

14. Marktstrategie

14.1 De markt van Oude Dranken

Om zowel het product alsook de markt van zeldzame en oude alcoholische dranken enigszins begrijpelijk te maken, volgt een uitleg over deze markt zoals Old Liquors Invest II deze ziet.

Onder het begrip 'zeldzame en oude alcoholische dranken' vallen gebottelde flessen Cognac, Whisky, Armagnac, Likeuren, Port- en Madeira-Wijnen en alle overige zeldzame, bijzondere en/of exclusieve alcoholische dranken, zoals momenteel worden aangeboden op de website genaamd: www.oldliquors.com. De focus van Old Liquors Invest II ligt niet bij het opkopen van reguliere gebottelde producties of bulk van alcoholische dranken, maar uitsluitend bij zeldzame en/of oude gebottelde alcoholische dranken.

Voor de leesbaarheid van dit document wordt zoveel mogelijk het woord 'dranken' en/of 'oude dranken' gebruikt als verzamelnaam voor zeldzame oude, bijzondere en/of exclusieve alcoholische dranken.

In de visie van Old Liquors Invest II is de markt van oude dranken wereldwijd sterk gefragmenteerd. Voor het maken van een objectieve marktanalyse zijn er onvoldoende benchmark gegevens en er is ook geen eenduidige beschrijving van deze markt beschikbaar. Kort samengevat: iedereen doet maar wat en doet dat op regionaal en soms nationaal niveau, maar vooral kleinschalig. Voor zover Old Liquors Invest II bekend is zijn er geen andere ondernemers, handelaren of investeerders die grootschalig en internationaal actief zijn op het gebied van de handel in oude dranken, en al helemaal niet speculatief, en daardoor zo stelt Old Liquors Invest II, worden die kansen in deze markt veelal onbenut gelaten.

De markt in oude dranken kent geen goed georganiseerde inkoop- en/of verkoopdistributie. Het komt met zeer grote regelmaat voor dat een fles Cognac, Whisky, Port, Rum of andere soort zeldzame of oude fles drank op een kleine veiling in bijvoorbeeld Nieuw-Zeeland, Argentinië of Zuid-Italië geveild wordt voor bijvoorbeeld € 100 (honderd euro). Een identieke fles kan bijvoorbeeld daarentegen op datzelfde moment bij een grote internationale veiling in New York, London of Hong Kong, € 1.000 (éénuizend euro) of meer opbrengen. In het verdienmodel onder hoofdstuk 15 van dit Informatie Memorandum is uiteengezet hoe dat in- en verkoopproces bij Old Liquors verloopt.

14.1.1 Inkoop, verkoop en handelsstrategie

Zowel inkoop als verkoop van oude dranken vereisen productkennis, marktkennis, handelsstrategie en bedrijfsmanagement om uiteindelijk succesvol te zijn (lees: winst te maken). De handelsstrategie van Old Liquors Invest II is om met voldoende kapitaal de markt van zeldzame en oude dranken continu geheel op te kopen en vooral niet in de handel te brengen, maar te speculeren op prijsstijgingen. Het belangrijkste onderdeel van succes is de juiste handelsstrategie samen met gedegen marktkennis.

Met deze marktstrategie is Old Liquors Invest II in staat de wereldmarkt in oude dranken zoveel mogelijk naar zich toe te trekken. Afhankelijk van de hoeveelheid kapitaal dat Old Liquors Invest II in het jaar 2017 en 2018 uit de markt beschikbaar krijgt, koopt zij speculatief en selectief bepaalde soorten zeldzame en oude dranken op. Primair koopt zij Cognac, Armagnac, Rum, Likeuren, Port- en Madeira-wijnen en overige oude dranken in de volgorde zoals hier beschreven en incidenteel ook Whisky, met de nadruk op incidenteel.

Old Liquors Invest II onderstreept de stellingen van de geestelijk vader van de groep van Old Liquors bedrijven, Bay van der Bunt. Bay van der Bunt stelt: *“vanaf de jaren 70 van de vorige eeuw is wereldwijd het aanbod van oude dranken sterk dalende en is de vraag, en zijn vooral de prijzen, sterk stijgende”*. Bay van der Bunt stelt verder: *“uitvoering geven aan het bedrijfsconcept vraagt een aantal persoonlijke eigenschappen en voorwaarden zoals: ondernemers- en managementkwaliteiten, product- en marktkennis, een e-commerce focus, visie voor ontwikkeling van specifieke software en koppeling met bestaande software, kennis van logistiek en opslag van oude dranken en een startliquiditeit of handelsvoorraad van minimaal € 10.000.000 (tien miljoen euro)”*. Old Liquors Invest II heeft al deze kenmerken, vaardigheden en financiële middelen in huis.

Old Liquors Trading heeft op dit moment, commercieel de beschikking over de privécollectie zeldzame en oude dranken van Bay van der Bunt en de zeldzame en oude drankenvoorraad van Old Liquors Invest B.V. en Old Liquors Invest II. Gezamenlijk hebben die een verkoopwaarde van circa € 20.000.000 (twintig miljoen euro). Hiermee heeft zij potentieel gezien de grootste handelsvoorraad van zeldzame en oude dranken ter wereld.



Schappen met Cognac

14.2 Wat zijn zeldzame oude en exclusieve alcoholische dranken

Old Liquors Invest II onderscheidt zeldzame, oude, bijzondere en exclusieve en gewone alcoholische dranken in zes categorieën:

1. Een zeldzame oude fles is circa 200 jaar of ouder, bevindt zich in een goede conditie, is drinkbaar en er zijn nog maar enkele flessen in de wereld van voorhanden. Old Liquors Invest II houdt deze flessen uit markt strategische en speculatieve overwegingen circa 5 (vijf) jaar of langer uit de markt. Indien er bijvoorbeeld drie of meerdere van diezelfde zeldzame flessen in voorraad zijn, dan wordt slechts één van die flessen tegen een zeer hoge prijs in de webshop te koop aangeboden en de overige flessen niet. Het uit de markt houden van de overige zeldzame flessen veroorzaakt extra schaarste en prijsbepaling in de markt.² Een bijzondere oude fles is 150 jaar of ouder, bevindt zich in een goede conditie, is drinkbaar en er zijn weinig van deze flessen in de wereld voorhanden. Deze wordt primair door Old Liquors Invest II uit de markt gehouden, of alleen tegen een zeer hoge prijs ter verkoop aangeboden. Hiervoor geldt feitelijk dezelfde marktstrategie als voor de eerder hiervoor genoemde zeldzame flessen.
3. Een oude fles is circa 100 jaar of ouder, bevindt zich in een goede conditie en is drinkbaar. Hiervan worden één of enkele flessen via de webshop www.oldliquors.com aangeboden tegen hoge prijzen en worden de overige flessen zo lang mogelijk uit de markt c.q. uit het zicht gehouden. Hiervoor geldt feitelijk ook weer dezelfde marktstrategie als voor de eerder hiervoor genoemde flessen.
4. Een exclusieve fles is 50 jaar of ouder en is van een bekend merk of van een zeer goede kwaliteit, bevindt zich in een goede conditie en is drinkbaar. Deze flessen worden aangeboden via de webshop www.oldliquors.com. Deze flessen worden door Old Liquors Invest II met kleine aantallen in de markt aangeboden en/of strategisch uit de markt en/of in voorraad gehouden en alleen tegen een hoge marge ter verkoop aangeboden.
5. Een exclusieve fles is van een bekend merk en van een zeer goede kwaliteit of kan bijvoorbeeld ook een fles zijn van 25 jaar of jonger met een beperkte oplage, soms gebotteld in een design-kristallen karaf of in een speciale design verpakking. Dit zijn de zogenaamde 'modern collectables'. Deze flessen wordt aangeboden via de webshop www.oldliquors.com. Ook voor deze flessen geldt diezelfde vaste marktstrategie.
6. Dit zijn gewone flessen c.q. het goedkopere genre van een luxe slijterijkwaliteit en ze worden aangeboden via de webshop www.oldliquorsmarketplace.com.

14.3 Voor eeuwig verloren smaken

Bay van der Bunt stelt: *“vanaf de jaren 60, 70 en 80 van de vorige eeuw verzamelen wereldwijd steeds meer consumenten Cognac, Whisky, Armagnac, Port, Likeuren, Rum en allerlei andere speciale soorten alcoholische dranken. Producenten speelden daar handig op in en gaven in die periode zogenaamde ‘limited editions’ uit van bepaalde jaargangen, ook wel ‘vintages’ genoemd. Op die manier konden zij hun kelderrestanten in kleine productieoplagen in de markt plaatsen. Deze ‘limited editions’ zijn in sommige gevallen veel gevraagd en de prijzen zijn in tien jaar soms wel verdrievoudigd.”*

14.4 Waarom zijn Oude Dranken zo bijzonder

Gedestilleerde producten waaronder Cognac, Whisky, Armagnac, Rum en andere destillaten worden in eikenhouten vaten in de kelders van de producenten gerijpt. De kwaliteit wordt hoofdzakelijk bepaald door langdurige rijping van het destillaat. Hoe langduriger de rijping plaatsvindt, des te hoger de kwaliteit. De rijping kan 40 tot 50 jaar en soms tot wel 100 jaar hebben plaatsgevonden. In het geval van Cognac, Whisky en Armagnac worden deze na het rijpingsproces vermengd met andere soorten en jaargangen, en op de gewenste smaak gebracht.

Kenmerkend voor Cognac, Whisky en Armagnac is dat de smaken uit vroege periodes niet meer samengesteld kunnen worden, omdat de producenten die betreffende Cognac, Whisky of Armagnac niet meer voorhanden hebben. Die kenmerkende smaken zijn dus voor altijd en eeuwig verloren en daardoor zeldzaam en kostbaar. Dat geldt niet voor alle oude flessen met drank uit de kelders van producenten, consumenten en verzamelaars. Gebottelde flessen alcoholische dranken worden in de fles nooit beter en blijven in het gunstigste geval wel goed van smaak.

14.5 ‘Gepimpte’ marketingproducten

Productie van Cognac, Armagnac, Whisky, Port- en Madeira-Wijnen en Likeuren neemt constant in volume toe. De zogenaamde Cognac en Armagnac kwaliteiten zoals VSOP en XO worden tegenwoordig bijvoorbeeld na 3 (drie) tot 5 (vijf) jaar uit het eikenhouten vat gehaald en op kleur en op een commerciële smaak gebracht en gebotteld. Op het moment dat Cognac, Armagnac en Whisky uit het eikenhouten vat worden gehaald en zijn gebotteld, stopt het rijpingsproces en verbetert de kwaliteit niet meer. Vervolgens worden deze als marketingproduct ‘gepimpt’ door deze in een luxe verpakking en tegen een hoge prijs in de markt te plaatsen. Meestal hebben deze nieuwe dranken in het geheel niet de klassieke smaak van de echte oude dranken.

14.6 € 50.000 tot € 100.000 voor een fles Cognac of Whisky is geen uitzondering meer

Een Cognac, Armagnac of Whisky moet 20 tot 40 jaar op het vat rijpen om tot een bijzondere of zogenaamde ‘top kwaliteit’ te komen. Dat is anno 2017 voor een producent commercieel gezien niet haalbaar. Om die reden alleen al kost een 35-jarige Whisky van het merk Macallan, zonder ‘gepimpte’ fles of luxe verpakking, rond de € 30.000 (dertigduizend euro) per fles.

Eveneens zijn prijzen van € 50.000 (vijftigduizend euro) en € 100.000 (honderdduizend euro) voor een fles Cognac of Whisky - ook in een moderne botteling - geen uitzondering meer.

De markt van Amerikaanse 'Bourbon Whiskey' heeft zich de laatste vijf jaar meer dan vervijfvoudigd. Een fles die in het jaar 2005 in een gemiddelde 'liquor store' werd aangeboden voor US\$ 100, brengt nu op een veiling al snel US\$ 800 op.

14.7 Verloren gegane Cognac-smaken uit de periode voor 1890

De smaken van voor 1890 kunnen in het geheel niet meer worden samengesteld. Eind 19e eeuw heeft de bladluis 'Phylloxera' de druivensoort uitgeroeid waarmee onder andere Cognac en Armagnac, Port en Madeira en vele andere wijnsoorten werden geproduceerd. Het kenmerkende aroma van deze oude druivensoort is zelfs met smaakstoffen nooit meer te evenaren. Dat is de oorzaak waarom flessen Cognac en Armagnac en Port en Madeira en vele andere wijnsoorten van de periode voor 1890 niet alleen bijzonder, maar ook kostbaar en ook echt zeldzaam zijn.

14.8 Hoe komen Oude Dranken in de markt

Wereldwijd staan nieuwe dranken bij producenten, distributeurs en slijterijen in het magazijn. Nadat deze dranken door een consument zijn gekocht staan deze thuis in woonkamerkasten en kelders om te worden geconsumeerd of verzameld. Omdat gedestilleerde alcoholische dranken praktisch onbeperkt houdbaar zijn - dit in tegenstelling tot niet ingedikte wijnen - blijven veel dranken bewust of onbewust tientallen jaren onaangeboren in de woonkamerkast en soms wel honderd jaar of langer in de kelder staan. Vanaf dat moment valt een dergelijke fles bij Old Liquors Invest II onder de categorie 'oude dranken'. Wereldwijd gebeurt datzelfde ook met dranken bij distributeurs en slijterijen. Dat zijn de 'winkeldochters' die voor Old Liquors Invest II ook onder de categorie oude dranken vallen.

Op het moment dat de eigenaren van oude dranken en wijnen, bijvoorbeeld bejaarden, gaan verhuizen komen deze oude dranken, waarvan waarschijnlijk niemand het bestaan meer kende, tevoorschijn uit de kasten en kelders. In veel gevallen is het dan de plaatselijke opkoper van huisraad die de drankenvoorraad opkoopt en aan het lokale of regionale veilinghuis ter verkoop aanbiedt.



14.9 Inkoop bij veilinghuizen

Wereldwijd verspreid vinden er jaarlijks circa 2.000 veilingen plaats waar wijnen en oude dranken worden geveild die voor de activiteiten van Old Liquors Invest II in aanmerking komen. Hier vinden uitsluitend biedingen plaats in de veilingzaal door hoofdzakelijk lokale bezoekers. Deze kleine lokale veilinghuizen bevinden zich wereldwijd verspreid: van Nieuw-Zeeland en Australië tot ver in Azië en van Canada tot Noord- en Zuid-Amerika en Europa.

Om tal van praktische redenen, zoals de enorme tijdverschillen tussen bijvoorbeeld Nieuw-Zeeland en de Verenigde Staten en/of Europa blijven internationale kopers vaak weg bij dit soort kleine veilingen. Van de wereldwijd verspreide veilinghuizen sturen veilinghuizen hun vaste klanten per post of digitaal een brochure met lotnummers van dranken.

14.10 Hoge veilingprijzen

Op de grote internationale veilingen bieden veel kopers uit de rijke industrielanden tegen elkaar op en betalen daardoor de hoogste prijs. Op deze grotere veilingen wordt slechts 25% van het totale wereldaanbod aan oude dranken geveild. In vergelijking met de kleinere veilingen kan de prijs hier soms twee tot drie maal zo hoog oplopen.

14.11 Logistiek

Breekbare flessen, fragiele kurken en de kans op lekkage van flessen resulteren vaak in een onverzekerd transportrisico. Hierdoor weigeren 95% van de veilinghuizen om verkochte flessen te transporteren en of te verzekeren tijdens een transport. Dit is een belangrijke reden voor buitenlandse kopers om weg te blijven bij de kleinere veilinghuizen.

Bij grote veilinghuizen zoals Sotheby's, Christie's en Bonhams, en speciaal bij de kleinere veilinghuizen, houden distributiemedewerkers onvoldoende rekening met bijvoorbeeld lekkage van flessen. Zij hebben onvoldoende betrokkenheid bij, of kennis waarom een bepaalde fles rechtopstaand moet worden getransporteerd. Dat geldt al helemaal tijdens transport en overslag. Zelfs de bekende rode 'this side up' sticker wordt volledig genegeerd en over het hoofd gezien.

Het grote gevaar van lekkage van een kurk ontstaat wanneer de fles liggend of 'op zijn kop' terecht komt tijdens het transport. Flessen oude drank hebben vaak een ingedroogde kurk. Bij rechtopstaande transportomstandigheden vormt dat geen enkel probleem. Maar een rechtopstaand transport vindt uitsluitend plaats bij een pallet verzending. De meeste flessen worden als enkelvoudige fles gekocht, verpakt en verzonden. Koeriersdiensten en transportbedrijven zijn niet toegerust op het speciale transport van flessen met alle gevolgen van dien.

Bij een traditionele veiling dient een koper zijn gekochte producten binnen vier dagen te betalen en zelf af te halen. Meestal worden producten niet door een veilinghuis verpakt en/of aan de koper verzonden. De meeste veilinghuizen bieden geen logistieke service. Grote veilinghuizen als Sotheby's, Christie's en Bonhams verzorgen wel verpakking en verzending, maar uitsluitend tegen zeer hoge kosten.

Old Liquors Trading gebruikt voor het transport haar eigen verpakking en palletkisten. Bij een pallet is het risico van het 'op zijn kop' transporteren praktisch uitgesloten. Bij een veiling worden door Old Liquors Trading vaak meerdere flessen gekocht en dat maakt transporteren per pallet al snel veel voordeliger. Bij grote aankopen stuurt Old Liquors Trading haar eigen palletkist (inclusief verpakking en vulmateriaal) naar het veilinghuis. Deze kist wordt volgens de bijgeleverde instructie gevuld. In de eigen palletkist kunnen de flessen uitsluitend rechtopstaand worden geplaatst. Alle gekochte veiling lots worden door Old Liquors Trading naar het centrale magazijn gehaald en beoordeeld, gefotografeerd en op de website www.oldliquors.com geplaatst.

14.12 Marktdominantie

Old Liquors Invest II prognosticeert de jaarlijkse wereldomzet in oude dranken die tot haar interessegebied behoort op circa € 3.000.000 (drie miljoen euro) tot € 5.000.000 (vijf miljoen euro) (zonder de specifieke wijnmarkt). Hiervan wil zij zelf jaarlijks voor € 3.000.000 (drie miljoen euro) aan oude dranken uit de markt opkopen en binnen vier tot vijf jaar weer verkopen. Indien Old Liquors Invest II in 2017/2018 circa € 3.000.000 (drie miljoen euro) aan kapitaal uit de markt heeft kunnen aantrekken, wil zij de wereldmarkt in oude dranken geleidelijk aan nog meer naar zich toe trekken in de komende vijf jaar en daarmee een nog grotere marktdominante positie behalen.

14.13 Modern Collectables

Verzamelaars van Cognac, Whisky, Armagnac, Port, Madeira en Rum zoeken wereldwijd naar moderne verzamelobjecten. Zelfs de grote Cognac merken, waaronder Remy Martin, Hennessy of Courvoisier en vele anderen hebben hiervoor geen producten beschikbaar. Hun marketingconcepten zijn gericht op volume-omzetten en niet op 'limited editions'. Voor een verzamelaar moet een 'limited edition' kleiner zijn dan 1.000 stuks. De grote merken zijn daar niet op ingesteld en hebben daar ook geen afzetkanalen voor. De website www.oldliquors.com is hiervoor wel een exclusief afzetkanaal.



Modern Collectables



14.14 In-Store Promotion en Luxury Hubs

In-Store Promotion is een concept waarbij bijzondere flessen door Old Liquors bij luxe slijterijen en op luxueuze en exclusieve locaties worden tentoongesteld. Zowel zeldzame flessen alsook 'modern collectables' komen op deze locaties extra tot hun recht.

Een handgemaakt 'wortelnotenhouten drankenkabinet' of een doorzichtige 'Old Liquors Safe' en doorzichtige display met zeldzame flessen zijn bijvoorbeeld publiektrekkers in luxe slijterijen of een luxe winkelomgeving zoals Harrods in Londen en Gum in Moskou, waar zich constant veel vermogende kopers bevinden.

Old Liquors Glass Safe
€ 100.000 (excl. inhoud)





HARRODS, LONDON



GUM, MOSCOW



DUBAI AIRPORT

14.15 Wereldwijd aantal potentiële 'Old Liquors klanten'

Groothandels/importeurs	5.750
Luxe slijterijen	33.000
Verzamelaars/Investeerders in wijnen	1.500.000
Handelaren in oude dranken	1.000
Exclusieve bars, restaurants en hotels	15.000
Verzamelaars/Investeerders in oude dranken	40.000



14.16 Bestedingsprofiel van vermogende personen (bron: Forbes list)

250 miljardairs met een vermogen van	79 – 80 miljard euro
2.500 miljardairs met een vermogen van	1 – 79 miljard euro
20 miljoen miljonairs met een vermogen groter dan 5 miljoen euro	

14.17 Uitgaven van miljonairs in 2016 aan luxe goederen (bron: Forbes list)

1789 Cognac

€ 35 miljard extreem dure hotels en restaurants	€ 6 miljard antiek
€ 8 miljard oude kunst	€ 3 miljard exclusieve horloges
€ 7 miljard exclusieve auto's boven de € 250.000	€ 5 miljard moderne kunst
€ 20 miljard merkkleding, handtasjes en sierraden	€ 14 miljard huizen boven de € 5 miljoen
€ 12 miljard luxe jachten groter dan 30 meter	€ 9 miljard privé vliegtuigen

Single Malt Whisky Quote in het AD

<http://www.ad.nl/economie/pech-voor-whiskyfans-tekort-aan-oude-single-malt~a73f0df9/>

"Zo kostte in 1994 een dertig jaar oude fles Black Bowmore rond de € 100. Nu tellen liefhebbers er € 7.000 voor neer. Kortom, de whiskymarkt laat zich niet zo makkelijk sturen. Niemand wist 20 jaar geleden dat de prijs van 20 jaar oude whisky nu ineens zo hoog zou zijn. De problemen beperken zich niet tot Schotland. Ook de makers van de betere Amerikaanse Bourbon Whisky kunnen de vraag nauwelijks aan."