

Foodformules uit Duitsland, met beelden van Erik Hemmes: deze maand Kaiser's.

Door: Gé Lommen Foto's: Erik Hemmes



Dit is eigenlijk even verwarrend als creatief: asperges, sauzen, wijn, keukengerei... vers, dkw en non-food, allemaal door elkaar, in manden. Hemmes: "Ja, dit is nou wat ik een 'consumptiemomentpresentatie' noem, tot aspergeschillers aan toe. Volgens mij een belangrijke trend in presentaties in supermarkten in het buitenland, maar ook bij ons. Ik moet zeggen, in werkelijkheid is het overzichtelijker dan op deze foto. Gek genoeg zag ik er ook paneermeel bij staan, geen idee waar de Duitse consument dat voor gebruikt als er asperges gegeten worden."

FOOD RETAIL IN DUITSLAND: Kaiser's

Deze maand de vierde in de reeks Duitse formules met beelden en commentaar van Erik Hemmes, van Erik Hemmes/Trade Marketing Services. Hemmes bezocht in Berlijn onder andere filialen van Kaiser's. Kaiser's, o ja, dat bestaat nog. Het zou overgenomen worden. Door Edeka. Dat werd in oktober vorig jaar bekendgemaakt. Maar het gaat vooralsnog niet door. Want het Bundeskartellamt, de Duitse mededingingsautoriteit, heeft de over-

name afgekeurd. Edeka zou door de overname in plaatselijke marktgebieden een te groot marktaandeel hebben. Dus afgeketst. Tot op heden zijn er geen vervolgstappen gemeld. Want Edeka en Tengelmann kunnen natuurlijk alsnog afstand doen van vestigingspunten, waardoor die Duitse kartelwaakhond het goedgekeurt. Tengelmann, dat is dus de eigenaar. En die kennen we wel. Tengelmann, dat was in een verleden Jac. Hermans, nadat de gelijknamige

eigenaar het verkocht had. Daarmee hadden we in de jaren tachtig en negentig ook twee Duitse supermarktbedrijven in de Nederlandse sector. Aldi en Tengelmann. Eventjes kwam AVA er nog bij, met een pilotwinkel in Heerlen, en tegelijkertijd kwam Lidl de sector binnen. Maar Tengelmann trok zich terug, in 2000 ging A&P van de hand, Schuitema kocht de filialen (een stevige aankoop van Jan Brouwer c.s. destijds) en maakte er C1000-filialen van.



Dit Kaiser's-filiaal vond Erik Hemmes in hartje Berlijn. Opvallend is de agf die buiten gepresenteerd wordt als actie-artikel. En verder valt ook het logo van een pot koffie op. Waar dat vandaan komt? In 1971 nam Tengelmann het bedrijf 'Kaiser's Kaffeegeschäft' over, een koffieketen en -producent. Die naam werd later de naam van de fullserviceformule van Tengelmann. En daarbij: Tengelmann was oorspronkelijk een handelsonderneming in koloniale waren en was naderhand zelf ook een koffieketen en -producent.



De afdeling voor vlees, vleeswaren en kaas is in bediening. Behalve woorden als worst, salami en serrano zien we ook 'Birkenhof'. Dat is het vleesproductiebedrijf van Tengelmann zelf. Hemmes: "De achterwand wordt voor de communicatie gebruikt, met onder andere beeldschermen, de toonbank zelf wordt vrijwel leeggehouden. Resultaat: meer visuele aandacht voor de artikelen in de vitrine."



Deze artikelen, te bestellen in bediening, zijn 'brot-aufstrich', dus broodbeleg. Dat komt weinig voor in Nederland, alleen voor salades. Hemmes: "Door de houten tonnen met daarin roestvrij stalen bakken lijkt het veel, terwijl het in werkelijkheid een beperkte hoeveelheid is. Holvulling noemen we dat in vaktaal, maar hier met uitstraling."



Ook het bewerkte vlees (gehakt, worst, schnitzels etc.) wordt in de bedieningsafdeling aantrekkelijk gepresenteerd. Hemmes: "De prijzen vallen mee, maar de presentatie is verzorgd en ademt vakmanschap uit."

A&P? Ja, want Jac. Hermans werd ergens in de jaren negentig omgebouwd tot A&P-supermarkt en die ene grote winkel in Venlo was zelfs een tijd A&P-hypermarkt. Tengelmann had ook nog een discountketen hier: Kom + Koop, analoog aan wat in Duitsland de naam 'Lauf + Kauf' had. Naderhand werd dat Plus in dat land, niet te verwarren met Plus in onze branche. Kom + Koop verdween ook in onze branche met stille trom. Goed, waar waren we, Kaiser's dus: ongeveer 500 vestigingen, en een jaaromzet van bijna € 1,94 miljard (omzet uit jaarverslag 2013, terwijl het in 2012 nog € 2,1 miljard was). Kaiser's opereert in drie regio's in Duitsland, in Noordrijn-Westfalen, Berlijn en omgeving, en het noorden van Beieren. Met € 1,94 miljard omzet omvat Kaiser's daarmee ongeveer een kwart van de omzet van Tengelmann, dat in zijn geheel een jaaromzet in 2013 heeft van € 7,82 miljard. Het grootste deel van de omzet van Tengelmann, 52%, wordt behaald door doe-het-zelfketen Obi, dat behalve in Duitsland ook veel vestigingen in Centraal- en Oost-Europa heeft. Dan is er verder nog textiel- en non-foodketen Kik, een soort kruising tussen Zeeman en Blokker, dat ongeveer 20% van de Tengelmann-omzet omvat. De resterende 3% komt uit e-commerce-initiatieven, uit Duitsland en uit vele verschillende landen, en uit vastgoedactiviteiten, onder meer in de VS. Van de hele Tengelmann-omzet komt € 5,2 miljard uit het thuisland en € 2,4 miljard uit het buitenland. Tengelmann is in omzet gemeten het op negen na grootste familiebedrijf in Duitsland.

Verder heeft Tengelmann nog twee ijzers in het vuur door minderheidsdeelnemingen, het Action-achtige Tedi, waar Tengelman een 30%-belang in heeft, en de discounter Netto van Edeka, waar Tengelmann een 15%-belang in heeft. Dat belang is ontstaan doordat Tengelm



De zuivelkoelwand is vreemd aangelicht. Hemmes: "Ja, van boven op de kast, van onder naar boven. Met als resultaat een fel licht bij de woorden 'Milch' en 'Sahne' en een paarse gloed. In deze Kaiser's zag ik veel aandacht voor sfeerverlichting, op een manier die ik nergens anders gezien heb. Kijk ook naar dat systeemplafond, op zich niks bijzonders aan, maar door die lichtschermen aan het plafond wordt het levendig, het geeft sfeer en het is zelfs een tikkeltje kunstzinnig."



Hemmes: "Aardappelen zelf inpakken, in plaats van zo'n grote zak kopen: in Nederland zien we dit ook al, maar in buitenlandse ketens nog veel meer, vooral in Scandinavië zag ik het."

mann zijn discounter Plus enkele jaren terug aan marktleider Edeka verkocht. Edeka had naast z'n eigen Edeka-fullserviceformule ook discounter Netto, de verkoop hield in dat Plus-vestigingen Netto-vestigingen werden, maar Tengelmann behield dat 15%-belang in het Netto-onderdeel van Edeka.



Die diepvrieswanden hebben een verhoging waar de consument op kan staan, om bovenin erbij te kunnen. Dat maakt Kaiser's duidelijk met deze voetjes. Hemmes: "Het personeel ging er ook op staan, zag ik; kunnen ze makkelijker bij de bovenste plank achterin komen. Heb ik in Nederland nog niet gezien."

De link van Tengelmann aan Edeka was er dus al vóór Tengelmanns aankondiging van de voorgenomen verkoop van Kaiser's aan Edeka. Waarom Tengelmann wilde verkopen, dat is al in het jaarverslag van 2013 te lezen, waar we lezen dat Kaiser's verlieslijdend is. Daar zegt Tengelmann ook bij dat het in het jaar 2014 nog geen herstel van het resultaat verwacht. Kennelijk heeft de familie Haub gedacht dat na Plus enkele jaren eerder nu ook Kaiser's maar van de hand moest worden gedaan.

Haub? Ja, eigenlijk is Tengelmann een familiebedrijf. Jarenlang stond Erivan Haub aan het roer, sinds 2000 is dat zoon Karl-Erivan Haub. Met als naaste bestuurder Christian Haub. En hoe komt het dat iemand met de naam Haub een bedrijf met de naam Tengelmann leidt? Door huwelijken en door vererving. Zo heb je de naam Beckers bij de naam Delhaize en zo heb je de naam De Carvalho bij de naam Heineken. En niemand die dan zegt: weet je wat, laten we er de naam Haub van maken, of Beckers. Of De Carvalho-bier. Tengelmann was juridisch partner van oprichters Schmitz en Scholl – en dan hebben we het over eind 19de eeuw al. Tengelmann werd de naam van een conglomeraat voedingsmiddelenfabrieken en levensmiddelenwinkels. De naam bleef, maar toen ene Schmitz kwam te overlijden in de jaren dertig, waren Elisabeth Haub en Karl-Erivan Schmitz, broer en zus, de erfgenamen. Erivan Haub, de latere leidsman, was een zoon van Elisabeth. De voornamen Karl-Erivan en Erivan zonder Karl zijn dus generatie na generatie gekoesterd. De huidige ceo Karl-Erivan is volgens de Duitse media verantwoordelijk voor de Europese activiteiten, zijn broer Christian voor de Amerikaanse.

Goed, Tengelmann is dus eigenlijk alle supermarkten aan het verkopen, dat is althans de wens. Wat stelt het daarvoor in de plaats? E-commerce. Tal van start-ups zijn gefinancierd door Tengelmann, of dat nu in Duitsland of in de VS is en dan gaat het al helemaal niet over 'in welk land die start-up



Met wijn pakt Kaiser's fors uit. Houten vloer, ligpresentatie, een 'wijnadviseur' die een beeldscherm is en een bord waaruit blijkt dat je als klant ook een wijnadviseur van vlees en bloed erbij kunt halen. Hemmes: "De indeling is wel op basis van wijnland, terwijl wij in Nederlandse supermarkten steeds meer indelingen op grond van smaak zien. Misschien omdat Duitsland zelf een wijnland is..."

opereert'. Veel vallen er om, soms wordt er een succesvol. Zo heeft de familie Haub een tijd lang al plezier van Zalando, om maar eens een bekende dwarsstraat te noemen. Daar zaten zij in. De familie, die overigens bepaald niet armlastig

is, gokt op de verandering van winkelstraat naar internet en het succes wisselt. Maar je zou ook kunnen zeggen: het bedrijf is niet in staat aan de winnende hand te blijven en verkoopt daarom supermarkten, om zodoende weer in de tegenstel-



Zeldzaam beeld: een dkw-schap met sauzen en maaltijdversierders, ingedeeld op basis van merk. Geen merkblok, maar blokken merken achter elkaar. Eerst Knorr, dan Maggi. Dat zijn inderdaad in Duitsland grote merken. Hemmes: "Dat zal voor de Duitse consument wel overzichtelijker zijn... De kartonnen schapdozen verduidelijken nog eens waar het product voor dient."

Ook dit zien we bij ons weten niet vaak in een Duitse formule: naast het kleinbrood in z'b staat een module 'immer eine gute Idee', een maaltijdsuggestie met de ingrediënten bij elkaar. Zoals Plus bijvoorbeeld met 1, 2, 3, snel-koken, zoals Bilder & De Clercq, en sinds kort kunnen we ook zeggen, zoals Bilder & De Clercq-gerechten bij Plus, een pilot sinds anderhalve maand. Bedenk wel dat de voorganger van Bilder & De Clercq in Berlijn begonnen is: Kochhaus.



ling van winkels te investeren, internet. De tijd zal leren of de familie Haub slimmer is geweest dan veel andere grote kruideniersdynastieën (die van Carrefour, Sainsbury etc., etc.) of juist niet. En eigenlijk is dat ook niet eens een echte rigoureuze keuze, want de Haubs blijven wel degelijk investeren in steen als het om Obi en Kik gaat. Niet aan de winnende hand, zeiden we. Wat totaal niet in het jaarverslag terug te vinden is, maar wat ook nog een enorme aderlating is, is het imperium van Tengelmans, van de Haubs dus, aan winkels in de VS. Want dat A&P, dat betekent in Duitsland weliswaar 'attraktiv & preiswert', maar dat was maar een vondst in een soort initialenomzetting. A&P is vooral: Atlantic & Pacific Tea Company. Ooit een grote theepakker die zich kennelijk van de oevers van de Atlantische Oceaan in het oosten tot aan de oevers van de Stille Oceaan in het westen uitstreckte, en dat werd een levensmiddelenwinkelketen en daarna een supermarktketen. En die supermarktketen kwam

in handen van Erivan Haub, eind jaren zeventig, toen die als Tengelmans-topman A&P kocht. A&P was jaren daarvoor een grote naam. Op internet is te vinden dat een blogger van The Wall Street Journal enkele jaren terug zei dat A&P ooit was wat McDonald's en Google vandaag zijn. Die blogger noemde A&P ook: 'Walmart voordat Walmart bestond'. Erivan Haub kocht dus een grote naam, maar wel een bedrijf in de problemen. Het was financieel op sterven na dood. Haub was dan wel een Duitser, maar hij had een band met de VS, want hij had er gestudeerd. Sterker nog, zijn zoon Karl-Erivan, die nu de bestuursvoorzitter van Tengelmans is, is geboren in de staat Washington, in het noordwesten van de VS. Wat is A&P nu? Het omvat ongeveer driehonderd vestigingen. Het is een verzameling van overgenomen formules. Naast A&P zijn dat Pathmark, Food Basics, The Food Emporium, Superfresh en Waldbaum, met bij elkaar ongeveer een jaarom-

zet van € 550 miljoen (let wel: de jaaromzet van 2013 in dollars, omgezet naar de wisselkoers van nu), allemaal opererend in het noordoosten van de VS. Een speler in vier, vijf staten en dan nog met zes formules. A&P was dus al noodlijdend voordat de Haubs ermee aan de slag gingen, maar mochten zij ooit de droom hebben gehad om van dat A&P een soort Walmart te bouwen, dan mag het duidelijk zijn dat die droom nooit uitgekomen is. A&P kocht zich nog een ongeluk, maar moest ook altijd weer winkels sluiten of verkopen omdat het er niet in slaagde om succesvol uit te bouwen. Daarmee schetsen we Tengelmans dus al met al als een oorspronkelijke food retailer die de laatste jaren op het internetpaard wedt en daarnaast vooral succes boekt in non-food, en niet met food zelf. Een bijzondere marktpartij. ■

Meer foto's zien? Mail Erik Hemmes via info@erikhemmes.nl



Couleur locale; wij kennen dat van bijvoorbeeld de Jumbo in Bunschoten, van ondernemer Van Wincoop. Ook AH laat in enkele winkels in de etalage een blauw-wit beeld zien van een bekend gebouw uit de betreffende omgeving en sinds een tijd versiert ook Lidl z'n nieuwste filialen daarmee. Deze Kaiser's laat de 'Gedächtniskirche', het slot Charlottenburg en de Brandenburger Tor zien.