



Deze 'duurzame Rewe' in Wiesbaden is grotendeels gebouwd met hout. Balken liggen kruislings op elkaar. Het hout is van naaldbomen uit een bos in de omgeving van Wiesbaden. Rewe legde bij de opening uit dat het gebruik van hout en de nieuwe aanplanting in dat bos een enorme hoeveelheid CO2 bespaart. Als de vervangende bomen over dertig jaar net zo groot zijn als de voor deze Rewe gekapte bomen, kan Rewe claimen dat de bouw van deze supermarkt klimaatneutraal is. Binnen is dat gebruik van hout net zo goed te zien als buiten. Dat maakt het wel tot een bijzonder plafond. Ook gebruikt Rewe veel glas, om zoveel mogelijk daglicht te kunnen gebruiken.

In de reeks food retail in het buitenland, met beelden van Erik Hemmes, deze maand de duurzame Rewe van ondernemersfamilie Zizek in het Duitse Wiesbaden.

Door: **Gé Lommen** Foto's: **Erik Hemmes**

## FOOD RETAIL IN DUITSLAND

# Rewe Zizek Wiesbaden

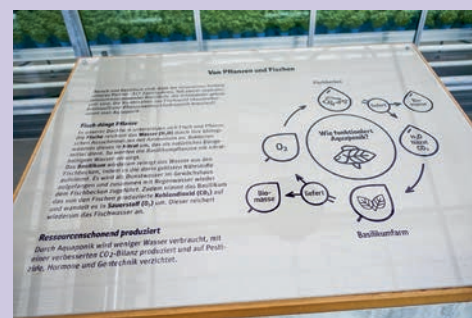
Erik Hemmes van Erik Hemmes\Retail Advies reist geregeld naar het buitenland om bijzondere formules te bezoeken voor FoodPersonality. Deze maand: dé duurzame Rewe-supermarkt in Wiesbaden.

Deze Rewe heeft al eerder de Nederlandse media gehaald, vooral vanwege de bijzondere bouw met hout en het feit dat er boven op de supermarkt een soort kasruimte is waar zowel baars als basilicum wordt gekweekt/geteeld. Maar het blijft een

bijzondere winkel, niet alleen visueel, maar ook gezien alle keuzes van Rewe in deze supermarkt. Deze Rewe is er nu bijna twee jaar. In mei 2021 verklaarde Rewe: we hebben nu zo'n 200 supermarkten op een duurzame manier gebouwd,



De broodafdeling heet 'die Lohners'. En dat is gek. Want Rewe heeft zelf een grootschalige broodproductie, maar 'die Lohners' is een regionale bakkerswinkelketen, die maar liefst 111 jaar oud is en 177 vestigingen omvat. Kennelijk koos Rewe ervoor om de bakkerijketen uit deze regio een plaats te geven. Verderop de afdeling vlees, vleeswaren en kaas. Duitse supermarkten maken vaak nog een onderscheid in een afdeling vlees en een afdeling worst; begrijpelijk, gezien de Duitse worstcultuur. In deze Rewe worden ter verleiding flessen wijn in houten kratjes vóór de vitrine van deze bedieningsafdeling geplaatst.



Boven de supermarkt, op het dak, zien we een grote kas, je kunt dit als klant ook gewoon bezoeken en Rewe legt daar ook uit wat het doet: een 'aquaponiek'-project. Aquaponiek is een teelt- en kweekwijze die een combinatie is van aquacultuur en hydrocultuur. In dit geval gaat het om verse basilicum en de vissoort baars. De ontlasting van de baarzen is 'de mest', de voeding dus, voor de basilicumplanten. De basilicumplanten vreten dat zogezegd op en daardoor blijft water waar de baarzen in leven, schoon. En daardoor is er voor deze vorm van viskweek minder water nodig.

De basilicumplanten die hier gekweekt worden, worden aan ruim 400 Rewe-supermarkten beleverd. Over de baarzen hebben we die informatie niet kunnen vinden.

We zien wel baars in de Rewe-supermarkt beneden op ijs liggen, de vis wordt immers 'hierboven' bewerkt. Bij de potjes verse basilicum in de winkel wordt dit uiteraard ook uitgelegd. En dan zijn die potjes weer geen gewoon kunststof of plastic, maar karton.

Rewe noemt dit een 'green farming'-project en legt dat behalve in die kas ook in de supermarkt zelf uit.

Nou kun je je afvragen: deze Rewe van ongeveer 1.500 m<sup>2</sup> vvo biedt dus ruimte voor de kweek van baars en basilicum. Maar: deze Rewe heeft vast 16.000 tot wellicht zelfs 20.000 sku's in het assortiment. Als je slechts 2 (!) van die 16.000 tot 20.000 items hier ter plekke duurzaam produceert, is het milieuvoordeel dan zo groot? En hoe zou je de schaal hiervan kunnen vergroten? Bijvoorbeeld door dit in nog twee of drie filialen uit te voeren. Maar dan nog gaat het maar om twee items in het assortiment. Voor veel hardlopers in met name het versaanbod is dit niet te doen. Bovendien, is het qua logistiek duurzaam dat je op het dak van deze ene Rewe basilicum kweekt voor ruim 400 andere Rewe-supermarkten? Dat moet toch eerst naar een (regionaal) dc, om vandaaruit in de goederenstroom mee te nemen? Prima dat een keten experimenteert met verduurzamen, maar je kunt je afvragen wat je hier nu mee bereikt. Voor Rewe is dit een paradigma, maar we zouden niet verbaasd zijn als meningmakers over milieu- en duurzaamheidsinitiatieven en deskundigen dit eerder 'window dressing' vinden. Van de andere kant, je maakt het met zo'n project voor de klant wel zichtbaar en concreet wat je doet.

maar vanaf nu bouwen we aan een nieuwe generatie duurzame Rewe's. Dus dat is een soort 'nieuwe generatie' duurzame winkels, en deze Rewe is de eerste. En aan de foto's (regionale producten, verleiding met technologie en digitalisering etc.) is te zien dat deze Rewe tot de modernste supermarkten in Europa behoort. Even wat cijfers over de Duitse supermarktsector en de positie van Rewe daarin.

Duitsland telt ruim 83 miljoen inwoners. De omzet van de Duitse supermarktsector bedraagt ongeveer € 180 miljard. En dan verwijzen we meteen ook naar de 'correcties & aanvullingen' op blz. 5 van deze FoodPersonality. Door een rekenfout meldden we in FoodPersonality van februari dat die omzet € 270 miljard zou zijn, maar die fout moeten we dus herstellen. Marktleider in die Duitse supermarktsector is Edeka, met een

marktaandeel van ruim 25% in 2022. Dan komt Rewe als nummer twee, met ruim 21% marktaandeel. Vervolgens Schwarz Gruppe, met ruim 18%, en als nummer vier Aldi Gruppe, met ruim 11%. Daarmee zijn ook deze percentages weer anders dan in die eerdere FoodPersonality en zijn deze cijfers/percentages dus een correctie daarop. Ook hier melden we er meteen bij: er zijn veel verschillen te vinden in de manier waarop markt-



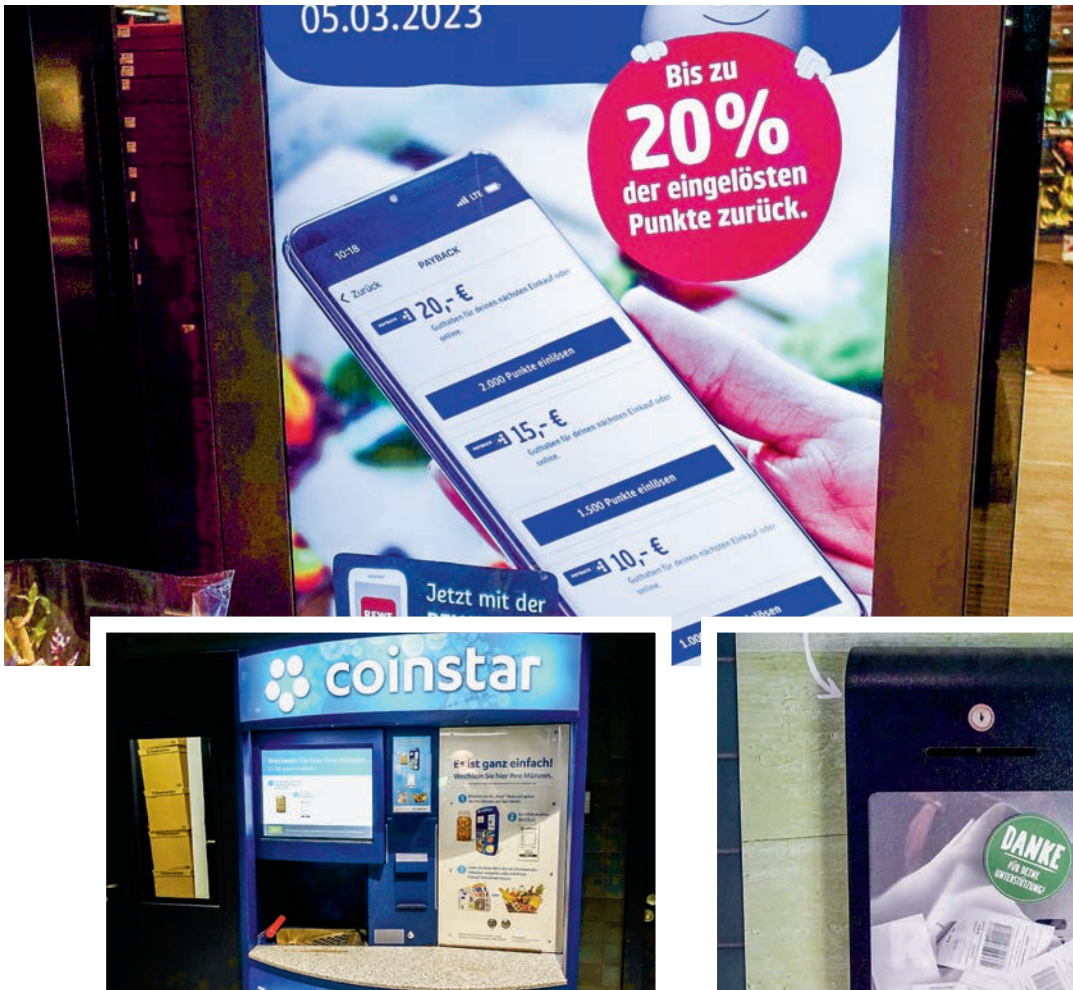
Op de agf-afdeling wemelt het van de uitleg. Over soorten aardappelen, over seizoenen en uien en knoflook, over tomaten, over soorten appels, over de fruitsoort Kaapse kruisbes of goudbes ('physalis'), die hier de 'exoot van de maand' is, en daartussendoor ook weer over de manier waarop deze Rewe aan z'n groene energie komt.

We zien herhaaldelijk in deze Rewe: 'umdenkbaar'. Dat is 'omdenkbaar', als variant op 'ondenkbaar/undenkbaar', dus 'onmogelijk'. Dat woord 'omdenkbaar' gebruikt Rewe bij elke uitleg van een verduurzamingsinitiatief. Denken we even aan die vlees- en de worstafdelingen op de vorige pagina, dan zie je dat Rewe daar nauwelijks iets uitlegt over het assortiment. Terwijl je juist over veel vleessoorten en zeker ook de enorme variëteit aan worstsoorten veel zou kunnen uitleggen. Met andere woorden: Rewe legt graag en veel uit bij 'plantaardig' en niet bij 'dierlijk'? Dat zouden we dan als een duurzaamheidskeuze kunnen omschrijven.

Rewe zet sinds enkele jaren flink in op regionale producten. Daar zeggen we niks nieuws mee, want ook in onze supermarktsector doen allerlei partijen dat, oké. Maar, afgaand op wat we van alle foto's van Erik Hemmes zagen: zeker bij deze Rewe stikt het van de regionale leveranciers. Zozeer zelfs dat je gaat denken dat Rewe geen bedrijfsmatig voordeel meer kan hebben door een zo centraal mogelijke inkoop. We zien 'Fruchtaufstrich' van ene 'Louise' (zeg maar: vruchtenpulp, maar anders dan gewone jam), of frambozen- en bosvruchtenlikeur van gedistilleerdstokerij Birkenhof, ook uit de buurt... het zijn er maar een paar van de vele...

Bijzondere vondst ook, is de bewegwijzering van de vele leveranciers uit de regio: allemaal niet zoveel kilometer van deze Rewe vandaan. Daarnaast: op de vleesafdeling heeft Rewe een groot assortiment vlees, dat ten eerste allemaal uit de regio blijkt te komen en ten tweede ook nog eens biologisch is





Rewe probeert op tal van plekken in de winkel de klant te tot 'digitaal gedrag' te verleiden. Op de door Hemmes aangeleverde foto's zien we allerlei 'nudging' om de app van Rewe te gebruiken. Met de app kun je ook extra korting krijgen, vergelijkbaar met 'Premium' van Albert Heijn (korting op bio bij appgebruik). Daarnaast doet Rewe z'n best om ook de geldcirculatie te digitaliseren. Er staat een muntenwisselaar: munten erin werpen, dan krijg je een bonnetje met het bedrag en dat bonnetje kun je dan weer gebruiken aan de kassa: het 'muntenbedrag' gaat van het kassabonnetje af. Want? In Duitsland betalen consumenten nog veel vaker met contant geld.

En een beetje in het verlengde hiervan: bij dit apparaat vraagt Rewe de klant om statiegeld om te zetten in een donatie aan een goed doel. Op een bord verderop aan de wand legt Rewe ook uit hoeveel statiegeld je als klant krijgt voor kratten, flesjes, blikje etc. bier, frisdrank, water etc. Dat is niet overbodig, want in Duitsland is de statiegeldregeling 'strenger' en complexer dan bij ons – oké, sinds deze maand is 'onze supermarktsector' een beetje een inhaalslag aan het maken op dat punt, met de invoering op statiegeld van blikjes.

onderzoeksbureaus en instellingen in Duitsland de omzetten van de supermarktsector in hun land weergeven. Deze cijfers zijn van NielsenIQ en de site 'Statista'.

Voor alle duidelijkheid: Schwarz Gruppe betreft in dit geval de omzet van de formules Lidl en Kaufland in Duitsland en Aldi Gruppe staat voor de omzet van Aldi Nord en Aldi Süd bij elkaar in Duitsland. De verwarring hierover is groter dan in ons land, met slechts luttel verschillen tussen wat marktonderzoekers IRI (dat sinds kort Circana heet) en NielsenIQ doorgaans melden. In Duitsland melden verschillende bronnen dat

de omzet van Lidl en Kaufland (Schwarz Gruppe) groter is dan de omzet van Rewe, Penny en andere formules van Rewe Gruppe, terwijl er in Nederland wel overal overeenstemming bestaat over het feit dat AH marktleider is en Jumbo de nummer twee, en niet Lidl, om maar eens wat te noemen.

Hoe dan ook, Rewe is een coöperatie van supermarktondernemers, met het hoofdkantoor in Keulen, en met alles bij elkaar € 76 miljard jaaromzet in 2021. Maar dat is inclusief de supermarkten in het buitenland (Oostenrijk, Tsjechië, Kroatië, Litouwen, bij elkaar 21 landen).

Daarnaast is Rewe actief in de doe-het-zelfmarkt met de formule Toom en in de reissector, met reisbureaus, online-reisaanbieders en verschillende kleinere dochters, in binnen- en buitenland. In Nederland bijvoorbeeld is Koning Aap onderdeel van Rewe en Prijsvrij voor de helft in handen van Rewe.

De Duitse supermarkt omzet van Rewe schatten we in op ongeveer € 37 miljard (2021). Dat is de omzet van alle Rewe-filialen en van Rewe-ondernemers in dat land, de omzet van discountformule Penny in dat land en de omzet van buurtformule Nahkauf. Van de formules Rewe zijn



Rewe biedt niet alleen veel regionaal assortiment, maar ook veel biologisch. In Duitsland is het marktaandeel van bio ook hoger dan in ons land. Hier legt Rewe uit dat het bio-assortiment drie niveaus omvat: basaal biologisch, biologisch-dynamisch (het merk Demeter) en de merken Naturland en Rewe Bio, met 'ökologisch-soziale Landwirtschaft'. Daarnaast is er nog paraplu merk Landmarkt, allerlei producten die kennelijk rechtstreeks van de boer afkomstig zijn. Dát zou de politieke partij BBB in ons land maar wat fijn vinden...

En dan: nog meer tekenen van verduurzaming. De herbruikbare zakjes voor agf verkoopt Rewe in een kartonnen doosje, drie stuks per doos. En bij de parkeerplaats wijst Rewe op de combi van milieu-inspanningen en korting op bijvoorbeeld vegetarisch en veganistisch. In combinatie met 'Nabu', dat is een ngo die zich inzet om in Duitsland weer meer veen- en heidellandschap te krijgen, een CO2-kwestie dus.

er ongeveer 3.700 supermarkten (met varianten ook, zoals Rewe To Go en de grotere variant Rewe Center), 2.200 vestigingen van Penny en ongeveer 450 Nahkauf-vestigingen. O, en ook nog zes supermarkten met de formulenaam Akzenta, in de stad Wuppertal en omstreken. Daarnaast omvat Rewe: een onlinebedrijf voor dierenvoeding en -benodigdheden, een bakkerij voor het brood van veel Rewe- en Penny-supermarkten, een vleesproductiebedrijf, ook voor Rewe en Penny, een eigen wijnbedrijf en ook weer een online-activiteit erbij, complex genoeg allemaal om het hier maar even bij te laten. De basis van Rewe is dus: die vele ondernemers, die ook inspraak hebben in het bestuur. Maar

de directie van Rewe bepaalt zelf de dagelijkse besluiten over het beleid van discounter Penny, doe-het-zelfformule Toom, de vakantiedivisie en zo voort.

En nu weer terug naar Wiesbaden, die stad in de buurt van Frankfurt. Daar kwam dus deze Rewe te staan. Aanvankelijk werd het gewoon een Rewe genoemd, met een nieuwe fase van duurzaamheid. Inmiddels heet hij 'Rewe Zizek', en dat is de naam van de ondernemersfamilie die deze Rewe exploiteert. Hoe dat zit, is niet duidelijk. Vermoedelijk is dit als een filiaal gestart, en is naderhand de familie Zizek de uitbater van deze Rewe geworden. Maar we gaan ervan uit dat de kweek van de baarzen en van de basilicumplanten boven

op het dak geen activiteit van die ondernemer zal zijn, en dat dat project in handen van Rewe zelf is gebleven. ■

### 30.000 supermarktfoto's

Van Tesco tot Edeka, van Carrefour tot Walmart, van Migros tot M-Preis. Sinds 2008 fotografeert Erik Hemmes buitenlandse formules.

Voor dit blad, maar ook voor andere geïnteresseerden. Meer weten?

Mail Erik Hemmes: [info@erikhemmes.nl](mailto:info@erikhemmes.nl).