

# Duurzaam gemak

Samenstelling: Marieke Aafjes  
Suggesties? Mail: [is@ncdo.nl](mailto:is@ncdo.nl)



## Doe 's Goedie

Wat geef je aan iemand die alles al heeft? Een DoeGoodie, een cadeau waarmee je een kind helpt. Voor iets meer dan 10 euro geef je 50 vaccins tegen mazelen. Voor 372 euro heb je een waterpomp. Voor 150 zakjes Pumpy Nut, voedzame notenpasta voor ernstig ondervoede kinderen, betaal je 56 euro. Je kunt je cadeau en persoonlijke boodschap per e-mail of per post versturen.

[www.doegoodies.nl](http://www.doegoodies.nl)



€ 19,95

## Avondlicht

Deze papieren lampionnetjes zijn perfect voor een mooie zomeravond in de tuin of op het balkon. Het papier wordt gemaakt door de schors van de Thaise moerbeiboom te koken. De overgebleven 'smurrie' gaat met kleurstof in een zeef tot er een dun laagje overblijft. Gedroogd in de zon wordt dit vrolijk gekleurd papier. Ieder lampionnetje is met de hand beplakt.

Snoer met Dreamlights € 19,95  
(3 meter, 20 lampjes)  
[www.wereldwinkel.nl](http://www.wereldwinkel.nl)



€ 44,95

## De vijf Re's

Het nieuwe Nederlandse merk RE-5 is gebaseerd op vijf 're's: re-think, re-turn, re-cycle, re-vive en re-fund. Alle kleding is van biologische fairtrade katoen. Wij zijn dol op deze mouwloze lange blouse van dunne, geweven denimstof.

Blouse Paula € 44,95  
[www.watmooi.nl](http://www.watmooi.nl)

## Personal Touch

Nieuw voor de iPad, iPhone en MacBook: handgemaakte hoesjes van duurzaam gelooid koeleer uit India. Aan elk hoesje hangt een label met de naam van de maker. Via internet kun je meer over hem of haar te weten komen en zelfs contact opnemen.

Patch8 € 29,- tot € 99,-  
[www.goodforall.eu](http://www.goodforall.eu)



€ 29,-



€ 69,-

## "Glas wijn erbij en klaar"

Tekst: Guerrilla-interviews.nl  
Fotografie: Lizzy Kalisvaart

**Dit voorjaar opende Landmarkt haar deuren in Amsterdam-Noord. Een overdekte markt-plaats waar een deel van de producten van boerderijen uit de directe omgeving komt. Initiatiefnemer Harm Jan van Dijk (37) vertelt over zijn droom om consumenten en producenten weer met elkaar te verbinden.**

"De gedachte achter Landmarkt is dat we hier zoveel mogelijk producten van boeren en producenten uit de buurt verkopen. Zoals de paprika's van Ron Jansen uit Andijk, de vrije-uitloopeieren van Jan Meijer uit Vreeland en de appels van Erik van Drogenbroek uit Loenen aan de Vecht. We willen dat het winkelend publiek een band opbouwt met onze leveranciers. Daarom zie je foto's en namen van de mensen die hun ziel en zaligheid in al die mooie producten stoppen. Ik wil dat de waardering voor producten en het plezier in het kopen, koken en opeten groter wordt.

Toch houden we er niet halsstarrig aan vast dat alles uit de regio moet komen. Dan eet je in de winter alleen nog maar kool en schorseneren. Onze klanten moeten elke dag iets lekkers kunnen bereiden. Zijn er geen sperziebonen van de koude grond in Nederland beschikbaar, dan verkopen we gewoon bonen die vanuit Afrika zijn ingevlogen. Hollandse sperziebonen uit

de kas kosten nog veel meer energie."

### Liever appelsap

"In onze winkel is 80 procent van de producten vers, terwijl de supermarkten nog geen 40 procent halen. Daar zijn we trots op. We verkopen trouwens ook gewoon Lay's chips en Coca-Cola. Maar de chips van de boer verkoopt veel beter. Net als de flessen puur appelsap van Vink. Daarvan verkopen we vaak een pallet per dag. Doordat de fabrieksproducten naast de authentieke producten in het schap liggen, wordt de consument *getriggerd* om de bijzondere variant te kiezen. In natuurwinkels ligt het er soms zo dik bovenop dat alles verantwoord is, dat de eetlust je vergaat."

### Snijmachine

"Onze producten zijn niet veel duurder voor de consument. Dat komt doordat we directe afspraken met de producenten maken. Als je een directe band met elkaar aangaat, wil je de ander niet afknippen. Ze houden twee tot drie keer meer aan de verkoop over, dan wanneer ze

hun spullen in de reguliere keten verkopen." Op de groenteafdeling maken we, met behulp van een snijmachine, verse salades. Volgens mij zijn we de enige groentewinkel in Nederland die dat doet. Ook het gehakt in de slagerij maken we zelf. In onze proeverij, een restaurant zoals je die in Zuid-Europa veel tegenkomt, gaan producten vers uit de winkel op de grill of in de pan. Glas wijn erbij en klaar. Wij spreken nooit over duurzaamheid. Volgens mij is duurzaamheid over vijf jaar geen issue meer, dan is het de standaard. Duurzaamheid moet het uitgangspunt zijn, niet iets waarmee je je wilt onderscheiden. We hopen in de toekomst meer vestiging te openen. Dat het concept werkt, bewijzen we hier."



Tinka (46)

**"Het is een prettige gedachte dat de groenten verderop geteeld zijn. Dat weet je bij Dirk van de Broek of Albert Heijn nooit. Verder vind ik de visafdeling een groot genot. Die is in z'n eentje al een bezoek aan Landmarkt waard."**

## Groen blaadje

### Gek op groene groei

**I**k ben gek op groei. Alles in de natuur bestaat bij de gratie van groei. Maar de economische groei zoals we die tot op heden kennen zadelt ons - en vooral ook anderen - met enorme milieuproblemen op. Consuminderen, hoewel heel belangrijk, is niet de oplossing: in veel opzichten is het 'business as usual,' maar dan net in een iets lagere dosis. Het antwoord lijkt niet alleen eenvoudig, maar is het ook:

groene groei. Denk aan hernieuwbare energie, duurzame landbouw, ontwikkeling van groene producten. Het milieuprogramma van de VN heeft onlangs een lijvig rapport uitgebracht met stoere conclusies. We hoeven slechts 2 procent van het mondiale bruto product groen te investeren om de overgang naar een duurzame samenleving in gang te zetten. En groene investeringen blijken zelfs binnen vijf tot tien jaar al meer economische groei op te leveren dan gangbare, grijze investeringen! Wauw. Milieu blijkt geen linkse hobby maar een kwestie van koelbloedige economische rationa-

liteit. De ervaring leert echter dat rationele argumenten en goed onderbouwde studies niet per se doorslaggevend zijn. Mensen hebben toch de neiging te geloven wat ze willen geloven. Maar het leuke is: ook de consument heeft een aardige vinger in de pap. Wordt het de Prius of de Suv, de Max Havelaar of de Chiquita banaan, de Kuyichi of de gewone spijkerbroek? Iemand noemde het ooit 'stemmen met de portemonnee'. Met elke euro die we uitgeven co-creëren we onze economie. Het is dus aan mij en aan u: wordt het een grauwig-grijze of een fris-groene toekomst?



Annick Hedlund - de Witt (1978) doet aan de Vrije Universiteit promotieonderzoek naar de relatie tussen wereldbeelden en duurzame ontwikkeling.

Beeld: Maartje Giesen