

Een reeks foodformules uit Duitsland, met beelden van Erik Hemmes. Deze maand E-center, van Edeka.

Door: Gé Lommen Foto's: Erik Hemmes



Een bijzondere stopper bij het vlees is de afprijzing voor 'Landbrot', in het midden van de vleescounter (bij de scheiding tussen vlees en worst, die scheiding is in Duitse servicesupermarkten niet ongebruikelijk). Het ene versartikel als actie-artikel bij het andere versartikel.

## FOOD RETAIL IN DUITSLAND:

# Edeka's E-center



Erik Hemmes nam foto's van twee verschillende E-center-vestigingen, een in Seelze (in de omgeving van Hannover) en een in Berlijn, in de wijk Spandau. Die in Seelze is van een aangesloten ondernemer, die in Spandau is een filiaal. De laatste is moderner, die is eind 2013 geopend.

Deze maand starten we een nieuwe reeks buitenlandse formules met beelden en commentaar van Erik Hemmes, van Erik Hemmes\Trade Marketing Services. Hemmes was een tijd terug in Duitsland, 'diep in Berlijn en omstreken', maar zal voor deze reeks ook Zuid-Duitse gebieden aandoen.

We starten met E-center, de grote formulevariant van Edeka.

Waar moeten we mee beginnen als we het over Edeka hebben? Waar kennen de meesten Edeka van? Als het om winkels gaat, dan zullen de meesten aan de Edeka-winkels van ondernemer Heinz Zurheide denken, die zeven vestigingen heeft in het Roergebied. Ze heten officieel 'Frischecenter Zurheide', maar het zijn allemaal Edeka-vestigingen. Het zijn winkels, met name die in Düsseldorf, die tot de meest aantrekkelijke, mooiste supermarkten van Europa mogen worden gerekend (ooit nog een uitgebreide impressie, in FoodPersonality september 2009). Een andere bekende collega van hem is Jörg Hieber, die in het Zuidwest-Duitse deelstaat Baden-Württemberg twaalf Edeka's exploiteert. Ook Hieber is een zeer geziene ondernemer in de Duitse branche; zijn Edeka's zijn bijzonder vormgegeven en hij doet telkens weer van zich spreken, of het nu om de vele opleidingsmogelijkheden voor zijn medewerkers gaat of de Hieber Stiftung voor goede doelen in de omgeving.

Edeka is wellicht ook bekend van zijn reclame-campagne die het sinds begin vorig jaar heeft: 'Supergeil', van de Berlijnse popband Der Tourist. De zanger, de al wat oudere Friedrich Liechtenstein, loopt rustig dansend door een Edeka en

zingt, nou ja, rapt, of mompelt, 'supergeil' (in Duitsland heeft dat niet meer de seksuele betekenis, maar veeleer die van 'fijn', 'tof' etc.) en talloze varianten als 'supergünstig', 'superspritzig'. Hij zit in een deel van de commercial achter de kassa, pakt heel langzaam artikel voor artikel van de kassaband en bewondert ze stuk voor stuk. Een commercial die tot ver in het buitenland werd opgemerkt.

En: Edeka moeten we ons herinneren als een tijdelijke concurrent van Jumbo, toen het werd genoemd als buitenlandse kandidaat om C1000 over te nemen. Dat zou wat geweest zijn, een derde Duitser in de branche na Aldi en Lidl, die dan verder met die twee nauwelijks iets gemeen heeft, eerder met AH, Jumbo en Plus, maar het is maar de vraag of er dan ook echt een ombouw van C1000 naar Edeka in gang zou zijn gezet.

Aldi en Lidl worden in onze branche altijd genoemd als de grote jongens uit Duitsland, maar dé marktleider is Edeka: 25% marktaandeel en een omzet van € 42 miljard. De omzet van Edeka is ook groter dan die van Aldi Nord en Súd samen. Die 42 miljard is de detailhandelsomzet die de aangesloten ondernemers behalen, in 2013. Doen we de productie-omzet aan derden en de 'Getränkehalle' (wij zouden dat de slijterij noemen) erbij, dan wordt het € 46 miljard. Edeka heeft nog flink wat productie in huis, klinkt ouderwets na de golf van 'alles wat anders is dan kernactiviteiten de deur uit', maar het heeft nog eigen vlees- en vleeswarenproductie en brood- en banketproductie.

Van wie is Edeka? Van de ondernemers. Het



Ook in Berlijn oogt het allemaal mooi; de radijs en de lente-ui liggen er strak bij, bijvoorbeeld. Ook opvallend: de uitleg over agf-artikelen, zoals 'Kartoffel', de aardappel dus, van geschiedenis, herkomst, soorten en smaakverschillen. En in dit E-center ziet Hemmes zelfs een wandje leaflets met informatie over minder gangbare agf-soorten.



Dit is de agf-afdeling van E-center Seelze. Hemmes: "De aankleding is heel netjes, de achterwand is deels van steen, met daarop groot de Edeka-pay-off 'Wir lieben Lebensmittel', en 'lieben' is omgevormd tot een hart. Edeka gebruikt kratten voor de hardlopers en voor de bakjes zacht fruit, maar mandjes voor exoten."

wordt vaak vergeten in onze branche, waar filiaalbedrijven het door de jaren heen ondernemersbedrijven moeilijk hebben gemaakt, maar in ons grote buurland is de marktleider een bedrijf dat het beste nog met Sperwer te vergelijken is. Het zit al in de naam Edeka: 'Einkaufsgenossenschaft der Kolonialwarenhändler im Halleschen Torbezirk zu Berlin'. Het begon dus in Halle, in 1898, met een inkoopverband van kruideniers. Afgekort E.D.K., en als je die drie letters op z'n Duits uitspreekt, krijg je: Edeka. Alleen is door de jaren heen de klemtoon op de tweede lettergreep gekomen. Marktleider dus, maar Edeka is daarmee echter nog lang niet vergelijkbaar met AH of Tesco. AH is een keten met formulevarianten en die varianten vertonen veel gelijkheid. Zoniet bij Edeka. Edeka is meer een conglomeraat van groothandels met winkels, dan een winkelketen. Elke ondernemer heeft enorme vrijheid in de inrichting en uitstraling van zijn ene Edeka, of

meer, als hij die heeft. En er zijn Edeka-filiaal, direct bestuurd vanuit 'die Zentrale' in Hamburg. Dan komen we op de vraag: wat is van wie? Edeka bestaat uit zeven regionale groothandels. Edeka Hessen-Ring, Edeka Minden-Hannover, Edeka Nord, Edeka Rhein-Ruhr, Edeka Nordbayern-Sachsen-Thüringen, Edeka Südbayern, Edeka Südwest. En de vertegenwoordigingen van de besturen van die zeven hebben hun invloed op het Hamburgse hoofdkantoor, waar sinds een tijd Markus Mosa de bestuursvoorzitter is, die dus met zijn team tegenover die zeven verantwoording dient af te leggen. En die zeven groothandels leggen weer verantwoording af aan de ondernemers uit die regio's. Maar die zeven regionale bedrijven hebben onderling grote verschillen. De ene heeft nog een slijterijketen erbij in zijn regio. De ander een regionale discounter. Resultaat: Edeka heeft als discountformules Diska, Treff 3000, NP-Markt en Plus. Als serviceformules Edeka, Edeka Aktivmarkt, Nah



Dit doen beide E-centers: uitleg over alle duurzaamheid. Dat over die fietsstallingen verbaast ons het meeste, in Duitsland wordt minder gefietst, dus is zo'n stalling eerder een duurzaamheidskenmerk dan bij ons. Verder is het het bekende werk: led-verlichting en energiezuinige apparaten, MSC-vis, samenwerking met het WWF, producten uit de streek en fairtrade-artikelen. Daarboven staat: 'Omwille van onze wereld spannen we ons in voor een duurzame omgang met onze bronnen, een faire manier van omgaan met klanten, leveranciers en partners en de stimulans voor de 'heimische' economie.' Dat laatste kan zowel op Duitsland als op de streek slaan.



In het E-center in Seelze: een bord met speciale vermelding van leveranciers in de omtrek van 30 km. Er zit ook een flauwe toevalstreffer bij, Bahlsen, een grote koekjesfabrikant. Zo zou een supermarkt in Rotterdam ook kunnen vermelden dat Unilever een lokale leverancier is.



Hierboven zien we de Berlijnse vleesafdeling en de broodafdeling uit het Berlijnse E-center, en daaronder de kaas- en de visafdeling van de E-center in Seelze. Beide netjes, daar niet van, maar ze lijken niet op elkaar, je zou bijna zeggen dat het verschillende formules zijn..

& Gut, Spar (ja, overgenomen – van het Franse Intermarché, dat Spar in Duitsland had gekocht), Reichelt (een filialenketen in en om Berlijn). En dan slaan we nog her en der wat over. Zo is AVA met Marktkauf inmiddels helemaal opgegaan in Edeka. Hoe meer je erover nadenkt, hoe rommeliger het oogt. Onbestuurbaar, bijna. Maar: daar staat tegenover dat Edeka heel, heel voorzichtig moet zijn om om te bouwen, want de Duitse mededingingswaakhond kijkt zowel naar eigendom als naar lokale marktvariatie. En bij dat laatste is het van belang dat een plaatselijk marktgebied behalve een paar Edeka's nog wat Aldi's en Lidl's heeft, en dan mogen er nog een paar discounters zijn van Edeka, als ze maar niet Edeka worden. Maar kom, we maken het nóg onbestuurbaarder. Edeka Südwest heeft OWF, een wijnhandel. De Edeka-Zentrale in Hamburg heeft ook zoiets: Rheinberg Weinkellerei. Edeka Südwest heeft

Edeka Südwest Fleisch. Het heeft ook K&U Bäckerei, een eigen brood- en banketbedrijf. In totaal hebben Edeka en de zeven groothandels zestien productiebedrijven. En we zijn er nog niet. Edeka Rhein-Ruhr heeft een reisbureau voor 'Städte- und Wellnessreisen'. Edeka Südwest heeft Neukauf Reisen. Edeka Hessenring heeft sportwinkelketen Sport Treff en elektroverhandel Technik Partner. Ze hebben allemaal verschillende 'Getränkhandel', zeg maar slijterijketentjes, zoals Trinkgut of Trinkkauf. Velen van hen hebben een afzonderlijke bakkerijketen, dat zijn meestal die broodafdelinkjes waar je brood en gebak kunt kopen maar ook een lunch of gebak met een kop koffie die je aan zo'n sttafel kunt opeten, bakkerijtjes die als een soort concessionair vooraan in een Duitse supermarkt te vinden zijn. En ja, hoor. Edeka Minden-Hannover en Edeka Hessenring hebben samen een zelfbedienings-



Wat we in de drankenafdeling zien, zien we soms ook terug bij de dkw en bij non-food. Afzonderlijke omhooggetrokken schappen, om extra de aandacht op dat product te vestigen, zoals deze thermoskannen. Dit soort non-food heeft het submerk 'Edeka zu Hause'.



Als het om eieren gaat, legt het E-center in Berlijn heel veel uit. Kennelijk gebruikelijk in Duitsland? Hoe dan ook, de eiercode wordt uitgelegd, de eieren rechts zijn dus ten eerste 'vrije uitloop', ten tweede uit Duitsland, ten derde uit de deelstaat Nedersaksen en ten vierde van pluimveehouder 44461 (en dat laatste zegt dan toch weerniks, eigenlijk). Links de biologische eieren.

groothandel voor horeca-ondernemers, Edeka Cash & Carry, 141 vestigingen. Terwijl Edeka Rhein-Ruhr iets soortgelijks heeft, maar dat heet dan weer Stroetmann. Die zeven groothandels hebben zozeer gegrosierd in overnames en in diversificatie dat het ergste dat je Edeka kunt toewensen is dat het ooit de boel moet gaan stroomlijnen. Dat zou zeker jaren kosten. Het allerergste is nog dat als je zegt dat Edeka Netto heeft, je maar een halve waarheid spreekt. Er is een Netto, dat 'Netto Marken Discount' heet. En het is van Edeka. Flink wat vestigingen ook, zo'n vierduizend. En er is nóg een Netto. Ook een discounter. Zit vooral in Noord- en Oost-Duits-



De E-center in Seelze heeft een sfeervolle afdeling voor gedistilleerd. Voor wie niet thuis is in de Duitse markt; supermarkten mogen ook gedistilleerd verkopen zonder de wettelijke verplichting van een afzonderlijke slijterij-afdeling met afzonderlijke in- en uitgang, kassa en personeelslid. Hemmes: "Deze afdeling heeft het decor van een wijnkelder, met een houten vloer en aardig wat lichtreclame in het verder wat donkere honk. De schappen zijn gevarieerd, de betere witte of rode wijnen hebben een lichtgevende stelling gekregen."

land en dat is de discountformule van Dansk Supermarked, de Deense marktleider, die met dat Netto bijvoorbeeld ook naar Engeland ging. Maar wat is nu de clou? Dat Netto van Dansk Supermarked, daar heeft Edeka een minderheidsbelang van 25% in. Met andere woorden, Edeka heeft geen twee formules met dezelfde naam, maar wel een-en-een-kwart.

Geen wonder dat je als medewerker van het Bundeskartellamt altijd even achter je oren moet krabben als je collega een dossier Edeka op je



Dit zien we in Nederlandse supermarkten niet; doekjes om de handgrepen van winkelwagentjes te desinfecteren. Als Nederlandse consument denk je dan wellicht meteen: zijn die zo vies dan? Het antwoord is vanzelfsprekend: elke voorganger die jouw winkelwagentje heeft gehad, kan flink verkouden of griepig zijn. Dat desinfecteren is in elk geval niet verplicht, het is service voor de klant.

bureau legt.

Maar deze nadere kijk op Edeka biedt ook fraaie staaltjes. Zo is er op internet een lijstje te vinden van de grootste Edeka-ondernemers. We noemen er een paar.

1/ Karl Preuss. Heeft 25 Edeka's, in de regio Minden. Groothandel Minden-Hannover heeft een 25%-deelname in zijn geheel. Zijn jaaromzet: € 190 miljoen (2012). Het voordeel van een groot land, dus. Een aangesloten ondernemer met een weekomzet van pakweg 4 miljoen – dat moeten we dan wel verdelen over 25 vestigingen, gemiddeld € 160.000 per week, sommige zullen

winstgevend zijn, andere niet, maar de kans dat we medelijden met de heer Preuss moeten hebben, lijkt ons klein.

2/ Adolf Scheck. In Achern (zuidwest-Duitsland). Heeft 12 Edeka's. Draait daarmee € 164 miljoen (2012). Scheck is meteen ook de hoogst toezichthoudende bij Edeka in Hamburg. (Hij moet wel eventjes rijden voor een vergadering in Hamburg.)

3/ Jörg Hieber. Kijk, daar hebben we 'm al, met Zurheide de meest tot de verbeelding sprekende Edeka-ondernemer. Twaalf Edeka's, € 151 miljoen jaaromzet in 2012.

Gaan we het rijtje even snel af:

4/ Simmel, 18 Edeka's, jaaromzet '12 € 135 mio

5/ Struve, 13 Edeka's, jaaromzet '12 € 132 mio

6/ Cramer, 8 Edeka's, € 93 mio

7/ Zurheide, 7 Edeka's, € 88 mio

8/ Wucherpennig (wat erg als je als kruidenier 'woekerpenning' heet), 13 Edeka's, € 78 mio

9/ Gebauer, 7 'Aktiv Frisch Markten', € 78 mio

10/ Hellwig, 15 Edeka's, € 73 mio

Enorme verschillen dus de omzetten en de aantallen, zelfs binnen deze top-tien: 73 miljoen met 15 (Hellwig) of 190 miljoen met 25 (Preuss). Maar let wel: deze Edeka's gaan pakweg van 600 tot 4.600 m2 vvo.

En daarbij, dit staatje oogt natuurlijk geweldig, 'geef mij ook maar wat Edeka's', is al snel de gedachte, maar laten we ons ook proberen voor te stellen hoe het er in de staart van die vierduizend ondernemers uit ziet. Met een Edeka van pakweg 900 m2 vvo, omringd door een paar Lidl's, een Kaufland en wat filialen van Aldi Süd, ben je nog niet jarig.

Wat kenmerkt de formule Edeka? Vée! Veel aanbod, veel A-merken, veel vers, veel bediening. En veel huismerkvarianten. Zoals Edeka, maar ook: Edeka Frankreich, Edeka Italien. En natuurlijk ook onderkantmerken, om Aldi en Lidl de pas af te snijden. En die kun je dan ook weer in je regionale discounters van die groothandels neerzetten. Het assortiment is net zo gediversificeerd als het bedrijf zelf. Nee, binnen dit bestek van vier pagina's formule-impressie Edeka compleet behandelen, da's niet te doen. ■

Meer foto's zien? Mail Erik Hemmes via [info@erikhemmes.nl](mailto:info@erikhemmes.nl)

Meer foto's zien? Mail Erik Hemmes via [info@erikhemmes.nl](mailto:info@erikhemmes.nl)

Meer foto's zien? Mail Erik Hemmes via [info@erikhemmes.nl](mailto:info@erikhemmes.nl)



Het E-center in Seelze biedt een keur aan cadeau-artikelen, maar ook cadeau-verpakkingen.



Een kassaband vol reclame over elementen van de Edeka- en E-center-formule.