

Gedreven en creatieve barista's breken door

Koffiebars zijn hype in West-Vlaanderen

Nick Vanderheyden, freelancejournalist

Research: Maxim Buysse, bachelor marketing (Howest)

De West-Vlaamse centrumsteden tellen anno 2018 samen al 58 koffiespecialzaken.

Dat is een verdubbeling in de laatste 10 jaar. Deze horecaondernemers profileren zich met een uitgebreid aanbod en creatieve invalshoeken. Ook in kleinere, toeristische steden slaat het koffieconcept aan.

Koffiebars of koffiespecialzaken leggen zich specifiek, maar daarom niet uitsluitend, toe op een aanbod aan koffie (en thee) en profileren zich daar ook echt rond. Ze hoeven daarom niet allemaal echte barista's te zijn, ook traditionele horecazaken kunnen hier op focussen.

Via een uitgebreide internetzoektocht registreerden we in de periode mei-juni van dit jaar **58 dergelijke handelszaken** in de 5 grootste West-Vlaamse steden. Officiële cijfers zijn er niet, bij gebrek aan een aparte NACE-code voor deze gespecialiseerde horecabedrijven. Met 20 aan koffie gelieerde horecazaken spant **Brugge** de koffiekroon, mede dankzij een miljoenenstroom aan toeristen. Badstad **Oostende** nestelt zich met 14 uitbatingen

op de tweede plaats. **Kortrijk** en **Roeselare** tellen respectievelijk 13 en 6 koffiebars of -bistro's. Ook in **leper** zijn de koffiehuizen in opmars, met al 5 vestigingen.

Koffiebars treffen we dus niet alleen maar aan in de grootstad. Al liet Starbucks enkele jaren geleden na een studie nog het plan varen voor een nieuwe vestiging op de Grote Markt van Kortrijk: te weinig continue passage. **Viva Sara** waagt zich sinds 2016 wel op de Markt van Kortrijk met een indrukwekkend en zeer doordacht concept rond koffiebeleving. En met succes.

In kleinere steden is het - ondanks de hoge winstmarge per verkochte kop koffie - moeilijk of niet haalbaar om puur

op koffie te overleven: een gevolg van het beperkte volume. Enige creativiteit en ondernemerschap zijn dus vereist om met succes een zaak te kunnen uitbaten die zich onderscheidt van het klassieke horeca-aanbod.

Koffiebar met barista

Alle horecazaken hebben één of soms ook meerdere soorten koffie in het assortiment. Hoe kan iemand die focust op een assortiment aan kwaliteitskoffie, zich dan onderscheiden? Het toverwoord luidt: **'barista'**. Barista's hebben een speciale, intensieve koffieleiding gevolgd en kennen dus alle finesses van het product en zijn bereidingen. In Brugge ging **Li O Lait** in 2012 in de Dweersstraat van start als een van de eerste koffiebars in de stad.

Li Vandamme van de Brugse koffiezaak **Li O Lait**: "Een goed opgeleide barista is zoals een kok in de keuken." (Foto Nick VDH)



Li Vandamme: "Een goed opgeleide barista is zoals een kok in de keuken. Hij of zij wil kwaliteitskoffie serveren met de meest kwalitatieve en gevarieerde soorten. Bovendien kent een barista de koffiemachine door en door en daarin ligt een belangrijk aandeel van de kwaliteit. We werken daarom samen met kleinere koffiebranderijen. Bij hen nemen we vooral koffiebonen af uit Afrikaanse landen als Ethiopië en Kenia. Steevast single origin en 100% Arabica. Hiermee onderscheiden we ons duidelijk van andere horecazaken. Het verwondert mij dat ik in de betere restaurants vaak nog geen kwalitatieve, ambachtelijke kop koffie gepresenteerd krijg."

Nog in Brugge, meer bepaald in de Sint-Jakobsstraat, opende **Koenraad Desmet** in de zomer van 2013 de espressobar **I Love Coffee**. In de periode 2005-2012 pionierde hij al met Espresso Baristas.

Niet overleven op koffie alleen

Kafeehuis Familie Jansen in de Kapucijnenstraat is sinds 2013 een gevestigde waarde in Oostende. Zaakvoerder **Luc Bossuyt** over de huidige boom aan koffiebars: "Wij waren een van de eerste koffiezaken in Oostende. Tegenwoordig zijn er meerdere speciaalzaken, verspreid over de hele stad. Ik schat dat ze een grote overlevingskans hebben als ze een uitgebreid aanbod in huis halen. Soms zie ik zaken die zich teveel richten op een aantal specialty coffies. Dat red je niet in een stad op West-Vlaams niveau. Op topdagen serveren we een duizendtal koppen en dan draai je een stevige omzet. Maar doorheen het jaar hebben we te weinig toestroom en moeten we het vooral hebben van senioren, die een bezoek aan een koffiebar beschouwen als onderdeel van hun dag. Die omzet verhoog ik met zelfgemaakte taarten, quiches en soepen. Daarom profileren we ons eerder als een klassiek kafeehuis en gaan we minder mee met de hype van de hippe koffiebars."

West-Vlaamse koffieketens?

Zijn er ook ambities om een West-Vlaams horecakoffieconcept uit te rollen met meerdere vestigingen? **Peter en Bart Deprez** van **Viva Sara** (met vandaag vestigingen in Kortrijk en Brugge) en **Maona** (een zaak in Ieper en twee in Kortrijk) geven alvast de aanzet. Ondernemer **Bart Buyse van Izy Coffee** ziet op zijn beurt een gat in de lokale markt. Hij toerde een tijd rond met een koffietruck en opent binnenkort een eerste vaste zaak in Izegem. "Met de koffietruck sta ik aan het station, aan bedrijventerreinen en schoolpoorten. Het is een goede manier om de stiel te leren kennen en mijn eigen merk te promoten. Aangezien het aanbod aan koffiebars



Luc Bossuyt van **Kafeehuis Familie Jansen** uit Oostende: "Koffiespecialzaken hebben een grotere overlevingskans als ze een uitgebreid aanbod in huis halen." (Foto Nick VDH)

Een veelvoud aan barista-opleidingen

Syntra West, de West-Vlaamse marktleider in bedrijfs- en beroepsgericht volwassenenonderwijs, zet mee de toon in de koffiehype, met een aanbod aan baristacursussen en andere koffiegerelateerde opleidingen. Die kenden een hoogtepunt in de periode 2009-2010, met een piek van 180 inschrijvingen, vielen daarna terug op een 80-tal cursisten en stabiliseerden de jongste jaren op een 50-tal gegadigden. Die dalende trend betekent niet dat de hype voorbij is.

Opleidingscoördinator Bram Lemmens van Syntra West: "We hebben de lat hoger gelegd qua opleidingsniveau en de kwaliteit van deze cursus verder opgetrokken. Bovendien krijgen de afstuderende cursisten sinds 2015 een internationaal erkend en gerenommeerd diploma, gelinkt aan de Specialty Coffee Association.

Een andere reden voor onze dalende cijfers is het feit dat alsmaar meer instanties, zoals sommige West-Vlaamse koffiebranders, zelf een meer toegankelijke baristacursus aanbieden. Onze focus blijft: topopleidingen."

in Midden- en Zuid-West-Vlaanderen beperkt is, is er potentieel om de mensen daar kwaliteitskoffie te leren kennen.

Tegen 2020 is het mijn ambitie om een viertal koffiebars te openen in en rond de ruime regio Midden- en Zuid-West-Vlaanderen."

Originele concepten

Er zijn ook spelers die het koffiegebeuren combineren met een uniek concept. Zo vind je bij het Brugse **Hermanus**, naast een assortiment koffie, ook kleding en lifestyleproducten voor de motorliefhebber. Of het Kortrijkse **Komma in de Lucht**, waar **Annemie Bernaerts** en

Pascal Vandenhende de koppen koffie combineren met cultuur.

Annemie Bernaerts: "In 2011 openden we boekhandel **Theoria** met een klein koffieaanbod. We verdiepten ons verder in het koffiegebeuren en de baristacultuur. Drie jaar later openden we in een aanpalend pand de koffiezaak **Komma in de Lucht**. We brachten beide in 2016 samen in ons nieuwe pand aan het Casinoplein in Kortrijk. Op die manier combineren we een koffiebar, café, vinylzaak en tentoonstellingsruimte. Het is ook een ontmoetingsplek voor jonge creatieve ondernemers."