



In de reeks food retail in het buitenland, met beelden van Erik Hemmes, deze maand een Marktkauf van ondernemersfamilie Stenger in het Duitse Aschaffenburg.

*De agf-afdeling van de Marktkauf van ondernemersfamilie Stenger oogt volgens Hemmes sfeervol. "De manier waarop dat gebladerte en de beplanting als decor en aankleding van de agf-afdeling is gebruikt, heb ik nog nooit gezien. Bijzonder is ook de zwarte achtergrond en de verlichte communicatie op de achterwanden. Producten komen er zo prachtig uit."*

*Wat we ook zien: fruit van San Lucar. Edeka maakt veelvuldig gebruik van die leverancier. Het valt ons op, omdat in onze branche ook Hoogvliet van die leverancier afneemt.*

## FOOD RETAIL IN DUITSLAND

# Marktkauf Stenger

Erik Hemmes van Erik Hemmes Retail Advies reist geregeld naar het buitenland om bijzondere formules te bezoeken voor FoodPersonality. Deze maand: de Marktkauf van Stenger in Aschaffenburg.

Aschaffenburg is een stad van ongeveer 70.000 inwoners, ten zuidoosten van Frankfurt. Anders dan Frankfurt ligt Aschaffenburg niet in de deelstaat Hessen, maar in Beieren, in het noordwestelijke puntje daarvan. De familie Stenger zal waar-

schijnlijk 'goed boeren'. Want ze hebben maar liefst 13 Edeka-vestigingen en behoren daarmee tot de vele Edeka-ondernemers of -franchisers met meer dan 10 Edeka's. En daarnaast hebben ze nog een Marktkauf. Marktkauf is ook onderdeel



Edeka-ondernemersfamilie Stenger heeft dertien Edeka's en deze Marktkauf. Deze familie heeft volgens ons vrij veel vrijheid om zelf de accenten in zo'n grote Marktkauf te bepalen. Hier leidt dat tot een sfeervol aangeklede kruidenpresentatie, dat doe je alleen als je veel vvo-ruimte hebt. Maar het geldt niet alleen voor de kruiden. Stenger heeft ook een ruime afdeling met Italiaanse producten, 'Sapori d'Italia' genaamd. Hoogwaardig aanbod, maar ook een hoogwaardige aankleding, vooral door de cobblestonevloer van kleine kasseien.





De 'Handwerksbäckerei', dus: 'ambachtelijke bakkerij'. Hemmes: "Deze broodafdeling is het eerste dat de klant ziet bij binnenkomst. Het maakt meteen indruk." Ambachtelijkheid wil Stenger ook uitstralen bij het vlees, waar 'gutes von unserem Meistermetzger' te lezen is: 'meesterslager', dus. Is dat van Marktkauf of van Stenger zelf? Nee. Dat is nog een 'overblijfsel' van de laatste maanden van Real, die toen nog snel tot 'Markthalle' werd omgedoopt. Met een paar prestigieus mooie vestigingen. Daarna zette Metro Real en ook 'Markthalle' in de verkoop. Kennelijk heeft Stenger bepaalde onderdelen van de Markthalle van toen zo gelaten. Ook opvallend: de klant kan ook aardappelen los kopen. Hemmes: "In onze sector zie je dat nauwelijks nog. Ik ben er niet helemaal zeker van, maar in Nederland heeft volgens mij alleen Jumbo Foodmarkt het nog. In Scandinavië daarentegen is het gebruikelijk."

van Edeka. 'De Stengers' hebben die Edeka's niet allemaal in Aschaffenburg zelf, want dan zou het Bundeskartellamt (de Duitse mededingingsautoriteit) hebben liggen slapen. Drie Edeka's en deze Marktkauf zijn in Aschaffenburg gevestigd, de andere tien Edeka's zijn gevestigd in de regio, in steden als Offenbach en Mülheim en kleinere plaatsen als Miltenberg.

Ja, ondanks alle problemen voor de hypermarkt zijn er kennelijk nog steeds supermarkten als deze, die naast een groot en volwaardig su-

permarktassortiment ook een ruim aanbod non-food omvatten. Afgaand op de foto's van Hemmes is dat bij Stenger alleen non-food dat tot huishoudelijke, dagelijkse artikelen mag worden gerekend: boeken en tijdschriften, kookgerei, servies etc. Maar geen tv's, koelkasten, wasmachines of fietsen.

Het vvo omvat zo'n 4.000 m2 vvo.

Hoe kwam Hemmes op deze Marktkauf? Hemmes: "Ik kreeg een tip van een Duitse 'sectorwatcher', die ik ken. En ik vind het een prachtige

supermarkt; sfeer, design, assortiment..."

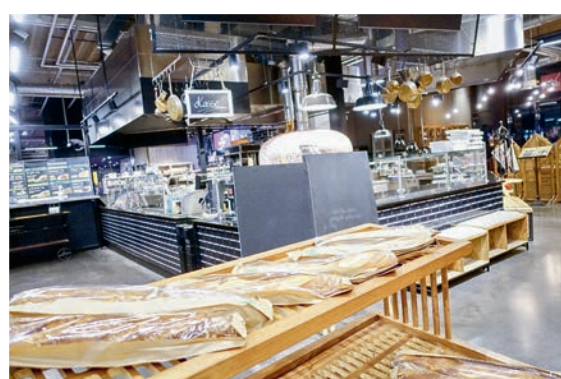
Overigens, Hemmes bezocht deze Marktkauf twee keer. Eerst in het voorjaar van vorig jaar, en daarna enkele maanden geleden. Daarom ziet u als lezer op de foto's nu eens personeel en klanten met een mondkapje en dan weer zonder. Daar zit zeven maanden tussen.

Even kort weer de cijfers over de Duitse supermarktsector, met z'n 83 miljoen inwoners.

Dat is inmiddels een hard gelag aan het worden voor de redacteur van deze rubriek.



Natúúrlijk heeft een formule van zo'n 4.000 m2 vvo ook een horeca-voorziening. Het menu is toegankelijk; maandag 'burgerdag', dinsdag 'haantjesdag', woensdag 'pizzadag', donderdag 'schnittzeldag', vrijdag 'visdag' en zaterdag 'steakdag'. Dat zijn de 'actiegerechten' van week tot week. Daarnaast biedt deze Marktkauf alles wat je als klant hier zou kunnen verwachten, van salades tot belegde broodjes tot warme en koude dranken. Hemmes: "Mooie pizza-oven ook, met rode en witte mozaïeksteentjes." Ook dat is nog een 'overblijfsel' van de laatste maanden van Real, die toen nog snel tot 'Markthalle' werd omgedoopt, net als 'gutes von unserem Meistermetzger'.







*De visafdeling, met uiteraard vis op ijs. Verder biedt Marktkauf Stenger een uitgebreid aanbod kaas en worsten. En los van de bedieningsafdelingen zien we een oude tafel met kaas om te proeven. Hemmes: "Huiskamersfeertje met die oude tafel."*



*Dit zijn een soort salades of, zeg, brood- of toastbeleg uit de Turkse keuken. En als je daar dan niet thuis in bent, zou je dat meteen 's willen proeven. Dit blijkt afkomstig te zijn van 'leverancier Kaya', een döner- en kebabzaak uit datzelfde Aschaffenburg. Dus een lokaal initiatief van Stenger.*



*We hebben deze cijfers al gemeld in de vorige edities, waarin ook een Edeka aan bod kwam en daarna de Rewe-vestiging die één groot duurzaamheidsexperiment is (FoodPersonality februari/maart en april). Maar: nu blijkt dat onze eerste aannames meer in de buurt kwamen dan onze tweede. Zie ook de 'correcties & aanvullingen' op blz. 5 van deze editie. Eerst schatten we de Duitse omzet op ongeveer € 220 miljard, daarna 'corrigeerden' we dat en kwamen we op ongeveer € 180 miljard. Hemmes heeft zijn Duitse tipgever gevraagd. En het blijkt toch rond de eerder gepubliceerde € 220 miljard te zijn, namelijk € 230 miljard. Dat is inclusief discounters, maar*

*Het assortiment wijnen is enorm. Uiteraard: 'als je maar genoeg vvo hebt' en dus met allerlei assortimentsgroepen kunt uitpakken. Maar daarnaast is het – anders dan in de Nederlandse supermarktsector – in Duitsland niet verboden om gedistilleerd te verkopen. En dit soort verleidelijke flessen vergroten het gevoel van een hoogwaardig assortiment. 'Brennerei Feller' is een leverancier uit het Baden-Württembergse Dietenheim-Regglisweiler. Hemmes: "Die cultuur van gedistilleerd en brandewijnen hebben de Duitsers, maar wij niet, helaas." En als contrast: een flinke presentatie dranken in kratten. Wij in Nederland hebben de slijter als verlengde van de supermarkt, denk bijvoorbeeld aan Gall & Gall als zusterformule van AH. Edeka heeft als 'drankenzusterformule' Trinkgut, maar dat omvat niet alleen bier, wijn en gedistilleerd, het omvat ook gewoon frisdranken. Om die concurrentie – zelfs binnen Edeka intern – te ondervangen heeft Marktkauf Stenger dit aanbod.*







*Marktkauf is binnen Edeka de formule die het meest op een hypermarkt lijkt, meer bijvoorbeeld dan 'Edeka-center' of 'E-center'. Nu zien we bij Marktkauf Stenger niet zo zeer mode, elektronica of iets als fietsen, maar de familie Stenger schuurt daar in deze Marktkauf wel een beetje tegen aan; met bijvoorbeeld servies en glazen, met een assortiment tijdschriften dat verder gaat dan een doorsnee-supermarkt, met boeken en ook met een soort afdeling met allerlei non-food met '1 euro' voor elk artikel.*

exclusief het grote aandeel 'foodverkoppen' van drogisterijen. Inclusief die foodverkoppen zou het zelfs op € 255 miljard uitkomen. Marktleader is Edeka Gruppe, het claimt een marktaandeel van ruim 29% 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%. Ook hier weer melden we er meteen bij: de verwarring komt door de grote verschillen in de manier waarop marktonderzoeksbureaus en instellingen in Duitsland de omzet van de supermarktsector in hun land weergeven en de jaaromzetten en marktaandelen van de grootste supermarktbedrijven. Voor alle duidelijkheid: Schwarz Gruppe is in dit geval de omzet van de formules Lidl en Kaufland in Duitsland en Aldi Gruppe is de omzet van Aldi Nord en Aldi Süd bij elkaar in Duitsland. De verwarring hierover is groter dan in ons land: 'bij ons' zijn er slechts luttele verschillen tussen wat marktonderzoekers NielsenIQ en Circana (voorheen IRI) doorgaans melden. In Duitsland melden sommige bronnen dat de omzet van Lidl

en Kaufland (Schwarz Gruppe) groter is dan de omzet van Rewe, Penny en andere formules van Rewe Gruppe. Maar onze nieuwste bron weerspreekt dat. Marktkauf is van Edeka. En omdat Edeka een ondernemerscoöperatie is, vergelijkbaar met Plus in ons land, zijn bijna alle Edeka's ondernemersvestigingen. Maar de landelijke discountformule van Edeka niet, dat is Netto en dat zijn filialen. Bij Marktkauf is dat een mengeling. Voor wie denkt: 'goh, zo'n hypermarktketen, dat zal wel een reus zijn', nou, dat valt best mee. Er zijn zo'n 160 winkels. Het vvo is: vanaf 3.000 m2. En sommige Marktkauf-vestigingen zijn van ondernemers, maar het merendeel is filiaal. Maar: de verantwoordelijkheid voor Marktkauf ligt vooral bij de zeven regiobedrijven van Edeka. Dat zijn Nord, Minden-Hannover, Rhein-Ruhr, Hessenring, Südwest, Nordbayern-Sachsen-Thüringen en Südbayern. Maar sommige regiobedrijven hebben geen Marktkauf, of ze hebben ze verkocht, bijvoorbeeld aan rivaal Rewe, dat er daarna doe-het-zelffilialen van de formule Toom van heeft gemaakt. Wikipedia meldt dat er vier

verschillende sites van Marktkauf zijn geweest, onder verantwoordelijkheid van vier van die regiobedrijven. En het zou de bedoeling zijn dat Edeka-regio's hun Marktkauf-vestigingen aan ondernemers zouden verkopen, maar het leeuwendeel is nog steeds filiaal van zo'n regiobedrijf. Vaak ook is van een kleinere Marktkauf meteen Edeka-Center gemaakt, de grootste variant van de Edeka-formule, vergelijkbaar met Albert Heijn XL en Jumbo Foodmarkt. Het loopt dus allemaal behoorlijk door elkaar, daar bij Edeka. Ook lastig: je zou bijna denken dat Edeka met allerlei bochten naar dat doel Marktkauf zou willen afbouwen, maar ook dat is niet zo. Jaren geleden had je Real, een hypermarktformule van Metro. Dat was al een formule waar Metro enorm mee moest slepen om ervan af te komen. Real is uiteindelijk met hangen en wurgen aan verschillende supermarktbedrijven verkocht, aan Kaufland en Globus en ook Edeka nam er 64 over. In Duitsland zijn nog steeds zo'n 60 grote Real-vestigingen en die zijn in handen van een Luxemburgse investeerder in detailhandelsvastgoed.





*Bijzonder: Stenger heeft een assortiment worsten en vleesconserven in glas. De merknaam? Niet Marktkauf, niet Edeka, maar de ondernemersnaam Stenger zelf.*

*Ook bijzonder: de bloemen en planten hebben een soort 'merk', Bart & Bastian, ze staan afgebeeld bij de afdeling bloemen en planten.*

*Nog eens bijzonder: koffie 'uit de regio'. Dat is een vreemde claim, zolang koffie een product is uit verre landen als Ethiopië, Indonesië of Brazilië, maar blijkbaar is er een koffieboonenverwerker in de regio van deze Marktkauf en daar haalt Stenger deze pakken koffie vandaan. Dan nog, 'koffie uit de streek', dat zou je niet moeten willen claimen.*

*Ook bijzonder: in deze Marktkauf heeft Stenger een koelmeubel met de kweek van kruiden. Hemmes: "Dat hebben we ook gezien bij enkele Albert Heijn XL-filiaal, alleen, dat experiment kwam niet zoveel verder. Ik heb het verder ook in Denemarken gezien. En sinds kort vind je het ook bij enkele vernieuwde Hema's, zoals in Hilversum."*



In mediaberichten van vorig jaar en eerder zie je dan koppen als 'Edeka slaat toe', maar we moeten ons afvragen of deze operatie succesvol is, bij welke overnemende partij dan ook. Van die 64 Real-vestigingen van Edeka werden er 19 omgebouwd tot Marktkauf, waardoor dat aantal dus naar die ongeveer 160 vestigingen groeide. En daarbij, hier gaat een nog veel langere geschiedenis aan vooraf, namelijk de ondergang van AVA, dat Marktkauf had. AVA is een vroegere consumentencoöperatie, begonnen met kleine winkeltjes uiteraard, maar naderhand met hypermarkten en met doe-het-zelfcentra en tuincentra. AVA heeft het zelfs ergens in de jaren negentig van de vorige eeuw in Nederland geprobeerd, met de grote formule Megamarkt, er kwam een filiaal in Heerlen. En die ging twee jaar later weer dicht. Edeka had een steeds groter financieel belang in eerst AVA, dat inmiddels Marktkauf Holding heette. En uiteindelijk werd de formule Markt-

kauf onderdeel van Edeka. Maar eigenlijk zien we hier ook een jarenlang patroon van overnames en verkopen van hypermarktachtige formules. Walmart kocht Interspar in Duitsland, want Interspar was onderuit aan het gaan en Walmart wilde kijken of het in Europa – in een land met veel prijsconcurrentie, maar zonder veel hypermarkten, en dat werd Duitsland – succesvol zou kunnen zijn. Maar: Walmart gaf die strijd in Duitsland al snel op. Walmart-vestigingen werden gekocht door Metro en dat maakte er Real van. En dat werd ook weer verkocht, want het werd zwaar verlieslijdend. Een hoop gedoe dus. Het lijkt op een eindeloos potje klaverjassen met grote hopen vierkante meters als inzet. En hoe succesvol zijn dan die Marktkauf-vestigingen vandaag de dag, vraag je je af, als je weet dat dat Interspar, Walmart, Real en Marktkauf allemaal ten onder gingen en als je weet dat overal

in westerse landen hypermarkten met hun mix van supermarktassortiment met verder mode, elektronica, huishoudelijke artikelen etc. niet meer die aantrekkingskracht hebben van weleer? Alleen Edeka weet dat. En wij niet: in het jaarverslag zien we namelijk wel financiële details over discounter Netto, maar niet over Marktkauf. ■

### 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).