

Wereldwinkel is geen politiek brandpunt meer, maar verkoopt nog wel ‘sjaal met verhaal’



Klanten winkelen vrijdag in de Wereldwinkel in Breukelen. Die was een halve eeuw geleden de eerste Wereldwinkel ter wereld. Beeld Marcel van den Bergh

Vijftig jaar geleden had Breukelen een wereldprimeur: de eerste Wereldwinkel. Na die eerste volgden er honderden, en meer dan verkooppunten waren de winkels het brandpunt voor politieke actie tegen onrechtvaardige handelsstructuren. Wat is daarvan over nu eerlijke handel en duurzaamheid gemeengoed zijn geworden?

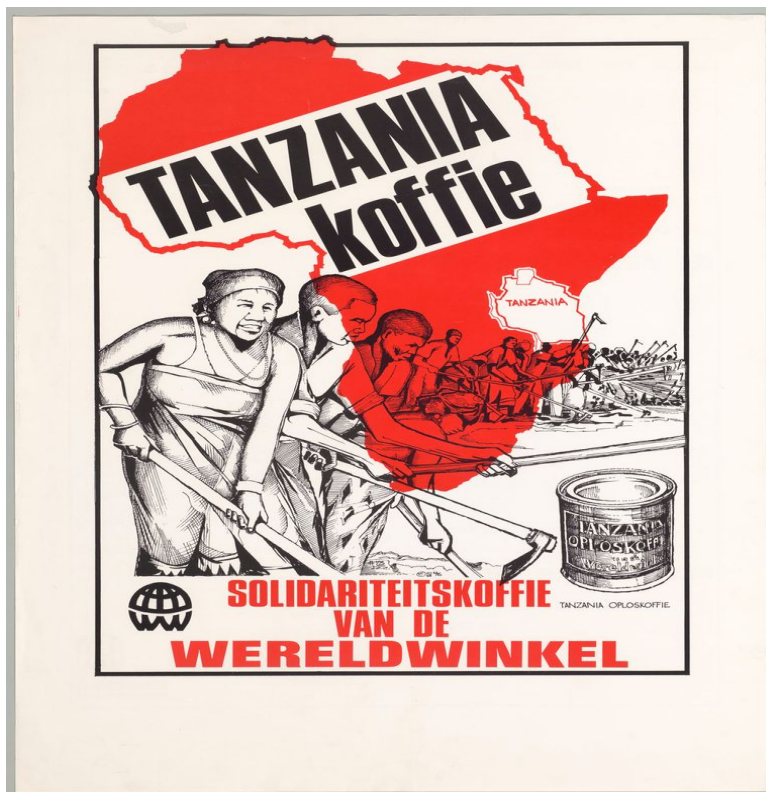
Bart Dirks 8 september 2019, 10:07

Dat het vrijdag feest was bij de 50-jarige Wereldwinkel in Breukelen, de eerste Wereldwinkel van Nederland én de wereld, mag een klein wonder

heten. Vorig jaar zou de zaak sluiten bij gebrek aan klandizie. Toen trok de omzet onverwachts weer aan.

‘We stonden op het punt de winkel met opgeheven hoofd op te heffen, maar we hebben de sluiting uitgesteld’, zegt voorzitter Thoon Jongerius. ‘Tot onze spijt sluiten veel collega’s wel hun deuren. Niet omdat het doel van de Wereldwinkel is bereikt, maar omdat er te weinig klanten en vrijwilligers zijn.’

Jongerius staat voor het fraai gerestaureerde Brandspuithuisje aan het Kerkplein, waar Tunesische ovenschalen, handgeschilderd Mexicaans keramiek en zeepstenen beeldjes uit Zimbabwe te koop zijn. De winkeliersvereniging heeft een bloemetje gebracht, trouwe klanten en vrijwilligers van het eerste uur begroeten elkaar hartelijk.



Affiche van de Wereldwinkels voor 'solidariteitskoffie' uit Tanzania. Beeld IISG

Bakermat

Breukelen is de bakermat van een succesvol Nederlandse exportproduct. Er zijn Wereldwinkels in Europa en ver daarbuiten. Ook het Fairtrade-keurmerk, in Nederland begonnen als Max Havelaar, is schatplichtig aan de ideologische winkels. De wereldwijde omzet van Fairtrade producten als koffie, chocolade en bananen steeg in 2017 met 8 procent tot bijna 8,5 miljard euro.

In 1969 begon Johan Derks vanuit huis met de verkoop van strooien poppetjes uit Mexico, lepeltjes uit Brazilië en houtsnijwerk uit Haïti, ingekocht door ideële importeurs. De gemeente stelde een pandje ter beschikking, maar binnen twee jaar waren de jeugdige, idealistische vrijwilligers die winkel ook weer kwijt. ‘Ik had een poster opgehangen met de tekst Portugal moordt met NATO-wapens in Angola en Mozambique’, vertelt pastoor Brenninkmeijer, die vijftig jaar geleden mede aan de wieg stond van de winkel. ‘Voor de burgemeester was de maat vol. Hij verweet me dat ik als priester geen oog had voor het communistische gevaar waar Portugal tegen vocht in zijn koloniën. Maar ik wilde strijden tegen onrecht.’

170 winkels

Inmiddels waren er wel al 170 Wereldwinkels in Nederland. Het idee ‘geen hulp, maar handel’ vond breed weerklank, dwars door de verzuiling heen: katholieken, gereformeerden, socialisten en vrijzinnigen omarmden het idee. Dat de idealistische jongeren in Breukelen hun eerste pandje al snel weer verloren, was volgens Brenninkmeijer trouwens niet zo erg. ‘In de zomer hadden we veel aanloop van toeristen, in de winter was het stil.’

Meer dan verkooppunten waren de Wereldwinkels het brandpunt voor politieke actie tegen onrechtvaardige handelsstructuren. ‘Bewustwording’ was het steekwoord. Groot was in de pioniersjaren de ‘rietsuikeractie’ - een

campagne om rietsuikerboeren in wat toen nog de ‘Derde Wereld’ heette, toegang te bieden tot de westerse markt. De politieke actie keerde zich tegen de importheffingen op rietsuiker en tegen landbouwsubsidie voor Europese bietsuikerboeren.



Affiche van de Wereldwinkels voor ‘zuivere koffie’ uit Guatemala. Beeld Katholiek Documentatie Centrum

‘Wereldwinkels verkochten vooral papier’, zegt historicus Peter van Dam, doelend op de bergen folders waarmee de klanten werden overladen. In zijn boek *Wereldverbeteraars, een geschiedenis van fair trade* beschrijft hij het decennialang schipperen tussen ideologische zuiverheid en praktische resultaten. Ging het om ‘bewustwording’ of over de verkoop van producten?

‘De Wereldwinkel biedt voor beide aspecten de ideale formule’, zegt Van Dam. ‘Enerzijds kun je een winkeltje openen, of een kraam op de markt en in de kerk. Anderzijds kun je met elkaar acties bedenken voor je politiek-ideologische boodschap.’

Ingehaald

De Wereldwinkels werden geregeld door andere initiatieven ingehaald. Toen ontwikkelingsorganisatie Solidaridad in 1988 het Max Havelaar-keurmerk lanceerde, waren de winkels daarover tot op het bot verdeeld. Dankzij het keurmerk bereikte de ‘eerlijke koffie’ een breed publiek. Tegelijk betekende het samenwerken met Albert Heijn en mogelijk zelfs Douwe Egberts; bedrijven die altijd de tegenstander waren geweest.

De supermarkten vormden bovendien een bedreiging: koffie was altijd de kurk geweest waar de Wereldwinkels op dreven. Toch bleef de bloei aanhouden tot ongeveer 2010. Maar zeker de laatste jaren gaat het aantal winkels hard omlaag. Van de 400 Wereldwinkels op het hoogtepunt zijn er 250 over. Veel winkels keerden bovendien hun landelijke vereniging de rug toe. Ze waren al niet blij met hoe dwingend de huisstijl moest worden nageleefd (rode vloer, paars-gele muren), de maat was vol na het [financiële debacle met de Wereldwinkelcadeaubonnen](#) in 2017. De winkels konden de ingeleverde bonnen niet meer verzilveren bij de landelijke koepel.



De Wereldwinkel in Breukelen. Beeld Marcel van den Bergh

De consument weet intussen de Fairtrade-producten wel te vinden. In 2018 groeide de omzet van ‘eerlijke’ koffie, thee, bananen, chocolade met 26 procent. Vorig jaar ging zo’n 200 miljoen euro aan premie naar boeren vanuit alle verkopen wereldwijd, aldus keurmerkorganisatie Fairtrade Nederland.

Brave cadeauwinkels

De Wereldwinkels spelen daar echter een steeds marginalere rol in. Historicus Van Dam is bezorgd over de toekomst. ‘Wereldwinkels hebben zonder meer aan de basis gestaan van het maatschappelijk verantwoord ondernemen, een term die nu zo vanzelfsprekend is. Maar zelf zijn ze de laatste twintig jaar brave cadeauwinkels geworden. Het activisme is weg, en daardoor trekken ze nauwelijks jongeren aan.’

Dat kan zo zijn, in Breukelen merken ze dat klanten geen trek hebben in lange verhalen over de producenten – laat staan over onrechtvaardige handelsstructuren. Wat wel helpt, is dat het assortiment is opgefrist, vertelt

vrijwilliger Marga Stoffers aan de kassa. ‘De ‘sjaal met een verhaal’ uit Nepal is heel populair. En de tuinbeelden van ‘scrap metal’ uit Zimbabwe zijn niet aan te slepen.’

‘Fair trade staat nog steeds hoog in ons vaandel, maar actie voeren doen we niet meer’, zegt voorzitter Thoon Jongerius. ‘Als je hier iets koopt, dan gebeurt er iets in de wereld. Dan gaat een kind naar school met een handje rijst. Simpeler kan ik het niet vertellen.’

Bron: de Volkskrant van 8 september 2019