

In de reeks formules in Londen, met beelden van Erik Hemmes, deze maand: Whole Foods Market.



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

Centraler kan een supermarkt niet gevestigd zijn in Londen: aan het Piccadilly Circus.

## FOOD RETAIL IN LONDEN

# Whole Foods Market

Ja, we zijn nog steeds in Londen, zogezegd. Sinds begin dit jaar hebben we beelden en commentaar van Erik Hemmes gebruikt, van Sainsbury tot Carpo, van Planet Organic tot Lush, van Poilane tot die pracht-Waitrose in de vorige FoodPersonality.

Maar Whole Foods Market zit er ook nog steeds. Dit hier is niet dat bekende paradepaardje op Kensington High Street, maar een kleinere vestiging, nabij Piccadilly Circus. Het is niet de eerste keer dat we aan deze keten aandacht besteden. Zo'n tien jaar geleden stond

de branche nog zo'n beetje op z'n kop als het over Whole Foods Market ging: een biologische supermarktketen onder leiding van de durfal-ceo John Mackey; die man die zich ooit op sociale media als iemand anders voordeed en tegen Wild Oats-klanten zei dat het voor hen beter was als



*Midden in Londen, en dus heeft deze Whole Foods Market-vestiging behalve een voorraadfunctie kennelijk ook een andere functie: een groot deel van het assortiment bestaat uit 'ready to eat'. 'Ready to heat' is al gebeurd. Hemmes: "Het warme eten wordt in een special meubel aan twee kanten gepresenteerd. Je ziet als klant de hele tijd de damp en je kunt zelf scheppen. De afzuiging moet bijzonder goed zijn, ik rook het eten niet toen ik er was."*





*'Made right here; real chefs, making real food, everyday' staat er op het bord bij deze kokende medewerkers.*



*Wat altijd weer opvalt in een Whole Foods-vestiging: koek en gebak ligt vaak onverpakt klaar bij de broodafdeling. Niet achter een vitrine. Hemmes: "Presentatie op natuurlijke materialen, hout, leesteen, rieten manden, bruine papieren zakken en tangen van zwart ijzer. Zo'n 'open presentatie' zou in Nederland toch ook moeten kunnen?"*



*Kenmerkend voor Whole Foods: jonge, hippe klanten, grote-stads, hoog opgeleid et cetera. Hemmes: "Ja, en als dit nu het publiek is, dan is dit toch de winkel die de toekomst heeft? Daarom zien we ook steeds meer assortimenten en presentaties die van Whole Foods afgeleid zijn; aandacht voor lokaal en regionaal, veel van het assortiment vers en kant-en-klaar, natuurlijke materialen en teksten vaak met de hand geschreven."*



*'The concierge of Piccadilly': Whole Foods Market als thuisbezorger in de wijk rondom Piccadilly Circus. Maar er is ook weer een samenwerkingsvorm met 'Shutl', een bezorger die sinds enkele jaren in Londen opereert en die overeenkomsten vertoont met Picnic (werken met 'time slots', en beperkte gebieden).*

Whole Foods Market Wild Oats overman, dat kostte hem straf en reputatieverlies, en terecht. Goed, hebben we dat akkietje van toen ook weer eens gemeld.

Nou, dát Whole Foods Market dus, groeide enorm in de VS en maakte in 2004 zomaar de overstap naar Engeland: met de aankoop van het bio-ketentje Fresh & Wild (zeven vestigingen) in Londen en omgeving. Whole Foods Market opende in 2007 een vlaggenschipwinkel in Londen (die aan Kensington High Street). De komst van Whole Foods Market trok eigenlijk in heel 'food retailend Europa' de aandacht. Ook in Nederland; iedereen die verder kijkt dan z'n eigen supermarktnuus lang is, bezocht die winkel. En er werd over gespeculeerd of de keten na Engeland de sprong naar het Europese vasteland zou wagen. En dan is Nederland natuurlijk dichtbij.

De laatste paar jaar is het best stil rondom Whole Foods Market. En dat verbaast. De ontwikkelingen in de levensmiddelenector lijken Whole Foods Market gunstig gezind. Alles waar het bedrijf voor staat, heeft in de laatste tien jaar de branche enorm beïnvloed: alle negativiteit over zout, suiker en vet, de groeiende aandacht voor overgewicht in westerse landen, alle kritiek op het gebruik van additieven, op ongezonde producten, op milieubelasting en op de vraag waar in de voedingsmiddelenketen wel en niet geld verdiend wordt (fair trade in een ruimer verband) en het ene schandaal na het andere en verder de gebruikelijke alledaagse verrommeling van etenswaren, het zou Whole Foods Market vleugels hebben moeten geven.

John Mackey (co-ceo), Walter Robb (sinds 2010 ook co-ceo), A. Gallo (sinds 2010 'president &

chief operating officer') en de andere bestuurders formuleren het zó in het laatste jaarverslag: natuurlijke voeding zou harder moeten groeien dan de omzet van de traditionele supermarkt, vanwege het groeiende bewustzijn over de rol van gezonde voeding voor een langer leven, hoger opgeleide consumenten die langer leven, de opkomst van een voorkeur voor gezond en duurzaam, biologisch, lokale producten en eerlijke handel, vanwege meer bezorgdheid over hoe een product tot stand komt en verschillende milieukwesties.

Maar van die vleugels is niks te zien. Is het omdat de reguliere supermarkt gezond en duurzaam in het assortiment de laatste jaren steeds meer heeft omarmd, wat het onderscheidend vermogen van Whole Foods Market verkleind heeft? Is het de opkomst van concurrent Trader Joe, de biologi-





*We zien weliswaar een kaasafdeling, maar kaas en wijn worden op een andere plek ook nadrukkelijk bij elkaar gepresenteerd, om optimaal van meerverkopen te profiteren, aan de hand van 'food pairing'.*

*En daardoor puilt deze levensmiddelenwinkel eigenlijk uit van het aanbod. Doordat deze Whole Foods bijlange na niet de grote Whole Foods enkele km's verderop is en toch werkelijk van alles kwijt wil aan de klant, is het wel een drukke, volgestouwde winkel. Bij de olifanten in zelfschep komt er visueel werkelijk van alles op je af. Hemmes: Ja, dat is zo, maar het past allemaal wél bij hetzelfde consumptiemoment, de borrel."*

sche Aldi Nord-dochter in de VS? Licht het aan de vele regionale Whole Foods Market-klonen? Die presenterden we drie jaar terug in dit blad, ook aan de hand van beelden van Erik Hemmes. In Oklahoma en Texas had je inmiddels ketens als Sprouts, Central Market en Uptown, met allemaal assortimenten die soms-niet-dan-wel-biologisch zijn, van 'local growers', 'no additives' enzovoort.

Het aandeel Whole Foods Market is sinds begin jaren negentig aan de Amerikaanse Nasdaq-beurs genoteerd: eind 2013 stond het aandeel nog op ongeveer 65 US-dollar, dit jaar schommelt het rond de 30 dollar. Een behoorlijke valpartij. Dat maakt een supermarktbedrijf niet vaak mee. Nou ja, het Britse Tesco dan, met z'n winstwaarschuwingen en strubbelingen rondom de opvolging van topmannen.

Het probleem voor Whole Foods Market is wellicht gewoonweg het prijspeil, in relatie tot de moeizame jaren voor de consument. Kredietcrisis, recessie, nog meer crisis, een consumentenvertrouwen van niks, de opkomst van Lidl in Europa, de opkomst van Aldi en Lidl in Engeland... Nou zijn Whole Foods-klienten geen discountklienten, maar de laatste tien jaar is de consument niet echt welvarender geworden. Dat is in de VS niet anders. En ben je dan een dure winkel en apen concurrenten je biologische en andere 'clean label'-producten na, dan verlies je omzet. Nu heeft Whole Foods wel stevig doorgebouwd met nieuwe winkels, maar de autonome omzet stond onder druk. Zo sterk zelfs dat Whole Foods Market is begonnen met formulevariant 365. 365 is het prijsvechtersmerk van de keten, vergelijkbaar met AH Basic, Oké van Superunie

etc. Whole Foods Market opende winkels met de naam 365, met alleen dat basale assortiment. Het bedrijf zegt op termijn 1.200 '365 by Whole Foods Market'-vestigingen te willen, maar zo ver is het nog lang niet. Eerder illustreert het hoe het bedrijf is komen te worstelen. Eerder lijkt het een noodsprong.

Even wat gegevens. De omzet over het financiële jaar 2015 (oktober 2014-september 2015) was 15,4 miljard US-dollar (€ 13,8 miljard) en die omzet is door de jaren heen alleen maar gestegen. Whole Foods Market omvatte in september 2015 431 vestigingen, waarvan 10 in Canada, 9 in het VK en de rest in de VS. De winkelgrootte gaat van 1.900 tot 6.900 m<sup>2</sup> vvo, met de meeste tussen de 3.200 en 4.200 m<sup>2</sup> vvo. Het assortiment per winkel zit tussen de 34.000 en 50.000 sku's.





'Feed the person you want to be', deze slogan is wel Whole Foods Market ten voeten uit, 'voed de persoon die je graag wilt zijn': ten eerste gericht op het individu en ten tweede de boodschap dat je door voedingskeuzes jezelf of je lichaam positief beïnvloedt. Maar in diezelfde winkel: toetjes. Ook Whole Foods laat het ene niet door het andere uitsluiten.

De brutowinst ('operating income') is aan het teruglopen: van € 791 miljoen (2013), naar € 836 miljoen (2014), naar 861 € 771 miljoen (2015). De gemiddelde weekomzet per winkel ging van € 646.000 in 2014 naar € 640.000 in 2015. De autonome omzetgroei is aan het afvlakken: 8,4% (2011), 8,8% (2012), 7,0% (2013), 4,4% (2014) en 2,5% (2015). Dat lijkt op de Chinese economie, na jaren van stormachtige groei een verzadiging. Autonome omzetgroei moeten we bij Whole Foods Market opvatten als de omzetvergelijking over twee jaar bij winkels die in die twee jaar elk jaar het hele jaar open zijn geweest. Maar zelfs dat allemaal kan nog niet verklaren waarom de koers van het aandeel in twee jaar tijd meer dan gehalveerd is.

Misschien is de combinatie van wereldverbeteraar en beursnotering voorlopig een brug te ver. Misschien moet je dat zoals Marqt doen, met families in goeden doen als afhaalpunt van kapitaal en niet de beurs in Amsterdam.

Goed, en nou naar Engeland. In 2007 startte Whole Foods Market dus met zijn grote vestiging in Londen, nadat het drie jaar eerder Fresh & Wild in Engeland had overgenomen. Inmiddels heeft Whole Foods Market 9 vestigingen in het VK. Dat zijn niet allemaal ex-Fresh & Wild-vestigingen, plus twee nieuwe. Van de zeven ex-Fresh & Wild-winkels gingen er zelfs vier dicht, Whole



Bijzondere tassen. Geen plastic. En – geintje – bij de kassa's hangen lampen in de vorm van een theepot.



Foods Market ging van lieverlee verder door gewoon vestigingen te bemachtigen. Van de huidige 9 zijn er 7 in en om Londen gevestigd, een in Cheltenham (een flink eind richting Wales) en een in een voorstad van het Schotse Glasgow. Enig snuffelwerk op internet leert dat Whole Foods Market in het VK nog steeds geen winst

maakt. Het verlies is wel sinds vorig jaar gehalveerd.

Als we bedenken dat Whole Foods Market een formule is die het tijdens recessies en andere economisch moeilijke tijden moeilijker krijgt, zou je kunnen zeggen dat het van nu af aan alleen maar beter kan gaan. Denk aan de assortiments-uitgangspunten van de formule die helemaal in overeenstemming met deze tijd zijn, en tel daarbij op dat het consumentenvertrouwen in veel westerse landen toeneemt, dan kan het toch alleen maar beter gaan, toch? Ook in de VS.

Dat is de optimistische versie. De pessimistische is: je hebt de pech dat je destijds als Amerikaanse keten gekozen hebt voor een uitval naar het VK. En in dat land staan veel conjuncturele seinen op oranje of rood, sinds de brexuitslag. Als je dan bedenkt dat je in 2004 een overname deed door een ketentje van zeven winkels op te kopen om zodoende in Engeland succes te gaan boeken, en dat je in 2016 niet zo veel verder bent dan dat je je verlies in dat land hebt weten te halveren, dan is dat wel iets om mismoedig van te worden. ■

Meer foto's zien? Mail Erik Hemmes: [info@erikhemmes.nl](mailto:info@erikhemmes.nl)



*De klant mag proeven en kopen. De discussie over 'blurring' en slijterij- en horecavergunningen en 'oneerlijke concurrentie', die deze zomer in ons land ontstond ten tijde van de rechtszitting over een proef in Nieuwegein, die is hier kennelijk ver weg. Nou ja, in Nieuwegein gaat de proef ook verder... Hemmes: "Gelukkig maar. Hier gaan ze uit van wat de klant wil en niet van de marktbescherming voor detaillisten."*