

De vooravond van het theetijdperk

05-01-2015 10:36

Meer dan de helft van de Amerikaanse huishoudens drinkt dagelijks thee. Groei zit 'm in groene en witte en fruitige melanges. Hoewel het consumptiepatroon in Noord-Amerika niet per se iets zegt over de rest van de wereld, blijft de VS een markt waar consumptietrends kunnen uitgroeien tot wereldwijde fenomenen. Kijk maar naar de wijze waarop Starbucks is doorgedrongen in de Europese koffiecultuur.

Teavana

Starbucks is dus groot in koffie en ceo Howard Schultz wil de theemarkt 'domineren op dezelfde manier als waarop de wereldmarkt voor koffie veroverd is', lezen we al in het novembernummer van RetailTrends. Voor Starbucks is thee het zen-alternatief voor koffie. Daarmee haakt het concern in op een markt met groeipotentieel. Alleen al in de Verenigde Staten zijn de bestedingen aan thee de afgelopen twintig jaar namelijk vervijfvoudigd. Starbucks nam in 2013 de onderneming Teavana met driehonderd theewinkels over. De keten is uitgebreid met het format Teavana Tea Bars, die binnen vijf jaar moet doorgroeien naar duizend vestigingen.

T2

Het antwoord van Unilever op Teavana is de overname van de Australische theewinkels van T2. Unilever verkoopt met Lipton, PG Tips en Brooke Bond al een achtste van de zwarte thee in de wereld. De overname is een opvallende stap voor een concern dat vooral actief is in de massamarkt en zijn producten in supers verkoopt. T2 heeft zijn eigen winkels en een webshop. Doordat het merk ook aan wholesale aan retailers en horeca doet, kan Unilever met T2 opboksen tegen Starbucks' invasie op de theemarkt. De winkels worden gekenmerkt door een opvallend design en een uitgebreid assortiment dat ook chocolade, jams en boeken omvat.

Bubbleology

Vanuit Azië komen bubble tea bars op. Bubble tea is thee waarbij zuivel, alcohol, siroop of tapioca-parels voor een extra beleving zorgen. Doordat het mengsel flink wordt geschud, ontstaan de karakteristieke bubbels. Het fenomeen dringt langzaam maar zeker door in Noord-Amerika en Europa, met Vivi Bubble Tea in New York, YoYO Fresh Tea Bar in Rotterdam en Bubbleology in Londen.

Kusmi

De marges bij premiumproducten zijn aantrekkelijk, weet de Fransman Sylvain Orebi. Zijn familie is al generaties lang actief in de koffie- en cacaohandel en in 2003 kocht hij de rechten van het theemerk Kusmi. Het merk staat bekend om zijn prachtige blikken en verpakkingen. Orebi breidde de distributie flink uit en is begonnen met het openen van eigen winkels om de merkbeleving te versterken. De eigen vestigingen staan vooralsnog vooral in Frankrijk en in Nederland is Kusmi al verkrijgbaar bij fonQ.nl en de Bijenkorf.

Amanzi

Amanzi heeft veertig theevarianten in zijn assortiment, die klanten los kunnen aanschaffen of aan een tafeltje kunnen nuttigen. Medewerkers adviseren bij die riante keuze. In de winkel staan verder twee tappunten met water op verschillende temperaturen. Afhankelijk van de theesoort wordt gekozen voor een tap. Met het

assortiment Kids Tea aast Amanzi op jongere theedrinkers.