



Oprichter Leen Hoogvliet.



Foto's: Fred Libochant/ Roel Dijkstra Fotografie

Regionale supermarktketen Hoogvliet opent nieuwe bakkerij in Bleiswijk

‘Een broodklant is een trouwe klant’

De regionale supermarktketen Hoogvliet heeft in Bleiswijk een complete nieuwe bakkerij in gebruik genomen. ‘Wij bakken hier brood van een voor supermarkten ongekende kwaliteit.’

DOOR HENRI MAARSE

De nieuwe bakkerij van Hoogvliet langs de A12 in Bleiswijk heeft een brutovloeroppervlak van 12.600 vierkante meter, telt drie verdiepingen en is wat capaciteit betreft een bakkerij van de ‘hors categorie’. ‘De modernste van Europa’, aldus een trotse directievoorzitter Siep de Haan van

Hoogvliet bij de officiële opening op 10 november. Een paar getallen ter illustratie. In de bakkerij kan 3150 kilo deeg per uur worden verwerkt. Er kunnen 7000 broden per uur in de grootbroodoven worden gebakken. De steenvloeroven heeft een capaciteit van 2000 broden per uur, terwijl er in de kleinbroodoven 24.000

bolletjes per uur worden gebakken. In de bakkerij kunnen 1300 broodkranten per uur worden verwerkt. Door het bijzondere logistieke systeem van Hoogvliet, waarbij vrachtwagens meerdere keren per dag de winkels bevoorraden, kunnen klanten altijd vers brood kopen in de winkels, aldus Hoogvliet. ‘En dat brood is van een voor super-

Zandkunstenaar Gert van der Vijver verzorgde de opening.





markten ongekende kwaliteit', zo voegde De Haan eraan toe.

Niet verwonderlijk

Dat juist Hoogvliet een compleet nieuwe bakkerij bouwt, is niet zo verwonderlijk. Het bedrijf is de enige supermarktketen in Nederland die zich 'Warme Bakker' mag noemen. Die status schept verplichtingen en verwachtingen. 'Met deze nieuwe bakkerij nemen we weer een voorsprong op de concurrentie', vertelde voormalig directeur en oprichter Leen Hoogvliet. 'Snelheid en volume zijn bepalend bij brood',

zo doceerde hij. Bovendien had Hoogvliet de nieuwe bakkerij nodig, 'omdat we tegenwoordig 65 winkels hebben en het omzetaandeel van brood bij ons is gestegen van 4 naar 6 procent'.

Lidl

Brood is in toenemende mate een versgroep die aan belang wint in de supermarkt. Het is niet voor niets dat vrijwel alle supermarktorganisaties de laatste jaren in de weer zijn geweest met hun broodafdeling.

Zelfs discounter Lidl opent tegenwoordig geen nieuwe filialen



meer zonder broodafdeling, waar behalve brood ook verse broodjes en croissants worden afgebakken en verkocht. Dat kost weliswaar ruimte in de winkel en verhoogt de personeelskosten, maar 'verse broodjes zorgen voor een hogere

klantfrequentie en dus voor meer winst', zo liet Lidl-topman Klaas Gehrig zich onlangs in een spaarzaam interview ontvallen. En in de supermarktwereld geldt al lang het adagium 'Een broodklant is een trouwe klant'.

Een drone levert een vers gebakken broodje af aan directievoorzitter Siep de Haan.

