ook van de gangbare supermarkten. Op prijs kunnen we het niet winnen, daarom richten we ons op extra service. Ook onze klanten verlangen naar gemak. De zondagopening is zo'n service, maar we zoeken nog naar meer mogelijkheden die passen bij ons concept.”

Hoe kom je achter de wensen van jullie klanten?

“Het contact op de winkelvloer is hierin wel erg belangrijk. De vragen die klanten hebben, komen als eerste bij onze medewerkers terecht. Daarbij is het kennisniveau van de medewerkers belangrijk. Hier

zetten we dan ook op in. Ook de Gimsel Academy speelt een rol. Daarbinnen is er meer tijd om met klanten in gesprek te gaan. De Academy biedt veel kookcursussen aan en dan komen er veel onderwerpen op tafel waar we op de winkelvloer op in kunnen spelen. Bij het verzamelen van data van klanten heb ik twijfels. Ik hoef niet per se alles van mijn klant te weten. Het persoonlijke contact en gesprek staat bij ons voorop. Als speciaalzaak hebben we ook een sociale functie.”

Hoe ziet jullie toekomst eruit?

“Zoals ik al zei staat service centraal: invulling geven aan het gemak dat consumenten verlangen. Hoe we dat invullen, blijft een zoektocht. Wel of geen webwinkel, wel of geen thuisbezorging. We gaan hierin keuzes maken met behoud van onze eigenheid.”

Als voorzitter van de biologische winkelvereniging heb je veel tijd gestoken in de actie Geen BTW op Bio. Wat verwacht je hiervan?

“We zijn de grens van 75.000 steunbetuigingen gepasseerd, dat is al een mooi resultaat. Nu wachten we op een reactie van de vaste commissie Financiën van de Tweede Kamer. Hopelijk krijgen we binnenkort een uitnodiging om de petitie te komen aanbieden. Wat de uiteindelijke uitkomst wordt, is gissen. Maar we hebben in ieder geval aandacht gekregen van de media. Als het uiteindelijke resultaat wordt, dat de veroorzaker van schade aan natuur en milieu hiervoor gaat betalen, is dat ook mooi. Het gaat de Biowinkelvereniging niet alleen om eigen voordeel. We willen vooral een onrechtvaardigheid aan de kaak stellen. Tot nu toe ben ik wel tevreden. Naast aandacht heeft het onze jonge vereniging ook goodwill en draagkracht gebracht.” ■

