



2

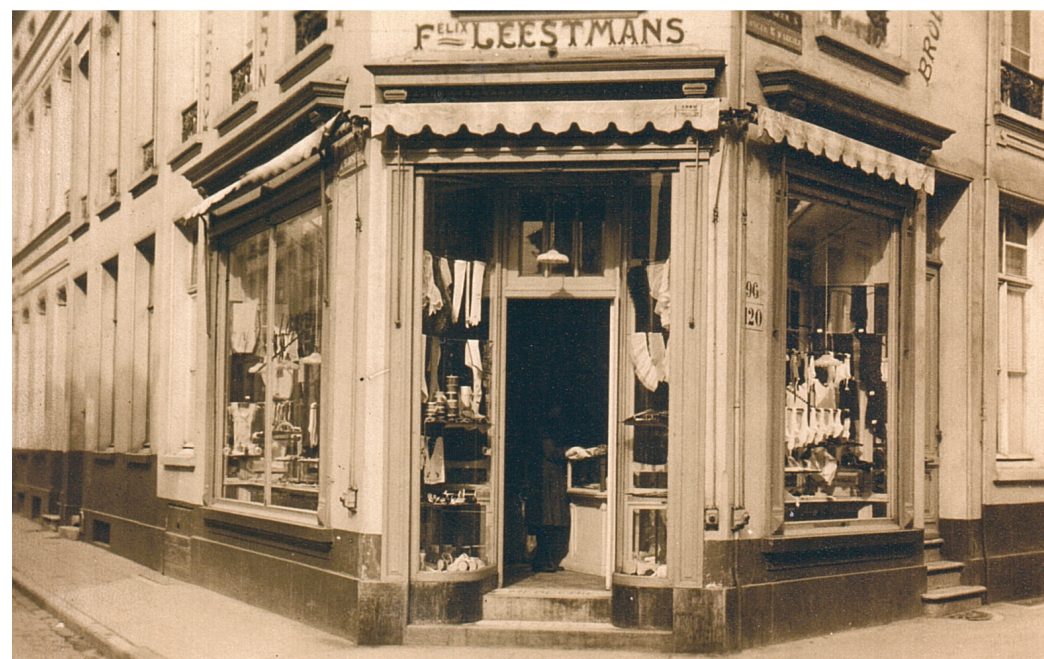
VERITAS

ANNO 1892

Elke Belg kent 'DE VERITAS'. De ene denkt aan het iconische logo met de knoop, de andere aan de kousenkaart. Jonge mensen leerden Veritas kennen tijdens of na de indrukwekkende make-over die het bedrijf heeft ondergaan sinds 2005, en die van Veritas de *place-to-be* maakte voor modeaccessoires en *do-it-yourself*-artikelen. Die transformatie gebeurde vanuit Antwerpen, waar Veritas ontstond in 1892 en nu nog altijd is gevestigd.

Vandaag is Veritas een van de grootste retailketens van België, maar ooit, meer bepaald zo'n 125 jaar geleden, was Veritas niet meer dan een bescheiden winkeltje met naaibehoeften in de Lange Beeldekensstraat, midden in wat toen het commerciële hart van Antwerpen was. Het is 1892 wanneer Jean-Baptiste Leestmans een oude mercerie overneemt. Hij baat de winkel aanvankelijk zelf uit, met de hulp van zijn gezin, maar hij heeft geen talent voor boekhouding. Zijn zoon Felix daarentegen geeft er al op heel jonge leeftijd blijk van over een goeie neus voor zaken te beschikken. Op zijn achttiende neemt hij de winkel

De mercerie van de familie Leestmans in Antwerpen, waar het allemaal begon.





Voorbeeld van een vroege Veritas etalage in Leuven, met rondom de wapenschilden van de steden waar Veritas gevestigd was.



De brouwerij-installatie in de jaren negentig.

overgegaan op het brouwen van lage-gistingsbieren. De Koninck heeft die investering nooit willen maken – brouwen met gist die op lage temperatuur werkt vraagt om dure koelinstallaties – maar de directie beseft dat ze de pils-trein niet mogen missen. Dat betekent dat De Koninck niet anders kan dan pilsbier van andere brouwers te gaan verkopen in hun eigen cafés. Daartoe neemt de brouwerij in 1928 de Antwerpse Bierhandel over, ook in de Boomgaardstraat gelegen, in het pand naast de Pelgrim, waar nu fietshandel Velodome is. De keuze valt op de pils van de Brasserie de Malmédy, en al gauw wordt die in alle De Koninck cafés vlot besteld. In 1930 heeft brouwerij De Koninck samen met de brouwerij van Malmédy een populaire stand op de Wereldtentoonstelling in Antwerpen.

De Tweede Wereldoorlog brengt voor brouwerij De Koninck weinig goeds. Rijst en maïs worden gerantsoeneerd, en ook mout is nog amper te krijgen. Door de schaarse aanvoer van deze grondstoffen komt de productie in het gedrang. Maar

de brouwers in België zijn vindingrijk en gaan op zoek naar ingrediënten waardoor ze de ontbrekende grondstoffen kunnen vervangen en die toch nog tot een redelijk smakelijk bier leiden. In plaats van gewone mout worden andere moutsoorten gebruikt, en ook suikerrijke bieten blijken een dankbaar ersatz-ingrediënt. Zelfs wanneer er te weinig metaal en kurk te krijgen is om nog kroonkurken te vervaardigen, bedenken de brouwerijen een oplossing: beugelflessen met rubberen afsluitringen. En zo ploetert ook De Koninck de oorlog door.

De tandem Van Bauwel – Van den Bogaert trachtte goed voor de werknemers van de brouwerij te zorgen, en ook voor de rest van de bevolking probeerden ze iets te betekenen. Dat kon, zo bedacht Van Bauwel, door gratis gist uit te delen. In gist zit immers vitamine B, wat goed is tegen stress en ondervoeding. Van Bauwel schreef daarom aan alle huisartsen in het Antwerpse een brief met de melding dat zij aan hun patiënten een portie gist konden voorschrijven, die gratis op te halen was aan de poorten van de brouwerij. Wim Van der Steen vertelt dat “er een arbeider was die tijdens de oorlog niets anders deed dan gist in flesjes en potjes scheppen.” Helemaal op het einde van de oorlog krijgt de brouwerij er nog flink van langs tijdens de v1- en v2-aanvallen op Antwerpen. Het gebouw en de waterleidingen worden beschadigd, en ook in de eigen cafés is er veel herstelwerk aan de winkel, maar het personeel is enorm gemotiveerd om alles weer *up and running* te krijgen. De Koninck gaat ervoor, maar voor heel wat andere brouwerijen blijkt de tol van de oorlog te zwaar: van de 1120 brouwerijen die België telt voor de aanvang van de oorlog, blijven er in 1946 nog maar 775 over.

Van de brouwerijen die overblijven, schakelen velen na de oorlog over op de productie van lage-gistingsbieren. “Bieren van hoge gisting waren na de oorlog niet in trek”, aldus De Koninck-oudgediende Wim Van der Steen. “Men had genoeg van

Het logo van De Koninck. Het Steen symboliseert de verbondenheid met de stad Antwerpen, de hand refereert naar de eerste benaming van de brouwerij.



WAAR IS DE GRAND BAZAR?

Van de oorspronkelijke Grand Bazar-groep blijft na een resem fusies en overnames niets meer over. De motor achter de grootste fusies was François Vaxelaire, een nazaat van de warenhuispionier achter Bon Marché; in 1972 brengt hij Bon Marché, Innovation en Prima samen, en in 1974 laat hij zijn groep Inno-BM fuseren met Entreprises GB - dat was de onderneming waarin Cauwe in 1969 de drie GB-bedrijven had bijeengebracht (Grand Bazar, Supermarkten GB en Superbazar). De warenhuisgroep heet vanaf dan GB-Inno-BM; François Vaxelaire heet vanaf dan 'Monsieur Fusion'.

Het huwelijk blijkt niet vanzelfsprekend: de *hands-on* bedrijfscultuur van GB matchte niet altijd met de meer bureaucratische mentaliteit bij Innovation en de groep als geheel boette stilaan aan innovativiteit in. We besparen u alle jaartallen en details; het hele verhaal laat zich samenvatten als: GIB is marktleider, maar krijgt het elk jaar moeilijker en moeilijker. Een grote sanering in 1993, waarbij duizenden jobs sneuvelen bij de Super en Maxi GBs, brengt geen soelaas. Tegen 2000 is de GIB-Group zieltogend en kan het niet anders dan de Super en Maxi GB's verkopen aan het Franse Carrefour. Brico komt in Nederlandse handen, de zelfbedieningsrestaurants Lunch Garden worden verkocht aan het Franse Carestel en Auto5 aan een andere Franse groep. Inno leeft voort onder het Duitse Kaufhof. In de jaren daarna

worden alle GB-supermarkten omgedoopt tot Carrefours. Vandaag is het merk GB amper nog aanwezig in het straatbeeld, er zijn enkel nog de GB Express winkels. Gelukkig herinnert de naam van het Grand Bazar shoppingcenter op de Antwerpse Groenplaats nog aan het glorieuze verleden van het gebouw, en gelukkig zijn er bij Quick nog altijd een paar mensen actief die weten dat er ooit 'GB' in het logo stond.



DE MAN DIE DE BELGEN HAMBURGERS LEERDE ETEN

Vanaf midden jaren zestig duikt de naam GB stilaan overal op in België, niet alleen op de gevels van de Super en Maxi GB maar ook op nieuwe formules zoals GB Garden Center, GB Home Center, GB Brico en GB Auto 5. Cauwe neemt duizenden personeelsleden aan en blijkt ook een neus voor vastgoedlocaties te hebben: hij bezorgt GB het best gesitueerde winkelpark. Het moet een erg boeiende, maar ook een erg hectische tijd geweest zijn. Eén devies droegen Maurice Cauwe en zijn GB-top in ieder geval hoog in het vaandel: *the sky is the limit*.

Het beeld van Cauwe als een man met ambitie, inzicht, vernieuwingsdrang en vooral veel durf, wordt bevestigd als je met oud-werknemers zoals Staf Van Berendoncks spreekt; hij noemt Cauwe onomwonden "een fantastische gast".

Deze fantastische gast voelde zich thuis in het in die tijd fantastische land bij uitstek: de Verenigde Staten. Hij hield eraan om regelmatig naar de States te reizen, om er ideeën op te doen en trends te spotten. Om het in de woorden van neef en rechterhand Jacques Dopchie te zeggen (opgetekend in *De Standaard* in juli 2000): "Eén van de tien vuistregels die leidden tot het succes van mijn oom, was reizen: om te zien, te leren en te horen en met volharding en wilskracht de ideeën op het terrein waar te maken." Cauwe leek zo te weten wat zijn klanten in België wilden, nog voor ze dat zelf doorhadden. En dat was: meer vrijheid en meer vrije tijd. Meer snelheid. Gewoon meer van alles misschien - de Golden Sixties waren een tijd waarin alles kon, alles mocht, en liefst ook alles moest. Enter de zelfbedieningssector. Winkels met zelfbediening - beter bekend als supermarkten, restaurants met zelfbediening waar je geen tijd verloor met wachten, motels langs de weg met zo weinig mogelijk personeel om dingen te vertragen... De Belg zou er pap van lusten, wist Cauwe. *The American way*.

Van alle zelfbedieningsconcepten die Cauwe in de loop van de jaren zou lanceren in België, was er één bijzonder nieuw én bijzonder succesvol: het snelle hamburgerrestaurant dat we

DE BLAUWE HAND

ANNO 1760



Je kunt er altijd over discussiëren natuurlijk, maar De Blauwe Hand mag wat ons betreft het meest iconische merk in de portefeuille van Continental Foods worden genoemd. Het heeft alleszins zijn leeftijd mee: de AZIJN van De Blauwe Hand - La Main Bleue bestaat al sinds 1760.

Als havenstad is Antwerpen het voor de hand liggende decor voor de geboorte van de azijn van De Blauwe Hand. In de tweede helft van de achttiende eeuw meren in de Scheldestad schepen aan met wijn in hun laadruim. Soms is die wijn door het verre transport verzuurd; dan wordt hij naar een apart gebouw gebracht, het Azijnhof op de Paardenmarkt. Arbeiders van de lijnwaadweverijen en -ververijen in de buurt komen er vaak langs om goedkope wijn te kopen. Velen onder hen komen regelmatig met blauwe handen aankloppen bij het Azijnhof, ze zijn verkleurd door het indigoblauw waarmee ze op hun werk stoffen behandelen. Hun blauwe handen liggen aan de basis van de merknaam die Vliegen & Cie, een van de azijnstokerijen in de buurt, in 1906 laat deponeren: vanaf dan wordt de azijn uit deze stokerij exclusief verkocht onder de naam La Main Bleue. Bij de deponering hoort ook de vermelding 'vinaigre aux grains', en de afbeelding van de omhooggestoken blauwe hand omgeven door graanhalmen.

Vijf jaar later wordt Vliegen & Cie overgenomen door Constant Bosiers; hij behoudt de merknaam De Blauwe Hand. Een jaar na de Eerste Wereldoorlog - de azijnproductie staat tijdens de oorlog op een laag pitje door een gebrek aan grondstoffen - verhuist Bosiers alle azijnstokerijen uit de binnenstad naar één locatie, op de grens tussen Deurne en Merksem. In het gebouw met vijf verdiepingen was plaats voor drie



kuipen met een inhoud van 30.000 liter. De azijnfabriek zelf, ten noorden van de Bisschoppenhoflaan in Deurne, langs de oostzijde van de Merksemsesteenweg, is er vandaag niet meer, maar blijft wel een beetje verder leven in de bijnaam van de vlakbij gelegen brug over het Albertkanaal: die wordt nog altijd 'de brug van den Azijn' genoemd.

De Blauwe Hand - La Main Bleue wordt een vaste waarde in elk Vlaams huishouden, als basisingrediënt voor slasauzen, maar ook als wondermiddel om mee te poetsen, ramen te lappen en te ontkalken. In 1960 worden dan ook alle toeters en bellen bovengehaald om het tweehonderdjarige bestaan van De Blauwe Hand te vieren. De azijn is in die tijd een van de basisproducten in heel wat sauzen en zuurwaren van Devos-Lemmens; een fusie ligt voor de hand en volgt in 1966. Drie jaar later verhuist de productie van De Blauwe Hand naar de terreinen van Devos-Lemmens in Puurs, die sinds de fusie met Imperial in 1968 in feite de terreinen van Continental Foods zijn. Daar worden de drie merken, Devos-Lemmens, Imperial en De Blauwe Hand, nog altijd gemaakt en beheerd. De Blauwe Hand is tot op vandaag het bekendste merk van azijn op de Belgische markt.



GRANDE VINAIGRERIE ANVERSOISE - VINS & LIQUEURS EN GROS

LA MAIN BLEUE
VINAIGRE aux GRAINS ALLEMAND
VINAIGRE de DATTES
VINAIGRE de VIN

HUILES D'OLIVES
FABRICATION AU PAYS
DE PRODUCTION
GARANTIE A L'AN

Distillerie de Genievre et Alcool du Vin
de la Bière

GENIEVRE VIEUX SYSTEME
LA MAIN BLEUE

ANVERS le 11 Septembre
MARCHÉ AUX CHEVAUX 31, TELEPHONE 321
TELEGRAMMES - VLIAGEN-ANVERS

Donc Messieurs Van de
Vierboom & Fyngelghe
Cruykeghem

Espresso Pour vente et livraison des marchandises suivantes
par forfait à vos risques et périls payables à Anvers le 15 Septembre

Marques	Números	Litres	Marchandises	Prix	de Frais
		30 l.	Facilloyes	16	
V.C.	197	165 l.			
	191	154 l.			

Actuels. Les quittances se
tiennent sous adresse.
en lieu de quitance. Lr

In afwachting van de voltooiing van de renovatie heeft Delen Private Bank haar kantoren tijdelijk ondergebracht in de bekende BP-toren, een modernistische architecturale parel. Dat de bank net dit gebouw kiest als tijdelijke vestiging is beslist geen toeval, want de liefde voor architectuur, interieur en kunst zijn nauw verweven met het DNA van de familie Delen. “Kunst en architectuur zijn onze passie”, licht



Door de jaren heen kreeg Jacques Delen de kans om meerdere woningen op de Jan Van Rijswijcklaan aan te kopen.



Anne-Sophie toe. “En dat hebben we gemeen met veel van onze klanten. Het is intussen een deel van onze identiteit en van ons imago geworden.”

“Voor mij is passie misschien wel het belangrijkste element in ons groeiverhaal. Ik denk dan in de eerste plaats aan de gedrevenheid waarmee mijn vader elke dag van zijn carrière is komen werken. En dat werkt aanstekelijk – mijn vader kan zijn passie voor het vak en voor het bedrijf aan iedereen rond zich overdragen. Dat is volgens mij zijn grootste troef.” Het beste bewijs is te vinden in de gedreven en integere manier waarop zijn opvolgers de bank vandaag besturen. In 2014 gaf Jacques, na veertig jaar, het dagelijks beleid uit handen. Paul De Winter volgde hem op als directievoorzitter, en zoon Alexandre Delen trad toe tot het directiecomité en tot de raad van bestuur van de Delen Private Bank. Zelf is Jacques – intussen Baron Delen – vandaag nog voorzitter van die raad van bestuur; hij is ook vijf jaar voorzitter van de raad van bestuur van Ackermans & van Haaren geweest. De geestdrift van de jongen die zijn eerste zelf verdiende centen in aandelen investeerde, is nog even sterk als destijds.

De iconische BP-building, de tijdelijke thuis van het hoofdkantoor van Delen Private Bank.





AVA PAPIERWAREN

GROOT & KLEINHANDEL
FABRICATIE ZELFBEDIENING

FOTO-COPIE DIN A4 4F
GROTER OF DIN A3 8F
MULTI-COPIE OFFSET

SNELDRUK
ZO KLAAR

AVA

AVA

9-11

10-15

1111 110

1111 110