

# Koffiedik kijken in de drankenwereld



De crisis maakt een blik in de toekomst van het consumptiegedrag niet makkelijk. Toch wagen diverse onderzoeksbureaus zich aan voorspellingen. Een overzicht van te verwachten trends in de wereld van wijn, fris en gedistilleerd.

Tekst: Han Sjakes

**D**e wijnconsumptie in Nederland is vorig jaar voor het eerst sinds vele jaren niet gestegen. Volgens onderzoek van GfK Panel Services Benelux in opdracht van het Productschap Wijn dronken we vorig jaar evenveel wijn als in 2007. Het productschap schrijft deze stabilisatie echter niet toe aan de crisis, maar aan een bredere, Europese trend van verminderde wijnconsumptie.

De International Wine and Spirit Record (IWSR), die elk jaar onderzoek doet in opdracht van de vakbeurs Vinexpo in Bordeaux, voorziet daarentegen een toename van de wijnconsumptie in Nederland met 4,5 procent tussen nu en 2012. Dat is een stijging in vijf jaar van 500 naar 526 miljoen flessen. Deze groei is minder groot dan in de voorgaande jaren, toen de consumptie in ons land sterker steeg dan het mondiale gemid-

delde. De grootste groei zit in mouserende wijn (22 procent, terwijl die van rode wijn afneemt. Ook witte wijn en rosé zullen meer gedronken worden, denkt de IWSR.

De economische crisis liet zich in de retail in beperkte mate voelen in het laatste kwartaal van 2008. Volgens het onderzoek van GfK nam het volume iets af in de laatste drie maanden van het afgelopen jaar, maar bleef de omzet op peil dankzij een prijsstijging van ruim tien cent per fles.

## 'Forget about the wine lake'

De IWSR verwacht dat de wijnconsumptie zal stijgen in de meeste van de 114 onderzochte landen. Alleen in Frankrijk, Spanje, Portugal, Oostenrijk, Zwitserland en Argentinië wordt minder wijn gedronken. De wereldwijde consumptie (+14 procent) stijgt harder dan de

productie (+7 procent), waardoor wat de IWSR betreft het veelbesproken wijnoverschot zichzelf oplost. "Forget about the wine lake", zei directeur Robert Beynat van Vinexpo.

Dit betekent overigens niet dat de wijnhandel niets merkt van de crisis. Zo is de export van Argentijnse wijn in de eerste twee maanden van dit jaar sterk gedaald, nadat de inflatie de prijs had opgedreven. De handel in de Bordeaux staat zwaar onder druk nu Groot-Britannië - de belangrijkste markt voor de Grands Crus - te kampen heeft met een sterke waardedaling van de pond. En grote producenten als Torres, Constellation Brands en E&J Gallo zien uit bezuinigingsoverwegingen af van deelname aan Vinexpo in juni, de grootste wijnbeurs ter wereld.

Jongere consument, duurdere wijn  
GfK constateert dat er vorig jaar in

Nederland iets meer port is verkocht in de retail, evenals meer licht mousserende wijn, voornamelijk prosecco. De belangstelling van het publiek voor wijn uit de Nieuwe Wereld groeit nog steeds ten koste van die uit Europese wijnlanden, met uitzondering van Duitsland dat steeds betere zaken doet in Nederland. Van de overzeese wijnlanden zien vooral Argentinië en Chili hun aandeel stijgen. Twee andere trends zijn de verjonging van de wijnconsument en meer aankoop van duurdere wijnen. In 2007 was 64 procent van de in de retail gekochte wijn nog onder de 2,50 euro; in 2008 is dit aandeel afgenomen tot 59 procent. Met name in de prijsklasse tussen de 2,50 en 4,50 euro wordt meer wijn gekocht: 35 procent vorig jaar tegen 30 procent in 2007. Wijn in de hogere prijsklassen blijft een speeltje voor een kleine groep: minder dan één op de zestien mensen (6,1 procent) koopt wijn boven de 4,50 euro.

Ook de IWSR voorziet een toename in de verkoop van duurdere wijnen in Nederland. Wijn boven de 7,50 euro winkelprijs zou tussen nu en 2012 met ruim 10% groeien, al blijft het marktaandeel dan nog altijd beperkt tot 2,6%. Dit is een mondiale trend, volgens Vinexpo-directeur Beynat. "De wereld drinkt meer wijn én betere wijn."

De stijgende belangstelling voor duurdere wijn was voor Marco van den Berk van GfK reden om de presentatie van de cijfers te besluiten met: "Begin niet aan een prijsdumping in deze crisistijd. Hou vast aan de kwaliteitsbeleving die aan wijn verbonden is."

### Wodka, rum en bourbon

De afgelopen vijf jaar daalde de consumptie van gedistilleerde dranken in

Nederland met 5,5 procent. Volgens de IWSR zal dit tussen nu en 2012 verder afnemen met 2,8 procent, tot 65 miljoen liter. Jenever, cognac en brandy krijgen het zwaar, terwijl er groei zit in wodka (+ 17 procent), rum (+ 13 procent) en bourbon whisky (+ 57 procent).

Just-drinks.com verwacht dat consumenten zullen bezuinigen op zowel wijn, bier als spirits door minder buiten de deur en meer thuis de glazen te vullen. Het segment gedistilleerd krijgt volgens Just-drinks het meest te lijden. De goedkopere merken zouden daarvan kunnen profiteren.

Marketeurs echter verwachten dat de dure, ultra-premium spirits hun sterke groei zullen voortzetten. De zogenoemde Reserve Brands van Diageo bijvoorbeeld, met merken als Johnnie Walker Blue Label, Tanqueray gin, Ciroc vodka, Don Julio tequila en Talisker whisky, scoorden vorig jaar gezamenlijk bijna 30% hogere verkoopcijfers. Chivas Regal Royal Salute 21 years (ruim 100 euro de fles) kende eveneens sterke groei. En ook Remy Martin's Louis XIII Black Pearl Magnum Cognac (25.000 euro per fles) vindt zijn afnemers.

Deze luxe trend heeft zich inmiddels uitgebreid tot extra oude rumsoorten, houtgerijpte tequila en zelfs een 23 jaar oude cachaça. Een medewerker van Diageo zegt tegen just-drinks.com: "Bedenk dat het niet gaat om het boeken van een vakantie of de aanschaf van een nieuwe auto. Wij noemen het 'betaalbaar genoeg'. Consumenten vinden dat ze het verdienen om af en toe het privilege of de traktatie van een premium drank te genieten."

> **HorecaEntree** <

### Bezuinigen op horeca?

Mensen zijn het niet snel geneigd te bezuinigen op voeding, maar helaas voor de horeca wél op consumpties buitenshuis. Dit blijkt uit onderzoek van GfK Panel Services Benelux. Eén op de drie ondervraagden zegt daarop te bezuinigen als ze '20 procent minder te besteden zouden hebben'. In ons land is het zo ernstig (nog) niet, maar enige daling van de uitgaven in de horeca kan niet uitblijven. In onder andere Engeland, waar de crisis veel harder is aangekomen, heeft bijvoorbeeld Jack Daniel's, een typisch caféwhiskymerk, te maken met teruglopende verkoopcijfers.

### Gezond is de trend

- Gezonde softdrinks blijven groeien in populariteit. Het is alleen de vraag of mensen in crisistijd trouw blijven aan de relatief dure smoothies en sappen.
  - Ook caloriearme frisdranken scoren goed, zoals Pepsi Max en Coke Zero.
  - Wereldwijd zal dit jaar de verkoop van mineraalwater die van frisdranken voor het eerst overtreffen.
  - Milieuvriendelijk verpakt water heeft de beste kansen in Europa, waar de weerstand stijgt tegen de plastic wegwerpfles..
  - Gearomatiseerd water is een groeiende nichemarkt, evenals met vitaminen of antioxidanten verrijkt water.
- (Bron: Just-drinks.com)

### Hoezo geen wijncultuur?

Nederlanders zijn geen echte wijndrinkers, wordt vaak gezegd. Weliswaar letten we op de centen - de gemiddelde prijs die we uitgeven voor wijn zit ruim onder de drie euro per fles - in andere opzichten mag het idee dat we geen wijncultuur hebben de prullenbak in.

Met een import van 368 miljoen liter (2007) staan we op de vierde plaats in de lijst van landen die de meeste wijn importeren, na Groot-Brittannië, Duitsland en de Verenigde Staten. En met meer dan 500 miljoen flessen wijn per jaar nemen we als consument de elfde plaats in. Geen kleine prestatie voor zo'n klein landje. Vorig jaar dronken we gemiddeld 21,6 liter wijn per hoofd van de bevolking. Ter vergelijking: in 1990 was dat nog 14,5 liter.

