

BIER AB InBev-marketingdirecteur Chris Burggraave ziet toekomst voor Belgische merken vooral in VS

'Budweiser zet Belgische merken van AB InBev niet in de schaduw'

■ (tijd) - Dat AB InBev met Anheuser-Busch de hand heeft gelegd op het Amerikaanse topmerk Budweiser betekent niet dat de Belgische bieren van de groep verwaarloosd worden. Dat zegt marketingdirecteur Chris Burggraave in een gesprek. 'We mogen de Belgische merken niet onderschatten. Stella Artois is ons vierde grootste bier en Jupiler is liefst 1 miljard dollar waard. Het is daarmee ons sterkste lokale merk.'

'Onze Belgische merken zijn veel groter dan men doorgaans denkt', zegt Chris Burggraave terwijl hij een lijstje toont met de 14 merken van AB InBev die meer dan 1 miljard dollar waard zijn (bruto winkelwaarde). Stella Artois staat op plaats vier, voor het Duitse Beck's en het Braziliaanse Brahma. En verrassend: Jupiler komt voor in het lijstje. Het bij uitstek Belgische pilsbier, dat over de grenzen enkel in Nederland, Noord-Frankrijk en een beetje in Engeland wordt verkocht, bewijst daarmee dat het een ongelooflijke merkenbinding heeft, zegt Burggraave.

Door de sterkte van de Belgische merken, met ook nog Hoegaarden en Leffe, te benadrukken wil de marketingbaas van 's werelds grootste bierconcern benadrukken dat ze blijvend ondersteund zullen

worden. Dat de groep het Amerikaanse Anheuser-Busch heeft gekocht om het merk Budweiser te kunnen uitbouwen tot wereldmerk, betekent niet dat de Belgische bieren verwaarloosd worden. 'Ze zijn belangrijk voor ons', zegt hij. 'Ze zijn een rolmodel binnen het bedrijf. We moeten het erfgoed in stand houden en uitdragen. Er moet meer aandacht komen voor de cultuur die rond bier hangt. Hoe wordt het geschonken, in welk glas, waarbij kan je het drinken. Zoals dat gebeurt bij wijn, moet dat ook kunnen bij bier.'

SCHENKRITUEEL

De toekomst voor de Belgische bieren ligt volgens Burggraave in de VS, een markt die AB InBev nu via Anheuser-Busch voor de helft in handen heeft en die tekent voor

De miljardenmerken van AB InBev

	waarde in miljard dollar
Bud Light	10,3
Budweiser	9,3
Skol	5,5
Stella Artois	3,2
Brahma	3,1
Busch	2,5
Beck's	2,4
Cass	2
Michelob	1,9
Antarctica	1,8
Natural Light	1,7
Sedrin	1,3
Quilmes	1,1
Jupiler	1

media/fm



Chris Burggraave.

RV

het grootste deel van de groepsomzet. 'Stella Artois en Hoegaarden zijn bij de snelst groeiende merken in de Verenigde Staten', zegt Burggraave. 'Nochtans zetten we ze niet op de markt als een massaproduct, maar doen we moeite om de kwaliteit te benadrukken, het schenkrutueel, het typische glas.' Stella Artois staat op de negende plaats in de top van importbieren in de VS. 'Het merk moet dienen als locomo-

tief voor de andere Belgische bieren', zegt hij.

Hoeveel van de budgetten uiteindelijk naar de Belgische bieren gaat, wil Burggraave niet specificeren. 'In onze portefeuille hebben we een selectie gemaakt van focusmerken', zegt hij. 'Daar horen Stella, Hoegaarden, Jupiler en Leffe bij. Die focusmerken zijn mijn prioriteit. Daar gaan mijn tijd, aandacht en middelen naar.'

SDS