

De onderneming **Ten eerste**

Bio-super Odin gaat volgens directeur Merle Koomans (links) een duurzame, toekomstbestendige relatie aan met boeren.



Foto's Sabine van Wechem

De eerlijke supermarkt

Geen zelfscanners, maar een eerlijke prijs. Bij Odin komen klant, medewerker en boer op de eerste plaats. 'Voor ons is geld een middel waarmee we onze idealen kunnen verwezenlijken.'

Door **Pieter Hotse Smit**

PROFIEL



Bedrijf
Odin
Waar
Geldermalsen
Sinds
1983
Aantal werknemers
589
Jaaromzet
67 miljoen euro



De ruim elfduizend leden, vertegenwoordigd in de ledenraad, mogen meedenken wat er met de winst wordt gedaan.

spreuk af te doen als oubollig of geitenwollensokken. Zeker, in tijden van turbokoeien als melkmachines, hoogtechnologische glastuinbouw en zelfscan-kassa's, doet de tekst gedateerd aan. Maar stel dat het fenomeen supermarkten anno 2020 werd bedacht. Een jaar met zeeën vol plastic, voedselverspilling, stikstofproblematiek, junkfood en klimaatverandering, vol scheve arbeidsverhoudingen en uitbuiting van primaire producenten. Dan zou die supermarkt kunnen lijken op wat Odin vandaag de dag aan idealen destilleert, uit de eigen grondsteenspreuk van 37 jaar geleden.

Samengevat komen die neer op het verhandelen van gezonde levensmiddelen, die zijn geproduceerd en verpakt met respect voor aarde en dier, en die worden verhandeld tegen een eerlijke prijs voor klant, leverancier en boer. Een systeem waarin winsten niet automatisch naar de aandeelhouders gaan, maar worden geïnvesteerd in bijvoorbeeld een eigen boerderij. En waarbij voor een eerlijke prijs zoveel mogelijk rechtstreeks zaken wordt gedaan met boer en teler. Allemaal omdat medewerkers en klanten met zeggenschap het zo willen. De tweekoppige directie – naast Koomans ook Theo Boon – mag niet meer dan zes keer zoveel verdienen als de minst betaalde medewerker. 'Voor ons is geld een middel waarmee we onze idealen kunnen verwezenlijken', luidt een van de kernprincipes van het bedrijf.

Dit komt wel neer op 'hard werken voor weinig', merkt de directeur op in de pas geopende Odin-boerderijwinkel bij Almere. Pal naast de rundveestal van de biodynamische boerderij Vliervelden in de duurzame wijk Oosterwold. Haar woorden gaan vergezeld met een lach, want de voldoening die ze uit haar werk haalt drukt ze niet uit in geld. 'Ik ben

trots dat het ons lukt iets toekomstbestendigs op te zetten.'

Niet dat het altijd gemakkelijk is. 2016 was geen best jaar. De grote supermarktketens hadden net 'gas gegeven' op hun biologische assortiment en begonnen met gerestylede superafdelingen ook nog eens verdacht veel te lijken op vestigingen van Odin, Ekoplaza of Marqt. Die laatste trok deze ontwikkeling niet en werd overgenomen door Udea, eigenaar van Ekoplaza en Natuurwinkel. Voor Odin lag toen al de vraag op tafel: wat is ons onderscheidend vermogen?

Voor een eenduidige boodschap ging bij alle vestigingen dezelfde naam aan de gevel. De sociale, coöperatieve bedrijfsstructuur en het respect voor de aarde met biologische, biodynamische producten, werden speerpunten.

In 2019 volgde nog een moeilijk jaar. Vooral doordat het bedrijf met de nodige complicaties overging op één IT-systeem na het samengaan met gelijkgestemde groothandel De Nieuwe Band. Daarvan verlost, en met een mede door de coronapandemie opgestuwde vraag naar bewustere voeding, verwacht Odin dit jaar zo'n 1 miljoen euro winst te boeken op een omzet van 67 miljoen euro.

Het kan dus, winst maken met winkels waar doorgaans een serene rust vanuit gaat. Waar klanten niet doorheen worden gejaagd met zelfscanners, maar waar vaak slechts een handjevol klanten rondloopt. 'Daar zie je dat wij een heel ander verdienmodel hebben', zegt Koomans. 'We kunnen niet compenseren met meer marge op ongezonde producten. Aan de andere kant hebben we een heel ander salarishuis en hoeven we niet met aandeelhouders af te rekenen.'

De ruim elfduizend leden, vertegenwoordigd in de ledenraad, mogen meedenken wat er met de winst wordt ge-

daan. Dan ligt ook de vraag op tafel: hoe komt het dat we winst maken? Betalen we de boer of onze medewerkers te weinig? Kan de prijs aan de kassa omlaag?

De prijs is nog wel een ding. De coöperatie is terughoudend met aanbiedingen en heeft het stunts met vlees en vis helemaal in de ban gedaan – om beter te kunnen inkopen en verspilling te voorkomen. Op alle producten is wel de standaard ledenkorting van circa 15 procent. In ruil voor een participatie in de coöperatie van 100 euro en een extra maandelijkse 16 euro. Maar nog altijd ligt de prijs aan de kassa relatief hoog.

De Consumentenbond concludeerde vorig jaar dat 115 biologische producten bij Odin (en Natuurwinkel) bijna 30 procent duurder zijn dan gemiddeld bij andere onderzochte superketens. 'Daar staat tegenover dat wij een langtermijnrelatie aangaan met boeren', zegt Koomans. 'We stappen niet plotseling over als een ander goedkoper is of als de producent een keer een slecht jaar heeft.'

Broederschap staat ook in de grondsteenspreuk. Maar met de relatief hoge prijzen, welk prachtig ideaal die ook dienen, wordt het armere deel van de samenleving buitengesloten. Een groep die een groot deel van hun inkomen afdraagt aan de Aldi of Dirk, vaak in ruil voor een ongezonder en korter leven. Wat heeft Odin deze groep te bieden?

'We hebben hierover al veel gediscussieerd in de ledenraad, maar we zijn er nog niet over uit', zegt Koomans, die wel denkt dat dat mogelijk is. Bijvoorbeeld door gratis ledenvoordeel weg te geven aan mensen die dit niet zelf kunnen betalen. Ze wil nog wel benadrukken dat ze niet alleen maar veelverdieners over de vloer krijgen. 'Eerder klanten die bewuste keuzes maken.'

Bij bio-supermarktketen Odin verkopen ze geen eenheidsworst. De uitdaging voor de gestaag groeiende coöperatie is de komende jaren zelf niet in een eenvormige formule te veranderen.

Nu de succesketen met 26 winkels, twee distributiecentra, een eigen boerderij, imkerij en ruim 11 duizend leden serieus vorm begint te krijgen, is dit waar directeur Merle Koomans van den Dries voor op haar hoede is. Ze wil blijven groeien, maar niet afdrijven van de idealen die het bedrijf zo onderscheidend maakt van de reguliere supers.

Koomans mag graag teruggrijpen naar de bij de oprichting bedachte 'grondsteenspreuk' om iedereen in de organisatie eraan te herinneren waartoe Odin ook alweer op aarde is:

Mogen wij indachtig blijven: De oorsprong van ons streven om helende de aarde te bewerken. Eerbiedigend de wijsheid en harmonie in Gods schepping. Om rechtvaardig haar vruchten te verdelen. Broederlijkheid betrachtend daar waar mensen van elkaar afhankelijk zijn. Om uit innerlijke kracht het goede te doen. Richtend onze wil naar Gods woord dat ons voedt in onze spijsen. Opdat werkzaam worde: In de materie offerend licht. In mensen onderling scheppende liefde. In ieder persoonlijk kracht van de Geest.

De tekst uit 1983 verkapt de liefde van de oprichters voor de antroposofie. Uit deze maatschappelijke stroming van Rudolf Steiner ontstond in de jaren twintig van de vorige eeuw de biologisch dynamische landbouw. Deze teeltmethode, in harmonie met natuurlijke processen, was een reactie op de eerste tekenen van industriële landbouw.

Het is gemakkelijk de grondsteen-