



Dirk Rodriguez

BROUWERIJ HAACHT

125 jaar jong en nog altijd eigenzinnig

Brouwerij Haacht ontstond uit een oude melkerij. In 1898 werd in Haacht het eerste bier van hoge gisting gebrouwen. “Wie goed kijkt ziet in de oude gevel van de toenmalige Ast nog kogelgaten uit de Grootte Oorlog, WO I. De brouwmeester werd toen geraakt door ‘friendly fire’ van geallieerden en overleed enkele dagen later,” vertelt ons PR-Manager Dieter Van Muylder. De brouwerijgebouwen worden door de eigenaars, de familie van der Kelen, gekoesterd. De kasseien tussen de gebouwen werden behouden. Ook de oude sporen van de boerentram die de biervaten naar Brussel bracht, liggen er nog. Die tram werd de ‘biertram’ genoemd. Maar hier wordt meer dan bier alleen geproduceerd. Haacht begint met de ‘H’ van Horeca en deze

sector betekent ook anno 2018 nog heel veel voor de brouwerij. Ze levert er niet alleen bier, maar ook haar water, wijn, koffie en het eigen limonademerken *Val* en verder *Pepsi cola*, dat in Haacht wordt gebotteld.

Brouwerij Haacht bekleedt een unieke positie in het Belgische brouwerijlandschap: relatief groot maar toch nog altijd familiaal. Een unieke prooi voor overnames? *Bier Grand Cru* had een gesprek met **Boudewijn van der Kelen**, marketingdirecteur en vertegenwoordiger van de vierde generatie brouwers van Haacht.



“De traditie zie je bij ons vooral aan de buitenkant, de vernieuwing zie je aan de binnenkant.”

Boudewijn van der Kelen: “Het klopt dat wij de ‘grootste van de kleinen’ worden genoemd en ook al eens de ‘kleinste van de groten’, het is maar hoe je het bekijkt. En dan kom je natuurlijk in het vizier van internationale groepen. Maar mijn vader Frédéric heeft altijd nee gezegd tegen overnamevoorstellen. Let op, we hebben minder makkelijke jaren gekend waarin de verleiding om te verkopen groot was. Maar we zijn altijd blijven vechten voor onafhankelijkheid. Vandaag heeft de familie 85% van de aandelen in handen, de overige 15% is beursgenoteerd op Alternext.”

BGC: Is de traditie voor een familiale brouwerij belangrijker dan zeg maar voor internationale spelers?

Van der Kelen: “De traditie zie je bij ons vooral aan de buitenkant, de vernieuwing zie je aan de binnenkant. De lagering werd begin jaren '90 vernieuwd. In 1994 werd de brouwzaal aangepakt en de bottelarij begin 2000. Eind 2010 werd er geïnvesteerd in een nieuwe vatenzaal. We zijn geen microbrouwerij. Pils is bij ons belangrijk en moet een constante kwaliteit hebben: geen enkel detail van het productieproces mag aan onze aandacht ontsnappen. Toen Tongerlo uitgeroepen werd tot beste bier van de wereld door de World Beer

Awards, merkte een Britse journalist op: “Het moeilijkste is om een bier met een laag alcoholvolume toch zoveel smaak mee te geven.” Dat klopt. Een goede brouwer herkent men aan zijn pils. En Karel Vermeiren, onze brouwmeester die instaat voor het recept van al onze bieren, kent zijn vak als geen ander.

BGC: Welk van jullie bieren draagt het sterkst het DNA van de brouwerij in zich?

Van der Kelen: “Vandaag de dag is dat Primus. We wijken niet af van de originele receptuur: karaktervol, trouw aan zichzelf en we zijn het ook nooit gaan verzoeten onder de invloed van trends. De slogan ‘Mijn manier, mijn bier’ geeft ook aan dat dit bier het DNA van de brouwerij ademt. Onze pils ligt in lijn met de ‘eigenzinnige’ manier waarop we de zaken aanpakken. En het loont, want nu wonnen we met Primus Haacht weer een belangrijke prijs op de *Brussels Beer Challenge* (zilver in de categorie ‘Lager’ en verder ook brons op de World Beer Awards, nvdr). In Bierpassie kwam hij als de op een na beste uit de bus.”

BGC: Wat is de positionering van SUPER 8 binnen het gamma?

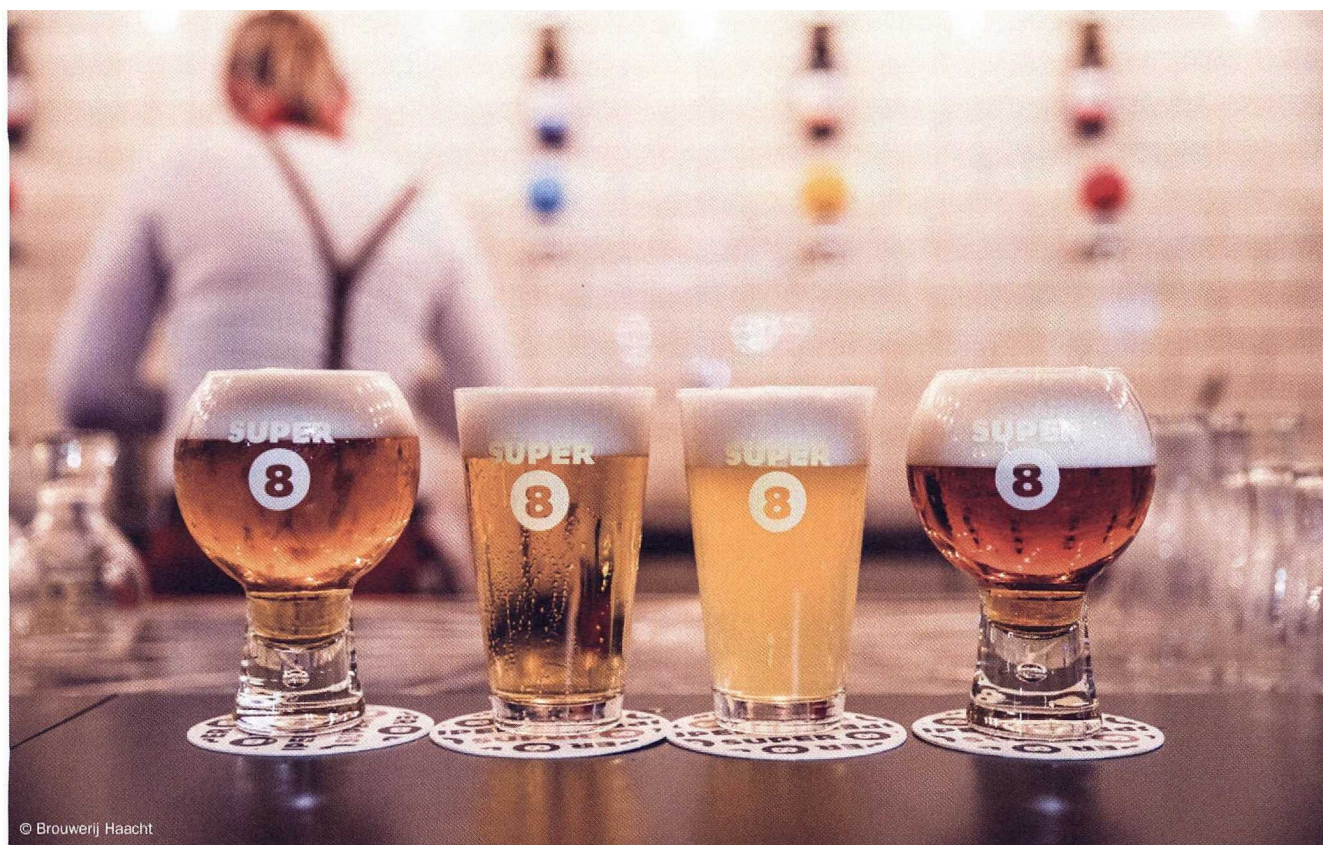
Van der Kelen: “SUPER 8 staat voor een groeiend gamma moderne bieren, waar

het leuk switchen is tussen gekende en minder gekende biestijlen. Het gamma speelt in op de noden van de hedendaagse bierdrinkers, die op zoek zijn naar een nationaal biermerk dat hen kwaliteit, variatie én de lekkere kick van de ontdekking biedt.

Het verwijst naar vertrouwde biestijlen, maar we springen daar innovatief mee om. Zo kreeg de Blanche een royale portie koriander en vers gemalen appelsienschild, terwijl de Export de stempel glutenvrij haalde en extra gehopt werd. De IPA bewandelt dan weer elegant de fijne lijn tussen bitterheid en karakter. De meest recente Saison, gelanceerd op Horeca Expo, werd met niet minder dan vijf granen gebrouwen, en kreeg als extraatje zowel galanga als gember mee. De beleving van een speciaalbier aan een relatief laag alcoholpercentage.

Zitten er nog meer verrassingen in de pipeline?

Van der Kelen: “Het SUPER 8 gamma is nog niet volledig. Meer kunnen we daar voorlopig niet over kwijt. Zonder veel tamtam hebben we ook het Tongerlo gamma vernieuwd, niet inhoudelijk maar qua verpakking. Die werd eigentijdser en tegelijk authentieker met verwerking in het label van het schild van de Norbertijnerabdij van Tongerlo. De



Norbertijnen waren daar erg gelukkig mee. Tongerlo blijft een mooi verhaal. We namen het merk over van Interbrew eind jaren '80 omdat de Leuvenaars alles wilden inzetten op Leffe. Nadat we het hier begonnen te brouwen verbeterde de kwaliteit nog. In 2011 werd het uitgeroepen tot beste Europese abdijbier, in 2014 tot beste bier ter wereld op de World Beer Awards."

ONTDEKKINGSBIEREN

BGC: Wat is het antwoord van de brouwerij op het geweld van de Craft Brewers?

Van der Kelen: "De bierdrinker drinkt niet langer gewoon maar bier, nee, hij wil ontdekken. Het SUPER 8-gamma is voor een stuk het antwoord van Brouwerij Haacht op die marktvraag naar

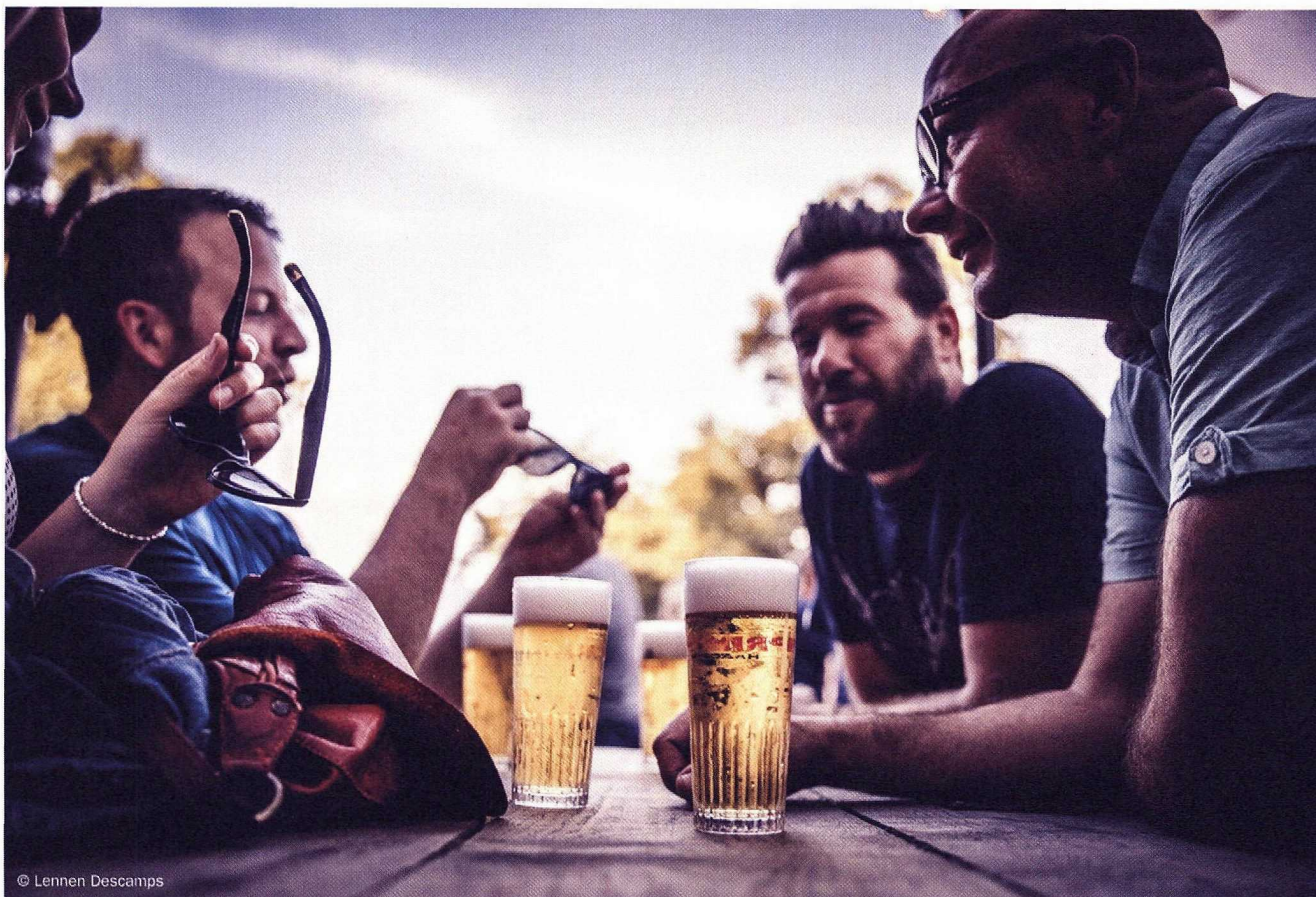
ontdekkingsbieren. Voor ons is het ook een manier om de zaken anders aan te pakken dan vroeger. Het maakt het brouwersvak bijzonder boeiend. SUPER 8 is niet enkel gericht naar een jongere doelgroep, meer naar een doelgroep van genietters en meerwaardezoekers. En het laat ons toe om de daling van de vraag naar pilsbier op te vangen. We mogen zeggen dat we in dat opzet geslaagd zijn. De craftbrewers boezemen ons weinig angst in omdat we als familiebedrijf de armslag hebben om te reageren op de bewegingen in de markt en omdat we er rotsvast in geloven dat bier deel uitmaakt van de eigenheid van de Belgen.."

BGC: Waar ligt volgens u de toekomst van de brouwerij?

Van der Kelen: "We beseffen dat horeca onder druk staat door de nieuwe reglementeringen en dat de

microbrouwerijen een marktaandeel opeisen. Maar zoals altijd zullen we trouw blijven aan onze roots en ons DNA. De horeca is daar een belangrijk deel van.

"We blijven ook volop investeren in onze horecatraining. Deze training leert (potentiële) uitbaters niet enkel bier tappen volgens de regels van de kunst, maar geeft hen ook de recentste inzichten in het managen van een horecazaak en alle wetgeving errond. We beschouwen cafébazen als ondernemers en niet langer als 'uitbaters'. Je ziet nu wel een afname van kleine familiale zaken en de brouwersmarkt lijdt daaronder, maar we doen het beter dan het marktgemiddelde. De horeca zal ook in de toekomst belangrijk blijven voor ons, dat staat als een paal boven water. We hebben de knowhow en het feit dat we een familiale brouwerij zijn zorgt voor een persoonlijker



© Lennen Descamps

contact. Wij bieden dat extra steuntje in de rug. Als horeca-ondersteuning hebben we binnenhuisarchitecten, een eigen opleidingscentrum, een juridische dienst en techniekers die voor bijstand zorgen. We zijn daar fier op. Er zijn nog maar weinig brouwers die het zo doen.”

Dieter Van Muylder: “Wij hebben ook een onderzoek gedaan naar de reacties op de nieuwe regelgeving. Blijkt dat de jonge generatie horeca-ondernemers zich niet stoort aan ‘nieuwe obstakels’ zoals het rookverbod of de witte kassa, want zij hebben nooit anders gekend.”

Van der Kelen: “Ook het buitenland is belangrijk voor ons. Brouwerij Haacht is actief in het noorden van Frankrijk en in Zuid-Nederland. Vroeger bleven we weg uit de retail, maar tegenwoordig werken

we dus ook met de supermarkten, waarbij we onze merken mooi verdeeld hebben over de grote ketens.”

BGC: Hoe ziet u de toekomst van het Belgisch bier in het algemeen?

Van der Kelen: “De aangroei van kleine brouwerijen zal niet blijven duren. We zullen snel het saturatiepunt bereiken waarbij er zoveel aanbod zal zijn dat men niet meer weet wat kiezen en de consument op zoek zal gaan naar eenvoud. Tegelijk moet men er rekening mee houden dat de retail almaar belangrijker wordt: ze staat nu al voor 57% van alle bierconsumptie in België! We mogen gerust spreken van een ‘explosie’ in de supermarkten. Het wordt dus belangrijk om op alle fronten aanwezig te zijn: horeca, bierhandels, export en retail.”

BGC: Jullie kochten een kasteel in Bordeaux?

Van der Kelen: “Ja dat klopt. We doen al sinds de jaren '60 aan wijnimport met het oog op de bevoorrading van de horeca en de aankoop van dat kasteel kaderde binnen dat project. We kochten midden jaren '90 in feite één wijngoed, *Château La Grande Barde*, dat deels in Montagne-Saint-Emilion ligt en deels in Saint-Georges. Met dat laatste, *Château Haut-Saint-Georges*, behaalden wij met de millésime 2014 vorig jaar nog een gouden medaille op de Concours Général Agricole de Paris. We verbouwen dus ook wat wijn in Bordeaux, maar we zullen in de eerste plaats altijd brouwers blijven in hart en nieren!”