



Quirijn Bolle.



In Amerika, toen Quirijn Bolle, oprichter van Marqt, voor Ahold werkte, zag hij met eigen ogen hoe het er in de reguliere industrie aan toe gaat. Dat kan beter en met meer respect voor natuur, dier en mens, moet hij hebben gedacht. Bolle nam ontslag en zette zijn gedachten kracht bij door direct aan de slag te gaan. Twee jaar later was de eerste Marqt-winkel een feit.

Voedselschandalen zetten consument aan tot nadenken

Bij Marqt hebben ze andere ideeën over wat consumenten eten, respect voor natuur, dieren en mensen, worden er producten verkocht die met passie en verantwoordelijkheid worden

gemaakt en waar een eerlijke prijs voor wordt betaald. Zoals de naam al doet vermoeden: het gaat om producten direct van de boer en dat is zichtbaar in elk onderdeel van de

formule. "Men is nog te veel gericht op prijs. Om goedkoop eten in het schap te krijgen, worden er vaak bepaalde zaken uitgehaald of juist toegevoegd, denk aan additieven, slechte omgang met dieren en geen respect voor de natuur. Ethische normen worden in zo'n proces regelmatig overschreden. We kunnen dan niet meer spreken over écht eten, zoals eten hoort te zijn", zegt Bolle. Hij geeft een voorbeeld: "In kant-en-klare boerenkool van een grote keten zitten wel 25 ingrediënten, in de variant die thuis en bij Marqt wordt gemaakt slechts vijf. Waar zit dat verschil in? Dat kan je toch geen echt eten noemen?"

Volgens de oprichter is het huidige paardenvleeschandaal een gevolg van het huidige industriële systeem. "De prijzen liggen te laag in Nederland en wil je als fabrikant opgenomen worden in het assortiment van de grote supermarkten dan moeten fabrikanten soms aan bepaalde normen voorbij gaan. Het kan dan dus eens gebeuren dat paardenvlees wordt gebruikt in plaats van duurder rundvlees, hoe verwerpelijk dat ook is."

Het lage prijspeil dat in de meeste supermarkten regeert, zorgt ervoor dat onwetende consumenten een hogere prijsperceptie van échte producten hebben, zoals die bij Marqt worden verkocht. "Een mandje van dagelijkse boodschappen zoals brood, kaas en eieren is op een bedrag van € 35 zo'n € 0,40 duurder dan bij supermarkten die groots adverteren in de dagbladen. Dat is verwaarloosbaar. Onze MSC-gecertificeerde wilde zalm uit Alaska is vanzelfsprekend duurder dan geweepte zalm uit Vietnam, waarbij antibiotica en groeimiddelen worden gebruikt. Maar omdat op die verpakking bepaalde informatie, zoals de wijze van het kweken en het vangen ervan, wordt weggelaten, heeft de consument geen idee. De consument wordt 'begeleid' in zijn keuze op een zeer positieve en financieel gunstige manier voor de industrie."

Principes

Bewuste producten zijn allang niet meer voor een bepaalde groep consumenten, maar worden door iedereen gekocht. Dat bewijst ook de enorme groei aan keurmerken. Begrijpen

consumenten die groei aan keurmerken? "Er is momenteel zo'n wildgroei aan keurmerken dat mensen het niet meer begrijpen en dat tast de geloofwaardigheid van deze keurmerken aan. Het ene keurmerk staat voor een gezonde keuze, maar worden alle facetten wel belicht en zijn bijvoorbeeld alle E-nummers gezond? Consumenten willen tegenwoordig weten hoe het echt zit: is het een marketingtool of is het echt duurzaam?" Bij Marqt gaan ze voor het opbouwen van een persoonlijke relatie met leveranciers. "Dat is nog veel belangrijker en van een grotere waarde dan een keurmerk", aldus Bolle. De producten die in het schap van Marqt een plaats krijgen, moeten voldoen aan een aantal criteria - de Marqt-principes -, zoals echt vers, met respect en van dichtbij indien mogelijk. "En producten die met veel liefde en passie worden gemaakt verdienen een plek in het assortiment. De producten worden ook getoetst en moeten niet alleen voldoen aan onze maatstaven, maar mogen ook geen E-nummers bevatten waarvan we niet weten welke eventuele schade ze op langere termijn kunnen aanrichten", aldus Bolle.

Toekomst

De voedselschandalen van de afgelopen tijd zullen volgens Bolle consumenten aanzetten tot denken en vervolgens tot het vormen van een mening. "Een euro kan maar één keer worden uitgegeven en mensen zullen op een gegeven moment die garantie willen hebben dat hun euro naar een écht product gaat. De markt zal vanzelf veranderen, eten is namelijk zo belangrijk. Men wil weten wat er in het eten zit en wat ermee is gebeurd voor het in het schap terechtkwam." Met deze toekomstige bewustwording zal Marqt alsnog groter worden. Momenteel telt de formule zeven winkels en Bolle wil op korte termijn minimaal vijftig goede Marqt-winkels in de Randstad openen. "Stapje voor stapje gaan we dat doen. Bij het openen van nieuwe winkels en het optimaliseren van bestaande filialen komt veel kijken. Dus alles op zijn tijd", zegt de ondernemer.

Sharon Evers

