

# Heineken overweegt verkoop van koffie en thee

6 JANUARI 2009

De Nederlandse bierbrouwer Heineken is van plan om koffie en thee in de horeca te verkopen. Nederlanders drinken steeds minder bier en dus zoeken brouwers naar alternatieve oplossingen om de verliezen te compenseren.

Lees meer over: [voedingsindustrie](#)

De Nederlandse bierbrouwer Heineken is van plan om koffie en thee in de horeca te verkopen. Nederlanders drinken steeds minder bier en dus zoeken brouwers naar alternatieve oplossingen om de verliezen te compenseren. Heineken en zijn concurrenten proberen voortdurend nieuwe flesjes, blikjes en andere verpakkingen bij de supermarkten te introduceren. Allemaal om de consument, die de jongste jaren steeds meer wijn ging drinken, weer warm te maken voor bier. Maar dat blijkt dus niet vanzelfsprekend te zijn.

In de Nederlandse horecasector is Heineken met een marktaandeel van vijftig procent ruimschoots marktleider. De brouwer lanceerde onder meer Extra Cold om de volumedaling te temperen. Met het nieuwe drankje Jillz mikt het bedrijf op vrouwen, waarvan 63 procent zegt dat ze pils niet lekker vinden. Voorts kreeg Heineken met de overname van het Britse Scottish&Newcastle het in Engeland al zeer populaire cidermerk Strongbow Gold in handen.

Naast de diverse biermerken levert Heineken via dochter Vrumona ook frisdanken aan zijn vele horecabedrijven. En binnenkort komen daar dus misschien koffie en thee bij. Half januari zou Heineken de plannen bekendmaken.

**Bron:** De Tijd/De Telegraaf

## VILT vzw

Koning Albert II Laan 35  
1000 Brussel  
Belgium

## Contact

T •  
M • [info@vilt.be](mailto:info@vilt.be)

## Volg ons op:

[screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/](https://www.facebook.com/vilt.nieuws/)

[screenreader.visit us on our twitter page: https://twitter.com/vilt\\_nieuws](https://twitter.com/vilt_nieuws)

[screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/](https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/)