



De pui van Lente Verswaren. Adres: Akerkhof 32, hartje Groningen

Lente Verswaren in Groningen

Lente Verswaren: weer een winkel die een alternatief is voor de supermarkt.

Door: **Gé Lommen** Foto's: **Erik Hemmes**

Wie FoodPersonality een beetje kent, weet dat Erik Hemmes van Erik Hemmes Retail Advies al jaren bijzondere buitenlandse formules bezoekt om er foto's te maken (zie blz. 66 van deze FoodPersonality). Maar: afgelopen zomer was hij in Groningen, liep bij Lente Verswaren naar binnen, schoot foto's (met toestemming van de mensen in de winkel, uiteraard) en bood deze bij FoodPersonality aan.

Lente Verswaren doet denken aan Marqt, van jaren geleden. Aan Odin, aan boerderijwinkels, aan delicatensenzaken... Hemmes: "Het is maar één winkel. Maar zo zie je maar, altijd staan er ondernemers op die met dit soort levensmiddelenwinkels beginnen. En ze vormen een alternatief voor de supermarktsector." Lente Verswaren heeft op de site de

uitgangspunten vermeld: zo min mogelijk bewerkte artikelen, zo vers mogelijk, zo dichtbij mogelijk, nadruk op seizoenen en 'eerlijk/ethisch'; een leverancier, boer, teler, fokker etc. krijgt een 'eerlijke prijs'. Daarnaast: veelal van kleinschalige leveranciers. Verbonden aan 'De Marktslager'. Oprichters zijn Geeske Smit en Thomas Bijl.

We interviewen Geeske Smit telefonisch. Zij vertelt: ze was jarenlang eigenaresse, samen met haar broer, van 'Slagerij Smit'. Aanvankelijk ook samen met hun vader. Maar die overleed in 1998. Smit: "We hadden in die periode als twintiger best nog allerlei vragen aan onze vader willen stellen. Maar goed, we besloten de slagerij voort te zetten. We hebben veel geleerd door veel zelf te doen en ook

door fouten te durven maken."

Smit doorliep de slagersvakschool. En om ook zakelijk beter beslagen ten ijs te zijn, studeerde ze daarna bedrijfs-economie. Slagerij Smit veranderde: het werd 'de Marktslager', een slagerij die altijd in Groningen op de markt staat. Met vlees van eigen veestapel, het ras 'Groninger blaarkop'. Allemaal runderen die zoveel mogelijk in de wei staan, leefruimte hebben etc. Daarnaast varkensvlees, kalfsvlees, lamsvlees etc. van veehouders uit de omgeving van Groningen, met veelal vergelijkbare uitgangspunten.

Maar nu naar Lente Verswaren. Smit kent Thomas Bijl als sinds-ie een klein joch is, hij is de zoon van een goede vriend van haar. En deze Thomas ging als student 'small business & retail' in Leeuwarden steeds meer



Lente Verswaren omvat ongeveer 100 m² vvo en het aanbod omvat zo'n 1.000 artikelen, en er werken in totaal acht mensen, veelal part-time.



Dit is de keuken van Lente. Daar maakt mede-eigenaar Thomas Bijl maaltijden en andere gerechten van de artikelen die niet verkocht zijn en die zo rijp zijn of tegen hun 'vershoudbaarheid' aan lopen dat er quiches, ratatouille etc. van gemaakt wordt. Ook andere medewerkers doen dit 'kokswerk'. Uitgangspunt is dat er minimaal twee medewerkers zijn. Een voor in de keuken en een voor de bediening en het afrekenen



De 'volgorde van de producten', die lijkt een beetje 'uit de losse pols'. Maar dat maakt zo'n winkel ook weer 'charmanter' dan een supermarkt. En wie geregeld bij Lente koopt, weet na verloop van tijd vanzelf waar alles staat. Daarnaast: bij 100 m² vvo en een aanbod van ongeveer duizend artikelen is er nauwelijks sprake van 'moeten zoeken'. Mede-eigenaar Geeske Smit zegt ons naderhand: "Daar hebben we juist zeer bewust over nagedacht: wat presenteert je waar? En wat voor uitstraling dat heeft."



De presentatie van die maaltijden, salades etc. uit eigen keuken.

nadenken over: wat voor levensmiddelen zou je moeten eten, en dus als retailer moeten willen verkopen? Smit: "Ik wilde Thomas graag helpen met de verwezenlijking van dat ideaal.

Gaandeweg vonden we elkaar in een initiatief: een levensmiddelenwinkel met een ideaal assortiment, maar wél commercieel levensvatbaar. Mijn broer en ik hebben jaren geleden

moeten knokken om van de erfenis van onze vader tot de Marktslager te komen. En zo besloten Thomas en ik dat hij de uitgangspunten van een nieuwe levensmiddelenwinkel zou



Niet alleen van buiten is het pand mooi, ook binnen, waarbij vooral de pilaren opvallen. De winkel oogt industrieel, maar bepaalde elementen, zoals die pilaren maken, het ook weer 'zoals vroeger', als een soort erfgoed.

Lente is een levensmiddelenwinkel: producten voor thuis. Maar ook een beetje horeca. Zoals hier, tijdens de zomer, met tafeltjes en zitjes buiten. Lente neemt veel hooi op de vork, want het doet ook aan catering (particulieren en zakelijk) en aan e-commerce, met bezorging in de stad Groningen. Hoe Lente dat doet: zie tekst.

gaan bepalen, duurzaam, kwaliteit, lokaal/regionaal etc., terwijl ik dan meer over de exploitatie zou gaan en hem voor de valkuilen van het ondernemerschap zou behoeden. Ik had destijds ook graag een soort mentor naast me gehad. Inmiddels is dat veel meer tussen ons twee verweven. Lente bestaat nu anderhalf jaar, en we hebben ook anderhalf jaar nodig gehad. Om alle formule-uitgangspunten helder voor ogen te krijgen, maar ook zaken als: waar gaan we beginnen? Hoeveel mensen kunnen we in dienst nemen? Welke artikelen moeten in ons assortiment, welke leveranciers hebben die? Alle keuzes en besluiten die je maar kunt bedenken.”

Waarom heet het Lente? Overdreven gezegd: een consument die er oppervlakkig over nadenkt: 'o, vanaf 21 juni t/m 20 maart moet ik daar niet zijn'... Smit: “Die bezwaren zagen wij ook. Maar het is toch ‘Lente’ geworden. We hebben gespeeld met de gedachte: daarna noemen we ons ‘Zomer’, dan ‘Herfst’, dan ‘Winter’, maar dat is qua merkonderhoud enorm complex. Lente is het seizoen waarin de groenten in de moestuin ontkiemen, alles

begint te groeien en te bloeien, het land meer zal gaan geven en de koeien weer de wei in kunnen. ‘Het wordt weer warmer’, mooier, aangenamer. Die belofte, die hoopvolle verwachting, dat zit in de naam Lente. En de potentiële klant die ons nog niet kent, leggen we duidelijk uit wat wij met die naam bedoelen. In de winkel, op borden, door onze medewerkers en op onze site.”

Hoe verhouden zich alle uitgangspunten tot elkaar? Eerlijk, ethisch, lokaal, regionaal, biologisch...

“Het veelomvattende uitgangspunt is: een eerlijk product. Daarmee bedoelen we: hier zijn geen pesticiden aan te pas gekomen terwijl jij, consument, dat niet doorhebt. En: ook tijdens de verwerking en productie van dit product is geen gebruik gemaakt van chemische middelen. Vervolgens: zo plaatselijk mogelijk, als het kan. En kan dat niet, dan regionaal. En kan dat niet, dan is de leverancier van het product plaatselijk of regionaal. En altijd geldt: de leverancier moet van ons een eerlijke inkoopprijs krijgen. En daarna komt pas het criterium biologisch. We zijn SKAL-gecertificeerd,

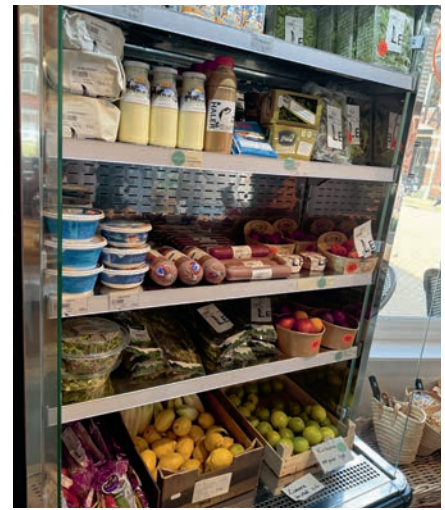
maar als bepaalde Nederlandse appels in een bepaalde periode goed rijp zijn en goed smaken en zonder pesticiden zijn geteeld, dan is dat voor ons prima. Maar zijn er voor die appel in een ander seizoen ‘trucjes’ aan te pas gekomen, dan wijken wij uit naar de biologische variant van die appel. En bij andere artikelen kijken we weer naar de vraag of er bij de teelt of de gehele productie sprake is van bodemuitputting.

Voorbeelden... Lokaal of regionaal: nee, uiteraard, we hebben geen wijn uit Groningen. Eerlijke producten: we hebben alleen kappertjes waarbij al die foute hulpmiddelen bij de productie juist níet zijn gebruikt. En even terug naar ‘de Marktslager’. Onze runderen krijgen restanten van brouwerij Bax, uit Groningen, vol mineralen en heel goed voor onze Groningse blaarkoppen. En dat vlees is onderdeel van het assortiment van Lente. Maar we beseffen hoe moeilijk het voor de consument is om dat allemaal te begrijpen.”

Hoe doet Lente het tot nu toe? Is jullie weekomzet goed genoeg om winstgevend te zijn, bijvoorbeeld? Ik vraag dat



Tegenover de counter: een wandkoeling van 'vlees uit eigen regio'. Dat is afkomstig van 'De Marktslager', waar Lente aan verbonden is (voor uitleg zie tekst).



Alle artikelen zijn zo lokaal of regionaal mogelijk.



In de winkel zelf kan de klant van alles lezen over de uitgangspunt van Lente.

ook omdat we vaak genoeg horen dat winkels zoals die van jullie het moeilijk hebben om tegen de supermarkten op te boksen.

“Ik ga onze weekomzet niet verklappen, dat is iets voor Thomas en mij, sorry. Maar Lente biedt perspectief, de omzet is aan het stijgen en kijkend naar de cijfers zie ik een curve waaruit blijkt dat Lente in anderhalf jaar bestaansrecht heeft verworven. Lente is er nu sinds anderhalf jaar, we hebben daarvoor ook anderhalf jaar nodig gehad aan de voorbereidingen; en als je mij over anderhalf jaar nog eens belt met de vraag hoe het met onze weekomzet staat en met onze exploitatie, dan zal ik je dat zeggen. Het is inspannend geweest. We kregen aanloop genoeg, allerlei nieuwsgierige mensen, maar iets kopen? Dat was een barrière. We hebben van kijkers kopers moeten maken, van incidentele kopers regelmatige kopers, tot ‘vaste klanten’. Dat heeft moeite gekost, mensen vallen makkelijk terug op de supermarkt. Ook als ze ons initiatief waarderen. Maar het ontwikkelt zich de laatste tijd goed.”

Is die stijgende omzet vooral een inflatiekwestie?

“Nee. Om aantrekkelijk te blijven, hebben we onze prijzen niet verhoogd. Dat is een offer als je bedenkt dat we onze leveranciers een eerlijke prijs betalen. Maar we moesten vooral klanten aan ons binden, dus: geen prijsverhogingen. Dan maar wat later winstgevend zijn. Onze omzetstijging is grotendeels een volumestijging.”

Jullie zijn een levensmiddelenwinkel, jullie doen aan horeca – ik kan een drankje of een maaltijd bij jullie nuttigen – jullie doen aan catering, zowel voor particulieren als zakelijk, jullie hebben een webwinkel. Dat is wel ongelooflijk veel hooi op jullie vork...

“Ja, dat klopt, maar Thomas en ik hebben toch besloten dat we ons op alle fronten moesten laten zien. Alleen maar een kwestie van investeren in de toekomst van Lente.”

E-commerce! Dat is zelfs bij supermarkten niet winstgevend.

“Maar het zal toch moeten, gezien

de wensen van de consument in deze tijd. Maar wij zijn in dat opzicht niet vergelijkbaar met Albert Heijn of Jumbo. We hebben onlangs een grote bakfiets aangeschaft, voor in de directe omgeving. Met koelingen. We vonden dat nodig: aan je klantenkring bouwen.”

Even een stip op de horizon: stel, Lente wordt een succes. Een tweede winkel, een derde winkel?

“O, dat is nog ver weg. Maar inderdaad, als zich iemand aandient en Lente in een andere stad wil beginnen, dus een franchisenemer, dan zullen we hem of haar honderd procent helpen om daar een succes van te maken. Maar eerst willen we onze formule doorontwikkelen en laten groeien. Pas dan hebben we iemand iets te bieden.” ■

Lente Verswaren

Adres: Akerkhof 32, Groningen

Vvo: 100m2

Assortiment: ca.1000 artikelen

Aantal medewerkers: 8 (veelal part-time)