

## Alcoholvrije dranken zijn 'here to stay'!

Alcoholvrij zit in de lift! Niet alleen gedreven door een ontmoedigingsbeleid vanuit de overheid, maar zeker ook door bewuste (gezondheids)keuzes van de consument. Maar in hoeverre spelen horecabedrijven in op deze ontwikkeling? De Foodservice Community vroeg dit aan beslissers uit de segmenten bar/cafés en restaurants.

Ruim 96% ziet de opkomst van alcoholvrije dranken binnen de horeca als een goede ontwikkeling. Redenen hiervoor zijn de positieve bijdrage aan de gezondheid, de veiligheid in het verkeer, de marges op deze dranken en de grote vraag vanuit de gast naar alcoholvrije dranken.

*"De opkomst van alcoholvrije dranken in de horeca zorgt dat het genieten buiten de deur voor elke gast toeneemt!"*

### Iedereen biedt alcoholvrij aan

Alcoholvrije radler wordt na alcoholvrij bier het meest aangeboden in beide segmenten. Radler wordt voornamelijk in mainstream restaurants geschonken, terwijl high-end restaurants weinig behoefte hebben aan dit product. Bij dit type outlets zijn alcoholvrije cocktails populairder.

Opvallend is dat bar/cafés – waar dranken de specialiteit zijn – minder soorten alcoholvrije dranken aanbieden dan restaurants. Een derde van de restaurants serveert ondertussen 2 soorten alcoholvrij bier en als zij cocktails aanbieden (40%) zijn dit ook vaak meerdere soorten. Alcoholvrije wijn staat bij een kwart van de restaurants op de kaart. Alcoholvrije spirits worden zowel in restaurants als in bar/cafés nog relatief weinig aangeboden.

100% aanbod alcoholvrije dranken																							
alcoholvrij RESTAURANT 	alcoholvrij BAR/CAFÉ 																						
<b>bier 99%</b> aantal soorten <table border="1"> <tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> <tr><td>41%</td><td>35%</td><td>10%</td><td>13%</td><td>1%</td></tr> </table>	1	2	3	4	5	41%	35%	10%	13%	1%	<b>bier 26x</b> aantal soorten <table border="1"> <tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th></tr> <tr><td>11</td><td>5</td><td>6</td><td>2</td><td>1</td><td>1</td></tr> </table>	1	2	3	4	5	6	11	5	6	2	1	1
1	2	3	4	5																			
41%	35%	10%	13%	1%																			
1	2	3	4	5	6																		
11	5	6	2	1	1																		
<b>radler 83%</b> aantal soorten <table border="1"> <tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> <tr><td>88%</td><td>7%</td><td>3%</td><td>0%</td><td>2%</td></tr> </table>	1	2	3	4	5	88%	7%	3%	0%	2%	<b>radler 23x</b> aantal soorten <table border="1"> <tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th></tr> <tr><td>16</td><td>6</td><td>1</td></tr> </table>	1	2	3	16	6	1						
1	2	3	4	5																			
88%	7%	3%	0%	2%																			
1	2	3																					
16	6	1																					
<b>cocktails 40%</b> aantal soorten <table border="1"> <tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th></tr> <tr><td>18%</td><td>32%</td><td>7%</td><td>21%</td><td>11%</td><td>11%</td></tr> </table>	1	2	3	4	5	6	18%	32%	7%	21%	11%	11%	<b>cocktails 10x</b> aantal soorten <table border="1"> <tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th></tr> <tr><td>2</td><td>5</td><td>1</td><td>2</td></tr> </table>	1	2	3	4	2	5	1	2		
1	2	3	4	5	6																		
18%	32%	7%	21%	11%	11%																		
1	2	3	4																				
2	5	1	2																				
<b>wijn 24%</b> aantal soorten <table border="1"> <tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th></tr> <tr><td>47%</td><td>47%</td><td>6%</td></tr> </table>	1	2	3	47%	47%	6%	<b>wijn 7x</b> aantal soorten <table border="1"> <tr><th>1</th><th>2</th></tr> <tr><td>6</td><td>1</td></tr> </table>	1	2	6	1												
1	2	3																					
47%	47%	6%																					
1	2																						
6	1																						
<b>spirits 13%</b> aantal soorten <table border="1"> <tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th></tr> <tr><td>45%</td><td>44%</td><td>11%</td></tr> </table>	1	2	3	45%	44%	11%	<b>spirits 2x</b> aantal soorten <table border="1"> <tr><th>1</th><th>2</th></tr> <tr><td>1</td><td>1</td></tr> </table>	1	2	1	1												
1	2	3																					
45%	44%	11%																					
1	2																						
1	1																						

### Goede smaak en vraag vanuit de gast bepaald keuze voor alcoholvrije drank

Een ruime meerderheid uit het segment bar/café verwacht dat het aanbod van alcoholvrij toeneemt in de komende 2 jaar, omdat de vraag groeit en de kwaliteit beter wordt. Aangenomen wordt dat deze groei met name komt uit alcoholvrij bier en alcoholvrije wijn.

De buurtkroeg ziet de grootste potentie in alcoholvrije wijnen ten opzichte van andere type bar/café's (bruine café's, grand café's en biercafé's). De keuze voor een nieuwe alcoholvrije drank wordt binnen dit segment bepaald door:

- een goede smaak
- vraag vanuit de gast
- presentatiemogelijkheden van de alcoholvrije drank

De grootste uitdaging voor bar/café's is het vinden van kwalitatief goede alcoholvrije dranken. Daarnaast wordt het communiceren naar de gast van het aanwezige aanbod alcoholvrij als uitdagend ervaren en is er te weinig inspiratie bij bar/café's aanwezig om alcoholvrije cocktails te maken.

**meeste moeite met vinden van kwalitatief goede alcoholvrije dranken: bar/café's**

1. bier

2. wijn

3. spirits

Beslissers willen graag inspiratie ontvangen over alcoholvrije cocktails en de daarbij horende recepturen. Deze inspiratie willen zij ontvangen via mail, tijdschriften of door het meekijken bij andere bedrijven. Educatie over alcoholvrije dranken is gewenst in de vorm van een workshop waarbij onder andere trends en de achtergrond van alcoholvrije cocktails en spirits aan bod komt.

### Restaurants missen goede alcoholvrije wijn

Binnen het segment restaurants verwacht 84% van de beslissers in de komende 2 jaar meer alcoholvrije dranken aan te bieden door de toenemende vraag naar alcoholvrij, de opkomst van gezondheid en bewustwording onder consumenten.

Bier, wijn en cocktails zijn de alcoholvrije productgroepen waarin groei wordt verwacht. Een derde van de beslissers mist echter producten binnen het huidige assortiment alcoholvrije dranken. Hierbij staan goede alcoholvrije wijnen veruit op de eerste plaats, maar ook het aanbod van alcoholvrije cocktails (het liefst kant en klaar), likeuren en (speciaal)bier is nog te gering in de ogen van de restaurantbeslissers.

De keuze voor een nieuwe alcoholvrije drank wordt in dit segment gemaakt op basis van:

- een goede smaak
- verhaal achter het product
- presentatiemogelijkheden van de alcoholvrije drank
- uitstraling van fles, glas en etiket

De grootste uitdagingen binnen de restaurantbranche zijn het vinden van alcoholvrije kwaliteitsdranken, gevolgd door tips & tricks over het combineren van alcoholvrij met maaltijden en de communicatie van het huidige aanbod naar de gast.

**meeste moeite met vinden van kwalitatief goede alcoholvrije dranken: restaurants**

1. wijn

2. bier

3. spirits

7% van de restaurantbeslissers biedt vanwege de vraag en de drang naar vernieuwing non-alcoholische drankarrangementen aan. 93% doet dit niet, omdat het te nieuw is, er geen vraag naar is, er te weinig passend aanbod is of zij geen arrangementen in het algemeen aanbieden.

---

***Welke smaakkenmerken, soorten mixen, recepturen en combinaties met eten zijn er mogelijk met alcoholvrij? Dat vraagt de restaurantbeslisser zich af.***

---

Beslissers van restaurants hebben behoefte aan informatie over drank-spijscombinaties, een overzicht van het aanbod van alcoholvrije dranken die op de markt aanwezig zijn en de smaaktyperingen van deze dranken. Qua inspiratie kunnen zij ondersteuning gebruiken bij het bedenken van alcoholvrije dranken in combinatie met gerechten, recepturen voor het maken van alcoholvrije cocktails en presentatiemogelijkheden van alcoholvrije dranken.

Educatie over alcoholvrije dranken willen zij middels informatiepakketten of nieuwsbrieven ontvangen, waarin de achtergrond van alcoholvrije dranken en alcoholvrij in combinatie met eten aan bod komt. Ook proefpakketten om kennis te maken met het alcoholvrije assortiment en opleidingen, workshops en trainingen om te werken met alcoholvrije dranken worden gevraagd.

### **Gemak bepaalt keuze inkoopkanaal**

De fysieke- en online groothandel zijn het meest gebruikte inkoopkanaal voor alcoholvrije dranken binnen bar/café's en restaurants. Redenen hiervoor zijn het bestelgemak (ik kan al mijn producten in één keer kopen) en bezorggemak (alles wordt in één keer geleverd). Een gunstige prijs, mogelijkheid tot makkelijk bijhalen en het breedste aanbod, spelen daarna een rol bij het maken van hun keuze.

<b>inkoopkanaal alcoholvrije dranken</b>				
1. fysieke groothandel	2. online groothandel	3. specifieke brouwerij	4. lokale onderneming	5. supermarkt

*De Foodservice Denktank is een initiatief van [Marketing4Results](#) en [Sligro Food Group](#) in samenwerking met [Horecava](#). Het doel is om snel, makkelijk en betaalbaar in contact te komen met foodprofessionals in de segmenten restaurants, cafetaria's en/of bar-café's om inzicht te krijgen in hun behoeftes.*

*Ben jij beslisser binnen één van deze segmenten en wil jij jouw mening geven over relevante thema's voor jou en/of jouw bedrijf? Word dan lid van de Foodservice Denktank door je [hier](#) aan te melden.*