

Foodformules uit Duitsland, met beelden van Erik Hemmes: deze maand deel twee van een tweeluik over Hieber's Frische Center.

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



Elke grotere vestiging van Hieber heeft een horecavoorziening, zoals hier in Schopfheim. Hemmes: "Sfeervol ingericht. Een eindje verderop staan losse tafels en stoelen, met zicht op de omgeving buiten."

FOOD RETAIL IN DUITSLAND:

Hieber's Frische Center

In de reeks Duitse formules met beelden en commentaar van Erik Hemmes, van Erik Hemmes\ Trade Marketing Services, lieten we vorig maand Hieber's Frische Center in Lörrach zien. Deze maand deel twee van het tweeluik, met beelden van Hemmes van twee andere Hieber's Frische Center: die in Bad Krozingen en Schopfheim. Even nog terugkomen op wat we vorige maand meldden: Hieber's Frische Center is het impe-

rium van Jörg Hieber. Deze ondernemer heeft inmiddels de leiding over de supermarkten overgedragen aan zijn zoon, Dieter Hieber, die er nu samen met twee compagnons leiding aan geeft. Hieber's Frische Center omvat inmiddels twaalf vestigingen, alle in het zuidwestelijke puntje van Duitsland.

Hieber is volgens de Duitse Wikipedia-versie de op twee na grootste Edeka-ondernemer in

Duitsland. Nummer één is Karl Preuss, met 22 vestigingen en volgens Wikipedia een omzet van €190 miljoen. Tweede is Adolf Scheck, 12 vestigingen en €164 miljoen jaaromzet. Derde, Hieber, staat bij Wikipedia op €151 miljoen, met eveneens 12 vestigingen, en die 151 miljoen laat meteen zien dat de informatie verouderd is, want we weten inmiddels dat de omzet van Hieber €183 miljoen omvat. (Trouwens, de voor onze branche wat bekendere



Dit zijn de vestigingen van Hieber's Frische Center in Bad Krozingen en Schopfheim (dicht bij de Franse en Zwitserse grens). Het Hieber-logo is prominent, met daaronder 'mijn leven, mijn winkel'. Op de pui van de vestiging Schopfheim is ook een groot Edeka-logo te zien. In de communicatie van Hieber speelt Edeka echter slechts tweede viool.

Hemmes: "Zwarte buitenkanten met witte letters, een perfecte match van zwart en wit, ook binnen in de winkel, ik heb dat zelden zo goed doorgevoerd gezien."



De agf-afdeling van de vestiging Bad Krozingen biedt een groot overzicht van de groente- en fruitsoorten in de seizoenen. Verder valt de afdeling op door de grote decoratieve wanden en de stijlvolle aankleding van het plafond en de lampen. Hemmes: "Een waar theater van agf."



Bij de tijdschriftenafdeling is dit het decor: een opgevouwen krant met daarin de geschiedenis van Hieber.

Edeka-ondernemer Heinz Zurheide staat in dat Wikipedia-rijtje op plaats zeven, met € 88 miljoen en 7 vestigingen.) Vader Jörg is daarnaast ook een tijd Edeka-bestuurder geweest; Edeka is een ondernemerscoöperatie en aangesloten ondernemers vervullen een tijd een functie in het bestuur, veelal als toezichthouder. Dat geldt ook voor Jörg Hieber. Gezien het omzetbelang van Hieber zal zijn zoon ongetwijfeld ook een keer aan de beurt zijn. Vorige maand wezen we ook op de vele onderscheidingen voor het Hieber-bedrijf. Vestigingen zijn vaak bekroond, afdelingen uit die vestigingen zijn vaak bekroond (agf, kaas, wijn, vis, vlees, diepvries etc.), en daarnaast heeft Hieber's Frische Center de nodige onderscheidingen ontvangen voor andere initiatieven, zoals de aanname van bijvoorbeeld Spaanse en Franse jonge werknemers in de periode van de kredietcrisis, toen met name in Spanje de jeugdwerkloosheid ongeveer 40% bedroeg.



De broodafdelingen van Hieber zijn altijd buiten de directe supermarkt, in de gang waar horeca, tabak, pinautomaat etc. geplaatst zijn. Het oogt als een losse bakkerij, een concessionair, zoals dat in de Duitse branche gangbaar is, maar de broodafdeling maakt wel degelijk deel uit van Hiebers supermarkten. Hemmes: "De combinatie van broodverkoop en café stimuleert de verkoop van beide."





In de vestiging Bad Krozingen belandt de klant na de afg-afdeling bij een lange servicecounter met verse vis, kaas en dan worst en vlees. De medewerkers zijn geen piepjonge mensen, maar alle leeftijden zo'n beetje door elkaar. Ter vergelijking: het loonkostenpercentage is ongeveer 13, bij Hieber wordt dus duidelijk geïnvesteerd in medewerkers boven de 18 jaar en reken maar dat ze over ervaring en warenkennis beschikken. Hemmes: "De krijtborden aan de achterwand geven de afdeling het gevoel van een markt en een vershal."



Dit is wel een zeer uitzonderlijk project van Hieber: 'Marktbiere'. We lieten het in de vorige Foodpersonality al zien; de vestiging in Lörrach beschikt over een brouwerij en de ketel staat midden in de winkel – uiteraard wel met een glazen afscheidingswand. Hieber brouwt pils, weizenbier en seizoensspeciaalbiere, zoals bok. op dit bord wordt de klant nog eens uitgelegd waarom en wat de voordelen zijn: beperkt volume, een soort 'special edition'-achtige aanpak. En verder zien we uitleg met termen als ongefilterd, vers, ongesteerd en zonder additieven. Uiteraard; met inachtneming van het beroemde 'Reinheitsgebot'.



Op deze beelden zien we de wijnafdelingen van zowel Bad Krozingen als Schopfheim. Bij de ene valt vooral het houtwerk op, boven de wijnen. Met daarbij een uitgebreide onderverdeling in landen, maar bij het ruime aanbod Duitse wijnen worden ook de streken en dorpen genoemd. Bij de andere vestiging valt weer meer de decoratie op; dunne stalen kettingen die halfhoge gordijnen vormen en zo de wijnafdeling omsluiten. Hemmes: "Hieber heeft een eigen wijnclub en wie wil, kan zich opgeven voor een vijfdaagse wijntrip naar Frankrijk. Verder krijgen leden van deze club korting op wijnpartijen die Hieber aanbiedt."



Betalen met je vingerafdruk, het kan ook bij Hieber's Frische Center. We kennen dit al sinds enkele jaren. Anders dan in de Nederlandse branche, zijn in Duitsland Edeka en Rewe dit betaalmiddel aan het testen. Hét voordeel: snelheid. De vingerafdruk is van tevoren gemaakt, het gaat hier om een herkenning van patronen in een vingerafdruk. Verschillende stemmen hebben al bezwaar gemaakt tegen dit systeem, maar de aanbieders van deze betaalttechnologie zeggen dat slechts een deel van de vingerafdruk gescand is, waardoor het voor potentiële fraudeurs onmogelijk is om de gehele vingerafdruk te bemachtigen. Eigenlijk is het ook niet zo bijzonder: de afdruk in de terminal wordt aan een code gekoppeld en die code is weer gekoppeld aan een bankrekening. De afdruk gaat als het ware vooraf aan een code, dat zou dan in Nederland de pincode zijn. En toch werkt het niet langzamer, maar sneller.

Daarnaast valt Hieber's Frische Center op door bijzonderheden die je eerder van een supermarktketen verwacht dan van een ondernemer met enkele vestigingen, maar de ambities zijn er dan ook naar. Zo heeft Hieber's Frische Center zijn eigen tijdschrift, 'Mein Hieber'. Zo laat Hieber in de eigen vestiging in Lörrach eigen bier brouwen. Zo heeft Hieber zijn eigen wijnclub. Een eigen kinderclub. En de wielrenliefhebbers zullen bekend zijn met de 'Tour de Hieber', de wielrenwedstrijd die daar elk jaar plaatsvindt – geen officieel criterium, voor zover wij konden nagaan, maar toch. De omvang en de uitstraling van de winkels zijn zo vermaard dat iedereen wel kan raden wat het assortiment kan zijn: ja, er is inderdaad nog sprake van een vechtkerk in het assortiment, Edeka Gut & Günstig, maar voor de rest is het kwaliteit en nog 's kwaliteit wat de klok slaat. Gericht op lekker eten. De grotere Hieber-vestigingen zijn een vat vol inspiratie, de verkoopomgeving oogt stijlvol en verzorgd, met hoogwaardige materia-



De afdelingen voor worst en vlees. Bij de vleesafdeling valt de informatie op de koop op: daar wordt in detail uitgelegd hoe je een goede steak (biefstuk) bakt. Hemmes: "Bij de worstafdeling valt weer op wat Hieber allemaal aan soorten in huis heeft. Zo zag ik een bord met 'saltufo-kugel', voor € 3,99. Het is een salami in de vorm van een bolletje, met verse truffel erin en een omhulling van parmezaanse kaas."



Hier liggen de exemplaren klaar van het kwartaalblad 'Mein Hieber', het blad voor de twaalf Hieber-supermarkten. Er is ook nog 'Mit Liebe', dat is het tijdschrift van Edeka zelf, dat een frequentie heeft van eens per twee maanden. Naast Mein Hieber zien we ook nog reclame voor de wifvoorziening van de winkel.



'Bierstrasse'? In sommige vestigingen gebruikt Hieber zulke aanwijzingen in de dkw-gangpaden. Bierstrasse, cerealiënplatz, en andere artikelen met 'weg', 'gasse', 'allee', 'ecke' et cetera.

len. Zeker zo opvallend, het bedienend personeel is van duidelijk volwassen leeftijd, ook personeel is een investering in plaats van een last. En omdat een grotere Hieber-vestiging graag klanten langer 'vasthoudt', bevatten ze vaak ook horecavoorzieningen. Die in Lörrach zelfs meer dan een, maar ook die in Bad Krozingen en Schopfheim bieden de mogelijkheid om van alles en nog wat te nuttigen, van gebak tot Italiaans eten. En altijd weer valt het op dat de naam van de familie zelf veel meer naar voren komt dan de formulenaam. Wie een Hieber-vestiging nadert, ziet van veraf al de witte H met rode punt op een zwarte wand, en de vlaggen. Soms, zoals in Schopfheim, zien we ook nog het geel-blauwe embleem van Edeka, maar het blijft voor de Nederlandse branche toch uitzonderlijk hoe vrij ondernemers erin zijn om de eigen naam meer ter profilering te gebruiken dan de formulenaam. ■

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