

In de reeks Zwitserse formules, met beelden/indrukken van Erik Hemmes:

Deze maand Globus

Delicatessa

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



In elke grotere Globus Delicatessa is ruimte voor horeca; gewoon een hapje eten aan de bar. De prijzen zijn niet misselijk, maar goed, we zitten niet aan de eerste de beste toog en bovendien, het is Zwitserland, nietwaar?

Let ook even op de sfeer: grijs, zilver en wit, modern, chique maar zeker niet ouwelijk. Marmeren bar... Er is al gedekt. Aan 'huiswijn' doet Globus aan de toog niet. Juist een retailmerk dat toch een kwaliteitsimago van jewelste zou moeten hebben... nee, júst niet, moeten de Zwitsers hebben gedacht, laat het wijnhuis van onze keuze voor zich spreken; uitgangspunt van het betere restaurant.

SUPERMARKTEN IN ZWITSERLAND:

Globus Delicatessa

Na Migros, Coop, Manor, Jelmoli en Denner is Globus Delicatessa de laatste in de serie Zwitserse supermarktketens en andere levensmiddelenformules. Met Globus Delicatessa hebben we nog een fraaie formule te bieden.

Alles bij elkaar blijken dan Migros en Coop middle of the road, Denner de echte onderkant met een softdiscountbenadering, terwijl de levensmiddelenafdelingen van Manor en Jelmoli zonder meer premium-levensmiddelenformules

zijn. En Globus Delicatessa hoort daar ook bij. We zeggen er meteen bij: Globus een supermarkt, nou, nee. Nou kan al snel iemand denken 'Globus? Goh, ik wist niet dat die Duitsers ook al in Zwitserland



Een overzichtsbeeld als dit laat duidelijk zien hoe ver Globus Delicatessa van de uitgangspunten van een supermarkt afstaat. Hemmes: "De agf zien we in kisten, houten kratten, manden, de opstelling is het tegendeel van rechthoek, rechtaan. En bij elke versafdeling staan medewerkers klaar voor advies of ze zijn bezig met de warenpresentatie." (Het zal ook vast niet het loonkostenpercentage van de Nederlandse supermarkt zijn.)

En hier zitten we aan de wijnbar. Wijnbar? Ja, de wijnbar. Een horecavergeving erbij pakken is voor Globus kennelijk geen beletsel geweest (weten wij veel hoe de Zwitserse wetgeving in elkaar zit...). Een wijnbar past uiteraard bij de beleving van de formule, die eigenlijk alleen maar wil verleiden door één middel: assortimentsbeleving die door de mond gaat. Hemmes: "Kijk ook eens naar de strakke, rustige vloer, waardoor de presentaties sterker overkomen. En overal spotlights. Geen tl te bekennen."

(We zeggen het er maar weer even bij; de bestuurslagen van de consumentencoöperatie Migros houden in ere dat Migros geen wijn en andere alcoholische drank verkoopt. Maar in de overgenomen bedrijven Denner en Globus is dat criterium niet doorgetrokken...)





Wie van efficiency, strak gespiegelde schappen en lange, rechte gangpaden houdt, is bij Globus Delicatessa aan het verkeerde adres. De formule heeft eigenlijk nauwelijks schappen. Bijna alles, ook houdbare artikelen, staat gepresenteerd op: houten tafels, houten kasten, houten of soms metalen rekken, oude karren, tonnen, manden en andere objecten die een gezellige en/of smaakvolle sfeer oproepen.

Zo kunnen we hier niet melden waarom bij de wijnen takkenbossen met kruiden worden gepresenteerd, maar het oogt wel sfeervol. En buiten dat, Globus heeft bij andere afdelingen, met verswaren, ook die takkenbossen hangen. Hemmes: "Burt's-chips bij de wijn, mooi voorbeeld van 'consumptiemomentpresentatie'."



De sappenpresentatie oogt als een bar. Hemmes: "Verzorgd, mooi. De flesjes in ijs, bovenin fruit in glazen bakken en alles in een 'clean', 'metallic' meubilair."

opereerden. Klopt, doen ze ook niet. Globus in Zwitserland is (helaas) dezelfde naam als het Duitse Globus. Het Duitse Globus is vooral een hypermarktbedrijf, in handen van de familie Bruch, met vooral vestigingen in Duitsland (ongeveer 50) en verder hyper- en supermarkten in Tsjechië en Rusland en daarnaast doe-het-zelfketens en elektronicaketens (omzet circa € 6,7 miljard). En daarbij, er was nog een ander Globus in Duitsland, dat in 2005 in handen kwam van Rewe. Maar dat is het ook niet. Het Zwitserse Globus is een warenhuis: 14 filialen, een (netto-)omzet van € 592 miljoen. Op de site van Globus vinden we verder dat het bedrijf bijna 85.000 m2 vvo exploiteert. Dan kunnen we wel melden dat een Globus-vestiging gemiddeld ongeveer € 800.000 per week per filiaal behaalt en we kunnen zelfs een omzet per m2 berekenen, maar een klein deel daarvan is maar afkomstig

van food. Het merendeel omvat: mode, cosmetica, woninginrichting; en dan pas eten en drinken. Maar dan wel op een niveau dat voor de rijkere Zwitser bestemd moet zijn. Een blik op de Globus-site illustreert dat: promotie voor... 'olijfolie van de maand'. Voor een speciale Nieuw-Zeelandse zalm. Pata negra-ham. Speciale zeevruchten uit Madagaskar. Kaviaar. Het zijn artikelen die nog hoger in de boom zitten dan wat de Nederlandse supermarkt doorgaans in de tijd voor kerst of Pasen aanprijst. Van wie is Globus? Tja. Weer is het Migros



Kaas aan de ene kant, met een prachtig iconische camembert of brie in de vorm van Pacman (herkenbaar voor degenen die de jaren tachtig met Pacman en Commodore-computerspellen nog hebben meegemaakt). En glazen flesjes yoghurt aan de zijkant. Hemmes: "Maar dan daar toch ook takjes groen ertussen, om de natuurlijkheden te illustreren."



Barbera is de olijfolie waar het hier om gaat. Op elkaar gestapeld met slechts een glasplaat, staande op een tafel van ruw hout. En toch even weer een stronkje rozemarijn erbij. En een antieke tuintop. Hemmes: "En je ziet overal schaalte staan, om te proeven."

We stellen het ons even voor dat je dit in een AH, Jumbo of Plus ziet. Trouwens, zo'n literfles Barbera kost: 22,90 Zwitserse franken = € 18,73.



Uitleg over zeevruchten en over thee. Dé boodschap is op en top culi: 'beste bezoeker, zó zit het en wij weten daar alles van...'

O ja, kaviaar aanvullen voor in het weekend! We zijn hier duidelijk aan de top van de levensmiddelenmarkt gekomen. Prijzen? Van 75,- tot 599,- Zw. franken, = € 61,- tot € 490,-. Hemmes: "Prachtige verticale presentatie, met handgeschreven teksten, alsof het marktwaar is."



dat dit bedrijf heeft. Dat was al zo met Denner (FoodPersonality mei) en ook Globus is van de Zwitserse reus. Sinds 1997. Het illustreert wel waar Migros overal z'n tentakels in heeft: van de zes formules die we in deze reeks behandeld hebben, zijn er drie direct of indirect van Migros. Globus is officieel ontstaan in 1907, in een periode dat het warenhuis overal in de westerse wereld in opkomst was. De stichter is half-om-half Josef Weber, die in 1892 in Zürich een warenhuis begon, maar een jaar later kocht een bankier,



De schaal- en schelpdieren worden ook mooi gepresenteerd, en gelukkig is er al wat van besteld. In een formule als Globus ben je bang dat het kijken te veel de overhand heeft op kopen.



Wijn proeven en nog eens wijn proeven, vast met een passend kaasje of stukje vleeswaar erbij. Hemmes: "De glazen hangen erboven, klaar om te pakken." En het andere beeld: achter dat gordijn kan de klant whiskey proeven.



'Fotografieren Sie mich,' zegt het bord van zichzelf. Want daarop staan suggesties voor cocktails. We zijn hier op de afdeling 'summerdrinks', waar Globus de klant ideeën aan de hand doet om iets anders te proberen dan wijn, bier of gedistilleerd. Hemmes: "Het zijn voorbeelden van Lillet rosé en wit, in combinatie met onder meer champagne, citroenlimonade, tonic en grapefruitsap."

Heinrich Burkhardt, dat warenhuis en doopte het om tot 'Magazijn van de wereld' (= 'globus'). Het warenhuis bleef in de beginjaren kwakkelen, Burkhardt kwam geld te kort voor zijn bank, verkocht het daarom maar aan verschillende anderen, toen ging het nog slechter met Globus en de nieuwe aandeelhouders smeekten Burkhardt om weer op de directeursstoel te gaan zitten.

In 1917 blijven er echter twee families over die Globus willen hebben, de familie Mahler en de familie Bitterli. En die blijven aan zet tot aan 1997. Globus groeit door de jaren heen, het stripfiguur Globi (van Globus) is bijvoorbeeld jarenlang een bekende kinderheld en door Globi ontstaat zelfs een eigen uitgeverij daarvoor. Bovendien verslaat Globus z'n directe concurrent Jelmoli in de

strijd om landelijke uitbreiding, want het neemt bijvoorbeeld veel Jelmoli-vestigingen over. Maar van de andere kant, de geschiedenis van Globus blijft er ook een van tegenslagen en verkeerde gokken. Zo begint Globus, zelf bovenkant-marktsegment, ooit met 'Au Bon Marché', dat een soort middensegment zou moeten worden. Maar na jaren van duwen en trekken en toch alleen maar



En dit is weer de chocoladepresentatie in een andere Globus. Zwitserse chocolade, uiteraard, tot blikvanger gemaakt door een feestelijke, lampionachtige decoratie van de Zwitserse vlag, de beroemde berg de Matterhorn en de bekende klokkentoren uit Bern.



In een andere Globus-vestiging ziet het er weer zó uit: 'le bar à chocolat' en verderop 'le bar à vin'. Hemmes: "Dit is wel een kleinere Globus, van zo'n 300 m² vvo. Naast een grote Migros, trouwens."



Hemmes: "Dit overzicht laat zien wat voor hoogwaardig materiaal Globus gebruikt, het lijkt een en al metaal."



Bij de afdeling voor Italiaanse gerechten hangen geen takkenbossen, maar 'gewoon spaghetti'.



verlies maken, stopt Globus hiermee. In 1997 zijn de verliezen met Au Bon Marché zo groot dat de overgebleven familie Bitterli, dan enig aandeelhouder, Globus aan Migros verkoopt. Migros zet er – uiteraard – een paar nieuwe directeuren op en die besluiten Globus om te vormen tot een nog exclusiever warenhuis dan het al is. Begrijpelijk ook, als je Migros hebt en je krijgt er discounter Denner bij, pak je Globus om de bovenkant van de markt af te struinen, zoiets. Dus wordt de levensmiddelenverkoop van Globus omgevormd tot 'Globus Delicatessa', een exclusieve 'food hall'. Bij Globus wordt ook gesneden en gesaneerd in die jaren. Zo gaat de uitgeverij rondom dat Globi-figuurtje de deur uit. Nou is het de vraag of Globus in de problemen blijft en uiteindelijk zal verdwijnen. Een warenhuis met een levensmiddelenafdeling, tja... Is dat nog levensvatbaar, als je ziet dat bijvoorbeeld retailmiljardair Galen Weston uit Canada (aandeelhouder van de Canadese supermarkt-marktleider Loblaw) Bijenkorven in ons land dichtdoet en er prijsstuntende Primarks van maakt (wat ook van hem is, via de gekke tussenconstructie Associated British Foods, een levensmiddelenfabrikant eigenlijk, die naast Ryvita, Jordans en Twinings ook

Primark heeft)? Kijk ook naar de al jaren durende problemen van het Duitse koppel Karstadt en Galeria Kaufhof van het Duitse Metro. Hoe dan ook, gek genoeg, juist onder de paraplu van Migros, heeft Globus weer uitgebreid: afgelopen najaar heeft het de modeketen Schild overgenomen. Maar kijkend naar deze beelden is het te hopen dat een prachtformule als deze blijft bestaan. Kijk vooral naar de manier waarop Globus enkel en alleen de hoogwaardige kwaliteit van het aanbod communiceert. Met tal van originele middelen om alle waar zo goed mogelijk tot z'n recht te laten komen. Er is in Nederland geen formule die zo sjiek en verleidelijk te werk gaat. Er is ook geen formule die zulk hoogwaardig eten en drinken bij elkaar biedt. ■

Meer foto's bekijken? Mail Erik Hemmes, info@erikhemmes.nl

Bij het gebak en banket maakt Globus gebruik van etagères. Hemmes: "Zoals in een restaurant, bij de koffie en thee na het diner, of gewoon thuis bij bezoek. Trouwens, uit een oogpunt van efficiency – stapelbaar, immers – zou dit een Nederlandse supermarkt ook kunnen aanspreken?"