

De Coffeobar in beeld

Jaargang: 2016



Bron: Pixabay

*'De Coffeobar in Beeld' is een kennispublicatie van
Van Spronsen & Partners horeca-advies*

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies

Coffecorners en coffeebars

Nederland telde in 2016 1.675 coffeecorners. De coffeecorners vallen onder de drankensector en bestaan uit verschillende bedrijfstypes zoals coffeebars, koffiehuisen, theehuizen, café-achtige concepten en coffeeshops (softdrugs). Wij hebben op basis van eigen onderzoek een telling van de coffeebars gemaakt. Nederland telt in 2016 circa 358 coffeebars. Dit is exclusief coffeebars als in-house voorziening bij instellingen en lunchrooms met sterke koffie functie.

Top 3 provincies coffeebars

De provincies Noord-Holland, Utrecht en Groningen kennen de hoogste dichtheid aan coffeebars. Noord-Holland wordt sterk beïnvloed door Amsterdam. De gemiddelde dichtheid in Nederland bedraagt 2,1 coffeebars per 100.000 inwoners.

Top 5 steden coffeebars

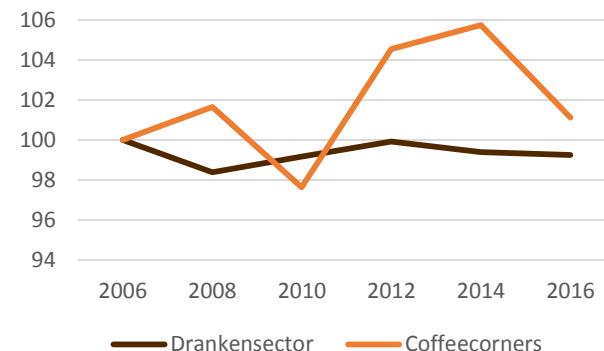
Amsterdam telde begin 2016 de meeste coffeebars (99), gevolgd door Rotterdam (26), Utrecht (23), Den Haag (20) en Groningen (12). Wanneer we kijken naar de top 5 op basis van dichtheid worden Rotterdam en Den Haag uit het lijstje verdrongen door Maastricht en Zwolle.

Ontwikkeling 10 jaar

De coffeecorners laten de laatste 10 jaar een positieve ontwikkeling zien ten opzichte van de lichte krimp in de drankensector. De groei wordt geremd door de afname van traditionele koffiehuisen, coffeeshops (softdrugs). De coffeebars binnen deze sector kennen een groei (geen data beschikbaar).



Ontwikkeling 10 jaar (index)



Bron: HorecaDNA (Ontwikkeling Coffeebar niet beschikbaar)

Stad	Bevolking	Coffeecorners		Coffeebar	
		Aantal	Dichtheid	Aantal	Dichtheid
Noord-Holland	2.784.854	443	15,9	120	4,3
Utrecht	1.273.613	103	8,1	32	2,5
Groningen	583.721	54	9,3	13	2,2
Zuid-Holland	3.622.303	394	10,9	75	2,1
Limburg	1.116.260	93	8,3	18	1,6
Flevoland	404.068	20	4,9	6	1,5
Friesland	646.040	71	11,0	10	1,5
Noord-Brabant	2.498.749	155	6,2	39	1,6
Overijssel	1.144.280	97	8,5	14	1,2
Zeeland	381.252	40	10,5	4	1,0
Gelderland	2.035.351	170	8,4	24	1,2
Drenthe	488.629	35	7,2	3	0,6
Nederland	16.979.120	1.675	9,9	358	2,1

Bron: HorecaDNA en eigen telling Van Spronsen & Partners
Toelichting: De dichtheid is het aantal coffeecorners/coffeebars per 100.000 inwoners in de provincies en Nederland.



Brancheverdeling



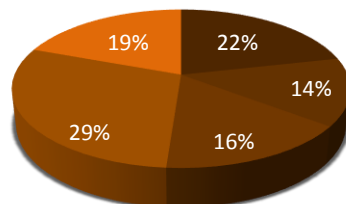
Bron: Teavana VSP conceptenbank



Bron: Coffee-star VSP conceptenbank

Moderne Coffeebar 22%	Traditioneel Koffiehuis 14%	Theehuis 16%	Coffeshop 29%	Overige coffeecorners 19%
Aantal: ↑ 358	Aantal: ↓ 229	Aantal: ↑ 264	Aantal: ↓ 489	Aantal: ↑ 335
Kenmerken <ul style="list-style-type: none"> Moderne koffieconcepten. Veel ketens en merken. Breed assortiment koffie, retail en to-go. Focus op kwaliteit product. Beperkt food assortiment: gebak, cookies en dergelijke. Veelal ligging op high-traffic punten en (groot)stedelijke omgeving. Gericht op moderne, jongere consument en zakelijke gebruikers. Branding, concept en imago belangrijk. 	Kenmerken <ul style="list-style-type: none"> Traditionele (verouderde) concepten gericht op buurtfunctie koffiedrinken. Smal assortiment van filter- en automaten koffie en beperkt food-aanbod. Vaste klantenkring van oudere consumenten. Meestal gesitueerd in woonwijken. Veel éénpitters. Eigenaar vaak zelf werkzaam. Gezellig bij elkaar komen of de krant lezen. 	Kenmerken <ul style="list-style-type: none"> Theehuizen en theetuinen. Moderne thee-concepten zijn internationaal in opkomst. Focus op schenken van thee, high-tea, bakkerij producten en verkoop van producten (retail). Gericht op theeliefhebber met relatief veel vrouwelijke gasten. Vaak gecombineerd met theetuin, high tea's, workshops, bijeenkomsten. 	Kenmerken <ul style="list-style-type: none"> Coffeecorners die zich voornamelijk bezighouden met de verkoop van softdrugs. Door beleid van de overheid neemt het aantal coffeeshops al jaren af. Wij hebben geen verder onderzoek verricht naar dit type bedrijf. 	Kenmerken <p>Verschillende bedrijfstypes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Coffeecorners als voorziening bij instellingen, ziekenhuizen, bedrijven, tuincentra en detailhandel. Hieronder vallen circa 55 in-house coffeebars. Voorbeelden van ketens zijn Micaffé en Coffee-star. Concepten met een duidelijke grandcafé- of bakery-achtige uitstraling vallen onder de categorie overig.

Verdeling Coffeecorners



- Coffeebars
- Theehuizen
- Coffeeshops
- Koffiehuizen
- Overige coffeecorners

Lunchrooms

- Recent hebben wij de publicatie "De Lunchroom in Beeld 2016" uitgebracht. Nederland telt in totaal circa 3.000 lunchrooms, waarvan circa 200 een zeer sterke coffeear uitstraling hebben (voorbeeld: Anne & Max) of een vorm van koffie in hun bedrijfsnaam hebben (voorbeelden: Bagels & Beans, Coffee & More). Deze concepten zijn in bovenstaande verdeling niet meegenomen.

Bron: Anne & Max VSP conceptenbank

Moderne coffeebar in beeld

Grootste merken

Concept	Outlets	Sinds
	50	1971
	36	1996
	28	2007
	28*	2000
	15	2009
	12	2001
	9	2000

*Kaldi koffie & thee is een winkelformule, maar biedt in al zijn winkels een coffeebar aan

De coffeebar

Populariteit high-traffic locaties

De afgelopen jaren heeft de moderne coffeebar een sterke groei in aantallen en populariteit meegemaakt. Grootstedelijke omgevingen, winkelcentra, vliegvelden, studentencampussen, bibliotheken, snelwegen en andere high-traffic punten zijn het meest in trek voor de vestiging van nieuwe locaties. Coffeebars zijn daarnaast vindbaar in wijken of op andere B-locaties.

Internationale merken en hippe concepten

Dit type concept is in relatief korte tijd een begrip geworden binnen de Nederlandse horeca. Overgewaaid uit het buitenland met hippe formules en hoge aantrekkingskracht vanuit zakelijke 'business-districts' en fashion rolmodellen. Binnen de coffeebars zijn concept- en merkbeleving belangrijk waarbij gebruiker zich moet identificeren met de uitstraling van het interieur en uitstraling van het merk.

Passie, kwaliteit-Awards en assortiment

Sterke focus op kwaliteit van producten; herkomst, storytelling, (biologische) productie en het branden van de koffieboon. Kwaliteit van bereiding door inzet van barista's, kennis en passie voor het product en bereidingswijze. *Mooie voorbeelden zijn het 'World Barista Championship (Seoul 2017)', 'Dutch Latte Art Championship (Amsterdam)' en Misset Koffie Top 100.*

Interieur en design

Het design van de moderne coffeebar is een kernelement en valt nauw samen met logo, aankleding, packaging en online uitstraling. Uitstraling en kennis van het personeel zijn belangrijk. Centraal onderdeel vormt de 'espressomachine', 'brewer' en vitrine met overige producten. De bar is geschikt voor take-away en bijverkoop van producten (retail).

Jongere consument past in het plaatje

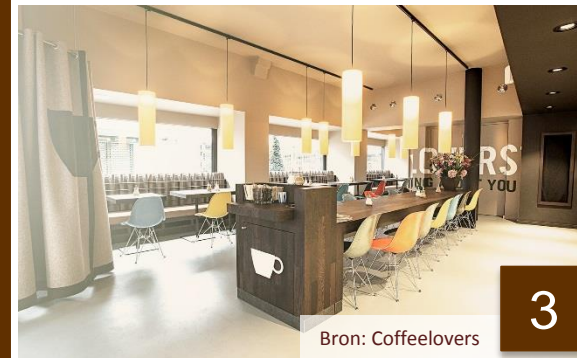
Sfeer en beleving zijn zeer belangrijk voor de relatief jonge consumenten groep. De afname van zoete en melk- koffievarianten is populair. Er wordt relatief weinig normale koffie genuttigd. Naast vraag vanuit passanten (take-away) komen veel bezoekers voor ontspanning of een koffiemoment tijdens bijvoorbeeld het winkelen, een stadsbezoek of gewoon als ontbijt of lunch. De locaties zijn ook populair als alternatieve werkplek voor bijvoorbeeld zzp'ers, student of thuiswerkers.

Impressie

Impressie Coffeecompany. Bron: VSP conceptenbank

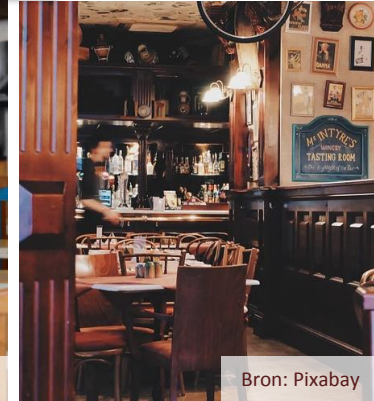


Bron: Starbucks Newsroom



Bron: Coffeelovers

Prijsniveau Nederland



De Coffeebar

Het Koffiehuis

Het Café

Cappuccino



€ 2,61

€ 2,16

€ 2,50

Espresso



€ 2,18

€ 2,05

€ 2,30

**Freshly Brewed
Coffee
(Mok koffie)**



€ 2,30

€ 1,62

€ 2,28

Latte Macchiato



€ 2,98

NVT

€ 2,55

Jongeren

'Deel je Latte-Art moment met vrienden'

Werkenden

'Espresso Lungo is onderdeel van levensstijl en professioneel imago'

Ouderen

'Traditioneel bakkie koffie of cappuccino met een krantje erbij'

Koffievarianten

Zoete varianten, iced-coffee & latte macchiato

Koffievarianten

Espresso, cappuccino & zwarte koffie

Koffievarianten

Zwarte pot koffie, koffie verkeerd & cappuccino

Kenmerken

- Jongeren drinken minder gewone koffie en meer (zoete) varianten.
- Gevoelig voor trends en gericht op de beleving.
- In grote steden is de koffieconsumptie lager dan in de rest van Nederland.
- De jongere drinkt vaker in gezelschap. Het bezoek is een sociale gebeurtenis.
- Bezoek aan coffeebar is niet enkel fysiek maar hoort ook bij sociale status en het leven op sociale media.

Kenmerken

- Zaken doen = koffie drinken.
- De consumptie van koffievarianten is minder trendgevoelig in dit segment. Espresso, cappuccino en koffie blijven favoriet.
- Toename in consumptie buitenshuis en bij coffeebars op diverse locaties. To-go steeds populairder.
- Op te delen in de koffiekenner (kwaliteitskoffieliefhebber) en het gewoontedier (normale koffie).
- Coffeebars zijn populair als werkplek en meetingpoint.

Kenmerken

- Bij deze groep is koffie drinken merendeels vast onderdeel van het dagelijks patroon.
- Filter koffie, koffie-padmachines, koffieverkeerd en cappuccino zijn sterk ingeburgerd.
- Drinken hun koffie op de traditionele tijdstippen en vaak binnenhuis.
- Traditionele koffiehuisen zijn met name populair voor sociale afspraken of het lezen van een krant. Coffeebars zijn minder populair onder deze groep.



Cold brew coffee

Cold brew coffee is koffie gemaakt door gemalen koffiebonen 24 uur in een afgesloten container met koud water te laten staan. Deze koffie is minder bitter en wordt koud gedronken. Leuk om een (alcoholvrije) cocktail mee te maken met bijvoorbeeld tonic of gewoon puur te drinken met ijsblokjes als verfrissend drankje op het terras. In de Verenigde Staten hebben veel coffeeshops dit al op hun kaart staan en ook Starbucks Nederland biedt het aan.



Bron: Horecatrends

Super lattes

De latte was al één van de populairste drankjes in koffiezaken, maar er zijn nu zelfs gezonde varianten te verkrijgen. Golden Milk is een voorbeeld hiervan. Dit bevat amandelmelk met diverse toevoegingen op een basis van kurkuma. Een ander voorbeeld is de Blue Algae Latte (ook wel Smurf latte genoemd), waarin men kokosmelk combineert met blauwe algen poeder. In deze lattes zit geen koffie!



Bron: Horecatrends

Coffee in a cone

Nadat Dayne Levinrad in januari een foto plaatste van zijn eerste koffie in een ijs hoorntje met chocolade, groeide zijn creatie uit tot een ware hit op Instagram. Meneer Levinrad heeft een patent op het hoorntje en is te volgen op @coffeeinacone. Een leuke manier op deze manier een cappuccino te serveren in bijvoorbeeld een ijssalon.



Bron: Horecatrends

De Modbar: Koffiemachine met tappunten

Gastvrijheid gaat gepaard met oogcontact, echter door de grote collosale barista machines in restaurants en koffiezaken heeft een barista weinig oogcontact met gasten. Coffeebar Deli Roekoekoe had de Nederlandse primeur van de eerste Modbar en inmiddels gebruiken ook de eerste restaurants deze machine.



Bron: Horecatrends

The driving barista app

Koffie als marketinginstrument: The driving barista app houdt het aantal km's bij die een automobilist heeft afgelegd en zo kan de chauffeur elke 100km een gratis kop koffie krijgen. De telefoon moet echter wel onaangeraakt op de kop in de auto worden gelegd, want bij contact stopt de app met tellen. Op deze manier draagt de app ook nog eens bij aan de verkeersveiligheid. Klein detail, de app werkt momenteel alleen in Japan.



Bron: Horecatrends

Coffeeshops 2016 – trends, innovatie, inspiratie

Deze maand als bijlage in de Food for Thought; inspiratie rondom de coffeeshop. Wat is populair, wat gebeurt er in het buitenland en waar kunnen we hier ook gebruik van maken. Bekijk deze bijdrage op de pagina onderzoeken op de website van Van Spronsen & Partners horecaadvies.



Bron: Horecatrends

Verdere groei

De coffeecorners hebben in 10 jaar een beperkte groei doorgemaakt van 16% tot een totaal van 1.675 coffeecorners. De coffeebars (358) zijn binnen deze sector echter sterk toegenomen (exacte groeicijfers ontbreken). De ketens zijn met een verdere groei bezig op diverse locaties. Er zit groeipotentieel in high-traffic locaties, zakelijke centra en shop-in-shop mogelijkheden. Wij verwachten hiermee dat de groei voorlopig nog zal aanhouden.

Toename to-go markt

De Nederlandse consument raakt steeds meer gewend aan een goede koffie in de horeca, onderweg en op het werk. Hiermee neemt de to-go markt verder toe. Denk ook aan de mobiele koffieconcepten en kiosk formules. De beperkte schaalgrootte, kleine verzorgingsgebieden en het ontbreken van benodigde alcoholvergunning (Drank en Horecawet) werkt deze ontwikkeling in de hand.

Passie is aanstekelijk

De concepten ontwikkelen en innoveren in hoog tempo. De kwaliteitsimpuls (barrista's), vernieuwing (cold-brew, iced-coffees) en media aandacht worden goed opgepikt door de consument met een stijgende populariteit als gevolg. Trends als cold-brew (koud gezette koffie met meer smaak), slow-coffee (koffiezet proces) en koffie als ingrediënt binnen de cocktail scene zorgen voor verdere ontwikkeling.

Blurring met bonen

Vanwege het hippe imago van coffeebars en de relatief jonge ondernemers zal er in toenemende mate geëxperimenteerd worden. Denk hierbij aan bestaande mengformules zoals coffeebars met mode (Koko coffee & design), met fietsenwinkel (Lola's), met Barbershops of cadeauwinkels (Bron: Van Spronsen & Partners 'Blurring' zie www.spronsen.com/brancheboekjes).

Last van branchevervaging

De coffeebar ontwikkelt zich onder meer met de uitbreiding van het food-assortiment (taarten, sandwiches en cookies). De concepten schuiven hiermee op richting moderne lunchrooms. Andersom wordt er steeds betere koffie geserveerd in bijvoorbeeld lunchrooms, ijssalons en grand-café's. In de Koffie Top 100 van Misset Horeca 2016 eindigde zelfs de IKEA coffeebar in Heerlen boven een aantal gerenommeerde coffeebars in Maastricht. Het geeft aan dat de concurrentie voor aanbieders van kwaliteitskoffie sterk toeneemt. Het onderscheidend vermogen wordt hiermee steeds belangrijker.



Even voorstellen... Van Spronsen & Partners horeca-advies

Ruim 30 jaar kunnen horecaondernemers, overheid, bankiers en de pers bij ons terecht voor advies over de horeca- en Leisure branche. Naast horeca-advies verzorgt de Van Spronsen & Partners groep horeca-salarisadministratie, horeca - administratie en gastvrije trainingen.

We zijn gespecialiseerd in haalbaarheidsonderzoeken, rendementsverbeteringen, managementondersteuning, conceptontwikkeling, marketing & communicatie en het opstellen van horecavisies en -beleid.

Regelmatig publiceren wij kleine gastvrije gebaren en verschillende blogs van onze adviseurs. Kijk voor alle gepubliceerde brancheonderzoeken en gastvrije gebaren op onze website www.spronsen.com. Kijk ook eens de websites van onze collega's www.salaris-spronsen.nl en www.horeca-administratie.com.



Lennert Rietveld – Senior adviseur

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Lennert Rietveld, senior adviseur bij Van Spronsen & Partners horeca-advies, tel. 071 5418867 / 06 41832691 of mail: lennertrietveld@spronsen.com.

Lees ook de volgende publicaties op www.spronsen.com



Geïnteresseerd in concepten en formules? Wij publiceren conceptkaarten van restaurants, fastfood en casual dining merken via onze facebook pagina.