

Koffietrends in Japan

08-02-2008 00:00

Met de komst van Starbucks in Japan werd de markt van coffeeshops stevig opgeschud. De traditionele 'kissaten', de gelegenheden waar je wordt bediend en de koffie prijzig is, leiden een kwijnend bestaan terwijl om hen heen nieuwe coffeeshops worden geopend. Ook de Westerse merken rukken op in dit speelveld.

Tijdens hun aanwezigheid in Nagasaki, begin 17e eeuw, hanteerden de Nederlanders een manier van koffiezetten die je ook nu nog kunt zien en proeven in onder meer het park Glover Garden in Nagasaki. In een 'glazen bel' valt met tussenpozen een enkele druppel koud water op de gemalen koffie. Voor een volle kan koude koffie moet je 24 uur geduld hebben, maar het levert wel een koffiedrank op met een volle smaak. Deze koffie, die wordt verkocht onder de naam 'Dutch Coffee', was in Japan ooit een begrip dat stond voor koffie die vol van smaak is. De term is stilaan vervangen door 'Mizu Koohii' (water-koffie).

Meer lezen over de koffietrends in Japan kan in het februarinummer van RetailTrends. Een jaar- of proefabonnement op retailTrends? Klik [hier](#).