

‘Als Heineken morgen belt, ga ik meteen terug’

Van den Biggelaar runde naast zijn studie de Amsterdamse discotheek Dansen bij Jansen. Die ervaring maakte dat Van der Minne hem bij Heineken al snel opnam in zijn exportteam.

Gwen van Loon

‘Ik had natuurlijk een merkwaardig profiel. Ik had negen jaar gestuurd en was de op een na grootste klant van Heineken met onze studentendiscotheek in Amsterdam’, blikte Diederik van den Biggelaar (61) terug. ‘Op een dag zei iemand van Heineken tegen me: als je hiermee klaar bent, moet je eens langskomen. Toen het zover was, was ik te oud voor een traineeship. Bovendien had ik al het nodige meegemaakt.’

Bij het bierconcern krijgt Van den Biggelaar een groene map met klanten onder zijn arm gedrukt en gaat als vertegenwoordiger cafés bezoeken in Rotterdamse wijken als Charlois, Pendrecht en De Kaap. ‘Ik was de gevierde jongen met een eigen studentendiscotheek, maar dit was andere koek. Je liep tegen koppelbazen aan en er viel daar geregeld wat van de wagen. Een regelrechte cultuurschok.’

De Amsterdammer laat zich niet zomaar uit het veld slaan. Hij wordt al snel door de hr-afdeling opgemerkt. Die tipt Frans van der Minne over het aanstormende talent voor zijn exportdivisie. Van den Biggelaar blijkt inderdaad ambitie buiten Nederland te hebben.

Van der Minnes team had als opdracht

Diederik van den Biggelaar (61)

Eerste baan
Vertegenwoordiger in Rotterdam-Zuid voor Heineken, al snel areamanager export voor Midden-Oosten en Afrika

Begonnen 1984

Nu
Mede-eigenaar/partner Mandaat

Startsalaris
‘70.000 gulden, het was de tijd van vóór de bonussen’

om het merk Heineken buiten Nederland groter te maken. ‘Simpel gezegd: achter elk gebied aan hollen waar nog geen groene vlag was geplant en ter plekke een importeur vinden’, vertelt Van der Minne. ‘Met Diederik zag ik dat meteen zitten: hij was ondernemend en was bereid veel van huis te zijn en beschikte over een

Discotheek

‘We waren de op een na grootste klant van Heineken. Het was de reden voor mijn eerste baan daar’

pioniers- en teamgeest. Hij viel precies in het pulletje.’

Wat Van der Minne bovenal belangrijk vond, was dat er over en weer volledig vertrouwen zou zijn. ‘Je zag elkaar soms maar eens per maand en je had eind jaren tachtig geen e-mail of mobiele telefoon. Verrassingen moest je meteen melden door collect call naar het hoofdkantoor te bellen. Verder moest je je gedragen volgens de ongeschreven mores en je eigen toko draaien als een ware entrepreneur. Dat kon Diederik heel goed.’ Wat Van der Minne en Van den Biggelaar bindt, is de passie voor het werk en de trots op het merk. ‘Als je die passie kunt overbrengen, bepaalt dat 90% van je suc-



FOTO: ELMER VAN DER MAREL

ces. Daarmee wil ik niet zeggen dat iedereen bestuursvoorzitter kan worden of € 100 mln kan verdienen, maar daarin ligt wel de basis van goede mensen verscholen’, meent Van der Minne. De Heineken-cultuur — volgens Van der Minne een optelsom van imago, gezelligheid, emotie, trots en het groene gevoel —

Vertrouwen

‘Je zag elkaar soms maar eens per maand en je had geen e-mail of mobiele telefoon’

geeft ze allebei onmetelijke energie.

Desondanks let Van der Minne erop dat zijn team divers is. ‘Je hebt verschillende karakters, disciplines, mannen en vrouwen nodig als je een goed team wilt bouwen. Ik had het geluk dat ik een hechte club om me heen wist te bouwen die ik blindelings kon vertrouwen.’ Van den Biggelaar: ‘We kregen een grote mate van vrijheid van Frans waardoor ieder zijn talenten maximaal kon gebruiken.’

‘Wat Diederik goed begreep, is dat de beste verkoper ook de beste luisteraar is. Daarna kun je schieten voor open doel, want je weet precies waar je gesprekspartner naar op zoek is’, meent Van der Minne. ‘Doordat we zo’n sterk merk vertegen-

woordigden, konden we natuurlijk ook de betere distributeurs uitzoeken’, nuanceert Van den Biggelaar.

Ze zijn ook de eersten om te zeggen dat de markt tegenwoordig anders werkt. ‘Heineken is nu groter en complexer, de markt vereist meer transparantie en het merk wordt tegenwoordig mondiaal geladen.’ Van der Minne: ‘Er is zeker minder vrijheid dan toen wij in de jaren tachtig en negentig samenwerkten.’ Dat heeft hij zelf nog meegemaakt toen hij van 2000 tot 2005 directeur in de VS was en tot vier jaar geleden als hrm-directeur.

Frans van der Minne (68)

Eerste baan
Waterklerk bij scheepvaartbedrijf CTI

Begonnen 1970

Functie destijds
Directeur export bij Heineken


Nu
Gepensioneerd, adviseurschappen en commissariaten bij niet-beursgenoteerde ondernemingen

Van den Biggelaar zit een paar jaar in Japan en treedt daarna aan als regionaal directeur Europa en Japan, in het managementteam van zijn baas. ‘Ik heb drie rondes met Frans meegemaakt. Hij weet goed hoe hij teams moet bouwen, en was een baas waarvoor je graag een stapje extra zet door het vertrouwen en de ruimte die hij je gaf.’ Van der Minne wil zijn mensen schwing geven. ‘Ik wilde als leider inspireren en motiveren. Dat had ik ook bij mijn baas gezien. Ik kopieerde dat met trots.’

In 1999 besluit Van den Biggelaar zijn loopbaan buiten Heineken voort te zetten. ‘Het zou logisch zijn geweest weer naar het buitenland te vertrekken. Maar onze zoon, Bob, was het meest gebaat bij speciaal onderwijs in Nederland. Ik sta nog steeds achter de keuze om hier te blijven.’

Hij vindt andere ondernemende functies en heeft nu voor de derde keer een eigen bedrijf. Niet elke baan geeft evenveel voldoening en succes. ‘Soms mondde het uit in een vervelende verrassing, waardoor je je niet 100% kon focussen op het werk. Ik ben betrokken, maar houd er niet van om mensen te controleren of politiek te bedrijven. Geef mij zelfstartende mensen zonder verborgen agenda. Bij Mandaat — tijdelijk management, flexpats en advies — komen mijn internationale en ondernemerservaringen samen. Ik begrijp waar internationale interim-managers aan moeten voldoen.’

De liefde voor het biermerk zit nog diep. ‘Ik werk vaak met oud-Heineken-managers. En als Jean-François (van Boxmeer, ceo van Heineken, red.) me morgen belt, ga ik meteen terug.’ Van den Biggelaar straalt erbij. En zijn oude baas niet minder. ‘Dan gaan we samen.’

 **Gwen van Loon** is freelancejournalist.