Multinationals duiken in veelbelovende theemarkt

14-11-2014 15:10

Starbucks en Unilever kopen met hun overname van respectievelijk Teavana en T2 marktposities met groeipotentieel. Alleen al in de Verenigde Staten zijn de bestedingen aan thee de afgelopen twintig jaar vervijfvoudigd, zo wordt in het novembernummer van RetailTrends geschetst. Meer dan de helft van de Amerikaanse huishoudens drinkt nu dagelijks thee. Nederlanders drinken volgens Euromonitor ongeveer vier keer zoveel thee als Amerikanen, terwijl Britten het dubbele van ons theegebruik voor hun rekening nemen.

Ceo Howard Schultz van Starbucks wil de markt met theewinkelketen Teavana en de Teavana Tea Bars ‘domineren op dezelfde manier als waarop de wereldmarkt voor koffie veroverd is’. De eerste theebar opende afgelopen najaar in New York en binnen vijf jaar moet dat aantal op duizend liggen. Unilever heeft met de overname van de theewinkels van T2 een antwoord op Starbucks Teavana. T2 is inmiddels uitgegroeid tot een keten en zogenoemde Brew Bars waar klanten naast thee onder meer boeken, jams en chocolade vinden. De eerste pilotstore opende afgelopen voorjaar in Londen en de oversteek naar de Verenigde Staten staat op stapel.

Naast deze grote partijen verschijnen er nieuwe formules aan de horizon en ontstaan lokale initiatieven, zoals YoYo Fresh Tea Bar in Rotterdam en Amsterdam en Theewinkeltje in Dordrecht. Vanuit Azië komen Bubble Tea Bars op, waar het theeproduct wordt voorzien van bijvoorbeeld zuivel of tapioca-parels. In het novembernummer van RetailTrends wordt dit fenomeen verder belicht.

RetailTrends 11 verscheen vorige week met EtailTrends 6. Klik hier voor meer informatie over een abonnement op jaarlijks elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.