

AFSCHEID VAN SLAGERIJ EN DELICATESSENZAAK DE ROODE



Foto's Niek Bavelaar

Geliefd bij tout Leiden en ver daarbuiten

STIELZ 2006

Het begint een echte zeldzaamheid te worden: winkels met enkel kwalitatief hoge, luxe en bijzondere levensmiddelen, winkels waar men met eigen verzoeken kan komen, winkels waar mensen kilometers voor omrijden. Het verdwijnen van Slagerij en Delicatessenzaak De Roode aan de Kraaijerstraat is in Leiden en de verre omgeving voor velen als een bom ingeslagen. De laatste weken was het een komen en gaan van dankbare klanten, niet minder dan 1000 klanten bezochten de afscheidsreceptie, en ook voor Janneke en Dick de Roode valt het afscheid zwaar. Prijzenoorlogen en -stunters genoeg, voor de echte Bourgondiër is het sinds vorig jaar in ieder geval iets minder genieten van het leven.

Lief en leed

Drie weken na de sluiting zijn Dick (1938) en Janneke (1940) nog altijd druk in de weer met het leegruimen van de zaak en het verwerken van het afscheid. Ondanks het feit dat er veertig gegadigden waren, was er uiteindelijk geen concrete overnamekandidaat, en is de zaak die ruim zeventig jaar door familie De Roode gerunt werd uit de Kraaijerstraat verdwenen. Janneke: "Het voelt nu nog als vakantie, de klap zal nog wel komen. We weten allebei dat het moest gebeuren, zaten al weken in een soort dip. Veertig jaar hebben we lief en leed met de klanten gedeeld, dat kun je toch wel uniek noemen. Afscheid daarvan nemen is natuurlijk hartverscheurend. Veel inventaris is verkocht, en van de levensmiddelen hebben we nog maar vier procent voorraad dat naar de Voedselbank gaat, ondanks het feit dat we tot de laatste weken nieuwe spullen zijn gaan halen. Dat is natuurlijk heel netjes, toch valt het afscheid zwaar. Met name die laatste periode ga je het echt idealiseren, je vindt echt alles leuk, maar natuurlijk is niet alles leuk. In het hele pand was geen verwarming, want een verwarming terwijl je je spul koel moet houden zou van de zotte zijn. De winters zijn daarom ijskoud, en het vak is natuurlijk erg bloederig." Dat scholieren steeds minder voor het vak van slager kiezen is daarom enigszins te begrijpen, maar wordt door het echtpaar De Roode wel als erg jammer ervaren: "Vroeger leerde je het vak op het abattoir in de Pasteurstraat, tegenwoordig moet men, als iemand al de zaak van zijn ouders wil overnemen, naar Amersfoort of Arnhem. Het is geen voor de hand liggende beroepskeuze, maar wel één waar we heel veel van genoten hebben."

Even vooruit

Het echtpaar De Roode nam de zaak in 1966 over van de ouders van Dick, die er sinds 1932 een slagerij hadden. Dick heeft het vak van zijn vader geleerd en was later altijd drie dagen in de week bezig met het uitvinden van nieuwe recepten en het produceren van allerlei vleeswaren, waar Janneke zorg droeg voor de winkel en de administratie, samen met één of twee man personeel. Bij de overname in 1966 had de zaak al een fors klantenbestand, voornamelijk gegoede Leidse burgers. Janneke: "Het systeem was wel anders. Mijn schoonmoeder belde vroeger op dinsdag voor de bestellingen van de week, en op vrijdag voor de weekendbestellingen, die allemaal bezorgd werden. Klanten hadden een lopende rekening, die na verloop van tijd gegireerd werd. Toen wij de zaak overnamen namen we het klantenbestand over, maar daarmee ook alle uitstaande posten." Vooral dat laatste is voor Dick en Janneke in de beginjaren, in de leeftijd van 24 en 26, niet makkelijk geweest. Janneke: "We wilden bepaalde zaken aanschaffen, en hadden wel veel vorderingen, maar geen geld in kas. We vonden het allebei heel vervelend om achter mensen te gaan aanbellen, dat was nooit zo geweest, maar mijn schoonouders hadden een wat langere adem. Ik ben toen de eerste klant gaan bellen, of het mogelijk was of er wat overgemaakt kon worden. Die

klant had er geen idee van dat het om 1500 gulden ging, en drukte me op het hart de volgende keer niet zo lang te wachten met bellen. Een aantal dagen later had ze drieduizend gulden overgemaakt, want 'dan konden we even vooruit', zo stond er. Een kwestie van geen geld hebben was het eigenlijk nooit."

Verkeersagent

De klanten kwamen van heinde en verre, maar het grootste gedeelte uit de omringende buurten, met name de Professoren- en Burgemeesterwijk. Dick: "Het is een prachtige locatie, dé wijk van Leiden om te wonen. Daarbij komt alles uit die wijk door de Kraaijerstraat op de fiets naar de stad, een groot deel van je doelgroep dus. De parkeerruimte is natuurlijk ook ideaal, in tegenstelling tot bijvoorbeeld de Haarlemmerstraat, waar je nu alleen nog Van der Zon hebt, overigens een prachtige zaak". Janneke vult aan: "Lang geleden had je op de hoek van de Kraayerstraat en de Nieuwe Rijn nog een verkeersagent, zo druk was het. Een veelheid aan winkels: groentewinkels van Mosselman, Vos en Prins, bakkerij Boerenboom, schoenmakerij Kok, fietsenwinkel Van Leeuwen, kolenboer Zijlstra, de televisiezaak van Lichtvoet, de overvolle lederzaak van De Groot, slaggers Rooyakkers en Jan van der Fits, zo kan ik nog wel even doorgaan. Toen wij er kwamen waren we de jongsten, en met veel winkeliers hadden we intensieve contacten, we gingen bijvoorbeeld met meneer en mevrouw Ouwehand van de vishandel op vakantie. Als mensen geen opvolging vinden en uit de buurt verhuizen, dan verlies je ze uit het oog. Maar contact is er altijd geweest, we zijn erg op mensen gericht. Mensen zeggen wel eens: wat praten jullie toch makkelijk en veel, maar dat is inherent aan verkopen: praten is deel van je vak."

De buik van Parijs

Dick: "Om de drie weken gingen we naar Frankrijk, vleeswaren en andere levensmiddelen halen die hier niet te koop zijn. De groothandelsmarkt zat vroeger in Centre Pompidou in Parijs, en sinds een tijd twintig kilometer daaronder, in Rungis. Ze noemen het de buik van Parijs, een enorme markt met 40.000 mensen." Juist die exclusieve producten zorgden ervoor dat de zaak van De Roode bij veel klanten geliefd was. Janneke: "Buiten de winkel deden we op bestelling op kleine feesten de catering, en mensen vroegen ook zelf naar specifieke producten. Als ze terugkwamen van een vakantie in Noord-Afrika en vroegen naar Mergez-worsten, ging Dick er mee aan de slag, die had je toen nog nergens, al is dat nu moeilijk voor te stellen. Een wijnhandelaar uit Leiden, die veel studenten had werken, wilde ze na de werkzaamheden iets lekkers voorschotelen, en kwam met het idee van linzensoep met lamsworstjes. Jaren geleden kon je daar stad en land voor afstruinen, maar je vond ze nergens. Dick ging toen experimenteren met kalf, rund en kruiden, en wat we overhadden verkochten we in de winkel. Daar bleken ze zo succesvol dat we ze vast gingen verkopen, zo ging dat met veel producten. Door eigen ideeën, toeval, tips en verzoekjes van klanten groeide ons assortiment uiteindelijk tot 66 producten die we zelf maakten, bijzondere producten maar ook de gewone bal gehakt, die erg goed liep. De truc is die zo te verfijnen dat mensen liever een omweg naar je winkel maken dan zelf thuis ballen te draaien. We zijn daarbij altijd zeer redelijk in prijs gebleven omdat we weinig kosten hadden, daar vergissen mensen zich nog wel eens in. Het luxesegment is natuurlijk wel altijd duurder dan iets uit de supermarkt, maar kom daar maar eens met een vraag of verzoek. Wij zijn altijd een soort 'pappa en mamma'-winkelje gebleven, met een breed assortiment, hetgeen de mensen enorm gewaardeerd hebben. Dat betekent echter wel minder rijkdom en veel meer werk."

Societygebeuren

Nu de deuren dicht zijn en de klanten al tijden door de laatste gehamsterde voorraden heen zijn, is Leiden wederom een bruisende en unieke zaak armer. Janneke: "Mensen die hoger opgeleid zijn en een goede baan hebben, zoeken zich drie slagen in de rondte naar kwaliteit. Iedereen heeft het altijd over de minima, de kleine portemonnee, omdat het een meerderheid betreft. Men moet in Leiden echter niet de grote groep kapitaalkrachtigen vergeten, daar moeten ook winkels voor zijn. Stellen blijven na hun studie graag in de stad wonen, je ziet het aan de huizenprijzen. De kwaliteit van leven hangt sterk samen met een prettig winkelbestand, waar wij ons altijd onder mochten scharen, niet omdat we dat zelf vinden, maar omdat de klanten ons dat altijd duidelijk hebben gemaakt." Dat het idee zo geliefd te zijn het stel niet naar het hoofd gestegen is, moge duidelijk zijn, er grappen over maken mag natuurlijk altijd: "We noemen de afscheidsreceptie al gekscherend een societygebeuren, waar tout Leiden aanwezig zal zijn. Klanten die afzeggen omdat hun kind trouwt of omdat ze in Australië zitten, kijken we dan ook vals aan: had je dat niet kunnen afzeggen of om ons heen kunnen plannen?"

Michiel Rohlof, met medewerking van Niek Bavelaar