

■ Opgave 4

Brahma gaat de concurrentie met Leffe aan

In augustus 2004 is er een fusie geweest tussen de Belgische bierbrouwer Interbrew (onder andere Stella Artois en de speciaal bieren Leffe en Hoegaarden) en de Braziliaanse bierbrouwer Companhia de Bebidas das Americas (onder andere het merk Brahma). De nieuwe onderneming heet InBev en is, in hectoliters gemeten, de grootste brouwer ter wereld.

De biermarkt wordt gesegmenteerd in pilsener bier en speciaal bier. Van de totale bierconsumptie is slechts 5% speciaal bier.

De twee hoofdmerken pilsener bier van InBev zijn Stella Artois en Beck's. InBev zal op de Europese markt voor speciaal bier het merk Brahma gaan positioneren door het merk te associëren met vakantie, zon en strand. InBev heeft in de markt voor speciaal bieren een marktaandeel van 6%.

Marktaandeel zes grootste bierbrouwers wereldwijd naar afzetvolume in procenten

<i>brouwer</i>	<i>marktaandeel</i>
ANHEUSER-BUSCH	10,5%
CARLSBERG	5,2%
COORS-MELSON	4,1%
HEINEKEN	8,0%
INBEV	15,0%
SAB MILLER	9,3%

bron: de Volkskrant, 1 februari 2005

- 1p **15** Waarom vormt de introductie van Brahma op de Europese markt geen grote bedreiging voor de marktpositie van Stella Artois?

In de marketing wordt een onderscheid gemaakt tussen geconcentreerde marketing, gedifferentieerde marketing en ongedifferentieerde marketing.

- 1p **16** Welke van deze drie marketingstrategieën past InBev op de Europese markt toe? Motiveer het antwoord.
- 2p **17** Bereken het marktaandeel (in één decimaal) van InBev op de markt voor pilsener bieren.