



BOUDEWIJN VAN DER KELEN

nieuwe CEO voor Brouwerij Haacht



©Photoneers

Op 2 november 2020 nam Boudewijn van der Kelen het roer van Brouwerij Haacht in handen.

Met veel ambitie wil hij haar als Belgische, familiale en moderne onderneming op de kaart houden.

Boudewijn van der Kelen startte in september 1993 als junior product manager op de marketingafdeling. In de loop der jaren groeide hij door tot marketingdirecteur en sinds 2003 maakt hij deel uit van de raad van bestuur. Hij kan dus terugkijken op ruim 27 jaar ervaring in de brouwerswereld en is daarmee goed voorbereid op zijn nieuwe rol.

Met Boudewijn van der Kelen komt de vierde generatie aan de leiding. Het was zijn overgrootvader, Eugène De Ro, die in 1898 op het idee kwam om in de toenmalige 'Melkerij van Haecht' voor het eerst bier te brouwen. Een goede keuze, zo bleek, want de brouwerij floreerde zo goed dat in 1929 alle melkerij-activiteiten gestopt werden en haar naam officieel veranderde in Brouwerij Haacht.

Na Eugène De Ro traden respectievelijk diens schoonzoon Alfred van der Kelen tot 1968 en kleinzoon Frédéric van der Kelen tot 2020 in zijn voetsporen. We kunnen zeker stellen dat Boudewijn van der Kelen de passie voor bierbrouwen met de paplepel ingegeven kreeg.

De functieoverdracht kwam er in een heel speciale periode. De coronacrisis, met de bijhorende horecalockdowns, stelt Brouwerij Haacht immers hard op de proef. Gelukkig heeft ze een sterke basis: ze is uitgerust met een ultramodern productieapparaat en beschikt over een uitgebreid gamma merken van topkwaliteit. Haar familiale karakter is, in combinatie met het respect voor haar tradities en haar verleden, haar grote troef.

Met die basis is Boudewijn van der Kelen vastbesloten om Brouwerij Haacht sterker dan ooit in de markt te zetten. Samen met zijn directieteam werkte hij een welomlijnde strategie uit, waarin hij de klant centraal stelt en streeft naar een aantrekkelijk imago en een sterke concurrentiepositie. Vereenvoudigde administratie, performante logistiek, productinnovatie en aandacht voor duurzaamheid zijn maar enkele manieren om deze doelen te bereiken. Daarbij stelt hij de medewerkers en hun talenten centraal. Want Brouwerij Haacht is en blijft in de eerste plaats een familiale brouwerij.

#72

HAACHT MAGAZINE

dit was 2020

Beste lezer,

Het jaar 2020 hebben we intussen al even achter ons gelaten. Normaal gesproken krijgt u dit magazine al in januari in handen. Het zal u niet verbazen dat de coronacrisis bij de opmaak van deze editie flink wat stokken in de wielen stak. We zijn blij dat ze uiteindelijk toch van de persen is gerold, al is het dan in een dunnere versie dan u van ons gewend bent.

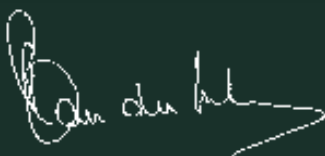
Het voorbije jaar was er voor iedereen eentje met bijzondere uitdagingen en beproevingen, voor elk van jullie wellicht op een andere manier. Toch hoop ik dat het ook mooie momenten meebracht, waarin u kon genieten van onverwachte, leuke, zelfs kleine dingen.

Ook voor Brouwerij Haacht was het voorbije jaar een uitdaging. Vooral de sluiting van de horeca had en heeft nog steeds een enorme impact op onze dagelijkse werking. Al die maanden wisten zowel onze horecaklanten, bierhandelaars als medewerkers zich heel flexibel en veerkrachtig op te stellen. We zijn hen daar allen erg dankbaar voor.

Intussen zaten we niet stil. Begin november nam ik het roer over van mijn vader, Frédéric van der Kelen, die onze brouwerij 52 jaar lang door vele stormen wist te laveren. Ik zal daarin zeker zijn voorbeeld volgen. Ik wil ook vasthouden aan onze waarden als familiale, onafhankelijke en Belgische brouwerij die kwalitatieve merken brouwt en wil de nauwe band met onze horecaklanten onverminderd aanhouden. Maar ik zal evengoed onze strategie aanpassen aan de veranderende noden van de bedrijfswereld en vooral van de consument, zodat we meer dan ooit klaarstaan voor de toekomst.

Ik ben ervan overtuigd dat we, dankzij onze familiale spirit, in 2021 het potentieel van onze brouwerij verder kunnen ontwikkelen, voor de huidige en de volgende generaties klanten en medewerkers. Weet dat wij er intussen altijd zijn voor u. Heeft u vragen, opmerkingen, bekommernissen, suggesties,... aarzel dan niet om uw contactpersoon bij Brouwerij Haacht aan te spreken of stuur ons een mailtje via info@haacht.com.

Hou het intussen gezond, veilig en positief!



Boudewijn van der Kelen
CEO

Brouwerij Haacht nv
Provinciesteenweg 28
B-3190 Boortmeerbeek
www.haacht.com

PS Wilt u geen enkel nummer van ons jaarlijkse Haacht magazine missen?
Op www.haacht.com kunt u een gratis abonnement nemen.



V.U. Lien Meeus

Redactie Nancy Van Herck
Vormgeving Communi-cat

De verwijzingen naar COVID-19 in dit magazine gaan uit van de coronamaatregelen die half maart in België van toepassing waren.



WAT EEN JAAR!

Toen België en onze buurlanden in maart 2020 voor het eerst in lockdown gingen, hadden we nog geen idee hoelang de coronacrisis zou duren. Twee weken? Een maand? Nog langer? Wie zou het zeggen... Inmiddels zijn we al een jaar verder.



Op mentaal vlak ervaart elk van ons deze gezondheidscrisis op een heel eigen manier. De zorgsector snakt naar een adempauze. Ouderen snakken naar persoonlijk contact. Telewerkers snakken naar overleg met hun collega's. Jongeren snakken simpelweg naar jong zijn. En zo zijn er nog tal van voorbeelden.

Het voorbije jaar was er eentje van verandering. We leerden relativeren, de kleine dingen waarderen en pikten oude hobby's weer op of ontdekten er nieuwe. En met het coronavaccin als hoopgevend steuntje in de rug, blijven we uitkijken naar betere tijden.

Intussen blijft het voor veel sectoren moeilijk om te overleven.

Ook onze zo geliefde horeca, waar we al sinds het ontstaan van onze brouwerij een trouwe band mee hebben, is zwaar getroffen. Een aantal horecaklanten zag nieuwe opportuniteiten en kwam creatief uit de hoek met openluchtbars, afhaalmaaltijden, thuisleveringen enzovoort. Maar niet iedereen had die mogelijkheid. Veel van onze klanten hadden en hebben het nog steeds moeilijk. Wij wilden vooral voor elk van hen klaarstaan, in dit raar jaar, en kwamen met een aantal steunmaatregelen die hopelijk nét dat verschil kunnen maken.

COMMERCIEËLE TEGEMOETKOMING

Tijdens de eerste lockdown werkten we in België een regeling uit opdat elke horecaklant tegen de heropening zijn vervallen Haacht-producten via de bierhandelaar kon inleveren, waarna wij ze crediteerden. Op die manier konden onze horeca-uitbaters altijd een kwaliteitsproduct aanbieden aan hun klanten. Ook nu er uiteindelijk vooruitzichten zijn voor een tweede heropening, bieden we deze service aan.* Daarnaast zetten we tijdens bijna de volledige lockdownperiodes de bruikleenvergoeding voor onze koffiemachines stop en schorsten we de onderhoudsabonnementen van de tapinstallaties.



HUURGELDEN

Afhankelijk van de individuele situatie, kwamen we tijdens beide lockdowns de huurders van onze horecapanden financieel tegemoet door de huur gedeeltelijk kwijt te schelden. We vroegen daarbij de hulp van de eigenaars van wie we panden in onderhuur aanbieden. Bijna allemaal gingen ze akkoord om een gedeelte van het huurverlies voor eigen rekening te nemen. Het gaf heel wat ondernemers alvast een beetje extra zuurstof.



TOURNÉE GÉNÉRALE

Na de eerste lockdown voerden we een advertentiecampaignede Belgische kranten, met bons voor een gratis Haacht-consumptie. Daarmee wilden we de consumenten weer uit hun kot lokken, richting hun favoriete café of restaurant.



IMPACT OP BROUWERIJ HAACHT

Uiteraard heeft de gezondheids crisis ook voor ons grote gevolgen. Door de sluiting van de horeca en het wegvallen van evenementen verloren we immers een groot stuk van onze omzet. Onze cijfers kunnen niet anders dan hieronder lijden. Maar omdat het geen zin heeft om bij de pakken te blijven zitten, maakten we van de gelegenheid gebruik om onze werkprocessen te verbeteren, een aangepaste strategie uit te denken en nieuwe opportuniteiten te zoeken. Daar zullen ook onze klanten op termijn wel bij varen.



ONZE MEDEWERKERS

Verminderde verkoop betekent verminderde productie en dus ook een lagere nood aan arbeidskracht. Onze vierhonderd medewerkers werken nu al een jaar deeltijds, aangevuld met dagen van economische werkloosheid door overmacht. Gecombineerd met telewerk, is dit een nieuwe manier van werken die flink wat aanpassing vraagt. Ook de economische onzekerheid knaagt. Toch vinden onze medewerkers elke dag opnieuw de kracht om er vol voor te gaan. Het is dankzij hun inzet en flexibiliteit dat we durven dromen dat we samen, sterker dan ooit, uit deze crisis zullen komen.



DE TOEKOMST

Het blijft koffiedik kijken hoe alles verder zal evolueren. We balanceren nog steeds op een dunne lijn van versoepelingen en heropflakeringen, en moeten hier waarschijnlijk nog een hele tijd rekening mee houden. Nog even op de tanden bijten. Er komt zeker een periode na corona!

* Horeca-ondernemers kunnen voor meer info over de terugnameprocedure terecht bij hun bierhandelaar.

DUURZAAM WATERGEBRUIK

dankzij RepEAT



RepEAT onderzoekt
de mogelijkheid
om tot

65%

van het afvalwater
te hergebruiken.



In haar streven naar minder waterverbruik en beter waterhergebruik sloot Brouwerij Haacht zich aan bij het samenwerkingsproject RepEAT, dat voedingsbedrijven ondersteunt bij het verantwoord en zuinig omgaan met water.

De bezorgdheid rond geschikt drinkwater is geen nieuw gegeven. Uit het SERV-advies⁽¹⁾ van 13 juli 2020 blijkt dat iedereen nog meer moet inzetten op waterbesparing en -hergebruik. Het advies bevat zeven projecten die zich daarop toelagen, RepEAT is er eentje van.

RepEAT is een speerpuntclusterproject van Flanders' FOOD. Met de steun van VLAIO⁽²⁾ onderzoeken vier bedrijven uit de voedingsindustrie – Brouwerij Haacht, Citrique Belge, Pantarein Water en Volys – samen de technologische mogelijkheden

om tot 65 % van het afval- en proceswater te hergebruiken. Dat kan een waterbesparing van 20 tot 50% opleveren.

Dit project is natuurlijk niet ons enige duurzame initiatief. Zo ondertekenden we in 2018 de 'Green Deal Brouwers' die ook in het teken van duurzaam waterverbruik staat. Verder streven we continu naar een verlaging van het energieverbruik in alle productieprocessen en sorteren we consequent alle afvalstromen. En omdat milieu veel verder gaat dan dat, stimuleren we onze medewerkers om zoveel mogelijk met de fiets naar het werk te komen.



(1) In de SERV buigen Vlaamse werkgevers- en werknemersorganisaties zich over adviezen en akkoorden rond belangrijke sociaal-economische onderwerpen, met als doel meer welzijn en welvaart te creëren voor iedereen in Vlaanderen.
(2) VLAIO = Vlaams Agentschap voor Innoveren en Ondernemen

KAREL VERMEIREN

nog lang geen afscheid

Na een carrière van 37 jaar bij Brouwerij Haacht ging onze brouwmeester Karel Vermeiren vorige zomer met welverdiend pensioen. Karel was mee de drijvende kracht achter de modernisering van onze productieprocessen en stond aan de wieg van een pak topbieren.

In 1983 klopte een jonge industrieel ingenieur biochemie, optie 'brouwerij- en gistingsbedrijven', op onze deur. Met zes jaar brouwervaring en een flinke dosis bierpassie kon hij meteen aan de slag als hoofd van ons labo. Al in 1990 volgde hij toenmalig brouwmeester Jozef Claes op. Het was het begin van een succesverhaal.

Samen met zijn straf team bedacht Karel tal van nieuwe recepturen. Het SUPER 8-gamma was zijn speeltuin, waarin hij al zijn brouwgoesting kwijt kon. Het leverde hem en ons al een pak internationale bierprijzen op. Het hoogtepunt? De unieke erkenning in 2014 van Tongerlo Blond tot World's Best Beer, gevolgd door zijn persoonlijke 'Michael Jackson Award'!

VERNIEUWER

Karel wist in enkele decennia het volledige productie-apparaat van onze brouwerij te vernieuwen. Met de bouw van warme kamers effende hij het pad voor bieren met hergisting op fles, zoals Tongerlo en Ommegang. Hij stond ook open voor de introductie van nieuwe technieken, bv. dry hopping. Intussen coördineerde hij mee de opstart en werking van ons wijnkasteel Château La Grande Barde in Montagne-Saint-Emilion en de totale vernieuwing van onze Microbrasserie de l'Île d'Orléans in Québec.

MET HART EN ZIEL

De laatste jaren was Karel naast productie- en exploitatiedirecteur ook voorzitter van de overlegorganen en werkgeversafgevaardigde in de onderhandelingen met de sociale partners. Hij vindt het immers belangrijk om bij alle beslissingen rekening te houden met het sociale, ergonomische en psychische welzijn van onze medewerkers.

Karel zetelt vandaag nog in de Raad van Bestuur en blijft voor de lopende projec-



ten zijn enorme knowhow delen met zijn opvolgers. Zijn drijfveer: *"De brouwerij is een magneet. Op vrijdag ben ik toe aan mijn weekend, maar tegen zondagavond begint het alweer te kriebelen en moet ik terug."*

Dit is dus nog lang geen afscheid. Maar wel een dikke merci!



ONZE NIEUWE VER

een blik op de toekomst

Al in 2019 startte de brouwerij met de bouw van twee nieuwe afvullijnen voor enkele specifieke referenties op vat en fles. Daarmee staan we vandaag klaar om in te spelen op de toenemende vraag van voornamelijk exportlanden.



DE FLESSENLIJN

De nieuwe flessenlijn vult (hoofdzakelijk) referenties af in one-wayflessen die nadien in kartonnen dozen worden verpakt, specifiek bestemd voor de exportmarkt. Daarnaast vult ze de 75cl-flessen met kurken stop af, die we eveneens in kartonnen dozen aanbieden voor onze Tongerlo abdijbieren en Ommegang.

De nieuwe verpakingslijn is een verkleinde versie van de gewone productielijnen in onze bottelarij. Het bier wordt hier vanuit de gisting- en lageringstanks aangevoerd in een kleinere buffertank. Tongerlo en Ommegang krijgen daar alvast de juiste dosis gist mee voor de latere hergisting op fles. De lijn werkt uitsluitend met nieuwe, voorgespoelde glazen flessen. Om elke vorm van infectie uit te sluiten, krijgen de flessen meteen na het vullen een kroonkurk of, voor de 75cl-flessen, een kurken stop en 'muselet'.



Daarna volgt een automatische vulhoogtecontrole, krijgt elk flesje de juiste etiketten en elk rugetiket een houdbaarheidsdatum op exact de juiste plaats. Dankzij een fijn afgesteld controlesysteem wordt elk flesje dat niet correct geëtiketteerd of gecodeerd is, automatisch uitgestoten.

De goedgekeurde flesjes vervolgen hun weg naar de wrap-around machine. Die verzamelt het nodige aantal flesjes, wikkelt er een kartonnen doos rond en voorziet die van een etiket. Als laatste stapelt de palletiseerrobot alle dozen netjes op pallets, klaar voor hun reis naar de klant!

PAKKINGSLIJNEN



DE VATENLIJN



Onze nieuwe vatenlijn is eveneens een 'verkleinde' versie van onze gewone lijn. Ze kan alle standaardvaten (DIN-vaten) van 15 tot 30 liter afvullen, maar de nadruk ligt vooral op de zogenaamde slimkegs. In beide gevallen gaat het om retourvaten.

Ook hier ondergaan de vaten een hele reeks handelingen om tot een vat lekker schuimend bier te komen. We controleren de tapkoppen op eventuele beschadiging of vuilresten en een weegschaal controleert of de vaten volledig leeg zijn. Daarna krijgt elk vat een zorgvuldige in- en uitwendige wasbeurt en vullen we het vat met stoom. Intussen gaat het afgewerkte bier via een flashpasteur, die het kort verhit tot 85°C en daarna razendsnel afkoelt, naar een buffertank, klaar voor afvulling. Met deze pasteurisatie zetten we eventuele bacteriën volledig buitenspel.

Tijd nu om het vat te vullen! Met acht vulkoppen halen we een capaciteit van 350 vaten per uur. CO₂ drijft de nog aanwezige stoom uit het vat zodat er geen lucht bij het bier kan en het straks in optimale omstandigheden via de tapkraan in jouw glas kan stromen. Maar voor het zover is wegen we het vat nog na en maakt een infraroodcamera een warmtefoto. Is de inhoud van het vat te warm, dan wordt de afvullijn stilgelegd om de oorzaak op te sporen en te verhelpen. We willen immers niets aan het toeval overlaten. Dus wordt tot slot ook nog eens de tapkop gecheckt op eventuele lekkage vooraleer de vatencap met datumcodering op het vat gaat.

Een tweede lijn voor het afvullen van one-wayvaten werkt op ongeveer dezelfde manier. De vaatjes zijn nieuw en voorzien van een 'liner' (een soort zak binnenin) die met de juiste hoeveelheid bier wordt gevuld. Hierdoor is het hele proces van wassen en spoelen overbodig, wat de lijn een pak korter maakt. Deze one-wayvatenlijn heeft drie vulkoppen en levert 120 volle vaten per uur af. Beide lijnen eindigen op dezelfde plek, waar een laatste robot de afgefulde vaten op een pallet plaatst en de volle pallets wrapt om het transport veilig te laten verlopen.

AUTHENTICITEIT

als rode draad bij herinrichting

In juni verhuisden onze commerciële medewerkers voor de provincies Antwerpen, Vlaams-Brabant en Limburg naar nieuwe lokalen aan de rand van ons brouwerijterrein. De samensmelting leidt tot efficiënter werken en biedt onze klanten meer duidelijkheid.



Het pand waarin ze hun intrek namen, werd in het verleden gebruikt als horecatrainingscentrum. Sinds we de opleidingen in onze ast organiseren, stond het gebouw leeg. Met de aankoop van het aanpalende gebouw in 2019, kregen we een unieke kans om beide voormalige woningen een nieuwe functie te geven.

De verbouwingen waren een hele klus. Een nieuw dak, nieuwe ramen, enkele binnenmuren gingen eruit, de tuin kreeg een grondige opruimbeurt, ... Voor het interieur kwam onze dienst gebouwen met heel wat

creatieve oplossingen op de proppen. De vroegere garage is nu een leuk ontvangstlokaal dat de geschiedenis van Primus samenvat via tal van oude en recentere reclames. Een tweede vergaderzaal wordt nog ingericht in het teken van SUPER 8. Met recuperatiematerialen - o.a. afkomstig van het gekende café De Zwaan in Wespelaar - toeverden ze het oude keukentje om tot een gezellig ouderwets cafeetje. De burelen tot slot zijn dan weer licht, ruim en modern. Een aangename werkplek dus voor zowel het salesteam als hun administratieve collega's.

VOLLENBAK THUIS GENIETEN

dankzij Tourlocal

Wie het gemak van online shoppen nog niet eerder had ontdekt, deed dat zeker wel in 2020.

We lieten massaal pakjes en boodschappen aan huis leveren. E-commerce zit in een enorme stroomversnelling. Een boot die Brouwerij Haacht niet mocht missen.



Persoonlijk

Tourlocal streeft naar persoonlijke communicatie en zet service centraal. Een praatje met de vertrouwde Tourlocal-chauffeur speelt daarbij een belangrijke rol.



Comfort

Naast een eenvoudige online bestelling levert de Tourlocal-chauffeur de dranken persoonlijk en snel aan huis. Ook een leeggoedservice hoort erbij. Zo ontzorgt Tourlocal de klant van het sleuren met volle bakken drank of leeggoed.

En met het Tourlocal-abonnement hoeft die zich ook over zijn bestelling geen zorgen meer te maken.



Lokaal

Alle dranken uit het Tourlocal-assortiment - met uitzondering van de wijnen - zijn geproduceerd in de brouwerij en worden in de regio aan huis geleverd. Met Tourlocal verkleinen we zo de afstand tussen de brouwerij en de inwoners van de streek.



Authenticiteit & vakmanschap

Via Tourlocal bieden we onze eigen, authentieke en met vakmanschap geproduceerde kwaliteitsmerken online aan.



De welbekende trend #kooplokaal bracht ons, samen met de stijgende vraag naar thuislevering en snelle en persoonlijke klantenservice, op het idee om terug te keren naar onze roots: onze eigen lokaal geproduceerde dranken persoonlijk aan huis leveren bij de klant.

Onder de slogan 'Online kiezen, thuis geleverd, vollenbak genieten' kwam er

in oktober 2020 letterlijk nieuw leven in de brouwerij: Tourlocal.be. Dé online drankenwinkel waar voortaan iedereen uit Boortmeerbeek, Haacht en de omliggende gemeenten zijn of haar favoriete Brouwerij Haacht-dranken eenvoudig en snel aan huis kan laten bezorgen.

Wie graag vollenbak op de hoogte blijft van de laatste nieuwtjes en promoties, kan de socialemediakanalen van Tourlocal volgen of zich inschrijven op de nieuwsbrief. Misschien valt er wel een leuk welkomstgeschenk in je mailbox.



tourlocal.be



hello@tourlocal.be



@tourlocal.be

TONGERLO TRIPEL

nieuwe look, zelfde smaak



Afgelopen zomer zag je ze voor het eerst verschijnen: de vernieuwde verpakkingen van onze zwaarste Tongerlo-variant. Voortaan draagt deze prior in ons gamma de naam Tongerlo Tripel. Herkenbaar en duidelijk.

Tongerlo Tripel is een zwaar blond abdijbier met alle eigenschappen van een tripel. Alleen werd de naam Prior daarmee te weinig in verband gebracht. Ook de zwarte kleur van de vroegere verpakkingen deed niet meteen aan een goudblond bier denken.

Aan de smaak en de kwaliteit van deze godendrank hoefden we niets te veranderen.

Maar met zijn gouden kleur past het nieuwe etiket nu wel perfect bij het bier. Het straalt luxe uit en is tijdloos.

Naast Tongerlo Tripel bevat het Tongerlo-gamma nog steeds de drie varianten Tongerlo Bruin, Tongerlo Blond en Tongerlo Christmas.



Waar komt de naam tripel vandaan?

Een vraag die weleens interessante debatten opleverde. Verleden tijd, want wij geven jou het antwoord.

In de middeleeuwen was bier brouwen een werk van de geestelijkheid. De tonnen tafelbier, bestemd voor het gewone volk, werden gemerkt met één kruis. Het iets zwaardere bier ging naar de monniken zelf en kreeg twee kruisen. Tonnen met drie kruisen bevatten het allerbeste bier, dat alleen gedronken werd door de abt en zijn eregasten. 'Tripel' stond dus heel eenvoudig voor drie.

Tot zover de oorsprong. Vandaag is een tripel een bier van hoge gisting, met hergisting op fles, een hogere densiteit en een intensere smaak. De kleur van een hedendaagse tripel varieert van blond tot amber, daarover zijn geen wettelijke bepalingen. Maar bij de volgende discussie aan de toog weet jij nu wel hoe dat zit.

EEN KOPMAN

met een eigen glas

SUPER 8 Flandrien: een straffe naam, een straf bier, een karaktervolle kopman en tegelijk een vlotte doordrinker. Zo'n bier verdiende wel een eigen glas, vonden wij. Et voilà, daar is het dan.

Van flesetiketten tot wielerkledij: overal vind je de vier grafische varianten van SUPER 8 Flandrien terug. Elke opdruk is een verwijzing naar de echte flandriens uit onze Belgische wielergeschiedenis. Voor de opdruk van het nieuwe glas baseerden we ons op de leidersversie.

Het glas is elegant en slank als een topatleet. Het ligt daarmee gemakkelijk in de hand, zorgt voor een mooie schuimkraag en laat ook alle aroma's goed vrijkomen. Zo krijg je de optimale smaakbeleving. Anders gezegd: glas en bier vormen samen een echt winning team.

SUPER 8 Flandrien is nummer vijf van de acht bieren die onze SUPER 8-clan uiteindelijk zal tellen. Het is nog uitkijken naar de volgende drie, maar voorlopig laat onze brouwmeester niet in zijn ketel kijken. Blond of donker, licht of zwaar, het kan echt alle kanten uit.

Trouwens, de rest van de clan drink je nog altijd uit de twee andere SUPER 8-glazen: SUPER 8 Export en SUPER 8 Blanche uit het conische 'boerke', SUPER 8 IPA en SUPER 8 Saison uit het bolvormige 'marble'-glas. Santé!



ONDERNEMERS

zijn echte flandriens

Op de jaarlijkse Dag van de Ondernemer zet UNIZO álle ondernemers in Vlaanderen en Brussel in de bloemetjes, als dank voor hun lef en durf om te ondernemen. Dit jaar in het bijzonder, uit waardering voor hun doorzettingsvermogen en om hen een duwtje in de rug te geven.

Le reden het voorbije jaar allemaal de koers van hun leven. Ze kregen de wind op kop, kwamen in een valpartij terecht, liepen blessures op, moesten van koers veranderen en kropen telkens weer moedig in het zadel om het peloton te kunnen bijhouden. Sommigen moesten het wiel lossen, vele an-

deren trappen vandaag nog verwoed door om het gat weer dicht te rijden. De slagzin van de Dag van de Ondernemer 2020 is dan ook terecht: 'ondernemers zijn echte flandriens'.

Ter gelegenheid van deze dag voorziet UNIZO telkens voor zo'n 1300 onderne-

mingen een gepast cadeautje. En wat past beter bij het thema dan onze SUPER 8 Flandrien? Het pakket bestond dus uit twee flesjes SUPER 8 Flandrien en een SUPER 8- glas met logo van de Dag van de Ondernemer. Een stevige doordrinker voor echte doorzetters.



ZOMEREN IN VLAAMS-BRABANT

actie verlengd



©Toerisme Vlaams-Brabant/Lander Loeckx (2019)

In de zomer van 2020 lanceerde Toerisme Vlaams-Brabant de actie 'Trek eropuit in Vlaams-Brabant'. Maar liefst 40.000 beleefbonnen werden verspreid via onder andere logies, toeristische diensten en zorgorganisaties.

De actie heeft tot doel de zwaar getroffen toeristische sector te ondersteunen. De beleefbonnen nodigen toeristen uit om op stap te gaan in eigen provincie of regio. Op de website zomerinvlaamsbrabant.be vind je een pak inspiratie voor een dagje uit en een overzicht van deelnemende handelaars.

Ook onze huiszaak, Brasserie Brouwershof, neemt aan de actie deel. In ruil voor de bon ontvang je hier een degustatieplankje met drie bieren - Primus met gist, SUPER 8 Flandrien en Tongerlo Blond - vergezeld van een aangepast hapje.

De beleefbonnen hebben een waarde van 10 euro. Door de tweede horecalockdown is de geldigheid van alle bonnen verlengd. Heb je een bon met een kortere datum in je bezit, dan blijft die sowieso nog geldig tot 30 juni 2021.

 zomerinvlaamsbrabant.be/beleefbon

Zeven keer Kaiser

Afgelopen jaar herlanceerde Brouwerij Haacht het merk Kaiser. Het gamma bestaat nu uit zeven referenties, voornamelijk zware blonde bieren, die beschikbaar zijn in blikken en via het retailkanaal.

Kaiser vond zijn oorsprong bij Brouwerij Atlas in Anderlecht. Deze brouwerij begon in 1913 als een typische Brusselse geuzebrouwerij onder de naam Brasserie de Saint-Guidon, patroonheilige van Anderlecht. Tijdens de industrialisering breidde ze uit naar pils. Na de Tweede Wereldoorlog werd Brasserie Atlas overgenomen door Brouwerij Haacht. Zo belandden onder meer de merken Mill's Stout en Kaiser in ons gamma.

Het vernieuwde Kaiser-gamma bevat één rode variant: Kaiser 7,5 Rouge. Verder alleen blondjes: naast Kaiser 4,7 en Kaiser 7,8 zijn er de zwaardere bieren Kaiser 10, Kaiser 12 en Kaiser 14. Het getal staat uiteraard voor het alcoholpercentage. Elk van deze bieren is beschikbaar in blikken van 50cl; de referentie Kaiser 4,7 ook in blikken van 33cl en kratten van 24x25cl. Tot vorig jaar werd Kaiser exclusief verdeeld door Carrefour. Vandaag vind je het bij Carrefour (blik en fles), Makro (alleen blik) en bij distributeurs in het zogenaamde 'convenience'-kanaal.



RICHARD DIT LECASTOR

de legende gaat door



Vorig jaar kreeg onze Richard dit LeCastor IPA het gezelschap van Richard dit LeCastor Rouge. Met kriekensapconcentraat en esdoornsiroop, wat een fruitig en zoet resultaat geeft.

Richard dit LeCastor is een legendarische figuur. Zijn bijnaam 'le castor' (de bever) had hij te danken aan zijn opvallend grote, vooruitstekende tanden. Samen met de bevermuts die Richard altijd droeg, staan ze vandaag model voor het logo op het glas en de POS-materialen.

Het eerste bier van Richard dit LeCastor, een IPA die we in 2017 in Frankrijk lanceerden, sloeg daar enorm aan. Reden genoeg om Richard vorig jaar met een tweede bier te laten uitpakken.

Richard dit LeCastor Rouge bevat naast esdoornsiroop ook 1,5% kriekensapconcentraat*. Die combinatie levert een bier op met een lichtroze schuimkraag en fruitige, complex zoetige aroma's. Zijn smaak is vooral zacht: je proeft framboos en krieken van het sap, en verder karamel, vanille en pruimen van de siroop. Maar laat je niet verrassen: deze zoetebek heeft met zijn 7,5% alc.vol. een stevig karakter en ook dat proef je. Eentje om in alle rust van te genieten, dus. Net als Richard dit LeCastor IPA is deze Rouge-variant alleen beschikbaar in Frankrijk.



Onder zijn lichtroze schuimkraag gaan fruitige en complex zoetige aroma's schuil.

*1,5% kriekensapconcentraat staat gelijk aan 10% sap



ER WAS OOK...



... goed nieuws. Afgelopen november mochten we weer enkele belangrijke bierprijzen aan ons palmares toevoegen. De professionele juryleden van zowel de International Beer Challenge (UK) als van de Brussels Beer Challenge (B) stuurden drie keer eremetaal onze richting uit.

Onze SUPER 8-clan viel daarbij het meest in de smaak. Er was goud voor SUPER 8 Flandrien en brons voor SUPER 8 Export op de International Beer Challenge.

Maar SUPER 8 IPA deed het nog beter met een medaille op beide wedstrijden: nadat hij zilver behaalde op de International Beer Challenge, kreeg hij er tijdens

de Brussels Beer Challenge nog eens goud bovenop!

De Brussels Beer Challenge leverde ons verder ook een zilveren plak op voor Tongerlo Tripel en een bronzen voor Primus.

 brusselsbeerchallenge.com
internationalbeerchallenge.com

Cultuur tijdens corona

Heel wat sectoren kregen het voorbije jaar harde coronaklappen te verwerken. Dat was zeker zo in de cultuur- en evenementensector: zo goed als alle evenementen werden afgelast, en wie toch doorzette moest rekening houden met strenge maatregelen en beperkingen. Zomer van Antwerpen besloot alvast niet bij de pakken te blijven zitten. Al in maart 2020 ging de organisatie aan de slag met verschillende scenario's die ze kon inzetten zodra de Nationale Veiligheidsraad de eerste lockdown zou opheffen.

Ze bokste een straf en volledig coronaproof programma in elkaar met klassieke muziek, jam sessions en open mic's, theater en zoveel meer. Als het maar creatief en origineel was, vond het hier zijn plek. Tussen al dat cultuurgeweld creëerde ze een oase van rust op de oever van de Schelde aan de Sloepenweg. Bezoekers konden er dagelijks, vanop een kleine houten tribune en in hun eigen bubbel, genieten van een prachtige zonsondergang. En helemaal gratis!

In augustus moest de Zomer vroegtijdig in winterslaap. De geplande comeback, met een nog straffere agenda en als afsluiter tijdens de herfstvakantie een circusfestival onder de naam Cirk Fabrik, kon ook niet doorgaan. Maar we zijn ervan overtuigd dat de organisatie, zodra het weer mag, dubbel zo hard gaat knallen!

 zomerfabriek.be





©Bart van der Perre



©Sigrid Spinnox

VAL WATER

puur natuur uit eigen bodem

Beeld je eens in dat er 150 meter diep onder jouw tuin een waterbron zit. En dat dat water zo zuiver is dat je er zomaar kan van drinken, zonder dat je het moet filteren. Dan twijfel je toch niet? Want natuurlijker en duurzamer zal je nergens vinden.

VAL is zo'n water. Een echt streekproduct, lokaal gebotteld recht uit onze bron in Boortmeerbeek. VAL heeft bovendien zo'n constante en evenwichtige samenstelling, dat het al meer dan 30 jaar officieel erkend is als natuurlijk mineraalwater. Zuiver, zacht en heerlijk dorstlessend. En sinds de restyling in 2019 weer helemaal hip en trendy.

We onderwierpen onze VAL Natuur en VAL Bruisend aan een professionele proeftest tijdens de Superior Taste Awards 2020. Het resultaat is meer dan overtuigend: VAL Natuur behaalde het maximum van 3 sterren en VAL Bruisend kreeg 2 sterren toegekend. Allebei met glans geslaagd dus!

 taste-institute.com





MICROBRASSERIE DE L'ILE D'ORLEANS

een gedurfde verbouwing



Bij de herinrichting lieten we ons inspireren door de traditionele woningen van Québec.

In 2016 schreven we in dit magazine al uitgebreid over onze overname van de Canadese Microbrasserie de l'Île d'Orléans. Al van bij de overname was het de bedoeling om de brouwerij te moderniseren en haar capaciteit uit te breiden. Daar waren dan wel grondige verbouwingen voor nodig.

Bij de hertekening wilden we in elk geval het oorspronkelijke woonhuis behouden. Dat is trouwens beschermd erfgoed, waardoor al te grote wijzigingen niet mogelijk waren. Anderzijds waren de bestaande funderingen niet diep en sterk genoeg om ingrijpende werken te doorstaan. We stonden dus voor een hele uitdaging.

EEN HUZARENSTUKJE

Onze architecten kwamen begin 2018 met een zeer gewaagd voorstel op de proppen: wat als we het gebouw verplaatsen? Pas na anderhalf jaar waren de voorbereiding en administratieve molen afgerond en konden we echt aan de slag.

Eerst verdwenen alle recentere bijgebouwen - restaurant en brouwerij - rondom het geklasseerde gebouw. Met behulp van enorme stalen liggers werd het gebouw opgekrikt en integraal 'aan de kant gezet'. Zo konden we de oude funderingen uitgraven en vervangen door nieuwe, om het gebouw vervolgens weer op zijn plaats te zetten. Een spannend avontuur, maar alles verliep vlot.

EN DAN WEER OPBOUWEN

De twee verdiepingen van de vroegere woning omvatten nu een shop, sanitaire gedeeltes, burelen en lokalen voor de medewerkers. De nieuwe brouwinstallaties vonden onderdak in een zeer ruime nieuwbouw die naadloos op de woning aansluit. Elk brouwsel levert 20hl schuimend bier op, in totaal heeft de nieuwe brouwerij een capaciteit tot 5.000hl per jaar. Ook het vroegere restaurant werd volledig van nul heringericht. Het gebruik van hout en steen is geïnspireerd op de traditionele Québecse woningen. We voegden er een hedendaags tintje aan toe, zonder de gezellige, warme sfeer te verliezen.

De werken zijn vandaag zo goed als afgerond. Door de coronamaatregelen is de heropening van het restaurant uitgesteld, maar in afwachting zetten onze lokale collega's wel volop in op afhaalmaaltijden. Verder is het wachten op de vernieuwing van onze brouwvergunning - die werd opgeheven door het tijdelijk stopzetten van onze brouwactiviteit - en dan kan de productie, verkoop en distributie van onze plaatselijke bieren weer volop van start gaan.



microorleans.com

**Een hobbelig parcours,
een Flandrien kan dat**

SUPER 8



Bier met liefde gebrouwen, drink je met verstand