

FOOD RETAIL IN DE VS:

Central Market

Erik Hemmes maakte héél veel foto's van formules uit Texas en Oklahoma.

Deze maand: Central Market.

Door: Gé Lommen Foto's: Erik Hemmes

In de Texaanse stad Plano, in de buurt van Dallas, bezocht Erik Hemmes van Erik Hemmes\Trade Marketing Services deze vestiging van Central Market. Central Market is een keten van slechts negen vestigingen. De eerste ging open in Austin, in Texas. Hé, laat dat nou de stad zijn waar Whole Foods Market zijn hoofdkantoor heeft. En dat is geen toeval. Komen we op terug.

Central Market is niet 'van zichzelf', maar van H-E-B. H-E-B is – en dan kiezen we uit verschillende gegevens van verschillende internetbronnen – de nummer 25 van de VS. H-E-B is de naam van een keten die vroeger H.E. Butt heette, naar de familie van de oprichters. Het was ene Florence Butt, die in 1905 een kruidenierswinkel begon. Over een man of partner wordt geen gewag gemaakt, maar ze had wel kinderen. Toen haar jongste zoon Howard Edward Butt terugkeerde van de Europese slagvelden van Wereldoorlog I, besloot zij dat hij de winkel zou moeten overnemen. Deze zoon breidde uit door meer winkels te openen en dan begint het al te lijken



Deze Central Market lijkt voorheen een ranch te zijn geweest; traditionele bouwstijl uit Texas, met een silo en al erbij. Maar het pand is nieuw, hoor.

op de latere keten die zijn naam heeft: H(oward) E(dward) Butt. Bij de familie Butt is het kennelijk geen voorrecht om de oudste zoon of dochter te zijn, want ook van Howard Butt was het de jongste zoon die hem opvolgde, Charles, in de jaren

zeventig. Inmiddels is deze Charles 'chairman/ceo', terwijl Graig Boyan 'president/ceo' is, dus de oude Butt is een soort president van de raad van commissarissen en Boyan voorzitter van het bestuur. Het is nog steeds in handen van de familie.



Een uitgebreide visafdeling. Hé, de broccoli wel op ijs (zie rechts), maar de vis niet... Even goeie vrienden, hoor. De Trader Joe-stijl van communiceren zien we terug op dat bord: 'Schiet op, anders ben je te laat!', zegt Central Market.



Sommige agf van Central Market wordt op ijs gepresenteerd. Dat kennen wij eigenlijk alleen maar van vis, in supermarkten in België, Frankrijk en Spanje (en een enkeling in Duitsland en Nederland). Wij denken dan natuurlijk weer: is dat ijs niet veel te koud voor de broccoli, bleekselderij en bloemkool? Opvallend zijn de agf-meubels. Houten tafels, die ook nog eens verrijdbaar zijn. In die houten bakken plaatst het personeel plastic bakken met agf. Alles is erop gericht om de presentatie te kunnen veranderen. Er hangen ook geen vaste productborden, maar A4'tjes in een plastic mapje. Die A4'tjes hebben dezelfde kleur als de houten stelling, 'ton sur ton', dus.



Natuurlijk: levende kreeften op de visafdeling in een aquarium. Kan niet ontbreken in een echt foodparadijs.



Er zijn meer ingangen, bij deze valt natuurlijk de vlag met kaasreclame op, en verder lopen we tegen Halloween aan, met pompoenen in de aanbieding.



Central Market presenteert drie soorten bananen. Rijpe bananen, bananen die over twee tot vier dagen rijp zijn en biologische. En ze zijn allemaal 'Texas-sized', daar zullen ze wel 'groot' mee bedoelen?



Nou even niet naar de klant met cowboyhoed kijken. Een contrastrijke, verrassende agf-afdeling, kijk naar de borden. Nu eens appels, dan weer biologische verse kruiden en meteen daarnaast weer guacamole, dat toch geen echte groente is maar een avocadodipsaus. Niet duidelijk. Maar misschien geen probleem?

Vandaag de dag heeft H-E-B een jaaromzet van bijna €15 miljard, behaald met zo'n 350 vestigingen. Dat is een groot bedrag voor dat aantal winkels, maar op een paar gemakswinkels in steden na zijn het dan ook grote winkels. De meeste daarvan heten H-E-B, maar er zijn formulevarianten. Zo is er een H-E-B Plus, zeg maar, een hypermarkt met nog meer non-food dan een gewone H-E-B (muziek, speelgoed etc.). En in de stad Laredo met veel Mexicaanse immigranten en uit Midden-Amerikaanse landen is er 'Mi Tienda' ('mijn winkel'), met een vooral 'hispanic' as-

sortiment. En dan hebben we nog 'Joe V's Smart Shop', een soort antwoord op Aldi, met overigens wel het nodige vers. Verder heeft H-E-B ook nog zo'n dertig vestigingen in Mexico, waar 'thuisland' Texas aan grenst. Op de site van H-E-B is dat echter niet meer te vinden. Dat zou kunnen inhouden dat die stap naar het buitenland weer ongedaan is gemaakt en dus kennelijk geen succes is geworden, maar duidelijk is dat niet. Ook is H-E-B ooit in buurstaat Louisiana gestart, maar daar is het bedrijf ook weer van teruggekomen. H-E-B is een van de weinige supermarktbedrijven met eigen fabrieken. Dat past in een voorbijgelande trend; met name in de decennia na Wereldoorlog II hadden in Europa en de VS aardig wat supermarktbedrijven eigen productielocaties, denk ook aan vleeswarenbedrijf Meester, melkfabriek Sterovita en koffiebrander Marvelo van Ahold. Die fabrieken zijn in de periode dat het begrip

'kernactiviteiten' opkwam, grotendeels van de hand gedaan, maar H-E-B heeft nog steeds een melkfabriek en een centrale bakkerij.

H-E-B profileert zich verder met een omvangrijk goeddoelenprogramma en de site staat bol van de term 'community'. Tegenwoordig bejveren zich wel meer supermarktketens met goede doelen, maar deze is opmerkelijk: van de jaarlijkse brutowinst vóór belasting staat H-E-B 5% af aan goede doelen voor de marktgebieden rondom de vestigingen van H-E-B-winkels. Veel van dat geld gaat naar scholen, onderwijsprojecten en H-E-B reikt elk jaar speciale prijzen uit aan scholen of zelfs individuele onderwijzers of leraren die bijzondere prestaties hebben verricht. Verder profileert H-E-B zich met projecten die met diversiteit en integratie van doen hebben, wat niet vreemd is in het gemêleerde zuiden van Texas.



De wijnen zijn niet op herkomst of druivensoort ingedeeld, maar op smaak. En die heten dus... nou, 'bubbling' snappen we nog, maar dan komen 'zesty', 'silky', 'succulent', 'lush', 'opulent', 'bold' en 'nectar'. Toch een indeling zoals in Nederlandse winkels, van fruitig naar soepel naar robuust, zo iets. Het gaat ook merendeels van wit en rosé naar rood, met 'nectar' als aanduiding van wat wij dessertwijn zouden noemen.

Erboven... 'grape expectations', kwinkslag naar Charles Dickens' klassieker in de Engelse literatuur: 'Great Expectations'.

En dan daarvóór: een actiepresentatie met speciaalbieren. Navigatiegemak voor de bezoeker zal Central Market kennelijk worst zijn. Soort tegengif voor de shopper marketeers die daar altijd op hameren.



O, maar we hebben nog meer wijn, hoor. En die vinden we dan weer haaks op de bierpresentatie...



Central Market: negen vestigingen. Doet er niet toe, hebben ze bij Butt gezegd, we doen er een eigen merk bij. Dit hier is zelfs biologisch.



De broodafdeling. H-E-B heeft een eigen centrale bakkerij, maar kennelijk wordt in een Central Market-vestiging nog zelf gebakken. Als het al niet zo is, dan wordt in elk geval de indruk gewekt. Voor Amerikanen is dit 'bakery European style': stok-, vloer- en landbroden. In de traditionele Amerikaanse supermarkt vind je brood alleen voorverpakt en dan vaak ook nog in een dkw-schap. Maar dat is aan het veranderen.



Premiumproducten van heinde en verre, is de claim van Central Market. Bijvoorbeeld, chocolade van cacao uit Tanzania.



Dressings in een zelfschepmodule. Kans op geklieder, bovendien doet de een wat meer in een bakje dan de ander, maar het versterkt wel de versperceptie.



Het onderscheidend vermogen van Central Market is: 'als je het hier niet kunt krijgen, krijg je het nergens in Texas'. Dat geldt ook voor croissants, koek en gebak.

Nou weer terug naar Central Market. Het is een absolute 'bovenkant markt'-formule van H-E-B. Ergens begin jaren negentig had Charles Butt een stuk grond gekocht en hij zag het kennelijk niet zitten om er maar weer eens een H-E-B tegenaan te gooien. Hij vroeg een vertrouwen van hem binnen het bedrijf, ene Joe Campbell, om iets anders te doen. Butt moet hem iets hebben opgedragen in de zin van 'leef je maar eens uit, zet iets neer wat Texas nog niet heeft'. En dat kwam er: laten we zeggen dat als Campbell bij Jumbo had gewerkt, hij de opdracht kreeg om een Jumbo Foodmarkt te bouwen.

Campbell moet hebben gezien dat in die tijd een concurrent met het hoofdkantoor in datzelfde Austin aan een opvallende groeispurt begonnen was, Whole Foods Market. En een Whole Foods Market is het niet geworden. Daar waar Whole Food ideologisch consistent aan een maatschappelijke verantwoord – maar wel 'lekker' – assortiment bouwde, zocht Campbell onderscheid in: 'als je het hier niet vindt, vind je het nergens'. Het werd dus geen hypermarktachtige H-E-B Plus met veel non-food maar een marktplaats of verhal, waar de klant alles kan kopen wat hij in een andere H-E-B of bij concurrenten niet kan vinden. Een ongekend aanbod: naast veel gangbaar vers seizoensproducten, maaltijden, vlees, vis, kaas, koffie en thee, bier, wijn, chocola en ijs dat je nergens anders vindt. Het spreekt bijna vanzelf: allemaal premiumniveau. En Central Market catert er ook nog bij. Het richt zich ook op horeca-ondernemers, maar dan niet zoals Makro of Sligro; pasje of geen pasje, kan allemaal.



Uitgebreid aanbod, ook in kaas. Van Goudse tot Franse tot Parmezaanse.



De kant-en-klare maaltijden in zelfbediening; opvallend, vooral rechts, is dat in het aanbod één kleur overheerst. Ook zo maak je een huismerk. Met name de tassen 'dinner for two' vallen op. Ze zijn wel in de aanbieding, misschien krijgt Central Market ze niet altijd even makkelijk verkocht.

Central Market werd een paradepaardje. Het kreeg in 2001 een andere leidsman, Stephen Butt, neef van Charles Butt en kleinkind van H.E. Consumenten kwamen inmiddels van heinde en verre, de winkel is voor de een een voorraadkast voor geregeld boodschappen, voor klanten van verderaf een trip voor speciale producten. H-E-B noemt Central Market een 'amusement park for food lovers'. Het doet allemaal denken aan

Eataly, Edeka Zurheide of Jumbo Foodmarkt. H-E-B is vrij informatief over al zijn initiatieven, maar niet over de omzet, marktaandeel en winst die het behaalt. Niettemin moeten we aannemen dat Central Market niet alleen maar een defensieve zet is om de opkomst van Whole Foods te temperen. Met de nieuwe Butt aan het roer is Central Market inmiddels tot een keten van negen vestigingen uitgegroeid. ■



Op deze bedieningsafdeling zien we sushi, salades en bijzondere maaltijdonderdelen, zoals gegratineerde aardappelen, puree van zoete aardappelen, sperziebonen met dressing en amandelen.