



Bijna de helft van Nederlandse bierdrinkers verkiest Belgisch bier boven bier van eigen bodem

Mercure Hotels onthult groot bieronderzoek in Nederland en België op de Internationale Bierdag

- Pils is bij Nederlanders nog steeds de onbetwiste favoriet, maar liefst 45 procent van de Nederlanders kiest pils als favoriet biertje.
- Bijna de helft (45 procent) van de Nederlandse bierdrinkers zegt Belgische bieren te verkiezen boven bier uit eigen land.
- Nederlandse (76 procent) en Belgische (84 procent) bierdrinkers proberen graag nieuwe bieren uit, wanneer ze op reis zijn in binnen- en buitenland.

Amsterdam, 5 augustus 2016 – Bierdrinkers van over de hele wereld vieren vandaag de Internationale Bierdag. Na de succesvolle lancering van het biermagazine 'AROUND Beer' in 2015, liet Mercure Hotels dit jaar een onderzoek uitvoeren door onderzoeksbureau iVOX bij duizend Belgen en duizend Nederlanders naar hun biergewoonten in binnen- en buitenland en naar de rol van bier bij het eten. Een opvallende conclusie is dat Belgen veel chauvinistischer zijn over hun bier dan Nederlanders.

Nederlanders zijn minder trots op eigen bier dan Belgen

Uit het onderzoek dat Mercure Hotels liet uitvoeren komt naar voren dat Nederlanders echte bierliefhebbers zijn. Van de ondervraagden geeft 59 procent aan wel eens bier te drinken. Bij de Belgen ligt dat net iets hoger met 68 procent. In Nederland zijn er dus iets minder bierdrinkers dan in België, maar de bierdrinkers in beide landen geven wel aan ongeveer even vaak bier te drinken. Zes op de tien (59 procent) drinkt minstens één keer per week een biertje, terwijl drie op de tien (30 procent) dit één of een paar keer per maand doet.

Een opvallende uitkomst van het onderzoek is dat slechts één op de vijf Nederlanders aangeeft dat het Nederlandse bier beter is dan die van de zuiderburen. Bijna de helft van de Nederlandse bierdrinkers (45 procent) zegt zelfs de voorkeur te geven aan Belgische bieren. Maar liefst negen op de tien Belgische bierdrinkers is van mening dat bier uit eigen land beter is. Bier sommelier Rick van Kempen verklaart: *“Ongeacht de onbetwist rijke biercultuur en –historie van onze Zuiderburen, zouden we rustig kunnen stellen dat chauvinisme hier een ook enorme rol speelt.”*

Er zijn grote verschillen aanwezig tussen Nederland en België, als het gaat om de plek waar het bier gedronken wordt. Drie op de vier (77 procent) Nederlandse bierdrinkers drinkt vaak een biertje thuis, tegenover twee op de drie (65 procent) Belgen. Daarnaast kiezen Nederlandse bierdrinkers vaker voor een biertje in een restaurant, met 33 procent versus 26 procent bij de Belgen. Bier drinken in het café is dan weer meer iets voor Belgische bierliefhebbers, 52 procent geeft aan vaak een biertje te drinken in het café, terwijl dit aantal in Nederland slechts op 39 procent ligt. Ook zijn er verschillen te zien in het tijdstip waarop bier, bij voorkeur, wordt genuttigd. Nederlanders prefereren bier duidelijk later op de dag: als aperitief, vlak na werk of later op de avond. Vier op de tien Belgen daarentegen, geniet ruim voor het avondeten al van een 'pintje'. Zo is bij 15 procent van de Belgen de lunch hét moment waarop ze het liefst een biertje drinken, ruim tweemaal zoveel als bij de Nederlanders.

Nederlanders experimenteren graag met verschillende stijlen bier

Wanneer ze op reis zijn in het buitenland geven Nederlanders en Belgen aan graag nieuwe bieren uit te

proberen. Belgen (84 procent) doen dit iets vaker dan Nederlanders (76 procent). Als er geëxperimenteerd wordt met bier, dan doen de Belgen dat liever binnen één en dezelfde bierstijl (37 procent), terwijl Nederlanders het liefst zo veel mogelijk verschillende stijlen bier willen proeven (36 procent).

Twee op de drie (65 procent) bierdrinkende Belgen geeft aan dat, ondanks het feit dat ze graag experimenteren, buitenlandse lokale bieren meestal niet kunnen tippen aan bier van eigen bodem. Nederlandse bierdrinkers zijn het met 36 procent opvallend minder vaak eens met deze stelling.

Wanneer de mogelijkheid zich voordoet, probeert 52 procent van de Nederlandse bierdrinkers graag een lokaal biertje uit. 55 procent hiervan zijn 55-plussers, ten opzichte 37 procent van de jongere bierdrinkers. De jongere Nederlandse bierdrinker (36 procent) is eerder geneigd zich te laten adviseren door horeca personeel, wanneer ze bier bestellen, dan de groep 55-plussers (22 procent).

Hoewel men dus geïnteresseerd is in lokaal bier, is de neiging om informatie in te winnen over het bier erg laag. Slechts 21 procent van de Nederlandse bierdrinkers geeft aan informatie te zoeken over de lokale bieren in het land dat zij bezoeken. Ook is er weinig nieuwsgierigheid naar de herkomst van het bier, aangezien maar 32 procent wil weten waar het biertje vandaan komt. Rick van Kempen licht toe: *“Hoewel zowel Belgen als Nederlanders best op zoek willen naar dat typische lokale, die uitzonderlijk aparte ‘eigenheid’ van de plek waar ze dan zijn, ze willen niet te veel diepte. Het is een grijpgrage, hedonistische manier van ‘bierbeleven’, met een relatief korte spanningsboog. Veel smaak en ‘beleving’, niet te veel feiten en informatie, graag!”*

Bier bij de maaltijd is populair, barbecue is absolute favoriet in Nederland

Zowel in Nederland als in België zien we dat meer dan de helft van de bierdrinkers de bierkeuze aanpast aan wat ze eten. Meer dan de helft van de Nederlandse bierdrinkers (52 procent) geeft aan dat zij de bierkeuze laten hangen van wat ze eten. Bij Belgische bierdrinkers gaat het om bijna zes op de tien (56 procent). Zestien procent van de Nederlandse bierdrinkers geeft aan nu meer bier te drinken bij het eten, dan voorheen. Dit zien we opvallend vaker terugkomen bij de jongere generatie bierdrinkers. Zo'n 25 procent geeft aan minder bier bij het eten te drinken, terwijl een overgrote meerderheid van 60 procent dan evenveel bier drinkt.

Nederlandse bierdrinkers genieten graag van hun bier bij de barbecue, snacks of Chinese en Indonesische gerechten. De barbecue is de absolute favoriet bij bijna vijf op de tien bierdrinkers (47 procent). Op de tweede en derde plaats zien we snacks (39 procent) en de Chinese en Indonesische gerechten (36 procent). Volgens 53 procent van de jongere bierdrinkers is bier en barbecue vooral een perfecte combinatie. De Nederlandse bitterbal (25 procent) en de Italiaanse pizza (21 procent) passen ook goed bij een biertje, vinden Nederlandse bierliefhebbers.

Het ideale biergerecht, volgens de Belgische bierdrinkers, komt van eigen bodem. Stoofvlees met frietjes is daar met 38 procent het favoriete biergerecht.

Over bier bij de maaltijd meldt Rick van Kempen het volgende: *“Bier als smakelijke begeleider van een goede maaltijd, is de afgelopen jaren nadrukkelijk een item in de media en de horeca. De Nederlanders en Belgen lijken geen van beide bier op dit moment echt serieus te nemen, als begeleider van de betere keuken. Hier liggen dus nog veel mogelijkheden, hoewel ‘onbekend zeker onbemind’ maakt: opvoeding, en informatieverschaffing door zowel brouwers, drankverstrekkers en horeca zouden hieraan een forse impuls kunnen geven.”*

Pils favoriet onder de Nederlandse bierdrinkers

De populairste bierstijlen volgens Nederlandse bierdrinkers zijn pils (45 procent), radler (12 procent), fruitbier (8 procent), witbier (8 procent) en blond bier (8 procent). Er zijn verschillen te bekennen tussen mannen en vrouwen. Mannen houden vooral van pils, tripel sterk blond en de bieren in oud bruin Nederlandse stijl (moutige en zoet). De vrouwen hebben een meer eenduidige top drie van bieren. Hun favoriete bier is pils, gevolgd door radler en fruitbier. Onder de Belgen zijn blond bier, pils en tripel de favorieten. Radler is een stuk minder populair bij de Zuiderburen, waar slechts 2 procent het bier aanduidt als favoriet.

Tenslotte geeft 20 procent van de Nederlandse bierdrinkers aan dat hun bierconsumptie in de afgelopen jaren is toegenomen. Opnieuw zien we dat significant vaker bij de jongere bierdrinkers tot 35 jaar. In 26 procent van de gevallen is de bierconsumptie echter afgenomen en voor 54 procent is deze onveranderd gebleven. Bier sommelier Rick van Kempen licht toe: *‘Dit past in de trend van ‘niet gieten maar genieten’: minder pils en massaproducten, meer kleinschalig en ‘speciaal’, maar niet meer in liters’.*

Mercure Hotels speelt in op de populariteit van lokale bieren. *“Bij een groot aantal Mercure Hotels in Nederland schenken we met veel trots bier van lokale en ambachtelijke bierbrouwers. Deze brouwers bevinden zich in de nabije omgeving van onze hotels.”*, aldus Shanna Holthaus, Marketing Brand Manager bij Mercure Hotels Benelux.

Einde bericht

Over het onderzoek

Mercure Hotels liet een onderzoek uitvoeren door onderzoeksbureau bij duizend Belgen en duizend Nederlanders.

Periode: juni – juli 2016

Steekproef: 2.000 mannen en vrouwen van 18-79 jaar

Landen: België en Nederland

Methode: panelonderzoek

Instituut: iVOX

Over Mercure

Met Mercure biedt AccorHotels een selectie van lokaal geïnspireerde midscale hotels. De Mercure hotels delen eenzelfde kwaliteitsstandaard en worden beheerd door gepassioneerde hoteliers. Of ze nu in het hart van de stad, aan zee of in de bergen zijn gelegen, elk hotel biedt een authentieke ervaring voor zowel zakelijke als vrijetijdsreizigers. Het Mercure netwerk, aanwezig in 55 landen over de hele wereld met 732 hotels, biedt een echt alternatief voor gestandaardiseerde of onafhankelijke hotels, en combineert de kracht van een internationaal netwerk met professionele en digitale expertise.

AccorHotels is 's werelds meest toonaangevende hotelgroep en is aanwezig in 92 landen met 3.800 hotels en 180.000 medewerkers.

mercure.com | accorhotels.com

Over Rick Kempen

Al meer dan een kwarteeuw staat het leven van Rick Kempen in het teken van bier. In 1998 is hij begonnen bij Bier&cO, een van Europa 's leidende bierbedrijven, die als missie heeft 'speciale bieren van over de hele wereld bereikbaar te maken voor een zo groot mogelijk publiek'. Elke dag krijgt hij de kans te werken met 's werelds beste bieren, hun brouwers en de mensen die ze verkopen. Zijn blog is bedoeld om zijn ervaringen te delen, te inspireren en te vermaken. Rick ziet zichzelf als een professionele bierkenner die het genoeg heeft gehad van zijn werk zijn hobby te maken.

www.mylifewithbeer.nl/