

Bloum: een coöperatieve buurtwinkel in Vorst

Karolien Burvenich en Wervel vzw

Op 27 november vond het eerste Vlaamse Commons-Congres plaats, een co-organisatie van onder meer Commons Lab en Denktank Oikos. Een van de boeiende organisaties die haar werking deelde, was Bloum.

Ons voedsel is steeds meer in handen van grote spelers zoals zadenmultinationals, veevoederbedrijven en grootwarenhuizen. De autonomie van onze boer(inn)en wordt hierdoor bedreigd, maar ook voor burgers heeft dit een keerzijde. Gezonde, onbewerkte voeding is niet zo toegankelijk voor iedereen.

Naar het voorbeeld van Park Slope Food Coop, opgericht in 1973 in New York, vonden coöperatieve winkels beetje bij beetje hun plek in de wereld. En zo ook in België. Ondertussen zijn er in Brussel al een aantal door burgers opgerichte winkels. Bloum is samen met de coöperatieve supermarkt BeesCoop één van de pioniers in Brussel.

Bloum is een kleine coöperatieve buurtwinkel in Vorst. In 2016 werd de coöperatie opgericht door buurtbewoners die de toegang tot biologische, afvalvrije en lokale producten wilden verbeteren in de wijk. Bloum is echter meer dan een gewone winkel. Het is een ontmoetingsplaats waar burgers samenwerken aan een transitie in de samenleving. Bloum is een alternatief voor de op winst georiënteerde supermarkt.

Hoe het allemaal begon

In 2014 opende de eerste verpakkingsvrije winkel van België in Antwerpen: Robuust. 'Waarom zouden wij dat ook niet kunnen in Vorst?'. Maar Bloum wilde meer zijn dan enkel een verpakkingsvrije winkel. Een echte buurtwinkel die ecologisch verantwoorde producten verkoopt en ze aan een eerlijke prijs inkoop bij lokale producenten.

Christine, de initiatiefneemster, zocht gelijkgezinde zielen, en samen gingen ze van start. In aanloop naar het oprichten van een echte winkel organiseerden buurtbewoners zich voor een groepsaankoop, gelijkaardig aan de Voedselteams of de Brusselse GASAP. Zo kon je twee keer per week je bestelde producten ophalen in een garage.

Toen een ruimte tijdelijk vrij kwam in de buurt, besloten ze de stap te wagen en Bloum verder uit te bouwen. Dit ging gepaard met een aantal praktische uitdagingen, aangezien de ruimte niet goed uitgerust was voor een winkel. De groep deed renovaties, maar bleef uitkijken naar een nieuw winkelpand

Het is een ontmoetingsplaats waar burgers samenwerken aan een transitie in de samenleving.

waar ze van Bloum een echte buurtwinkel konden maken. En zo gebeurde: sinds juni 2017 heeft Bloum een vaste locatie.



In het begin waren de openingsuren beperkt. Van een afhaalpunt van twee momenten per week evolueerden we beetje bij beetje naar meer reguliere openingsuren. In februari 2019 was de winkel voor het eerst volledige dagen open van dinsdag tot en met zaterdag. Dit experiment kaderde in de campagne *février sans supermarché*. Het was een succes: de uitgebreide openingsuren van de winkel bleven.

De uitbreiding van de openingsuren was een belangrijke factor in het aantrekken van meer coöperanten, omdat je minder flexibiliteit en planning nodig hebt om je boodschappen te doen.

Bij de opstart ging het natuurlijk niet enkel over het zoeken van een locatie en het openhouden van de winkel. Cruciaal waren de talloze overlegmomenten en het uitbouwen van netwerken. Zo bouwden we relaties op met producenten, met de buurt en met elkaar.

Ceci n'est pas un magasin



'*Ceci n'est pas un magasin*' is de informele slogan van onze werkgroep 'maatschappelijke doelstelling'. Natuurlijk is de winkel de spil van onze coöperatie en neemt hij een belangrijke rol in. Het is een concreet handelingsmodel dat mee een steen verlegt in de transitie naar een ander voedselsysteem. Maar Bloum is meer dan gewoon een winkel. Bloum wil een alternatief bieden voor het huidige economische systeem dat gebaseerd is op winstbejag. Een alternatief met respect voor elkaar en voor de aarde.

Verbinding is één van de sleutelwoorden. Verbinding tussen buurtbewoners en het creëren van een gemeenschapsgevoel. Verbinding met de producenten, waarbij we de mensen achter de producten leren kennen en de manier waarop zij omgaan met de aarde. Verbinding met andere organisaties in de wijk en met gelijkaardige coöperaties in Brussel.

Heel concreet betekent dit dat we samenwerken met buurtorganisaties en elkaar regelmatig ontmoeten. Dat we gezellig samen komen als coöperanten voor de maandelijkse apéro of voor een zelf-georganiseerde workshop rond *zero-waste*. Soms nemen we de fiets en gaan we de boer op, en soms komt de boer tot bij ons tijdens een algemene vergadering of gezamenlijke brunch. En we denken samen na over acties om onze impact te vergroten.

Dat we gezellig samen komen als coöperanten voor de maandelijkse apéro of voor een zelf-georganiseerde workshop rond zero-waste.

Hoe werkt Bloum?

Een financieel model dat werkt

Bloum is een coöperatie met sociale doelstelling. We streven niet naar winst. Een aandeel zal dus nooit in waarde stijgen. Ons financieel model is gebaseerd op een model uit Duitsland. Ter inspiratie bezochten we in 2015 de coöperatie Wiederhaken in Kiel.

Om de investeringen voor de winkel te financieren zijn er geen leningen of subsidies aan te pas gekomen. Alles is gefinancierd dankzij de *aandelen* van de coöperanten. Elke volwassene in een huishouden koopt een aandeel van 100 euro (met uitzondering van studenten). De 14 stichters kochten een aandeel van 500 euro. Dit betekent dat de coöperatie opgericht is met slechts 7000 euro startkapitaal.

Een deel van de vaste kosten wordt gedekt door een *maandelijkse bijdrage* van de coöperanten. Bij Bloum is dit momenteel 10 euro per volwassene. Kinderen ouder dan 14 jaar betalen 6 euro en kinderen tussen 3 en 14 jaar betalen 3 euro.

Deze maandelijkse bijdrage geeft ons een zekere stabiliteit in inkomsten, en staat ons toe om een lage winstmarge te hanteren. Dit is een *vaste marge van 20 procent* op de aankoop prijs van elk product. De prijzen van de producten in de winkel liggen dus niet vast, maar variëren mee met de prijs die we betalen aan de leverancier.

Sinds de officiële start van Bloum, in december 2016, hebben we gesleuteld aan dit model. Eén van de uitdagingen was om mensen te overtuigen van de meerwaarde van een vaste maandelijkse bijdrage. Het oorspronkelijke Duitse model was gebaseerd op een bijdrage van 15 euro per eter. Bij sommige initiatieven was dit zelfs 20 euro en was de winstmarge veel lager.

Eén van de uitdagingen was om mensen te overtuigen van de meerwaarde van een vaste maandelijkse bijdrage.

Bloum nam bij de aanvang collectief de beslissing dat deze bijdrage slechts 5 euro per maand bedroeg. Uiteindelijk werd ze wel opgetrokken tot 10 euro per maand om de financiële stabiliteit te verhogen. Een verhoging van de winstmarge lag ook op tafel, maar werd afgewezen. Bloum wil immers bouwen aan een alternatief economisch model. Indien we hadden gekozen voor een hogere winstmarge, stonden we weer een beetje dichterbij het op winst gebaseerde model dat vandaag domineert.

De discussies rond de maandelijkse bijdrage maakte dat het wat langer duurde voor er een financiële break-even was. Maar de break-even hebben we in 2020 gehaald, mede dankzij het 'corona-effect,' waardoor meer boodschappen gedaan werden en het aantal coöperanten significant steeg. Het financiële model van Bloum lijkt momenteel te werken!

Een keuze voor lokale, ecologische, afvalvrije en eerlijke producten

Bloum wil dat haar producten zo lokaal, ecologisch, ethisch en afvalvrij mogelijk zijn. Als kleine coöperatie, met vertrouwen tussen de coöperanten, kunnen we hierin soms flexibel zijn. Doordat we niet dogmatisch aan onze principes vastklampen, proberen we ook een echte buurtwinkel en alternatief te zijn voor de supermarkt. Bij Bloum vind je dan ook bijna alles wat je nodig hebt, van een bamboe tandenborstel tot biologische fairtrade bananen tot natuurwijn.

Voor fruit, groenten en zuivel betekent dat dat niet elk product een bio-label hoeft te hebben, al is dat in de praktijk meestal wel het geval. Op deze manier kunnen we ook boer(inn)en ondersteunen in transitie naar bio, of ecologische producten aankopen zonder bio-label. We wegen de diverse duurzaamheidsaspecten tegen elkaar af en kopen soms liever een courgette van een fantastische agro-ecologische boer uit Spanje, dan een bio-courgette uit verwarmde serres van grootschalige bedrijven in België. En nog waarschijnlijker is dat we gewoon geen courgettes te koop aanbieden als ze nog niet lokaal zonder verwarming geteeld kunnen worden.

Waar we sterk op hameren is een eerlijke prijs voor de producenten. We onderhandelen niet met de boer(inn)en die aan ons leveren, en kopen voor producten van verder weg zoveel mogelijk fairtrade. We proberen zo samen te timmeren aan een gezondere, sterkere en solidaire samenleving.

Bloum is een plek waar mensen terug vat proberen krijgen op hun voedseldistributiesysteem. Daarom steunen wij mee dit initiatief. Samen staan we sterk!

— Boer die aan Bloum levert

We werken graag zoveel mogelijk rechtstreeks met producenten, maar dit lukt niet altijd. Voor sommige boer(inn)en zijn wij een te kleine speler voor hun volumes, voor anderen is de levering naar Brussel te omslachtig. En sommige producten, voornamelijk fruit (behalve appels en peren) zijn moeilijk te vinden rond Brussel. Zelf hebben we in de winkel ook te weinig stockageruimte voor groenten, waardoor we geen grote hoeveelheden kunnen aankopen en meerdere leveringen per week nodig hebben.

Als coöperatie betrekken we de leden zoveel mogelijk, met respect voor het verschil in mogelijkheden dat iedereen heeft om wel of niet actief bij te dragen.

Daarom werken we ook samen met het kleinschalige Terroirist, dat een logistieke oplossing biedt. Zij kopen de producten van kleine producenten, stockeren ze in Brussel en leveren van hieruit aan restaurants en winkels. De producten die we noch via korte keten noch via Terroirist kunnen vinden, kopen we aan bij biologische groothandels.

De droge producten (koekjes, pasta, noten, etc.) en de schoonmaak- en verzorgingsproducten kopen we wel meer aan bij bio-groothandels. Dit is bijna allemaal bulkverkoop, om afval zoveel mogelijk te vermijden. De prijs speelt hier wel een rol in onze aankoopkeuze, om Bloum toegankelijker te houden.

Gedeelde besluitvorming

Als coöperatie betrekken we de leden zoveel mogelijk, met respect voor het verschil in mogelijkheden dat iedereen heeft om wel of niet actief bij te dragen. Belangrijke beslissingen nemen we twee keer per jaar tijdens de Algemene Vergadering, waarvoor de coöperanten opgeroepen worden. Tussendoor informeren we de coöperanten ook via de nieuwsbrief, en consulteren we hen via kleine enquêtes. De dagdagelijkse beslissingen worden genomen door de gerant en de Raad van bestuur.

De milieu- en sociale impact van wat ik consumeer zijn belangrijke redenen om coöperant te zijn, maar er zijn ook andere motivaties. Coöperant zijn is niet hetzelfde als klant zijn van een winkel. Het impliceert een grotere persoonlijke betrokkenheid, al was het maar door de aankoop van een aandeel in de coöperatie.

— Damien, coöperant bij Bloum

Voor veel coöperanten is het coöperatieve aspect erg belangrijk: het samen bouwen aan Bloum en de bredere transitie in de samenleving. Zo verenigen coöperanten zich op vrijwillige basis in werkgroepen. Sommige zijn tijdelijk, zoals de werkgroep die de nieuwe winkelrichting organiseerde of de groep die de beslissingsprocessen van Bloum onder de loep nam en hiermee aan de slag ging. Andere zijn meer permanent, zoals de groep die werkt rond de maatschappelijke doelstelling van Bloum en de communicatiewerkgroep.

De diversiteit aan competenties en kennis bij de coöperanten is groot. Dat maakt dat coöperanten ook ad hoc bijdragen als vrijwilliger. Dit kan gaan van het maken van logo's en affiches, tot een architect die mee een potentiële nieuwe winkelruimte bezoekt, tot iemand die de eieren gaat halen bij de boer.

De diversiteit aan competenties en kennis bij de coöperanten is groot.

Participatie blijft desondanks een uitdaging: vrije tijd is ook bij onze coöperanten schaars. Vooral toen de winkel meer vorm begon te krijgen, maar we nog niet voldoende middelen hadden om personeel aan te nemen, legde dit een hoge werklast op de kerngroep van trekkers. Maar ook vandaag blijft dit een thema dat op onze radar staat.

Diversiteit, een uitdaging

Bloum had voor ogen om een buurtwinkel te zijn die een afspiegeling is van de mensen die er wonen. We willen gezonde, ecologische voeding toegankelijker maken. Maar na een interne enquête bleek wat we al zagen in de winkel: Bloum is een erg witte coöperatie, het merendeel van de coöperanten heeft een diploma hoger onderwijs en een groot deel van de coöperanten komt uit de (hogere) middenklasse.

Er zijn verschillende redenen voor te bedenken. Een voor de hand liggende is de financiële toegankelijkheid. Je moet een aandeel kunnen kopen, en maandelijks 10 euro

per persoon kunnen betalen. En ja, dit geeft je toegang tot lagere winstmarges, maar doordat de meeste producten biologisch zijn, én we de producenten eerlijk willen vergoeden, blijven de prijzen hoger dan in de goedkope warenhuizen.

Bloum maakt uitzonderingen voor de aankoop van een aandeel: mensen die afhankelijk zijn van het OCMW betalen geen aandeel. Ook persoonlijke situaties kunnen in aanmerking genomen worden zodat je geen aandeel hoeft te betalen. Je kan de aandelen ook in stukken betalen. Maar dat blijkt niet voldoende om de toegangsdrempels te verlagen.

Een andere piste die we voorzichtig verkennen is deze van de maandelijkse bijdrage. Zou het mogelijk zijn om deze te linken aan het inkomen van de coöperanten? Zodat mensen met een hoger inkomen een hogere bijdrage betalen, en die met een lager inkomen een lagere bijdrage?

Het idee werd ook geopperd dat leden zouden kunnen kiezen tussen een maandelijkse bijdrage of vrijwilligerswerk in de winkel. Deze piste hebben we verlaten, omdat we niet willen dat degenen die meer middelen hebben hun tijd kunnen 'afkopen'. Mensen in kwetsbaardere situaties hebben ook niet de facto meer tijd. Vaak integendeel.

Natuurlijk gaat het niet enkel om financiële drempels, en zullen we ook op zoek moeten gaan naar het verlagen van culturele drempels, die vaak subtiel zijn en ingebed in onze praktijken. Van de inrichting en producten tot de informele gedragscodes tot de mensen in de winkel blijkt: dit is een winkel voor de witte, hoger opgeleide middenklasse.

Natuurlijk gaat het niet enkel om financiële drempels, en zullen we ook op zoek moeten gaan naar het verlagen van culturele drempels

Toegankelijkheid is een complex vraagstuk waaraan diverse aspecten verbonden zijn die elkaar vaak versterken. De zoektocht om Bloum toegankelijker te maken, zal dan ook op verschillende aspecten moeten inzetten.

Inspirerend is het verhaal van Charlotte Prové. Zij vertelt in *Zwijgen is geen optie* over haar ervaring met de soepcafés. Volgens haar is sociale diversiteit iets dat je van bij aanvang zou moeten integreren. Als je meteen met een diverse groep initiatiefnemers start, zorg je dat er écht eigenaarschap is. Maar dit is niet eenvoudig, want de opstart is een uitdagende periode die veel vergt van de initiatiefnemers.

Veel burgerinitiatieven worstelen met deze vraag. Maar hoeft elke coöperatie divers te zijn? Wat zijn de beweegredenen om divers te willen zijn? Is dit een doel op zich?

Voor Bloum gaat het om de toegankelijkheid. We willen dat gezonde voeding toegankelijk is voor iedereen. Daarom willen we ook meer inzetten op partnerschappen. Kunnen we samenwerken met andere buurtorganisaties rond het thema van gezond en duurzaam voedsel?

Zo hebben we momenteel een partnerschap met *Le Steki* voor voedseldonaties. Le Steki organiseert voedselbedelingen. Niet vanuit *liefdadigheid* maar wel vanuit een politiserende, emanciperende insteek. Via donaties van de coöperanten van Bloum leveren we producten uit de winkel, op basis van de vraag vanuit de doelgroep.

Een andere beloftevolle piste is de verbinding tussen boeren en eters versterken. Als we hierbij buurtbewoners, coöperant of niet, betrekken, kunnen we ecologische en gezonde voeding heel tastbaar maken. Het wordt dan heel concreet waar je voeding vandaan komt.

Toekomst van Bloum

Officieel bestaat Bloum nu ongeveer vier jaar. Van de opstart met een 14-tal initiatiefnemers zijn we uitgegroeid tot een coöperatie met meer dan 300 leden en meer dan 400 eters. Sinds 2020 hebben we een financieel evenwicht bereikt, waardoor er meer ademruimte ontstaat. 2021 wordt dan ook een jaar vol strategische reflecties en participatieve workshops.

Wat zullen we doen als we ons vooropgestelde doel van 350 coöperanten en 500 eters bereikt hebben? Er lijkt consensus te zijn dat we klein willen blijven. Maar hoe klein?

Ook onze winkelruimte wordt te klein. Op piekmomenten zijn er lange rijen, want er is maar plaats voor één kassa. Wat verwachten we van de nieuwe ruimte? Biedt ze enkel winkelruimte en een klein kantoor, of meer? Kunnen we dromen van een polyvalente ruimte of zelfs van een bakkerij of eetcafé? Welke mogelijkheden biedt dit om onze maatschappelijke doelstelling te verwezenlijken?

In de toekomst plannen we ook meer ontmoetingen met verschillende coöperaties in Brussel. Hoe kunnen we elkaar versterken en van elkaar leren? Kunnen we samen logistieke oplossingen bedenken om verse producten uit het ommeland de stad in te krijgen? Kunnen we met onze gezamenlijke koopkracht het verschil betekenen voor een boer die de omschakeling naar bio wil maken, maar niet durft, door de lage prijzen in de transitieperiode?

Dit zijn vragen, ideeën en dromen. Maar wat duidelijk is, is dat we willen inzetten op onze maatschappelijke doelstelling.

Bio

Karolien Burvenich is coöperant van Bloum.

Heb je vragen? Zelf zin om hiermee aan de slag te gaan? Neem dan gerust contact op via karolien@wervel.be.