



foto's: Jennie Schormann

In Rio de Bio is verlepte sla passé

Natuurvoedingsklant moet het te vaak doen met slechte kwaliteit

'Mensen betalen veel geld voor natuurvoedingsproducten, terwijl de kwaliteit vaak onder de maat is'. Dit zegt Rens van den Bulck, eigenaar van de vernieuwde Utrechtse natuurvoedingswinkel Rio de Bio. In de nieuwe winkel komen fijnproevers uitgebreid aan hun trekken.

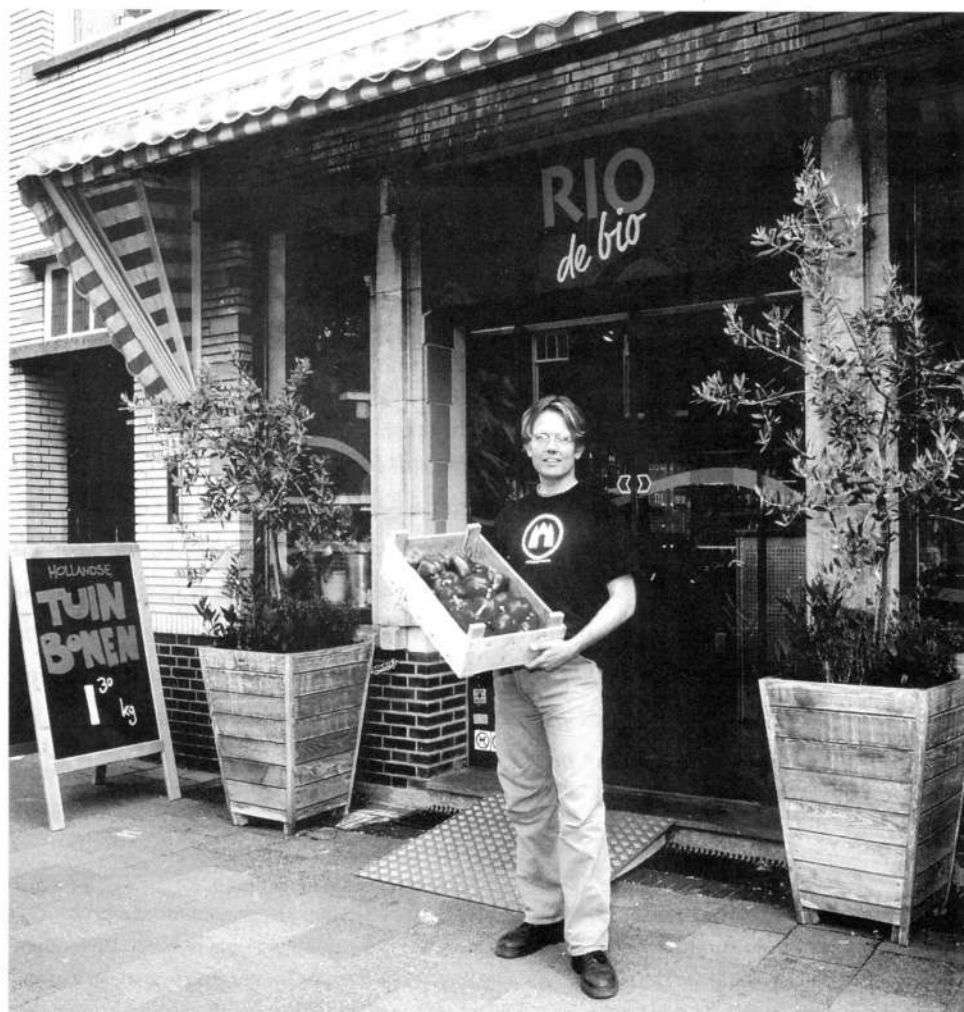
Utrecht heeft een nieuwe natuurvoedingswinkel. In de Adelaarstraat is 'Rio de Bio' verschenen waar inmiddels al zes jaar Bij de Molen gevestigd was. De eigenaar is dezelfde gebleven: Rens van den Bulck. Hij zit al twaalf jaar in de natuurvoedingsbranche en komt zelf uit een winkeliersnest. Rio de Bio oogt heel modern: hoog en ruim en een prima verlichting. De houten schappen hebben plaatsgemaakt voor metalen stellingen waarin de producten heel overzichtelijk en goed belicht gerangschikt zijn. Een aantal artikelen is op tafels en in rieten manden uitgestald. 'Het is een andere winkel geworden', zegt Van den Bulck. 'Hoe ik de sfeer zou omschrijven? Eigentijds. Klanten hebben het over een Zuid-Europese sfeer.'

Geen carobe meer

Maar niet alleen de presentatie is gewijzigd. Van den Bulck heeft rigoureus de kam door het oude assortiment gehaald. Doublures heeft hij eruit gehaald. Zo is het aanbod mayonaise gehalveerd. Alle dieetproducten, zoals glutenvrije artikelen, zijn geschrapt. Ook producten met een zweem van natuurvoeding-oude-stijl, zoals de chocoladevervanger carobe, zijn in Rio de Bio niet meer te koop. In zijn nieuwe winkel wil Van den Bulck vooral lekkere producten verkopen. Vanzelfsprekend moet het product vers zijn en mag er met het uiterlijk niks mis zijn. Dat alles wat in zijn winkel wordt verkocht biologisch is - in veel natuurvoedingswinkels is het aanbod van reformkwaliteit groter dan menige argeloze klant denkt is voor hem een voorwaarde.

Ontevreden

Van den Bulck is ontevreden over de kwaliteit van bepaalde biologische producten. Het gaat hem dan vooral om de smaak. 'Biologische koekjes zijn vaak niet te eten. Bepaalde conserven idem dito.' Hij vindt het treurig voor de klant van de natuurvoedingswinkel. Die geeft



zijn goede geld, veel geld, uit, maar schiet er zelf maar weinig mee op. 'Klanten accepteren een lage kwaliteit. Ze doen het vooral voor het goede doel.' Mensen moeten meer verleid worden, is zijn motto. Het assortiment en de presentatie in Rio de Bio lijken daarin te slagen. De kaasjes liggen er heel verleidelijk bij. Van den Bulck: 'Via een Duitse groothandel koop ik Franse kazen van superkwaliteit. Dit is nog de echte brie', zegt hij wijzend naar de vitrine met zeer smakelijk ogende kaasjes. 'En als je feta wil moet je die nemen, de echte Griekse schapenfeta.' Hij verkoopt het liefst producten met een verhaal. Via een kleine boer kocht hij een partij bijzondere olijfolie. En wat de versafdeling betreft: in Rio de Bio is verlepte sla echt passé. De groenten liggen er prachtig bij. De klant heeft in de nieuwe winkel meer keuze uit kant- en klaarproducten. Er is een ruim aanbod van brood, dat in de winkel zelf wordt gebakken.

'De klant moet dieper in de buidel tasten, maar is ook bereid om voor kwaliteitsproducten meer te betalen'

Keuzevrijheid

Van den Bulck zou graag zien dat andere natuurvoedingswinkels ook meer oog krijgen voor smakelijkere bioproducten. Dat zou voor hem als winkelier de keuzevrijheid immers ook vergroten. Overigens heeft hij de ervaring dat de smaak van het bioproduct ook bij leveranciers steeds vaker een item is. 'Vroeger werd 'lekker' gewoon weggeseand omdat er geen vraag naar was. Ik was vaak de enige winkelier die een leverancier om bepaalde producten vroeg.' Dat de klant nog dieper in de buidel moet tasten moet geen probleem zijn, denkt Van den Bulck. Zijn ervaring is dat mensen bereid zijn om voor kwaliteitsproducten meer te betalen. Veel klanten van Rio de Bio zijn tweeverdieners. In studentenstad Utrecht zijn het niet meer de studenten, maar is het de afgestudeerde generatie die de bioboodschappen doet. ■