



Koffie zelfs hot en hip voor Coca-Cola



‘In goed twintig jaar tijd is koffie van oubollig naar hip en jeugdig gegaan. En bovendien surft het mee op de trend naar een gezonder leven.’ Michel Germanes van de Belgische koffietrader Efico vat in een notendop samen waarom vandaag in de bedrijfswereld zoveel geld op tafel gelegd wordt voor koffieovernames.

Eind vorige week was het de beurt aan Coca-Cola. Dat heeft 5,1 miljard dollar over voor de aankoop van de Britse koffieketen Costa. Costa heeft wereldwijd 3.800 koffiewinkels in 32 landen en beheert daarnaast nog duizenden selfservicemachines in het Verenigd Koninkrijk.

De Amerikaanse frisdrankgigant speelt in op de wijzigende drinkgewoonten van niet-alcoholische dranken. In plaats van een frisdrank wordt er meer en meer gekozen voor een koffie. Volgens Germanes hebben daarnaast Nespresso en Starbucks een groot aandeel gehad in het opnieuw hip maken van koffie.

Het is niet verwonderlijk dat investeerders een deel van de koffiekoek willen veroveren

En meer en meer gaat het niet zomaar over een koffie. Hoge-kwaliteitskoffie is bovendien hot bij de consument, vertelt Germanes. ‘De consument valt voor koffie met een verhaal. Vroeg je tien jaar geleden aan iemand drie landen op te noemen waar ze veel koffie verbouwen, kwam je vaak niet verder dan Brazilië. Stel je die vraag vandaag, dan krijg je meteen een lijstje namen.’

Hij heeft de voorbije decennia de opmars van de hoge-kwaliteitskoffie vanop de eerste rij meegemaakt. Zo’n 15 jaar geleden waren die koffies goed voor een paar procenten van de hele koffiemarkt. ‘Vandaag schat ik het marktaandeel wereldwijd op 15 procent.’

Het is volgens Germanes dan ook niet verwonderlijk dat investeerders en voedings- en drankbedrijven de portemonnee opentrekken om een deel van deze koffiemarkt en in het bijzonder het hoge-kwaliteitssegment te veroveren. Temeer omdat de winstmarges in dit segment meer dan behoorlijk zijn. Al voegt hij er onmiddellijk aan toe dat hij ervan staat te kijken hoeveel ervoor wordt betaald.

Coca-Cola is overigens niet het eerste bedrijf dat veel geld in koffie stopt. Het Zwitserse Nestlé – van Nescafé en Nespresso – sloot begin mei van dit jaar een samenwerkingsakkoord met de Amerikaanse koffiemarkt Starbucks. Waarmee het 7,2 miljard dollar overhad om de Starbucks-producten te mogen commercialiseren in de supermarkt. En in de herfst van vorig jaar kocht het enkele hippe Amerikaanse koffiemarkten.

Het Duitse familiebedrijf JAB reeg de jongste jaren ook de koffiemarkten aan elkaar. Het controleert sinds 2013 Douwe Egberts en had in 2016 samen met enkele investeringspartners 13,9 miljard dollar over voor het Amerikaanse Keurig Green Mountain. En tegelijk nam het, net als Nestlé, ook een paar hippe koffiemarkten in.

In het begin van de zomer deden ten slotte overnamegeruchten de ronde over een van de bekendste Italiaanse koffiemarkten, Illy. Niet verwonderlijk, want Illy is een van de uithangborden van het succes van de speciale koffies bij de consument.