

“ t Smaakt net als vroeger”

Voor de 13<sup>e</sup> keer alweer organiseert de Groene Passage de jaarlijkse voorjaarsmarkt. Op zaterdag 5 juni staat het plein voor het winkelcentrum aan de Mariniersweg- Goudsesingel vol met kramen, zo'n 50 stuks. Niet alleen van de bedrijven zelf maar vooral ook van de producenten en leveranciers. U kunt kennismaken met alles en iedereen die iets met het *mens- en milieuvriendelijke* aanbod van de Groene Passage heeft en u kunt alles vragen wat u wilt. Tussen 10 en 17 uur is het kijken, voelen, ruiken en proeven van al het lekkers en gezonds wat deze winkel formule te bieden heeft. Er is live muziek en er zijn activiteiten voor kinderen.

Het Groene Hart van Rotterdam, om met Gimsel-ondernemer Roosmarijn Saat te spreken, is nog nergens in Nederland op deze schaal gekopieerd. Dat schrijft Roos toe aan de inzet en bereidheid van de ondernemers om vrijwel alles zelf te doen. Zelf je concept bepalen, daarbij het assortiment zoeken evenals producenten en leveranciers, klachten zelf af te handelen en contact met je klanten te zoeken. En niet te vergeten samenwerken met je collega-ondernemers. Van begin tot eind de aansluiting zoeken en vinden bij het doel dat de ondernemers van de Groene Passage zich gezamenlijk stellen: mens en milieuvriendelijk ondernemen. De consument bewust maken van wat hij eet maar eigenlijk van alles wat je koopt. Want de Groene Passage bestaat uit food en non-food. Naast een supermarkt, bakkerij, slagerij en restaurant zitten hier ook een natuurdrogisterij, de Wereldwinkel, het Oost West Centrum voor 70 verschillende cursussen per seizoen, een boekwinkel en een winkel voor woninginrichting. Ook daar is het mogelijk om mens en milieu te sparen, met verantwoorde verf, stoffen en niet te vergeten, meubels van duurzaam hout.

De winkeliers vormen samen de Vereniging De Groene Passage. Vier van hen zitten in het dagelijks bestuur. Als bestuurslid is Roosmarijn Saat verantwoordelijk voor de marketing en de communicatie van het hele centrum. Als ondernemer runt ze de supermarkt, waarin ze de opvolger is van haar vader die in 1988 met een soortgelijke formule, samen met een compagnon, in een kleine zaak aan de Botersloot is begonnen. Sinds 1997 is de super op de huidige plek gevestigd op een oppervlak van 750 m<sup>2</sup> winkelvloer. Er kwamen gelijkgestemde ondernemers bij en de bedrijfsruimte groeide naar 2500 m<sup>2</sup>. Er zit nu een stabiele club ondernemers.

In de supermarkt, -de Gimsel geheten wat *onvervangelijk* betekent-, wordt binnenkort nieuwe koelapparatuur aangebracht die minder CO<sub>2</sub> uitstoot. De verlichting in het winkelgedeelte bestaat uit vele LED-lampjes en vraagt dus minder energie. Of je als consument duurder uit bent hier, is natuurlijk een logische vraag. Dat is wel het geval zegt Roosmarijn. “Maar je krijgt er kwaliteit voor terug. Het gaat om principieel kiezen voor deze manier van consumeren en je huis inrichten voor een gezond binnenklimaat. Vroeger gaven we een groter percentage van ons inkomen uit aan voeding. Nu gaat het meeste geld naar de auto, het huis en vakanties. Op eten wordt vaak bezuinigd. Kijk naar de euroshoppers in de supermarkten. Zo ongezond. Als ik hoor dat er weer zoveel kilo's kip te koop zijn voor zo weinig geld. De producten uit de biodustrie zul je hier niet vinden”.

De versproducten in de super komen deels uit eigen streek. Zo komt Roosmarijn s'ochtends regelmatig richting Rotterdam in een bus met verse spullen van het Oostvoornse land. Van de verpakte artikelen komt veel uit het buitenland. Brabant levert het brood van de bakker, die zich onderscheidt door geen suiker, conserveringsmiddelen en zuivel aan het brood tot te voegen. Dit brood is duurzamer en heeft meer voedingswaarde dan gewoon brood, aldus Roos. Maiszetmeel is

een belangrijk bestanddeel van het verpakkingsmateriaal in de foodwinkels. Dit is makkelijk afbreekbaar en composteerbaar.

De winkeliers, bij monde van de ondernemer zijn trots op hun winkels en hun samenwerking. Wat de Groene Passage zo bijzonder maakt zegt Roosmarijn Saat, is de mogelijkheid om in een bezoekje je etenswaren te kopen, thee te drinken in het restaurant, een boek te kopen in de New Age winkel en tot slot nog wat yogaoefeningen te doen. En dan lekker ontspannen op huis aan.

De buitenwereld beschouwt hen aldus Roosmarijn als een groot commercieel bedrijf. Natuurlijk moeten zij hun inkomen hier verdienen maar het eerste doel is een bijdrage leveren aan de bewustwording van mensen die daarin geïnteresseerd zijn, en naar informatie zoeken, zonder een hoge drempel over te moeten. Voor iedereen is hier een antwoord te vinden. De markt op de vijfde juni biedt een mooie gelegenheid om laagdrempelig met het aanbod van de Groene Passage kennis te maken. Jong en oud, ieder is welkom en kan er iets mee. Zoals een ouder echtpaar pas zei: nu we hier kopen smaakt ons eten net als vroeger” Ze proefden de echtheid van het product weer, zonder smaakstoffen, kleurstoffen en houdbaarheidstoevoegingen.

Naschrift; de schrijver van dit stukje is opgevallen tijdens het slenteren door de supermarkt dat zo rond de 98 % van de klanten een behoorlijk slank figuur heeft. Dat kan toch geen toeval zijn?