

Aantal Coffeebars in Nederland groeit

30-11-2016 14:21

Nederland telt in 2016 circa 358 coffeebars en dit aantal neemt toe. De coffeobar is in relatief korte tijd een begrip geworden binnen de Nederlandse horeca. De afgelopen jaren heeft de moderne coffeobar 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. Dit blijkt uit onderzoek van Van Spronsen & Partners horeca-advies. Nederland telde in 2016 1.675 coffeecorner. De coffeecorner valt onder de drankensector en bestaat uit verschillende bedrijfstypes zoals coffeebars, koffiehuisen en theehuizen, maar ook cafés en coffeeshops (softdrugs). De coffeecorner hebben in de afgelopen 10 jaar een beperkte groei doorgemaakt van 16% tot een totaal van 1.675. Binnen deze sector zijn de coffeebars (358) 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. Het adviesbureau verwacht dat de groei voorlopig zal aanhouden. De top 3 provincies met de hoogste dichtheid aan Coffeebars zijn Noord-Holland, Utrecht en Groningen. Noord-Holland wordt hierin zeer sterk beïnvloed door Amsterdam. De top 5 steden in aantallen coffeebars begin 2016 waren Amsterdam (99), 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. De gemiddelde dichtheid in Nederland bedraagt 2,1 coffeebars per 100.000 inwoners. Coffeebars hebben een sterke focus op kwaliteit van producten. De inzet van barista's en kennis van de herkomst, productie en het branden van de koffieboon zijn belangrijke onderdelen. Het design van de koffiebar is een kernelement en valt nauw samen met logo, aankleding, packaging en online uitstraling. Sfeer en beleving zijn zeer belangrijk voor de relatief jonge consumentengroep. De afname van zoete koffievarianten is populair waarbij relatief weinig normale koffie wordt genuttigd. De coffeobar is populair in combinatie met winkelen en stadsbezoek of gewoon als ontbijt of lunch. De locaties zijn daarnaast populair als alternatieve werkplek en meetingpoint voor zzp'ers, studenten of thuiswerkers. De Nederlandse consument raakt steeds meer gewend aan een goede koffie in de horeca, onderweg en op het werk. Hiermee neemt ook de to-go markt verder toe. Meer informatie:

www.spronsen.com

Redactie