

Starbucks krijgt concurrentie van Nespresso

26-03-2009 00:00

Koffieketen Starbucks krijgt in de VS in Nespresso een geduchte concurrent. Onder het mom dat het voordeliger is om luxe koffie thuis te drinken dan om het in koffiehuisen te kopen, denkt het luxe koffiemark consumenten te kunnen winnen, meldt Z24.nl.

Nespresso heeft zijn succes in Europa mede te danken aan een reclamecampagne met George Clooney. In deze reclames wordt de knappe filmster door mooie vrouwen voorbijgelopen omdat ze liever een kopje Nespresso willen. In de VS kan het merk niet profiteren van het Clooney-effect. In het contract met Clooney staat dat de reclames niet in de VS mogen worden uitgezonden.

Nestlé zet zwaar in op de Amerikaanse markt, zo meldt Business Week. Recentelijk opende het Zwitserse voedingsbedrijf zes Nespresso boetieks op A-locaties in grote Amerikaanse steden. Meer winkels, onder meer in New York en Miami, volgen snel.

Het lijkt een onlogische zet: in een tijd waarin het economisch slecht gaat een luxe koffiemark op de markt te brengen met machines van tussen de 200 en 800 dollar waarmee alleen koffie kan worden gezet met cupjes die 55 dollarcent per stuk kosten. Maar Nestlé hoopt dat de koffieliefhebbers aan het rekenen slaan, een kop koffie per dag bij Starbucks komt neer op meer dan duizend dollar per jaar, terwijl dat met een Nespresso maar 200 dollar kost, daar komt de machine dan nog bij.