

50 JAAR HOOGVLIET SUPERMARKTEN

Niets mooiers dan een winkelvloer,
vindt oprichter Leen Hoogvliet

‘Als ik in een winkel
sta, dan leef ik’



50 JAAR HOOGVLIET SUPERMARKTEN

Of mannen van Mars en vrouwen van Venus komen, weet Leen Hoogvliet, oprichter van de gelijknamige supermarktketen, niet. Wat hij wél weet, is dat je zaken en privé gescheiden moet houden. “Ik vertelde mijn vrouw nooit iets over het bedrijf.” Niet omdat hij business en vrouwen niet samen vindt gaan. “Mijn vrouw is onvoorstelbaar slim!” Zaken moeten echter niet door elkaar gaan lopen, is zijn overtuiging. “Dat werkt niet.”

‘HET MOMENT
DAT IK EEN
WINKEL
BINNENKOM,
HEB IK DOOR
HOE DE
VORK IN DE
STEELE ZIT’

In een grijs, of beter gezegd: blauwwit verleden, voordat ik tekstschrijver werd, werkte ik in de supermarkt. Op de broodafdeling, welteverstaan. Bij Hoogvliet in de Provinciepassage in Alphen aan den Rijn. De winkel werd regelmatig bezocht door oprichter Leen Hoogvliet, die boven de zaak zijn kantoortje had. En wanneer dat zover was, dan wist je het meteen. Mensen gingen zenuwachtig alles op zijn plek leggen, de vlees- en kaaswaren werden rechtgetrokken, de schappen sneller dan snel gespiegeld en dat potje augurken dat net daarvoor was gevallen, werd pijlsnel opgedweild. Vergeefse moeite, blijkt zo’n twintig jaar later. “Du moment dat ik de winkel betrad, had ik al door hoe de vork in de steel zat”, vertelt Leen Hoogvliet vanachter zijn bureau bovenin de drieëndertig meter hoge watertoren aan de Rijndijk, nadat hij me eerst rustig heeft laten rondkijken. – “Anders hoor je toch niets van wat ik zeg.” – Dan zag hij of de zaken een beetje op orde waren. “En vooral; of de sfeer goed was.” Die sfeer is voor de oud-directeur namelijk belangrijker dan een wel of niet netjes gespiegeld schap, vertelt hij. “Die voel ik zelfs wanneer een winkel leeg is. Je kunt het gek vinden, maar wanneer iedereen weg is, de kassa’s afgesloten en de lichten uit, voel ik nog of de energie prettig is of niet.”

DE MAGIE VAN DE WINKELVLOER

Niets mooiers dan een winkelvloer, vindt hij. “Als ik in een winkel sta, dan leef ik.” En ook al is hij vijftien jaar geleden gestopt als directeur bij het retailconcern, nog steeds loopt hij regelmatig een supermarkt binnen. Eigen en niet-eigen. En als hij dat dan doet, gaat hij linea recta door naar het klantentoilet. “Niet omdat ik zo nodig moet hoor, maar omdat het klantentoilet veel zegt over de winkel. Als dat in orde is, is de rest van de winkel dat vaak ook.” Zelfde geldt voor het magazijn, weet Hoogvliet uit ervaring. “Ook daar loop ik altijd even binnen.” Zelfs in het buitenland, biecht hij op.

“Het interesseert me echt niet wat ze daar van vinden. In Amerika werd ik uit het magazijn van een grote supermarkt geplukt. *Who are you? What are you doing here?* Toen ik vertelde dat ik Leen Hoogvliet was, *owner of the famous Dutch supermarket company Hoogvliet*, keken ze me raar aan. Maar ik had toch mooi gezien hoe ze het daar georganiseerd hadden!”

HET POF-BOEK

Behalve de supermarkt heeft Leen Hoogvliet een voorliefde voor groentewinkels. “Daar kan ik niet voorbij lopen”, vertelt hij. “Daar móet ik even naar binnen. Die geuren ruiken, die kleuren zien, die sfeer proeven. Fantastisch!” Zijn vrouw wordt er weleens moe van, lacht hij. “Dan zucht ze ‘Alweer, Leen? We zijn al laat. Moet dat nu?’. Maar laat of niet laat, dat moet. Anders klopt mijn dag niet.” Niet gek, als je bedenkt dat zijn ouders vroeger een kleine keten groentezaken hadden in Den Haag. Op zijn veertiende al, nam hij de leiding in één van die zaken, en stond hij als jochie tussen twee dames van 23 en een man van 25. “Mijn vader vond het aanvankelijk maar niks”, vertelt hij. “Hij wilde dat ik eerst mijn school afmaakte en zei ‘denk er goed over na, Leen!’. Dat heb ik voor de vorm een week gedaan. Toen ging ik aan de slag.” Eén van de eerste zaken die de jonge Leen opviel in de winkel was het pof-boek; het boek waar alle bedragen in stonden die men de winkel nog schuldig was. “Geld dat nooit werd betaald, natuurlijk.” Dat kon anders, vond hij. “En ik ging bij de mensen langs. De eerste keer kwam ik van een koude kermis thuis; niemand had geld. Dus ging ik het een week later nog een keer proberen. Zelfde verhaal... Bij het tweede huis waar ik aanbelde, zag ik een fiets in de voortuin staan. Die nam ik mee. ‘Wat ga jij doen?!’, riep de dame. Ik zei dat ik haar fiets meenam en dat ze hem terug kon krijgen wanneer ze wel geld had. Dat geld was ineens héél snel gevonden...”

50 JAAR HOOGVLIET SUPERMARKTEN

‘Dat werkt!’, dacht hij. “En bij het derde huis begon ik de loper van de trap te trekken. Voor ik ‘m los had, had ik het geld al in mijn hand. Bij het vierde huis werd er open gedaan door een mooi vrouwtje. -Dat had ik toen al wel door.- Ze zei dat ze geen geld had, maar dat ze me, als ik mee naar boven kwam, kon betalen in natura. Ik had nog geen idee wat dat inhield, dus ik volgde. Meteen zag ik een transistorradiootje staan. Dat pakte ik op en ik liep de trap af. Protest, natuurlijk weer, maar het geld was wederom snel gevonden. Toen ik vervolgens terugkwam met al het verschuldigde pof-geld had ik niet alleen het respect afgedwongen van de medewerkers, maar ook van mijn vader.”

VAN GROENTEN NAAR LEVENSMIDDELEN

Eind jaren zestig bezat de familie Hoogvliet elf groente- en fruitwinkels in Den Haag. Door de opkomst van de supermarkten verloren zij behoorlijk wat omzet. Daarom besloot de familie het groente- en fruitassortiment uit te breiden met andere levensmiddelen. In Duitsland spotte pa Hoogvliet een cash & carry-concept. “Dat is iets voor ons!, besloot hij. En binnen twee weken hadden we een pand aan de Mariëndijk in het Westland. Met prijzen die twintig procent lager lagen dan de rest van de markt schoten we recht in de roos.” Een kwestie van goed onderhandelen, legt Hoogvliet uit. “Wij groentjongens waren dat wel gewend. De kruideniers van destijds echter niet.” Zo’n vijftig jaar later is de cash & carry van de Mariëndijk uitgegroeid tot een keten van zeventig winkels, waar wekelijks een miljoen klanten hun boodschappen doen. In 2020 wil de retailorganisatie er minstens honderd hebben. Het nastreven van deze ambitie gebeurt zonder Leen Hoogvliet aan het roer. Sterker nog, er zit zelfs niemand van de familie meer in het bedrijf. Een feit waar de voormalig directeur geen moeite mee heeft, vertelt hij. (knipoogt) “Geloof me; niemand in het management of de directie is daar terecht gekomen zonder mijn goedkeuring. Maar zonder gekheid; wanneer je het anderen laat doen, moet je hun visie respecteren, vind ik. En dat doe ik.” Desondanks is hij nog vaak op de bovenste verdieping van de watertoren te vinden, vertelt hij. Zowel voor Hoogvliet Beheer (een zelfstandig vennootschap dat onder meer de positie van Hoogvliet Supermarkten

optimaliseert, nieuwe vestigingspunten acquireert en vastgoedprojecten ontwikkelt, *red.*) als voor de supermarktketen. En bezoekt hij nog regelmatig ‘zijn’ winkels. “Niet meer zoals in jouw tijd hoor”, vertelt hij eerlijk. “Toen zorgde ik ervoor dat ik ze iedere veertien dagen allemaal had gezien. Dat moet je op je achtenzeventigste niet meer willen.” Ondanks zijn liefde voor het kruideniersvak mist hij het leiding geven aan de supermarktketen niet, bekent hij. “De zaak is tenslotte in goede handen. Wat ik wél mis, is het spotten van talent. Vroeger, tijdens de introductie cursus, of tijdens een bezoek aan de winkels, pikte ik ze er zo uit. Met één blik. Dat vond ik fabelachtig mooi.”

MENSENKENNIS

Een gave die zijn dochter Monique, tot een aantal jaar geleden directielid bij de supermarktketen, eveneens bezit, vertelt hij. “Zij beschikt over een enorme dosis mensenkennis, waardoor ze razendsnel beslissingen kan nemen. Zo snel zelfs, dat ik wel eens dacht *was dit nu echt nodig?* Maar ik heb geleerd dat wanneer zij een besluit neemt, ze dit nooit voor niets doet.” Die mensenkennis en scherpte is waarom de oud-directeur überhaupt graag met vrouwen werkt, vertelt hij. “Vrouwen passen bijzonder goed op de portemonnee, is mijn ervaring, en kunnen als de beste onderhandelen. Dat vind ik geweldig.” Op de winkelvloer ziet hij echter weinig verschil tussen mannen en vrouwen. “In mijn ogen werkt iedereen even hard. Mits je de juiste poppetjes op de juiste plek zet.”

Zijn eigen sleutel tot succes is discipline, vertelt hij. “Ik ben altijd rechtlijnig geweest. Zowel thuis als op de zaak. Mensen wisten, en weten, altijd waar ze bij mij aan toe zijn.” Die zaak en dat privéleven heeft hij bovendien ‘rechtlijnig’ gescheiden gehouden, benadrukt hij. “Dan neem je nooit iets mee wat in dat deel van je leven niet thuishoort.” Eventuele problemen op de zaak besprak hij dan ook nooit thuis, en zelfs wanneer er belangrijke beslissingen moesten worden genomen, wist zijn vrouw daar niets van. “Later kon ze mijn gedrag wel herleiden, zei ze altijd. Als er dan iets bekend gemaakt werd, riep ze ‘dat was toen en toen, want toen was je zo en zo!’” Zijn vrouw is een “onvoorstelbaar bijdehante vrouw”, vertelt Hoogvliet. “En slim! Communiceren kan ze als de beste. (lacht)

‘HET
SPOTTEN
VAN
TALENT
VIND IK
FABELACHTIG
MOOI’

50 JAAR HOOGVLIET SUPERMARKTEN

'WANNEER
JE DE COM-
PLEXITEIT
UIT EEN
KWESTIE
HAALT,
WORDEN
ZAKEN INEENS
BEHAPBAAR'



Leen Hoogvliet, bovenin zijn 'watertoren-kantoor', op 33 meter hoogte.

Anders zou ze ook nooit mijn vrouw geworden zijn." Toch deelt hij zijn zakelijke leven pertinent niet met haar. "Dat moet je echt gescheiden houden. Anders gaan zaken door elkaar lopen."

STRESS, WAT IS DAT?

Stress kent hij niet, vertelt de oud-directeur. "Ik weet werkelijk waar niet wat dat is. Nog nooit van mijn leven gehad." Wanneer een situatie vroeger moeilijk leek te worden, ging hij gewoon weg, bekent hij. "Dan ging ik thuis lunchen met mijn vrouw, of een uurtje slapen. Als ik dan terugkwam, was de commotie meestal weer gezakt, en ik had lekker gegeten en was heerlijk uitgerust." De stress die hij eventueel nog zou kunnen ervaren, kan hij inmiddels van zich af laten glijden op drieëndertig meter hoogte, met zicht over de N11 en ver daarbuiten. De watertoren, die sinds vijftien jaar dienst doet als hoofdkantoor van Hoogvliet Beheer, liet hij voor drie keer zoveel geld dan aanvankelijk gepland renoveren tot kantoorlocatie, met draaiend kantoor en al. De investering was het echter waard, vertelt hij lachend. Want het pand verdient zichzelf terug. "Zelfs jij betaalt hier aan mee." Een nadenkertje... en mijn gedachten schieten van 'waterschapsbelasting' naar andere soorten gemeentelijke taksen. Het blijkt echter de mond tot mond-reclame te zijn, die het opvallende

pand en het wonderschone uitzicht over het Groene Hart automatisch met zich meebrengen. "Iedereen die hier geweest is, vertelt er over. En dan wordt automatisch de naam 'Hoogvliet' genoemd. Goodwill creëren, noem ik dat."

Boven op het dak ontwierp hij vijftien jaar geleden in slechts een half uur tijd, samen met een bevriende binnenhuisarchitect, de complete toren. Slagvaardigheid die de oud-directeur typeert. "Door dingen simpel terug te brengen, worden ze eenvoudig", vertelt hij. "Dat doe ik al mijn hele leven, met alles. Met grote investeringen, met omvangrijke projecten als deze. Wanneer je de complexiteit eruit haalt, worden zaken ineens behapbaar en kun je recht op je doel af gaan." Dat doel voor Hoogvliet Supermarkten is minstens honderd winkels in 2020. De reden waarom het distributiecentrum binnenkort verhuist van Alphen naar Bleiswijk. Deze verhuizing heeft echter geenszins met de gemeente Alphen aan den Rijn te maken, benadrukt Hoogvliet. "Hier was simpelweg geen mogelijkheid. Was deze er wel, dan waren we gebleven." Ondanks de verhuizing van het dc blijft de oud-directeur dan ook sterk betrokken bij Alphen, vertelt hij. "Je moet liefde voor een plaats hebben, wil je er gevestigd zijn. En die liefde is er. Al twintig jaar."