

InBev wil Hoegaarden opwaarderen

nieuws

InBev wil Hoegaarden omturnen van probleemdossier tot een van de symbolen van zijn nieuwe strategie. Met de plannen om het witbier niet langer te maken in Hoegaarden zette de Leuvense biergroep eerder dit jaar heel wat kwaad bloed. Maar nu gaat ze fors investeren in de promotie van het bier, onder meer als drank bij het eten. Begin volgend jaar opent ook een nieuw bezoekerscentrum op de site van Hoegaarden. Intussen blijft de bierverkoop in ons land aan het ritme van ongeveer één procent per jaar dalen.

🕒 8 DECEMBER 2006 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:58

InBev wil Hoegaarden omturnen van probleemdossier tot een van de symbolen van zijn nieuwe strategie. Met de plannen om het witbier niet langer te maken in Hoegaarden zette de Leuvense biergroep eerder dit jaar heel wat kwaad bloed. Maar nu gaat ze fors investeren in de promotie van het bier, onder meer als drank bij het eten. Begin volgend jaar opent ook een nieuw bezoekerscentrum op de site van Hoegaarden.

"2006 was een jaar van veranderingen, veel werk en veel emoties", zegt Sabine Sagaert, het hoofd van InBev België. De biergroep besliste haar productie en ondersteunende diensten fors te herstructureren. Daarbij stonden 381 jobs op de helling. Uiteindelijk werd, na slopende onderhandelingen met de vakbonden, het aantal gedwongen ontslagen beperkt tot 33.

Ook met de buitenwereld boterde het de afgelopen maanden niet. De groep werd verweten de voeling met de Belgische biertraditie verloren te hebben. Er werden zelfs initiatieven op poten gezet om InBev-bier te boycotten. Het verzet tegen de 'mastodont' werd aangewakkerd toen de groep in april besliste om voor de tweede maal in amper acht maanden haar prijzen te verhogen, ditmaal met gemiddeld 2,8 procent.

Sagaert benadrukt dat ondanks alle commotie het marktaandeel stabiel is gebleven. In 2005 bedroeg dat 57,2 procent. "We hebben wel volumes verloren", geeft ze toe. "Maar in lijn met de markt". Die zal wellicht met 1 tot 1,5 procent gekrompen zijn. Of de daling van de omzet gecompenseerd wordt door de hogere prijzen, wil Sagaert niet kwijt. "Prijsverhogingen hebben een impact op de omzet, meer kan ik niet zeggen".

Om te bewijzen dat de groep wel degelijk oog heeft voor de Belgische biertraditie opent begin 2007 een bezoekerscentrum op de historische site van Hoegaarden. En om aan te tonen dat het witbier niet in het verdomhoekje zit, is er "een duidelijk investeringsplan voor Hoegaarden". Wat dat plan

inhoudt, is nog niet bekend, maar het zal ongetwijfeld aansluiten op de algemene strategie van InBev. Die focust op de versterking van de merken via promotie en vernieuwing.(KS)

Bron: De Tijd

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17

1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)