

Open Brief van de bierconsumentenvereniging Zythos vzw aan InBev:

HOEGAARDENBIER BROUWT MEN IN HOEGAARDEN !

Bier is méér dan cijfers alleen !

Een bedrijf, ook een bierbedrijf, is een bedrijf. En een bedrijf is een economisch gegeven en moet winst maken, anders is het ten dode opgeschreven. InBev boert goed: het aandeel steeg op een jaar tijd van een kleine 28 euro naar een dikke 37 euro (+ 32,2 %). *Maar bier en bierbrouwen is méér dan naakte cijfers.*

Bier en bierbrouwen is ook (LOKALE) CULTUUR.

Bier is ingebed in onze cultuur. Bier is in onze contreien de volksdrank bij uitstek. Als dorstlesser of om rustig van te genieten. Om de lekkerste gerechten mee te bereiden of als begeleiding bij een fijne maaltijd. Om een feestje te bouwen onder vrienden. Een goed glas bier helpt om je zorgen even opzij te zetten. De rol van de volkscafés in het sociale leven kan moeilijk overschat worden. *De brouwerij van Hoegaarden heeft hierin een eigen rol te spelen !*

Bier en bierbrouwen is ook (LOKALE) TRADITIE.

Bier is ook een regionaal gegeven. In de loop der tijden ontwikkelde iedere streek zijn eigen bierspecialiteit: de roodbruine Westvlaamse bieren, de Henegouwse saisons, de geuzes uit de Zennevallei, enz... Deze traditionele bierstijlen zorgen er, samen met de

onvolprezen vindingrijkheid van de brouwers, voor dat de hele wereld ons ons bierpatrimonium benijdt. *Deze lokale tradities mogen niet verloren gaan !*

Bier en bierbrouwen is ook ONZE (LOKALE) TROTS.

Op het hoogtepunt (1750) waren er in Hoegaarden 35 brouwerijen. De laatste twee waren brouwerij Tomsin van het Oud Hoegaards Witbier (die in 1957 gesloten werd) en brouwerij Loriers van de Speciale DAS Ale (die in de zestiger jaren van vorige eeuw ontmanteld werd). Pierre Celis brengt in 1966 het Hoegaarden Witbier terug op de markt, wat in 1978 leidt tot de oprichting van brouwerij De Kluis, die na een brand in 1985 overgaat in de handen van Interbrew. Hierdoor leert men “de Witte van Hoegaarden” wereldwijd kennen. En de Hoegaardiërs zijn terecht fier op hun bier en hun brouwerij. *Deze brouwerij mag niet verloren gaan !*

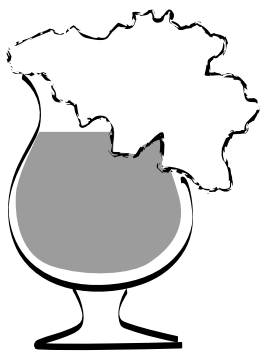
Bier en bierbrouwen is ook (LOKALE) WERKGELEGENHEID.

De sluiting van de brouwerij van Hoegaarden zou niet alleen een drama zijn voor het personeel dat er tewerkgesteld is, maar voor gans het dorp. De tienduizenden brouwerijbezoekers-toeristen maken dat het dorp leeft van en voor zijn brouwerij en zijn rijke

brouwerijgeschiedenis. Het toeristisch aanbod van de gemeente staat helemaal in het teken van de brouwerij en het witbier (Hoegaarden, bakermat van het witbier; tentoonstelling Hoegaarden-Bierdorp; Er is maar één Hoegaarden, het bier- en brouwersdorp; de Biertuin; etc...). Een eventuele sluiting van de brouwerij van Hoegaarden zou hierop een levensbedreigende hypotheek leggen. *Deze werkgelegenheid mag niet verloren gaan !*

‘S WERELDS LOKALE BROUWER
(The world’s local brewer).

Dit was de slagzin die Interbrew (nu InBev) hanteerde toen het zich (met succes overigens) op het internationale overnamepad begaf. Interbrew gaf zichzelf uit als de behoeder op wereldvlak van de lokale brouwerijen en biermerken. Interbrew zou ervoor zorgen dat de bierwereld er ging uitzien als bierland België: een landschap met een ongeken-



Zythos
vzw

de rijkdom aan brouwerijen, bierstijlen en biersoorten. In die optiek hoort Hoegaarden in Hoegaarden thuis. Jupille heeft zijn eigen bier (Jupiler) al ! Of was deze slogan een vergissing ? *Of erger nog: een leugen ?*

O P R O E P .

De bierconsumentenvereniging Zythos vzw roept InBev hierbij op niet alleen maar cijfermatig bedrijfs-economisch te denken en te handelen, maar ook te investeren in (LOKALE) cultuur, (LOKALE) traditie, (LOKALE) trots, (LOKALE) werkgelegenheid en menselijkheid (hier en elders in de wereld) en vraagt daarom met aandrang dat InBev zou afzien van het voornemen om brouwerij De Kluis in Hoegaarden te sluiten.