

Bezorgservices alcoholhoudende drank

Een indicatief onderzoek naar de aard en omvang van het fenomeen
'bierkoerier'

STAP
Utrecht, augustus 2005

© Stichting Alcoholpreventie

Auteurs: R. Kaptijn, J. Mulder

Postadres
Postbus 8181
3503 RD Utrecht
E-mail: stap@alcoholpreventie.nl

www.alcoholpreventie.nl

Kantoor Utrecht
Ravellaan 88
3533JP Utrecht
Telefoon: 030-6565041
Fax: 030-6565043

augustus 2005

Bestelnummer: U.2005.11

2^e druk

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of anderszins, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Samenvatting

Om meer inzicht te krijgen in de beschikbaarheid van alcoholhoudende drank voert STAP regelmatig indicatief onderzoek uit naar diverse beschikbaarheidsaspecten. Een fenomeen dat hiermee direct verband houdt en dat de laatste tien jaar sterk is ontwikkeld zijn de bezorgservices voor alcoholhoudende drank, ook wel bierkoeriers genoemd. Uit deze eerste landelijke registratie blijkt dat er twee categorieën bierkoeriers op de markt zijn. De eerste soort is opgezet door de alcoholproducenten om studenten aan een bepaald merk bier te binden. Deze bezorgservices functioneren vooral als een vervanging voor de aankoop van bier in de supermarkten. De tweede soort zijn de kleine zelfstandigen. Zij verkopen vooral aan jongeren die buiten de winkeltijden drank willen bestellen en dit per direct afgeleverd willen krijgen. In totaal zijn er 24 actieve bierkoeriers gevonden. Elf die gelieerd zijn aan een alcoholproducent en dertien kleine zelfstandigen.

Inleiding

“Niets in huis en onverwachts bezoek?” “Geen zin meer in gesjouw?” “Geen koud biertje meer te bekennen?” “Alle winkels gesloten?” “Nog even lekker doorzakken?” “Vanaf vandaag is dat probleem verleden tijd!”

Bovenstaande teksten zijn te vinden in advertenties van bierkoeriers op het internet. Bierkoeriers zijn bezorgdiensten die alcoholhoudende drank aan huis leveren. Deze bezorgdiensten worden geen beperkingen opgelegd door de Drank en Horeca Wet (DHW) en de winkeltijdenwet. Het is binnen de DHW toegestaan om zonder vergunning zwak alcoholische drank te verkopen zolang de verkoop uit een ‘besloten ruimte’ plaatsvindt. De verkoop aan huis vormt zo’n besloten ruimte. De winkeltijdenwet (winkels mogen niet voor 6 uur en na 22 uur open zijn) maakt een uitzondering voor bezorgservices. Telefonische bestel- en bezorgservices zijn niet aan winkeltijden gebonden.

De Stichting Alcoholpreventie (STAP) is geïnteresseerd in de beschikbaarheid van alcoholische drank in Nederland en heeft daarom besloten tot een indicatief onderzoek naar de aard en omvang van het fenomeen bierkoerier. Naast een bepaling van de verschillende categorieën bierkoeriers staan in dit onderzoek de volgende vragen centraal:

- Hoeveel bierkoeriers zijn er in Nederland?
- Wat is het bezorggebied van deze bierkoeriers?
- Hoeveel drank verkopen de bierkoeriers wekelijks?
- Wat is het assortiment van de bierkoeriers? Verkoopt men alleen zwak alcoholische drank of ook sterk alcoholische drank en/of snacks?
- Op welke tijden en dagen bezorgen de bierkoeriers?
- Welke prijzen hanteren de bierkoeriers?
- Wat is de doelgroep van de bierkoeriers?
- Hoe wordt de doelgroep benaderd? Wat doet men aan marketing?
- Is er sprake van stijgende of dalende verkoopcijfers? En wat zijn de verwachtingen ten aanzien van de toekomst?
- Wat zijn redenen om met een bier bezorgservice te stoppen?

Methode

Zoekstrategie

De meeste bierkoeriers hebben een website, maar er zijn ook koeriers die alleen met behulp van folders en stickers hun telefoonnummer verspreiden onder de doelgroep. Met de zoekmachine Google is er gezocht op de volgende termen: *bier*, *drank*, *bezorgen*, *bezorging*, *bezorger*, *bezorgdienst*, *bezorgservice*, *bestellen*, *bellen*. Daarnaast zijn de links op de sites van de gevonden bierkoeriers bekeken. Er is gezocht naar links op websites van vriendengroepen en op de websites van de Nederlandse bierbrouwerijen.

De bierkoeriers zijn vervolgens opgebeld en zij kregen daarbij onder andere de vraag voorgelegd of zij nog andere bierkoeriers kenden. Bovendien is in elke 'studentenstad' van Nederland¹ een studentenvereniging gebeld met de vraag of zij één of meerdere bierkoeriers kende die in hun stad actief zijn. Tenslotte is in iedere gemeente met meer dan 100.000 inwoners maar zonder studentenvereniging² een slijterij opgebeld met de vraag of zij een bierkoerier kennen die in de betreffende gemeente actief is.

Dataverzameling

Veel informatie was beschikbaar op de websites van de bierkoeriers. Alle bierkoeriers zijn telefonisch benaderd met vragen over de ontbrekende informatie. Van de 24 werkzame bierkoeriers wilden er 17 meewerken aan het telefonische interview.

¹ Amsterdam, Arnhem, Breda, Delft, Den Bosch, Den Haag, Deventer, Eindhoven, Enschede, Groningen, Haarlem, Heerlen, Leeuwarden, Leiden, Maastricht, Nijmegen, Rotterdam, Tilburg, Utrecht, Wageningen en Zwolle

² Amersfoort, Apeldoorn, Ede, Emmen en Zaanstad.

Resultaten

Er kunnen twee categorieën bierkoeriers worden onderscheiden. De eerste categorie is een initiatief van de alcoholproducenten en de tweede categorie zijn de kleine zelfstandigen. Omdat deze twee soorten bierkoeriers wezenlijk verschillen worden ze hieronder apart besproken.

De bezorgdiensten die gelieerd zijn aan de alcoholproducenten:

Omschrijving van het fenomeen: Verschillende alcoholproducenten hebben een bezorgservice opgezet om studenten te binden aan een bepaald biermerk. “Binnen de biermarkt zijn studenten een belangrijke doelgroep (...) Studenten maken vaak een bewuste keuze voor een bepaald merk bier. De kans is erg groot dat ze later vaker kiezen voor het bier uit hun studententijd.” Vertelt een manager van Dommelsch.¹ Deze bezorgservices zijn niet opgezet om direct winst te maken.

De bezorgdiensten leveren het bier thuis voor een vergelijkbare prijs als die in de supermarkt. De bezorging vindt plaats binnen de winkeltijden (tot 21 uur) en het bier wordt bezorgd op de dag van bestelling. Er zitten enkele uren tussen het moment van bestellen en het moment van leveren. De minimum afname is twee à drie kratjes.

Hoeveel van deze bezorgdiensten zijn er in Nederland? De zoekactie op het internet leverde de telefoonnummers van 17 bezorgdiensten op. Na telefonisch contact met de verschillende brouwerijen bleek echter dat zes van de zeventien koeriers met hun activiteiten gestopt zijn. De redenen waarom deze bezorgservices zijn gestopt worden later besproken. De 11 actieve bezorgdiensten bestaan uit de Heineken Studentenservice (die ook Amstel bezorgt) en de Bavariabierkoerier. De koeriers van de Heineken Studentenservice zijn in dienst van het vervoersbedrijf dat al het vervoer van Heineken regelt. De Bavariabierkoerier is een zelfstandig bedrijf dat gesponsord wordt door Bavaria.

Wat is het bezorggebied van deze bierkoeriers? De Heineken Studentenservice bezorgt in 10 studentensteden. De Bavariabierkoerier bezorgt alleen in Groningen. In bijlage 1 zijn alle actieve koeriers samen met hun website (indien van toepassing), telefoonnummer en bezorggebied weergegeven.

Hoeveel drank verkopen deze bezorgdiensten wekelijks? Op deze vraag wilde 6 van de 11 koeriers antwoord geven.

De Bavariabierkoerier heeft veruit de beste verkoopcijfers met 500 kratten per week. De Heineken Studentenservice -een krat bier is hier ruim een euro duurder dan bij de Bavariabierkoerier- verkoopt een stuk minder: tussen de 50 en 150 kratjes per week. De gemiddelde bestelling bestaat uit 5 kratten. Uit de beschikbare gegevens blijkt dat deze bierkoeriers in totaal meer dan 900 kratten per week leveren. Gezien de beperkte beschikbaarheid van de gegevens is het niet mogelijk om een realistische schatting te maken van het totaal aantal kratten dat deze bierkoeriers per week bezorgen

Wat is het assortiment van deze bierkoeriers? De Heineken Studentenservice verkoopt alleen bier, fris en wijn. De Bavariabierkoerier verkoopt bier, fris, wijn en chips. Het grotere assortiment wordt door de Bavariabierkoerier gezien als een van zijn succesfactoren.

Op welke tijden en dagen bezorgen deze bierkoeriers? De Heineken Studentenservice bezorgt alleen op werkdagen van 17 tot 21 uur. De Bavariabierkoerier bezorgt op maandag tot en met zaterdag van 15 tot 21 uur.

¹ Cursor: Informatie- en opinieblad van de Technische Universiteit Eindhoven, 29 juni 2000.
<http://www.tue.nl/cursor/bastiaan/jaargang42/cursor40/ruis.shtml>

Welke prijzen hanteren deze bezorgservices? Bij de Heineken Studentenservice kost een kratje Heineken € 10,29 en een kratje Amstel kost € 9,59. Bij de Bavariabierkoerier kost een kratje Bavaria € 8,90. Deze prijzen zijn exclusief statiegeld en in principe min of meer gelijk aan die van de verschillende supermarkten, maar als er sprake is van een aanbieding zijn de supermarktprijzen doorgaans wel fors lager dan die van de bierkoeriers. Een kratje Heineken is dan voor € 6,69 te koop.

Wat is de doelgroep van deze bezorgdiensten? De Heineken Studentenservice richt zich exclusief op studenten. De Bavariabierkoerier heeft ook vooral studenten als klant.

Hoe wordt de doelgroep benaderd? Wat doet men aan marketing? Zowel de Heineken Studentenservice als de Bavariabierkoerier hebben een website. Naast de conventionele marketingtechnieken zoals advertenties (bijvoorbeeld in de universiteitsagenda's) en posters, is het mogelijk om op de site van de Heineken Studentenservice een 'huisaccount' aan te maken waarop studenten via een frequentieoverzicht hun eigen drinkgedrag terug kunnen zien. "Die statistieken zijn razend populair. (...) Wij horen soms dat dit weer aanspoort om meer te bestellen in een poging de statistieken op te krikken." Vertelt een koerier uit Wageningen. De Bavariabierkoerier zet onder andere gebodypainte dames in om het koeriersbedrijf onder de aandacht te brengen van de eerstejaars tijdens de introductieweek. En bij beide bezorgdiensten spaar je gratis voor verschillende 'gadgets'. Een krat levert een punt op en zo kun je voor 5 punten een pet krijgen en voor 660 punten een koelkast.

Is er voor deze bierkoeriers sprake van stijgende of dalende verkoopcijfers? En wat zijn de verwachtingen ten aanzien van de toekomst? De Bavariabierkoerier meldt stijgende verkoopcijfers. Bij de Heineken Studentenservice zeggen vier van de zes koeriers dat zij te maken hebben met dalende verkoopcijfers. Als reden voor de dalende verkoop wordt de felle concurrentiestrijd tussen de supermarkten 'de supermarktoorlog' genoemd. De al eerder besproken aanbiedingen zijn een gevolg van deze supermarktoorlog.

Wat zijn redenen om met een bezorgservice te stoppen? De Heineken Studentenservice en de Bavariabierkoerier lopen goed en voor deze bedrijven bestaat er op dit moment geen reden om te stoppen. Deze koeriersdiensten bestaan nu gemiddeld 3 jaar. Een vroegere concurrent van Heineken en Bavaria was de Grolsch Flesexpress. Deze bier bezorgservice heeft vier jaar bestaan en is drie jaar geleden gestopt.

De Grolsch Flesexpress werd gerund door studenten en had daarom te maken met een hoog personeelsverloop. De meeste studenten werkten een jaar en zochten vervolgens wat anders of vertrokken naar het buitenland. Als gevolg hiervan werd het bestelde bier niet altijd (op tijd) geleverd. Dit maakte het voor Grolsch moeilijk om nog langer zijn naam aan deze bezorgservice te verbinden. Daarnaast is de levering aan huis kleinschalig en moeten er extra afspraken gemaakt worden wanneer er precies geleverd kan worden. Met andere woorden: "de laatste kilometers zijn erg dure kilometers".

De kleine zelfstandigen

Omschrijving van het fenomeen: De kleine zelfstandige bierkoeriers zijn, vanzelfsprekend, opgezet met als doel om winst te maken en zij hebben daarbij geen lange termijn perspectief: "We zijn nog niet zo lang bezig, maar we hebben besloten om het een jaar aan te kijken en dan te beslissen of we verder gaan of niet." Zegt een bierkoerier met tegenvallende verkoopcijfers. De kleine zelfstandigen bezorgen buiten de winkeltijden -soms tot diep in de nacht- het bier thuis. De prijzen van de kleine zelfstandigen liggen fors hoger dan die van de supermarkt (vaak meer dan het dubbele) en de minimum afname ligt meestal tussen de 10 en de 18 biertjes. Deze bierkoeriers gaan direct op pad om een bestelling te leveren.

Hoeveel van deze bierkoeriers zijn er in Nederland? De zoekactie op het internet en de belronde leverden de telefoonnummers van 23 kleine zelfstandige bierkoeriers op, daarnaast

waren er drie meldingen van bierkoeriers (één door een studentenvereniging, één door een slijter en één van een andere bierkoerier) waarvan de telefoonnummers niet achterhaald konden worden.

Uit de belronde bleek dat 10 bierkoeriers gestopt zijn met hun bedrijf. De telefoonnummers (genoemd op de websites van de bierkoeriers) bleken niet langer meer te bestaan, of het bericht op de voicemail vermeldde dat men 'op dit moment' gesloten was terwijl er herhaaldelijk binnen de openingstijden, zoals vermeld op de website van de betreffende koeriers, gebeld is. Een koerier uit Dordrecht kon bevestigen dat veel van zijn collega's gestopt zijn. Van de 23 kleine zelfstandigen die telefonisch benaderd zijn, zijn er dus nog 13 actief. Het is onbekend of de drie bierkoeriers waar alleen een melding van is gemaakt inderdaad nog actief zijn.

Wat is het bezorggebied van deze bierkoeriers? De kleine particuliere bierkoeriers blijken relatief vaak voor te komen in de kleinere steden buiten de randstad. De koeriersdiensten in Amsterdam en Den Haag zijn in dit opzicht een uitzondering. Een bierkoerier verteld dat het moeilijker is om in een grote stad actief te zijn omdat het relatief veel geld kost om naamsbekendheid op te bouwen. Media met een groter bereik vragen immers meer geld voor een advertentie. Daarnaast speelt ook de aanwezigheid van nachtwinkels een rol in het beperkte voorkomen van bierkoeriers binnen de randstad.

Hoeveel drank verkopen deze bierkoeriers wekelijks? Er zijn grote verschillen in verkoop tussen de kleine zelfstandigen. Vier bierkoeriers hebben nauwelijks klanten en verkopen minder dan vijf kratjes per week. Zij doen naar eigen zeggen vooral te weinig aan marketing. De andere koeriers verkopen tussen de 10 en 100 kratten per week. De gemiddeld bestelling bestaat bij deze koeriers uit 1 kratje bier. Ook hier is het niet mogelijk om een betrouwbare schatting te maken van het totaal aantal geleverde kratten, maar dit zal in ieder geval boven de 225 kratten per week liggen.

Wat is het assortiment van deze bierkoeriers? De elf kleine zelfstandigen verkopen allemaal bier en fris. Acht bierkoeriers verkopen snacks zoals chips, marsrepen, sigaretten, bitterballen en pizza's.

Op welke tijden en dagen bezorgen deze bierkoeriers? Alle kleine zelfstandigen bezorgen buiten de winkeltijden. De dagen en tijden waarop bezorgd wordt zijn zeer divers. Vier bezorgen alleen rond het weekend (van donderdag tot en met zondag), zes koeriers bezorgen ook doordeweeks. Drie bierkoeriers zijn in het weekend voor twee uur 's nachts gesloten, zeven bierkoeriers bezorgen in het weekend nog na twee uur 's nachts. Twee koeriers bezorgen tot 6 uur 's ochtends. Dit is het maximum.

Welke prijzen hanteren deze bierkoeriers? Voor een kratje bier -exclusief statiegeld- moet bij de kleine zelfstandigen tussen de 15 en 60 euro betaald worden. Het gemiddelde ligt op € 25,05. Dit is dus fors duurder dan de supermarkt, maar veel goedkoper dan de kroeg waar men voor een tapje (0,25 cl) tussen de € 1,50 en € 2,00 betaald. Omgerekend is dit tussen de € 43,20 en € 57,60 voor een krat.

Wat is de doelgroep van deze bierkoeriers? De negen kleine zelfstandigen geven bijna allemaal aan dat hun doelgroep iedereen vanaf 16 jaar is. Alleen bezorgservice 'ZinckendeKok' noemt studenten als doelgroep. De motieven van de klanten verschillen wel naar leeftijd. Jongeren zijn vaak al aan het drinken en willen hun biervoorraad aangevuld zien. Ouderen hebben geen zin om met kratten te sjouwen en kiezen vanwege het gemak voor de bierkoerier. Uit de telefonische interviews bleek dat de koeriers 'iedereen vanaf 16 jaar' als doelgroep noemen omdat dat de groep is waaraan men in principe wil verkopen. Doorvragen leerde dat de koeriers in de praktijk vooral aan jongeren verkopen. Het tot diep in de nacht open zijn past ook meer bij de levensstijl van jongeren. Zeven van de tien websites vermelden een minimumleeftijd voor de bezorging van alcoholische drank (meestal

16 jaar). Toch valt het te betwijfelen of een telefonische bestelling inderdaad op grond van het leeftijdscriterium wordt geweigerd als de koerier al is komen voorrijden. De keuze om niet te verkopen betekent dan immers niet alleen een kleinere omzet maar ook een direct verlies in de vorm van reiskosten.

Hoe wordt de doelgroep benaderd? Wat doet men aan marketing? De meeste kleine zelfstandigen hebben een website. Daarnaast adverteren zij in de lokale media, verspreiden ze folders en sponsoren ze bijvoorbeeld het lokale voetbalteam.

Is er voor deze bierkoeriers sprake van stijgende of dalende verkoopcijfers? En wat zijn de verwachtingen ten aanzien van de toekomst? Van de negen kleine zelfstandigen die voor commentaar beschikbaar waren meldden vijf koeriers een stijgende verkoop. De vier koeriers die hun verkoop niet zagen stijgen zijn precies die vier koeriers die minder dan vijf kratjes per week verkopen. Volgens drie van deze koeriers is de achterblijvende verkoop te wijten aan een gebrekkige marketing of naamsbekendheid. Volgens één koerier is er in zijn regio simpelweg te weinig behoefte aan zijn product.

Van alle geïnterviewde bierkoeriers vertellen vier koeriers spontaan dat het thuis drinken een trend is. Het feit dat 7 van 10 kleine zelfstandigen een jaar of minder dan een jaar bestaan doet vermoeden dat dit een groeimarkt is, maar hier staat tegenover dat 4 van deze 7 koeriers minder dan vijf kratjes per week verkopen en sommige van hen twijfelen of zij hun bezorgservice wel door moeten zetten. Veel van de gevonden bierkoeriers hadden nog wel een website, maar geen bestaand telefoonnummer. Dit doet vermoeden dat zij recentelijk gestopt zijn.

Wat zijn redenen om als kleine zelfstandige te stoppen? De redenen om te stoppen zijn uiteenlopend. Volgens sommigen is de vraag naar de nachtelijke bezorging van bier onvoldoende. Soms zijn de plannen te pretentius. Zo had één bierkoerier zich voorgenomen om 24 uur per dag te bezorgen, maar dit plan bleek 'niet haalbaar'. Anderen waren naast hun kernbezigheden ook nog bierkoerier en waren gezien een gebrek aan tijd gedwongen om prioriteiten te stellen. Een kleinere bierkoerier gaf zijn verhuizing als reden om te stoppen. "Ik woon nu twee hoog en dan is het zo'n gesjouw met kratten." Maar volgens een ervaren bierkoerier stoppen de meeste omdat er in de beginperiode veel geïnvesteerd moet worden in de naamsbekendheid terwijl je dan nog maar weinig klanten trekt. "We hebben volgehouden, maar ik denk dat 99 procent eerder zou zijn afgehaakt. Ineens ging het lopen."

Conclusie en discussie

De 24 gevonden actieve bierkoeriers vallen in twee categorieën uiteen: 11 koeriers zijn gelieerd aan een alcoholproducent en 13 koeriers werken zelfstandig.

Hoewel de bierkoeriers die gelieerd zijn aan de alcoholproducenten via slimme marketing technieken voor een deel hun eigen vraag creëren (de frequentieoverzichten op de huisaccounts zijn hier een voorbeeld van, de vraag naar drank wordt groter omdat de studenten hun statistieken op willen krikken) moeten deze bezorgservices toch vooral als een vervanging voor de aankoop van alcohol in de supermarkt worden gezien. De prijzen zijn vergelijkbaar als die in de supermarkt en ook de bezorging vindt plaats binnen de winkeltijden. Omdat er enkele uren zitten tussen het moment van bestellen en het moment van leveren bieden deze bierkoeriers, anders dan de kleine zelfstandigen, geen mogelijkheid om impulsief te drinken of door te zakken. Het enigste doel van deze bezorgdiensten is het binden van studenten aan een bepaald biermerk.

De kleine zelfstandigen sluiten met hun ruime bezorgingstijden en hun snelle levering veel meer aan bij het -overwegend jonge- publiek dat thuis aan het drinken is en door de voorraad heen is. De kleine zelfstandigen concurreren niet met de supermarkt en halen hun winst voornamelijk uit het impulsieve aankoopgedrag van jongeren.

Waarschijnlijk is het niet gelukt om alle bierkoeriers in Nederland te vinden. Er zijn drie meldingen gemaakt van kleine zelfstandige bierkoeriers waarvan het telefoonnummer nergens te ontdekken is. Deze bezorgservices opereren waarschijnlijk binnen een gesloten gemeenschap en maken geen grootschalige reclame. En het is heel goed mogelijk dat in tal van kleinere gemeente een dergelijke bierkoerier actief is die geen website heeft en alleen adverteert in de lokale media.

Wat betreft de gemeenten met meer dan 100.000 inwoners leverden de verschillende zoekmethoden bijna uitsluitend dezelfde koeriers op. Dit wekt de indruk dat het overzicht van bierkoeriers opererend in de grotere gemeenten vrijwel volledig is.

Sommige koeriers waren niet telefonisch bereikbaar, anderen waren niet bereid om mee te werken aan het telefonische interview. De verwachting is dat juist diegene die veel verkopen niet willen meewerken omdat zij het te druk hebben. Ook is het waarschijnlijk dat de koeriers die veel verkopen geen antwoord willen geven op de vraag naar de wekelijkse verkoop uit angst om de concurrentie in de kaart te spelen. De koeriers die meer verkopen hebben immers meer te verliezen.

Deze twee factoren leiden ertoe dat de hier gepresenteerde resultaten vermoedelijk een onderschatting vormen van het aantal bierkoeriers en hun verkoopcijfers. In werkelijkheid ligt het aantal bierkoeriers en de verkoopcijfers waarschijnlijk hoger.

De bierkoeriers die gelieerd zijn aan een alcoholproducent bestaan gemiddeld zo'n 3 jaar en zij zien op dit moment geen goede redenen om met hun bezorgservice te stoppen. Wel zijn enkele van hun concurrenten inmiddels van de markt verdwenen. Het is niet duidelijk of voor deze soort bierkoeriers de verkoopcijfers over het algemeen stijgen of dalen. De ontwikkelingen bij de kleine zelfstandigen zijn ook ambigu. Veel bierkoeriers zijn al met hun activiteiten gestopt. Toch zijn de meeste ondernemers van mening dat er een goede markt voor hun type bedrijven is zolang men maar voldoende aan marketing doet. Het verdient dus aanbeveling om de ontwikkelingen omtrent het aantal bierkoeriers en hun verkoopcijfers te blijven registreren.

Bijlage 1

De namen, websites, telefoonnummers en het bezorggebied van de 23 gevonden actieve bierkoeriers in Nederland:

Naam	Website	Telefoonnummer	Bezorggebied
Alex Bierservice Twente	Geen website	053 4338460	Enschede
Bavariabierkoerier	www.bavariabierkoerier.nl	050 5268202	Groningen
De Bier Bezorglijn	www.debierbezorglijn.nl	06 42487005	Tilburg
De Bier en Chips Lijn	www.need4wheels.com/bierenchips/	06 29356277	Almere
De Bierkoerier	www.debierkoerier.nl	06 29316535	Amsterdam
De Bierkoerier	www.bierkoerier.net	06 51544073	Dordrecht
De Bierkoerier Lelystad	www.kwkoeriersdiensten.nl/bier	06 24585086	Lelystad
De Biertaxi	www.biertaxi.nl	0 622983390	Vlissingen, Middelburg en omgeving
Bossche Biertaxi	www.bosschebiertaxi.nl	0 614468444	Den Bosch en omgeving
Heineken Studentenservice	www.studentenservice.nl	020 4804222 015 2145457 050 5977985 0512 594655 071 3694695 0492 531707 043 3218163 010 2381111 030 6394345 024 3742700	Amsterdam Delft Groningen Leeuwarden Leiden Eindhoven Maastricht Rotterdam Utrecht Wageningen
De Nachtrijder Bierkoerier	www.denachtrijderbierkoerier.nl	0 655325556	Bergen op Zoom, Roosendaal en omgeving
www.bier-koerier.nl	www.bier-koerier.nl	06 42749777	Den Haag
ZinckendeKok	www.zendek.nl	06 15378596	Enschede
Six pack	Geen website	06 43022684	Groningen
De bier bezorger	www.bierbezorger.nl	06 30381038	Breda