

De harmonie van mijn grootvader

Grootvader Albert Heijn zie ik voor me als een kleine, stemmig geklede man, die als gevolg van een auto-ongeluk een intrigerende zwarte vlek onder zijn linkeroog had – op foto's werd die vlek altijd weggeretoucheerd. Als je met hem sprak leek hij een beetje afwezig, maar wel goed gehumeurd: een vriendelijke oude baas, die in elk gezelschap het meest van zijn sigaartje en zijn glaasje genoot. Mijn grootmoeder Neeltje was vinniger. Zij droeg altijd zwarte jurken, met een dito halsbandje, en had een priemende haviksneus, waarmee ze een sterke indruk maakte. Toch was ook zij kwetsbaar. Van het staan achter de toonbank had ze totaal versleten knieën overgehouden. En ze zong als geen ander het Zaaans. Als mijn broer en ik bij haar waren zei ze: 'Kaikke jollie mar effies in de kast van de voorkamer of d'r nag 'n reipie lait om te snoepe.'

Het was voor mij moeilijk voorstelbaar dat mijn grootouders in hun werkzame leven de basis hebben gelegd voor het huidige Ahold. We moeten daarvoor terug naar 27 mei 1887, de dag dat mijn grootouders met elkaar in het huwelijk traden en het winkeltje in Oostzaan van mijn overgrootvader, Jan Simonsz. Heijn, overnamen voor een bedrag van bijna vijfduizend gulden. Neeltje was toen al een paar maanden zwanger – een vruchtbaarheidsbewijs dat op het platteland vaak voorkwam – en waarschijnlijk moest Albert snel een bron van inkomsten vinden.

Het winkeltje lag op de hoek van het Weerpad en het Kerkplein en telde slechts twaalf vierkante meter. In een dorpje van een paar duizend inwoners, van wie het merendeel nauwelijks iets te spenderen had, leek dit genoeg, maar toch stelde Albert zich direct als een pionier op. Zijn vader had een soort bazaar gehad, een rommelige 'general store' zoals je weleens in cowboyfilms ziet,

waar de dorpelingen een glaasje dronken en alles konden bestellen of kopen wat zij nodig hadden: tafels en stoelen, gereedschap, kledingstoffen, medicijnen en een paar levensmiddelen. De jonge Albert hield voor het plezier van de boeren de drank aan, plus wat gierscheppen, koetouw, klompen en melkkrukjes, maar verder legde hij zich toe op een honderdtal levensmiddelen, die hij in vaste voorraad nam en keurig in bakken en op schappen uitstalde.

Niet veel mensen beseffen het nog, maar Albert behoorde hiermee tot de eerste generatie moderne kruideniers. Dat waren lieden die in feite drie assortimenten combineerden: peulvruchten en meel van de grutterij, kaas en spek van de vettewariër, en koloniale waren van de traditionele kruideniers (die toen nog voornamelijk in het groot handelden). Daarnaast had Albert artikelen van specialisten zoals de olieslager, de azijnmaker en de waterstoker. Dit soort 'gecombineerde' zaken, die afgezien van verswaren alle dagelijkse boodschappen dekten, was het eerst in de grote steden ontstaan en volgde een totaal nieuwe verkooppolitiek. Ze deden aan reclame, wat in die tijd van starre sociale verhoudingen en gevestigde reputaties ongehoord was. Ze kochten uit de eerste hand, en ze namen genoeg met heel geringe marges, zodat hun verdiensten in de totale omzet kwamen te zitten in plaats van op het individuele product. De slogan die hierbij hoorde luidde: 'Grote omzet, kleine winst', waarmee Aristide Boucicaud halverwege de negentiende eeuw met zijn Parijse warenhuis Au Bon Marché furor had gemaakt. Op een of andere manier ving Albert die slogan in het kleine Oostzaan op en voerde hem zelf uit.

Dat moet wat zijn geweest. Albert was op het moment dat hij het winkeltje in handen kreeg 21, Neeltje 18. Neeltje was een oerdegelijke verschijning: ze droeg nog oorijzers en zware rokken, overeenkomstig de klederdracht van het Zaanse polderland. Albert was minder conventioneel. Hij had de bijnaam Ab de Danser, omdat hij in de plaatselijke harmonie de kornet betoeterde en blijkbaar zijn voeten nooit stil kon houden als ergens muziek klonk. In het streng calvinistische Oostzaan, dat bekendstond als

het Hollands Genève, was die bijnaam beslist geen aanbeveling. Albert was bovendien eigengereid. Terwijl Neeltje zich achter de toonbank opstelde, reisde hij stad en land af om contacten met fabrikanten, beurzen en veilingen te leggen, zodat hij de tussenhandel kon overslaan en voordeliger inkocht. In Oostzaan ging hij vervolgens met een hondenkar langs de deuren om foldertjes af te geven met snoevende teksten als: 'Ik, Albert Heijn, lever de beste waar, ik bied u meer voor minder geld en bij mij bent u het goedkoopst uit.' Voor de meeste dorpingen moet dit ongepaste zelfverheffing zijn geweest. Het feit alleen al dat hij zich schriftelijk tot hen richtte, terwijl hij iedereen persoonlijk kende! De dorpingen zullen Albert een opsnijder hebben gevonden, die zijn geld aan overbodige zaken uitgaf, maar de overlevering wil dat ze op zijn folders toch reageerden met een besmukt: 'Zalleres kaike wet je nouw weer te vertelle hebt, Ab.'

Want het was waar: Albert was in het dorp ook degene die de nieuwe tijd aankondigde. Moderne landbouwmethoden hadden de oogsten met tientallen procenten verhoogd, vooral die van tarwe en rogge, zodat armere mensen minder vaak pannenkoeken en griesmeelpudding hoefden te eten (de nekslag voor de zelfstandige grutterij). De jonge industrie bracht via blikconserven zaken als sardientjes en jam binnen ieders bereik en zorgde voor goedkope vervangingsproducten als margarine, aardappelmeel en bietsuiker. Allerlei fabrieksmerken, zoals Verkade, Duyvis en Van Houten, deden hun intrede – al zou het nog tot 1896 duren voordat het eerste voorverpakte merkartikel op de markt verscheen (Acco Haverhout van Quaker Oats).

Navenant veranderden de eetgewoonten. Mensen die in de pas geopende fabrieken en kantoren werkten konden het zich niet veroorloven om vijf keer per dag te eten, wat onder boeren de gewoonte was (en in Azië nog is). Zij beperkten zich tot drie maaltijden per dag, waarvan twee met boterhammen. De toenemende welvaart zorgde er verder voor dat in de huizen de open haarden met ijzeren hangpannen werden vervangen door petroleumstel-

letjes en fornuizen, zodat er ook losse gerechten konden worden klaargemaakt en niet slechts brij of pap.

Mijn grootvader speelde handig op deze ontwikkelingen in. Ik heb weleens gehoord hoe klanten destijds op de moderne kruidenierswinkel reageerden. Oudere mensen waren de hongersnood van 1847 nog niet vergeten, en een misoogst, ziekte of ontslag betekende voor bijna iedereen een periode van gebrek. De moderne kruidenierswinkel bood althans de zekerheid dat er voldoende voedsel voorhanden was. Omdat dat voedsel in open bakken lag en dus direct was te ruiken, kregen sommige klanten al bij binnenkomst een verlekkerde uitdrukking op hun gezicht, alsof ze aan een feestmaal aanschoven. Tegelijk hingen er in de winkel de zware geuren van petroleum, azijn en uitheemse kruiden, die de eetlust drukten. Die tegenstelling had een merkwaardig effect op de mensen. Ze voelden zich in de winkel zowel thuis als vreemd: een mooie plek om even te roddelen.



In 1895 deed mijn grootvader iets waarmee hij menige progressieve kruidenier in de grote stad het nakijken gaf. Hij opende aan de Westerstraat in Purmerend een eerste filiaal, het startsein voor een landelijk filialennet. In Nederland waren een stuk of vijf ondernemers hem hierin voorgegaan, onder wie Simon de Wit, maar het is waarschijnlijk de coöperatiebeweging geweest die mijn grootvader echt inspireerde. De ambtenarencoöperatie Eigen Hulp kende toen al tientallen filialen, waar de leden voor een eenvoudig pakket levensmiddelen terecht konden. Mijn grootvader volgde deze opzet, maar gaf er een heel eigen accent aan. Hij beperkte zich niet tot eenvoudige levensmiddelen, hij wilde ook luxe artikelen voeren tegen een voordelige prijs. Als kenmerkende slagzin koos hij: 'Arm en rijk kunnen bij mij hun inkopen doen', en zijn artikelen waren 'goedkoop genoeg voor den burgerman en zelfs best genoeg voor den milionaar'.

Met andere woorden, mijn grootvader stelde kwaliteit boven prijs. Zijn filialen gaven daarvan duidelijk blijk, want ze waren meestal in de stadscentra gesitueerd en niet in volkswijken, waar bijvoorbeeld Simon de Wit bij voorkeur zat. Ze hadden ook een uitstraling van comfort – meer nog dan de winkels van De Gruyter, die een jaar na hem met filialen begon. De klant kon in de winkels van mijn grootvader voor weinig geld boodschappen doen en zich toch rijk wanen vanwege de welstand om hem heen; een prettig gevoel.

Hoe langer ik erover nadenk des te duidelijker wordt het me, dat het idee van ‘arm en rijk’ de sleutel tot het succes van Albert Heijn is geweest. De bestaansreden van een winkelketen is voordeligheid, maar als je daarmee uitsluitend bezig blijft loop je achter je klanten aan. Je verveelt ze. Bij Albert Heijn zagen die klanten daarentegen wat zij zich in de toekomst zouden kunnen permitteren. Natuurlijk was deze situatie niet onmiddellijk bereikt. Het is zelfs zo dat ‘arm en rijk’ heel laat in de winkels verschenen. ‘Arm’ dacht dat marskramers minder duur waren, en ‘rijk’ wilde niet geafficheerd worden met een winkelketen die zich op lagere prijzen beroemde, hoe goed het assortiment ook was. Het is pas sinds de jaren vijftig dat arm en rijk daadwerkelijk bij Albert Heijn kwamen, maar ik ben ervan overtuigd dat de kiem daarvoor door de oude Albert is gelegd.

Mijn grootvader blijft mij hierom verbazen. Van mijn oom Gerrit heb ik begrepen dat hij een rekentalent bezat. Zo zou hij bij Anton Hunink ooit een rekenmachine hebben verslagen in sommen van vier cijfers. Anderzijds had hij een hekel aan leren. Hij was na de lagere school naar de HBS in Zaandam gegaan, maar hij hield het er geen jaar uit. Zijn bijnaam Ab de Danser duidt er al op dat hij een vrolijk en vriendelijk karakter had; het schijnt dat hij zelfs bij het weggaan van kinderen achter zijn toonbank vandaan kwam om voor hen de deur open te houden. Maar ondanks dit talent voor klein geluk groeide hij uit tot een ondernemer van formaat, een man van de wereld.

Zo gaf hij in zijn eerste personeelsinstructies van omstreeks 1900 al blijk van subtiele inzichten in het detailhandelsvak. De winkelbedienden mochten een artikel nooit voor beter verkopen dan het was, of afgeven op concurrenten, want dat was ‘moordend’ voor de zaak. Wonderbaarlijk is dat volgens hem de winkels er ‘up-to-date’ uit moesten zien; ik kan me niet voorstellen dat dit toen al een alledaagse uitdrukking was. Ook formuleerde hij diverse aforismen die zo op een kalender kunnen: ‘Alles heeft een prijs, behalve reputatie’, ‘Men vernietigt zich niet door overwerk, wel door zorgen en losbandigheid’, en ‘Zonder dromen verloochen je een gave Gods’. Als lijfspreuk hanteerde hij: ‘Schenk vertrouwen, dan krijg je vertrouwen.’ Ik heb dat in mijn latere leven ook ervaren, maar ik vraag me af hoe hij dat al wist. Iemand die zelf een bedrijf opzet heeft van nature een neiging tot alomtegenwoordigheid, en toch zag Albert in dat hij veel aan zijn medewerkers moest overlaten.

Ook in intellectuele zin ontwikkelde Albert zich. Op oudjaar 1899, als het ware om de twintigste eeuw in te luiden, zette hij zijn gezin op een slee en verhuisde hij naar Westzijde 30 in Zaandam. De reden was dat Zaandam uit distributieoogpunt beter lag en veel levensmiddelenfabrieken telde. Los daarvan wilde hij van de dagelijkse zorg voor zijn Oostzaanse winkel af, want dat begon Neeltje op te breken. Albert kon zich nu toeleggen op de organisatie van zijn filialen en in die rol kreeg hij steeds meer oog voor andere zaken. Hij werd lid (later voorzitter) van een liberale kiesvereniging in Zaandam en bekende zich tot de vrijmetselarij, hoewel de familie van oorsprong doopsgezind was.

Ook piekerde hij over wat de toekomst ging brengen. Hij voorzag dat geld steeds minder waard zou worden, dat auto's een automatische versnelling zouden krijgen, dat de Europese landen zouden samengaan tot de Verenigde Staten van Europa en dat oorlogen zo'n hel zouden worden dat soldaten niet langer bereid waren om te vechten. Albert betrad zelfs het publieke toneel. In de Eerste Wereldoorlog, toen de voedselsituatie verslechterde, riep hij in *Het Handelsblad* collega's en fabrikanten op tot samenwerking

en toen dat niet hielp stuurde hij een missive aan de minister van Landbouw, Handel en Nijverheid, waarin hij aandrong op de instelling van een distributie.

Natuurlijk had mijn grootvader in dit soort zaken de tijd mee. Denk aan alle infrastructurele verbeteringen die plaatsvonden, zoals het Noordzeekanaal, het spoorwegennet en de bestrating van wegen. Illustratief in dit verband vind ik altijd het verhaal over de fiets, een Cleveland, die hij als eerste in Oostzaan aanschafte, ter vervanging van de hondenkar. Het schijnt dat hij bij het oefenen rond de tafel in de huiskamer nog lelijk op z'n gezicht is gegaan, maar die fiets vergrootte zijn actieradius enorm. Op hetzelfde vlak ligt de overgang van de roeiboot naar de motorboot, en van de handkar naar de vrachtauto. Logistiek werd het dus mogelijk om een ketenbedrijf op te zetten. Maar waarom hij dat dan heeft gedaan en anderen niet?

Misschien voelde hij zich geprikkeld door zijn vader Jan Simonsz. Heijn. Dat was een kale man met een lange vlassige baard: een typische verschijning uit de negentiende eeuw, van wie je niet zou denken dat hij tot initiatieven in staat was. De werkelijkheid was anders. De Heijnen waren vanaf stamvader Gerrit Heijn (die leefde tussen 1645 en 1690 in Koog aan de Zaan) steeds mensen van 'een stil en gerust leven' geweest, die nauwelijks sporen hebben nagelaten. Jan Simonsz. Heijn trouwde echter met een dochter van een rijke veehouder, Albert de Ridder, wat niet alleen zijn financiële situatie verbeterde. Hij werd ambitieus. Hij liet zich benoemen tot wethouder van de gemeente Oostzaan en richtte in zijn dorp een stoombootmaatschappij en een brandwaarborgmaatschappij op. De winkel, die al zo'n vijftig jaar in de familie was, deed hij eigenlijk vrij achteloos over aan zijn zoon Albert, opdat ook deze in zijn levensonderhoud kon voorzien.

Welnu, ik stel me zo voor dat Albert zijn vader heeft willen bewijzen dat die winkel alleszins de moeite waard was. Hij had ook de mogelijkheden daartoe. De familieoverlevering wil dat hij in 1912 60.000 gulden zou erven van zijn vader. Twee jaar daarvoor erfde zijn vrouw Neeltje op haar beurt 21.000 gulden van

háár vader, dijkgraaf Gerrit de Ridder. Opgeteld zou dat nu bijna acht ton in euro's zijn. Hoewel Albert op het moment dat hij met zijn winkelketen begon nauwelijks geld had, was hij dus in aanleg niet onbemiddeld, en wellicht verklaart dit zijn unieke keuze voor luxere winkels. In elk geval hoefde hij nooit enghartig te denken. Hij had zich kunnen beperken tot lokale activiteiten zoals zijn vader deed, maar hij koos uitdrukkelijk voor landelijke. Hij had dezelfde tomeloze idealen als zoveel startende ondernemers van zijn generatie, die allemaal behept waren met een heilig geloof in vooruitgang en groei. Je mocht niet blijven wie je was, of je nu een werkplaats, een molen of een winkeltje had. Mij heeft dat altijd enorm aangesproken.

In 1911 zette mijn grootvader een volgende stap. Hij kocht een huisje aan de andere kant van de Zaan, Oostzijde 51, en liet in de keuken ervan een heteluchtoven en een paar werkbanken plaatsen om er koekjes te bakken. Het jaar daarop haalde hij een suikerbaker uit Arnhem naar Zaandam om zuurballen, anijssnoepjes, ulevellen en toffees te gaan vervaardigen. In 1914, toen het huisje was vervangen door een heus gebouw, werd de productie van ontbijtkoek ter hand genomen en tijdens de Eerste Wereldoorlog volgde nog limonadesiroop en het verpakken van koffie, thee, roomboter en stroop, wat in de winkels veel tijd scheelde.

Wat had mijn grootvader hiermee voor? Zelf heeft hij steeds gezegd dat hij niet afhankelijk wenste te zijn van wat fabrikanten hem aan kwantiteit en kwaliteit te bieden hadden. Toch denk ik dat hij vooral werd aangetrokken door de marges die hij met eigen producten kon realiseren. Hij was al in 1895 in het washok van zijn huis in Oostzaan gestart met het branden van koffie, waarmee hij zowel de sfeer in de winkel verhoogde als zijn winst op die koffie. Rond 1910 had hij bovendien zijn eerste huismerkartikelen, zoals Albert Heijn's Chocolate en Albert Heijn's Karnemelkzeep, gelanceerd, die niet hij maar anderen voor hem hadden gemaakt. Met die huismerken kon hij op een lagere prijs gaan zitten dan concurrerende producenten en toch een hogere marge realiseren. Dat moet een openbaring zijn geweest. Bij eigen fabricaten was

die marge nog groter, want hij hoefde geen dure vertegenwoordigers, reclamemensen en transporteurs in dienst te nemen en hij kon op bestelling werken in plaats van op voorraad. We moeten daarbij bedenken dat het in die tijd heel makkelijk was om een fabriekje te starten. Wie een fornuis in een keuken had staan en daar af en toe een baaltje suiker op verwerkte, heette al een suikerwerkfabrikant.

Hiermee is niet het hele verhaal verteld, want Alberts ideaal was om luxe artikelen zo voordelig mogelijk te brengen. En daarvoor gebruikte hij nu juist zijn fabriekjes. Iemand vroeg me eens spottend: ‘Wat waren eigenlijk de luxe artikelen die de oude Ab produceerde?’ Hij zal gedacht hebben aan Mexicaanse zalm-mousse of iets dergelijks, die toen inderdaad niet in de winkels te krijgen was. Maar ulevellen, zuurballen en limonadesiroop waren in die tijd voor de meeste mensen wel degelijk luxe. Wij vinden zulke artikelen al zo banaal, dat we bijna niet kunnen geloven dat mensen het eeuwenlang zonder hebben moeten stellen (tenzij je aan het omgekeerde denkt: een Rembrandt met daarop een pak Albert Heijn-koekjes).

Met zijn eigen productie forceerde Albert bovendien dat fabrikanten van levensmiddelen op hun beurt hun prijzen steeds lager moesten stellen. Misschien is dit wel de belangrijkste invloed geweest die ketens als Albert Heijn op het prijsniveau hebben gehad. Lage prijzen voor levensmiddelen werden daardoor gewoon; het publiek wist op den duur niet beter. Ook de weerzin tegen fabrieksproducten verdween. Uiteindelijk aten zelfs deftige dames fabrieksjam en voelden ze zich niet te beroerd om voor hun bezoek biscuits van merkfabrikanten (of van Albert Heijn) op een schaalte te leggen. In zulke dingen volgden zij arbeidersvrouwen. De prijsrevolutie in levensmiddelen, in gang gezet door mensen als mijn grootvader, is met andere woorden opgestegen van arm naar rijk. En zoals iemand mij jaren later in Amerika vertelde: ‘Poor people need low prices, rich people love them.’



Na de Eerste Wereldoorlog wist mijn grootvader een tijdlang niet wat hem te doen stond. Zijn bedrijf telde 75 winkels en bijna vierhonderd personeelsleden, waarmee een omzet werd behaald van 7,5 miljoen gulden. Hij had nog jaren kunnen doorgaan, maar hij voelde dat zijn kracht afnam. Hoewel pas 55 jaar oud had hij af en toe last van geheugenstoornissen, wat aan het eind van zijn leven steeds erger zou worden. Daarbij kwam dat hij niet echt een tycoon was, maar een progressieve zakenman die goed geboerd had en zich nu wat meer rust kon veroorloven.

Zijn toekomstige opvolgers stonden ook al klaar. Zijn 32-jarige schoonzoon Johan Hille, getrouwd met zijn dochter Trijntje en al zeven jaar aan het bedrijf verbonden, had het gevoel voor levensmiddelen meegekregen van zijn vader, een van de oprichters van de vermaarde Hille's Beschuitfabriek. En zijn eigen zoon Gerrit werkte sinds drie jaar bij het bedrijf, nadat hij de driejarige Handelschool had gedaan, en bleek op zijn vijftiengste al een zeer goede inkoper en winkelcontroleur te zijn. De enige die zich nog moest bewijzen was zoon Jan, 23 jaar oud, die net uit dienst was gekomen maar de vijfjarige Handelschool achter de rug had en net als zijn broer letterlijk in de winkel was geboren.

Het toeval wilde dat margarinefabrikant Anton Jurgens, later een van de oprichters van Unilever, het plan had opgevat om ‘den detailhandel in Holland te beheerschen’, opdat hij zijn margarine makkelijker kon afzetten. Op zichzelf was dit een raar plan, want Nederland telde toen wel vijftigduizend kruidenierswinkels en die kon hij nooit allemaal onder zijn hoede krijgen. Jurgens was desondanks met De Gruyter in zee gegaan, die andere winkelketens aan zich moest zien te verbinden. In november 1917 was De Gruyter bij mijn grootvader gekomen met het voorstel om zijn keten over te nemen. Dat ging mijn grootvader te ver, maar hij liet De Gruyter wel een bod uitbrengen op ‘het doode punt’, oftewel vijftig procent, van een op te richten Albert Heijn nv. Hij belegde vervolgens met Johan Hille en zijn beide zoons een bijeenkomst met directeur Van Tienhoven van de Rotterdamsche Bank op de Industriële Club in Amsterdam. Zelf had hij wel oren naar het

genoemde bedrag, zei mijn grootvader, maar Van Tienhoven bezwoer hem: 'Niet verkopen.'

Hoewel De Gruyter hiermee van de baan was, zette mijn grootvader door. Kort daarop kwam namelijk Jurgens zelf met een bod en dat accepteerde hij. Op 29 april 1920 werden bij notaris Van Holk de statuten getekend van de NV Maatschappij tot Exploitatie der Fabrieken en Handelszaken van Albert Heijn. Jurgens betaalde daarbij 2,2 miljoen gulden voor de helft van de gewone aandelen, wat overigens een minderheidsbelang was, want tweederde van alle uitstaande aandelen bleef preferent.

Het schijnt dat mijn grootvader na de ondertekening tegen zijn opvolgers heeft gezegd: 'Hier heb je de zaak en je houdt haar maar draaiende.' Toch liet hij zijn schepping niet los. Als president-commissaris verscheen hij tot eind jaren dertig wekelijks op kantoor en hij bleef ook lange tijd het ceremoniële hoofd van het bedrijf. Zo doteerde hij persoonlijk 50.000 gulden, waarmee in 1925 de Vereniging tot behartiging van de Personeelsbelangen van Albert Heijn NV werd opgericht, het huidige Pensioenfonds. Destijds organiseerde de vereniging ook allerlei ontspanningsavonden. Zij bracht zelfs een compleet fanfarecorps op de been, dat furore maakte tijdens wedstrijden met andere bedrijven. Mijn grootvader zal genoten hebben van de optredens van dat corps; in gedachten nam hij ongetwijfeld de kornetpartij voor zijn rekening.

Zijn hoogtepunt als president-commissaris beleefde mijn grootvader tijdens het gouden jubileum van het bedrijf op 27 mei 1937. Als geschenk aan het personeel had hij een fraai Ontspanningsgebouw aan de Oostzijde laten neerzetten, dat als kantine en aula voor de Personeelsvereniging diende; het was lange tijd de mooiste zaal van de Zaanstreek. Ik herinner me dat gebouw precies, want mijn broer Gerrit Jan en ik hebben de eerste steen ervan gelegd. Ik herinner me trouwens die hele dag precies. De herauten die mijn grootvader en mijn grootmoeder aankondigden, de bloemenhulde van het personeel, de onthulling van een borstbeeld van mijn grootvader; en burgemeester In 't Veld die in zijn toespraak iets zei wat toen nog waanzinnig klonk: 'Het gaat

den weg uit, dat Albert Heijn zijn landgenoot Piet Hein in populariteit zal overtreffen.' Tijdens de receptie die volgde, hing ik wat rond met mijn broer en de kinderen van oom Gerrit. Af en toe keek ik naar mijn grootvader, die met een broze beminlijkheid het middelpunt van de festiviteiten vormde. Voor het eerst werd ik me bewust van de geschiedenis van het bedrijf en de rol die mijn grootvader daarin had vervuld.

Het was jammer genoeg de laatste keer dat ik mijn grootvader zo zag. Ik kende hem als iemand die je met een peilloze vriendelijkheid kon aankijken en een afkeer had van grote gebaren en woorden. Ik heb hem één keer boos gezien. Dat was toen ik onder zijn vergadertafel op kantoor met een proppenschieteer aan het donderjagen was. Hij zat me tevergeefs achterna en riep: 'Ik krijg jou nog wel, jongen.' Haatdragend was hij echter niet, want voor het daarop volgende Sinterklaasfeest nam hij me mee naar een fotowinkel in Zaandam en vroeg: 'Wat zou je willen hebben?' Ik wees een projector aan en zei dat ik daarvoor aan het sparen was. Mijn grootvader betaalde direct, en buiten stond ik al op mijn autopod om thuis mijn spaarpot te gaan openbreken. Maar mijn grootvader zwaaide met zijn wandelstok. 'Hoeft niet, jongen.'

Voor het overige leidde mijn grootvader een leuk leventje. Hij was al in 1923 uit Zaandam vertrokken, waar hij naar verluidt als selfmade man altijd een buitenstaander was gebleven. Een tijdlang liet hij zich meeslepen door die vergeten folklore onder bemiddelde mensen: te verhuizen zodra ergens gemeentelijke belastingen dreigden, ook al ging het daarbij om luttele gulden. Hele villadorpen danken hieraan hun opkomst. Mijn grootvader belandde achtereenvolgens in Bussum, Heemstede en Aerdenhout, in heerlijke huizen, en hield daarnaast een pied-à-terre in Amsterdam aan voor de wintermaanden. Ook maakte hij af en toe reizen; er bestaat nog een foto van hem voor het Capitool in Washington. Voor ons kinderen was hij vooral interessant vanwege zijn auto. Hij liet zich rondrijden in een fantastische Buick met separatiewand, waarbij je met de chauffeur kon spreken via een telefoontje.

Ons gezin ging om de veertien dagen bij mijn grootouders op bezoek, maar in de zomermaanden, als we in ons vakantiehuis in Bergen zaten, kwamen ze soms bij ons logeren. Dat was een feest. Mijn grootvader hield ervan met zijn wandelstok dooie takken van bomen af te slaan en nam bij het avondeten altijd een ‘kal-koentje’ wijn (1 1/2 glas), omdat mijn grootmoeder niet dronk. Ook stelde hij vaak dezelfde vragen, om telkens weer verguld te zijn met hetzelfde antwoord dat hij kreeg. Gelukkig heeft hij de oorlog niet intensief beleefd. Hij stierf op 13 november 1945, mijn grootmoeder op 5 september 1946. Dat hij een bijzondere man was bleek eens te meer na zijn dood: hij liet zich cremieren in Driehuis-Westerveld, wat toen bij minder dan één promille van alle sterfgevallen gebeurde.

Erfgenamen

De Zaanstreek is eigenlijk de merkwaardigste streek van Nederland en toch is zij de meest Nederlandse die er is. Als buitenlanders het over ons land hebben, denken ze aan wijde polders en groen geschilderde houten huisjes, die enigszins uit het lood staan, omdat ze op de ‘kleef’ zijn gebouwd. Ze denken aan dorpen die met hun grachtjes en bruggetjes op steden lijken en zelfs in hun nieuwbouwbuurtten de herinnering oproepen aan oude ambachten. De mensen die er wonen zijn vriendelijk en bescheiden en reageren op onthutsende berichten vaak met: ‘Dat zal toch niet waar wezen’, maar tegelijk zeggen zij elkaar op een ongezouten en bonkige manier de waarheid, alsof ze maling hebben aan iedereen. Ziedaar: de Zaanstreek (ziedaar: Nederland).

Er heeft geen adel in de Zaanstreek gezeten en ook het gildewezen heeft er nooit voet aan de grond gekregen. De Zaankanters hebben daardoor niet het soort hiërarchie en groepsdwang gekend dat maakt dat mensen zich uit lijfsbehoud bekwamen in strijkages en plichtplegingen. Door de afwezigheid van de gilden kon de streek in de zeventiende eeuw zelfs het eerste industriegebied ter wereld worden, als buitenpost van de stapelmarkt in Amsterdam. In die stad hielden de gilden de bouw van molens tegen, zodat het veredelingswerk dat bij de stapelmarkt hoorde, moest uitwijken naar de andere kant van het IJ. Mensen met een afwijkend geloof, die uit overheidsdienst werden geweerd, roken hun kans en vestigden zich met honderden tegelijk aan de Zaan. Vooral doopsgezinde ondernemers, met hun spreekwoordelijke ijver, zuinigheid en gereserveerde lachjes, zouden een stempel op de streek drukken. Het is daarbij van belang geweest dat zij er geen baronnen en jonkheren aantroffen, waardoor zij niet met