

Een nieuwe reeks,
met beelden van Erik
Hemmes: formules
uit de Zwitserse
levensmiddelenmarkt.
We starten met Migros.

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



Hier zijn we in Zürich, in een winkelcentrum. Migros, M-Electronics (elektronica van Migros), Hotelplan (reisbureau van Migros, in franchise), Klubschule (... Klubschule? Jaja, een soort NCOI of LOI, maar dan van Migros...), Migros Restaurant, Ex Libris (boekhandel van Migros) en de Migros Bank. En hatsekidee, vól is je winkelcentrum. Met maar één huurder? Wellicht heeft Migros zijn eigen vastgoeddochter (hebben we niet gevonden, maar het zou ons niet verbazen). Is het een monopolie? Pas op, Migros is een 'Genossenschaftsbund' van tien regionale consumentencoöperaties. De Zwitserse burger annex consument is dus zelf de baas. Dan wordt alles opeens anders.

FOOD RETAIL IN ZWITSERLAND:

Migros

Na de reeks formules uit Texas en Oklahoma stappen we over op een nieuwe reeks; een tijd terug ging Erik Hemmes van Erik Hemmes/Trade Marketing Services naar Zwitserland. En kwam terug met weer een berg foto's van jewelste. Zwitserland omvat slechts een paar marktpartijen, maar wel marktpartijen die tot de verbeelding spreken. Bovendien heeft de Zwitserse levensmiddelenmarkt karakertrekken die sterk van de Nederlandse verschillen. Het is een relatief duur land, de ongeveer 8 miljoen Zwitsers hebben gemiddeld een hoog inkomen, maar ook hoge lasten. En Zwitsers zijn bereid relatief veel te betalen voor hoogwaardig eten en drinken, een hoog prijspeil weerhoudt de Zwitserse consument

er niet van om relatief veel biologische producten te kopen of bijvoorbeeld regionale producten. Die 'Heimat' wordt gekoesterd (hoewel de Frans-, Italiaans- en Reto-Romaanssprekende Zwitsers dat anders zullen noemen). En toch is er ook een keerzijde: enkele jaren geleden startten eerst Aldi en snel daarna Lidl in Zwitserland. En dat was een steen in de tot dan toe vredige Zwitserse supermarktvijver. Ook al heeft de Zwitser best wat te besteden, lage prijzen van Aldi en Lidl bleken toch ook aantrekkelijk. Aldi en Lidl wisten waar ze aan begonnen, want daarvóór al trokken veel Zwitsers vaak over de grens naar discounters in Duitsland en Frankrijk om er goedkopere spullen in te slaan. Sinds de

komst van de Duitse prijsvechters hebben de twee grote marktpartijen in de supermarktsector, Migros en Coop, meer moeite om hun marktpositie vast te houden. En Zwitsers zijn ook niet perse A-merkgericht, want Migros en Coop hadden het klimaat voor alternatieven voor A-merken zelf jarenlang geschapen met tal van huis- en andere winkelmerken.

Het is op zichzelf ook niet zo vreemd dat Aldi en Lidl Zwitserland zijn binnengevallen. Want Migros en Coop, vooral Migros, zijn zo alomtegenwoordig in Zwitserland dat het er een keer van móest komen. In ons land is wel eens kritiek geuit op het 'blauw op straat', de grote aanwezig-



Hier in een winkelcentrum in het plaatsje Glatt: het bord laat zien welke winkels er zijn. Het zijn allemaal dochters en werkmatschappijen van Migros.

Nog een groter winkelcentrum, nabij Bazel: met Sport XX als blikvanger. Hemmes is hier in een 'M-parc', met zo'n beetje alle formules van Migros.





Hemmes: "Typisch Duitstalige supermarkt: in Duitsland, Oostenrijk, maar dus ook in deze Migros in Zürich zien we een boom boven de agf. Aanstekelijk gedaan."



Hemmes: "Ordentelijk en toch ook meteen verleidelijk worden hier de chocoladetabletten gepresenteerd. En wat zijn er het veel! Maar goed, Zwitsers zijn flinke chocoladeverbruikers." Hét grote merk in dit aanbod is Frey, het eigen merk van Migros.



'Dessertthimmel' zien we bij de toetjes. En 'Kornkammer' bij het brood. Met een oranje m ertussen. Hemmes: "Dit is dé manier waarop Migros op sfeerplaten met zijn oranje hoofdletter m speelt. Het komt bij bijna alle categorieën terug, in het Duits en in het Frans." Zoals in Männerpflege (cosmetica), Saubermacher (was en reiniging), Schatzkammer (kaas), Morgenfang (vis), Blumenpracht (bloemen en planten), Plateau de Fromages (kaas), Source de Calcium (zuivel) en Salade Mêlée (voorgesneden agf).



'Aus der Region, für die Region': Migros doet veel aan lokale assortimenten, zeker bij de agf. En presenteert daar dan aparte zakjes voor. Da's zakje één. Kom, we hebben er meer... De tas 'generation M', met als tekst: 'met duidelijke beloften spannen we ons in voor de generatie van morgen'. En een seizoenstas met 'alles voor de zomer'.



Hier nog eens een sfeerbeeld met een oranje m. De m van 'Heimat'! Met daaronder een soort missie: 'passie voor de kwaliteit van het leven van onze klanten, welkom in uw Migros'.

heid van AH. In Engeland is het vooral Tesco dat dergelijke kritiek moest incasseren en in de VS is het mikpunt uiteraard Walmart. Maar dat is allemaal nog niks, vergeleken met wat Migros in Zwitserland voorstelt.

Migros heeft supermarkten met de naam Migros M, grote supermarkten (MM), hypermarkten (MMM), buurt-supers, stadssupertjes, kioskes (Giro). Het heeft veel horeca, zowel in de supermarkten als 'stand alone' (Migros-Restaurant, Migros Take Away, Gourmessa (gebak/brood/lunch), Coffee Times, Sessibon, Cha Cha, de laatste drie als franchise-optie) en een cateringoperatie voor particulieren (Migros Partyservice).

En dan zijn we er nog lang niet.

Het heeft een uitgebreid netwerk pompstations (Migrol).

Migros is de grootste internetaanbieder van het land (Leshop.ch). Het biedt vakanties aan (Hotelplan), exploiteert boekwinkels (Ex Libris), sportartikelenwinkels (Sport XX), woningwinkels (Micasa), elektronica-winkels (M-electronics) en kantoorbenodigdhedenwinkels (Office World). En dan slaan we nog de fietsenwinkels, het cursusbedrijf en zo over. En o ja, de Migros Bank. Migros heeft ook veel (levensmiddelen)productie in eigen huis. Zo heeft het chocolademerk Frey de status van een A-merk, maar het is van Migros. In de supermarkten heeft Migros ook een huismerkensegmentering van heb ik jou daar: Migros Budget (goedkoop), Migros Classic (standaard) en Migros Sélection (premium), en dan nog een zogeheten 'Engagement'-segmentering in biologisch (Bio), Terra Suisse (duurzaam en uit

eigen land) en gebruikt de labels Max Havelaar (fair trade), MSC (duurzame visvangst) en FSC (duurzame houtproductie en -aangroei).

En het heeft ook Denner, een discounter, sinds enkele jaren al. Dat was decennialang de grote rivaal naast Coop.

En het opereert met de Migros-formule in het buitenland, toch? Ja en nee. In Turkije heb je Migros Türk. Maar dat is al sinds 1974 zelfstandig, het mag alleen van de naam en andere Migros-tekens gebruik maken. En je had toch Migros-vestigingen in Oostenrijk? Ja, maar die zijn al jaren weer dicht. En Frankrijk? Voor zover het nog actuele informatie is: nog twee op dit moment, net over grens bij Genève. En je had toch Migros-vestigingen in Duitsland? Klopt. Een van de tien Migros-coöperaties, die van



Migros heeft vaak een horecavoorziening erbij, die er pal naast gevestigd is of elders in een winkelcentrum. Het heet Migros Take Away; niet te verwarren met Migros Restaurant, dat groter is, zitplaatsen biedt en een uitgebreider aanbod voor een warme maaltijd biedt.



Hemmes: "Kraakhelder schone en fris ogende bedieningsafdelingen, alsof je in een speciaalzaak bent. Geen kunststof-, maar glazen vitrines, bijvoorbeeld. Let wel, dit hier zijn twee verschillende Migros-vestigingen. Tussen de tien regionale Migros-coöperaties zie je aardig wat verschillen in winkelrichting, maar het ademt altijd kwaliteit uit." Alleen, sommige vestigingen raken wel eens verouderd, uiteraard. Maar dat kunnen we van deze twee, in Glatt en in Dietikon, niet zeggen.



Wat zijn dan die duidelijke beloften? 'We beloven Jeremy dat we tot aan 2013 een oppervlak van 140 voetbalvelden aan reguliere landbouwproducten omzetten in biologische landbouwproducten.' Met 'Jeremy' erbij. Het bord zal wel enkele jaren eerder opgehangen zijn. Zo communiceert Migros over zijn voortdurende verduurzaming van het assortiment.

Bazel, is een keer begonnen in het aangrenzende gebied Zuidwest-Duitsland, maar het is ermee gestopt. Geen succes. Maar van de weeromstuit, toen Migros Bazel zo'n anderhalf jaar terug uit Duitsland vertrok en alles aan Rewe verkocht, trok Migros Zürich Duitsland in, om de regionale keten Tegut te kopen. Een opmerkelijke aankoop. Migros is bekend om zijn grote investeringen en stimulering van biologisch, fair trade, lokaal etc., etc. En Tegut had dat als geen ander, Tegut was een veelgeprezen en veelbekroonde keten, maar uiteindelijk kon Tegut het hoofd niet zelfstandig boven water houden.

Even tussendoor: met de koop van Denner heeft Migros een omzetcijfer opgelost: de oprichter

van Migros, Gottlieb Duttweiler, heeft ooit eens besloten geen tabak en alcohol te verkopen, om de bevolking niet bloot te stellen aan schadelijke of verslavende middelen – opmerkelijk genoeg vinden we op de internetsite van de sociaal-economische denktank Gottlieb Duttweiler Instituut (door Migros opgericht) een foto van diezelfde Duttweiler met een dikke sigaar in zijn mond. Die foto doet er niets aan af dat de 'Eidgenossen', de consumenten die lid zijn van de Migros-coöperatie, in stemronden het uitgangspunt 'geen tabak en alcohol verkopen' altijd in ere hebben gehouden. En welbeschouwd is hun gedrag net zo ambigu te noemen als dat van Duttweiler zelf. Als ze rokers of drinkers waren, kochten ze tabak en

alcohol bij onder andere Denner. Een schizofrene houding, net zo schizofreen als Migros zelf, dat van zichzelf zegt dat niet te verkopen, maar intussen dat wél te doen bij Denner.

Nu we het toch over die 'Eidgenossen' hebben: Migros is dus een coöperatie. Van consumenten. Er is een 'Generaldirektion', met bestuursvoorzitter Herbert Bolliger, er is een 'Verwaltung' (een raad, maar geen commissarissen) en er is een 'Delegiertenversammlung' (21 personen, jawel, waarin een klein land groot kan zijn...), dat laatste is het gremium met consumenten als bezitter/aandeelhouder of, zeg maar, 'Genosse'. De Zwitsers hebben zitting in de bestuursgremia van de tien regionale Migros-coöperaties (Migros



Zo'n Migros Take Away biedt broodsoorten, koffie/thee/fris, gebak en bijvoorbeeld deze wraps en soorten cake hier.



De aparte unit voor bloemen en planten van Migros heet Migros Florissimo.



Dachten we dat we alles wel gehad hadden? Hemmes: "In de hal van deze Bazelse mall vinden een Migros Gourmessa, soort TakeAway met brood, sandwiches en koek en gebak."



Weer chocolade, ditmaal van Migros-premium-merk Sélection. Onderscheidende verpakking. Linksboven zelfs met vissen... 4,50 Zwitserse franken, da's ongeveer € 3,60; het mag wat kosten daar in de bergen.



En hier zijn we in een Migros Restaurant. Te vergelijken met La Place volgens ons. Of moeten we zeggen dat Paul Bringmann voor de veranderingen van La Place ooit eens goed in Zwitserland heeft rondgeneusd?



Kaas vormt een grote markt in dit land, dus vinden we in deze Migros MMM een ruime en zeker zo mooi opgezette kaasafdeling.



Een box met 'wat de klant aan artikelen over heeft, voor de armen'. Het gaat dan om langer houdbare artikelen, die Migros terugneemt en verdeelt. Migros vraagt er beleefd bij dat de klant geen artikelen deponeert die over de datum zijn. En het wijst op zijn 'Kulturprozent' (1% van de omzet gaat naar educatieve en onderwijsdoelen).



De koelverse pizza's worden in een Migros handgend gepresenteerd. Zo nemen ze wel flink wat ruimte in beslag, maar de klant ziet zo wel meteen waar me de pizza mee belegd is. We vragen ons wel af of het beleg (kappertjes, stukjes olijf, tonijn, champignon etc.) niet in de krimpfolie naar beneden valt.

Bazel, Zürich, Genève, Luzern, Neuchâtel, Ticino, Wallis etc.) en oefenen daar hun invloed uit op prijs, aantal winkels, assortiment, reclame en zo verder. Hoe langer zo iemand lid van een bestuur is, hoe meer hij of zij ervan afweet, nemen we aan. Nu moeten er nogal wat Zwitsers lid zijn van Migros (en van tegenvoeter Coop), en dan is het toch gek dat diezelfde Zwitsers de laatste jaren steeds meer aankopen doen bij Aldi en Lidl. Kennelijk is dat directe voordeel van discountersprijzen verleidelijk genoeg om zelfs een wig te slaan tussen de eigenaar en zijn supermarkt. Wie bij Aldi en Lidl inslaat, benadeelt immers zijn eigen Migros-coöperatie. Nu zijn consumenten uiteindelijk nooit zo rechtlijnig, ook in Nederland zullen er aandeelhouders van Ahold of van Sligro zijn die (incidenteel of structureel, wie weet) ergens anders inslaan dan bij AH of Emté. Maar in het geval van Migros is het een bijzondere situatie.

Migros in cijfers? De totale omzet van 2012 is € 20 miljard (detailhandel en productie, die ook in andere winkels buiten Migros om wordt verkocht). De totale detailhandelsomzet is € 17 miljard (food, non-food, horeca). De omzet in de Migros-supers, -hypers, -stadssupers- en -buurtwinkels omvat € 9,2 miljard. Dat bedrag is een lastige. Want het omvat waarschijnlijk voor een deel ook horeca-omzet als die horecapunten onderdeel zijn van een super- of hypermarkt en het is niet duidelijk of er franchise-omzet tussen zit.

Migros heeft (gegevens 2012) ongeveer 2.000 vestigingen: ongeveer 40 MMM-vestigingen, zo'n 200 MM's en bijna 300 supermarktvestigingen met één M. En dan zijn er nog tal kleine winkels onder andere onder de naam Giro (125 vestigingspunten), vaak ook nog eens franchise. De discountdochter Denner omvat bijna 800 vestigingen. Migros heeft in food een marktaandeel van ongeveer 28%, maar daarin is Denner niet meegeteld. De nummer twee van Zwitserland, Coop, heeft in de levensmiddelenomzet ongeveer 22% marktaandeel. Migros en Coop hadden grotere marktaandelen in handen, maar hebben wat procenten moeten afstaan aan Aldi en Lidl. Die groeien daar, net zoals ze bijvoorbeeld in Engeland in opkomst zijn. En zoals met name Lidl in ons land in opkomst is. Maar iets klopt hier niet aan. Migros en Coop zijn zo groot in hun thuisland, dat ze ieder afzonderlijk altijd veel meer marktaandeel zouden moeten hebben dan plaats van 28 en 22. Want Aldi en Lidl hebben maar elk enkele procenten, Denner hooguit 10 en Spar, Jelmoli en Manor zijn in food ook maar kleinere spelers. Vermoedelijk worden in Zwitserland alle speciaalzaken erbij gerekend als het om 'food' als sector gaat, anders is dat niet te verklaren.

Zijn we er dan? Nee, dan hebben we heel veel niet behandeld. Zoals die meneer Duttweiler, die als prijsvechter begon en langzaam aan zich ontwikkelde als voorvechter van de emancipatie van de

gewone burger. En hij verdeelde zijn bezit. Zijn levensmiddelenwinkelketen was van hem, maar al na de Tweede Wereldoorlog besloot hij dat zijn bedrijf een bezit voor elke Zwitser zou moeten worden. En hij maakte er een consumenten-coöperatie van. Tja, dat ene kennisinstituut is niet voor niets naar hem vernoemd. Ter illustratie, Duttweiler was een held voor wijlen Ab Heijn. Nu moeten we wel melden dat Duttweilers latere stappen in de nationale politiek weinig succesvol waren, maar dat zij hem vergeven. Nog meer? Migros doet aan 'das Kulturprozent'. Van alle omzet gaat 1% naar onderwijs- en educatieve doelen. We bedoelen maar. Migros, kom ook eens naar Nederland! ■



In een Migros nabij Genève: een lange koelwand met chocolade, koek, jam, vleeswaren, olijfolie, balsamico, onderleggers, hartige snacks etc. van het premiumhuiskmerk Migros Sélection.