

Hans Kok (C1000): MVO-prijs 2013

'Ik heb geen STRAK marketingverhaal'

Het kantoor van Hans Kok is niet veel groter dan tien vierkante meter. 'Meer heb ik ook niet nodig', grinnikt de winnaar van de prijs voor meest maatschappelijk verantwoorde ondernemer (MVO) van 2013. 'Ons geld wordt beneden in de winkel verdiend.'

Kok stond er zelf een beetje van te kijken dat hij de prijs won. 'Ik was niet zenuwachtig, want de nominatie was al perfect. Zelf had ik verwacht dat Van Klaveren zou winnen. Natuurlijk is het geweldig dat ik als retailer zo'n prijs win. Je ziet het MVO misschien niet direct in onze winkel terug, maar wel in alles wat daar omheen gebeurt. Ik krijg heel veel reacties uit alle hoeken van de samenleving. Het is een bevestiging dat het klopt wat we doen. Dat voelt goed en geeft veel energie.'

Eigen sociale omgeving

Als kleine jongen reed Kok regelmatig mee op de SRV-wagen van zijn ouders in Posterenk. 'Het supermarktgebeuren zit in mijn bloed. Als vijftienjarige begon ik bij de Albert Heijn op Keizerslanden en ik heb nooit iets anders gewild dan een supermarkt. Ik hou van eten en ben een echte ondernemer. Toen deze winkel op de Flora beschikbaar kwam, wist ik meteen: die is van mij. Het was altijd mijn droom om te werken in mijn eigen sociale omgeving, met mensen die je kent. Dan kan je echt lokaal een rol spelen.'

Het waren juist die lokale betrokkenheid en het stimulerend personeelsbeleid waarmee Kok er bovenuit sprong.



'We investeren jaarlijks zo'n dertigduizend euro in de lokale gemeenschap dus veel verenigingen en stichtingen weten ons te vinden. We zijn nu een spaaractie gestart waarin klanten mee kunnen kiezen welke vereniging we gaan sponsoren. Daarnaast vragen we ook steeds vaker een tegenprestatie aan mensen. Kom bijvoorbeeld eens een zaterdag in de winkel helpen. Zo ontstaat een wisselwerking en betekenen je echt iets voor elkaar.'

Echt leuk

In de winkel aan de Flora zijn van vijf uur in de morgen tot elf uur 's avonds honderdzestig medewerkers in de

weer. Toen bleek dat er behoefte was aan een boodschappenservice kwam Sallcon in beeld. 'We hebben nu veertig klanten per week en drie medewerkers van Sallcon. Dat is leuk en het gaat echt goed met hen. We denken er zelfs over na om een opleidingsplaats voor Wajongers worden.'

Uit het juryrapport:

'Deze winnaar is gekozen op basis van zijn positie in de stad, door de verbinding die hij met de omgeving legt en de kansen die hij biedt aan mensen.'