

OMER.:

een familieverhaal

van 120 jaar of vijf generaties

Tot vier jaar geleden was brouwerij Bockor vooral bekend in Kortrijk en omstreken. Maar daar bracht OMER. verandering in. Dit sterk blond bier dat in 2008 op de markt kwam, behaalde tal van prijzen op belangrijke internationale competities. Het zette de brouwerij op de (wereld)kaart en vertelde meteen ook het verhaal over de roots. Het relaas van een bijzonder familiebedrijf...

In de schaduw van de kerktoren van Bellegem ligt de brouwerij van Omer, intussen al 120 jaar lang. Het verhaal van de brouwerij begon bij Remi Vander Ghinste die in 1892 'een woonhuis met verdieping en aanhoudende gebouwen dienende tot brouwerij' kocht als geschenk voor zijn drieëntwintig jarige zoon Omer. De brouwerij heette in het begin 'Grote Brouwerijen Omer Vander Ghinste'. Er werd het toen typische bruine bier van Zuid-West-Vlaanderen gebrouwen. Het werd geleverd aan de cafés in de streek rond Bellegem onder de naam Ghinste's Tonnenbier. "Bier in die tijd had een heel korte bewaartijd", vertelt Nicolas Degryse, marketingverantwoordelijke bij brouwerij Bockor. "Het werd gerijpt op eikenhouten vaten en van het vat 'getrokken' om te verdelen in cafés. Dit bier hebben we nog steeds. Nu heet het Vander Ghinste Oud Bruin."



Het is de traditie dat elke oudste zoon de naam Omer krijgt. Intussen zijn er al vijf generaties Omers.

Nicolas Degryse, marketingverantwoordelijke brouwerij Bockor

**VAN OMER,
NAAR OMER, NAAR OMER, ...**

Omer Vander Ghinste trouwde met een brouwersdochter, Marguerite Vandamme van de vroegere brouwerij Le Fort uit Kortrijk – nu is er nog een plein en school in de stad die naar de brouwerij refereert. Marguerite Vandamme was bovendien een goeie zakenvrouw: onder haar impuls kregen heel wat cafés een publicitair brandraam met daarop de naam van de brouwer.

"Merknamen bestonden in die tijd nog niet", vertelt Nicolas Degryse. "De brouwerij had gewoon de naam van de brouwer. Omdat die brandnamen nogal duur waren, besloten Omer en Marguerite om hun oudste zoon ook Omer te noemen. Zo konden de ramen ook voor de volgende generatie dienen, dachten ze als goede West-Vlamingen. Die zijn nogal zuinig, zeker in het zaken doen. (lacht)" Sindsdien is het de traditie dat elke oudste zoon de naam Omer krijgt. Intussen zijn er al vijf generaties Omers.

**BOCKOR:
INTERNATIONALE UITSTRALING**

Toen in 1929 de pils overwaaid uit Tsjechië, begon de brouwerij onder leiding van de tweede Omer ook pils te brouwen. Die



kreeg de naam Bockor, naar het Duitse 'bock' en Franse 'or', dus 'gouden pint'. De naam van de brouwerij was toen nog steeds die van de brouwer, die veranderde pas in 1977 naar 'Brouwerij Bockor'. Commerciële overwegingen lagen aan de basis voor de naamswijziging: Bockor was een naam die beter klonk, ook voor de buitenlandse markt. Bockor had toen ook een prijs voor 'beste pils' gewonnen op internationaal niveau en de tijd was dus rijp voor die naamsverandering.

In die periode groeiden ook pas de internationale ambities van de brouwerij. Al nuanceert Degryse die: "Export is niet dé prioriteit. Wij willen vooral ons bier verkopen in onze eigen streek. Waarom zouden we bier verkopen duizend kilometer verder als we het ook hier kunnen doen? Die visie draagt ook bij tot de authenticiteit van ons bier. Als je vooral exporteert en weinig in eigen land verkoopt, verlies je geloofwaardigheid. Stel je voor dat mensen uit het buitenland op reis komen naar onze streek en het bier hier nergens kunnen vinden. Dat komt je geloofwaardigheid niet ten goede."

"We zijn redelijk laat begonnen met export. We hadden ook geen goed exportproduct: met onze pils zouden we tegen de grote merken toch niks kunnen beginnen. En krieb heeft te weinig uitstraling daarvoor. Het is pas met OMER, dat we écht konden mikken op de buitenlandse markt. We wonnen met dit bier tal van internationale prijzen, zoals de European Beer Star in 2009, de World Beer Cup in 2010, ... Na die erkenning groeide ook de vraag uit het buitenland."



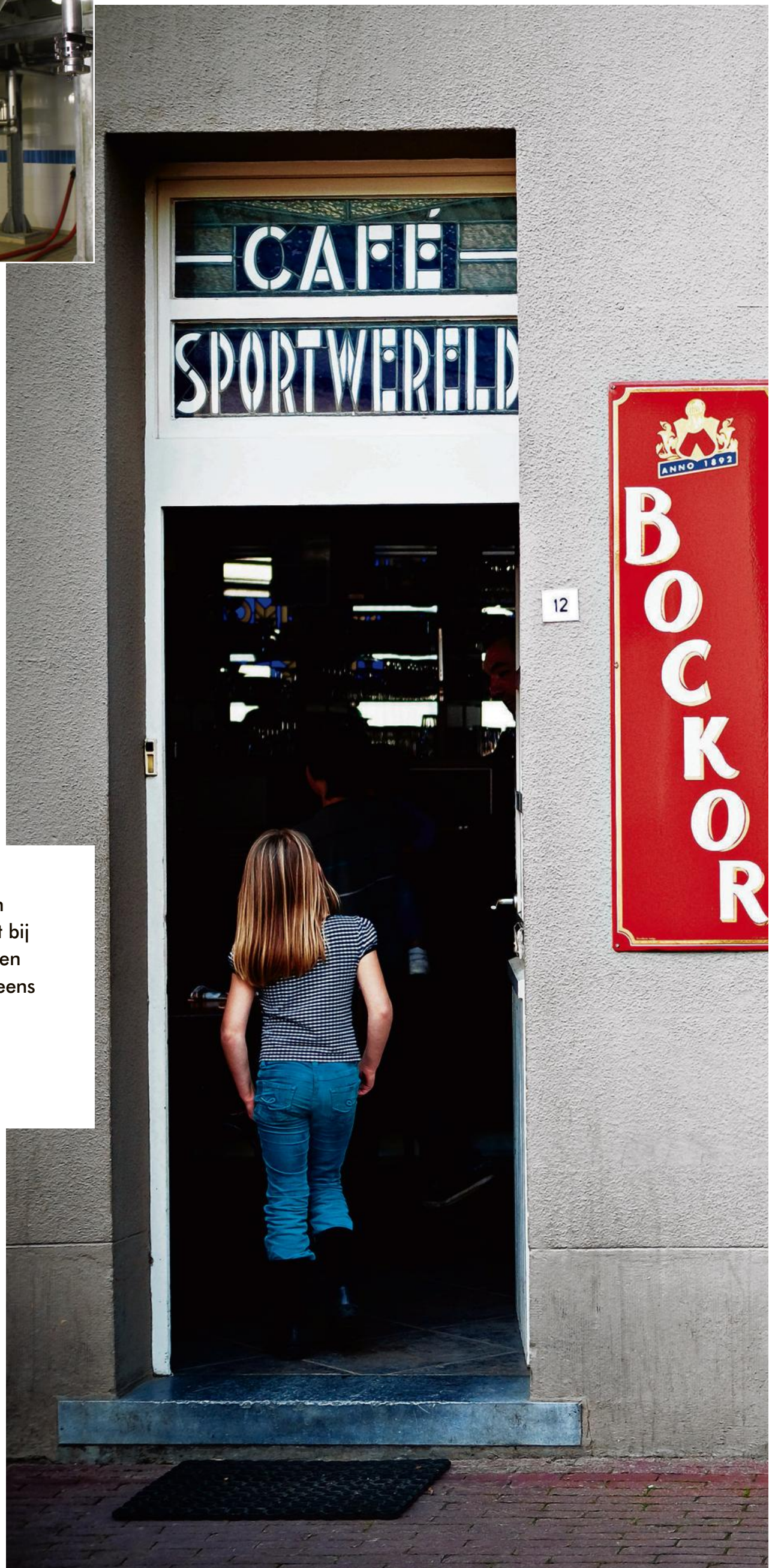
We zijn niet beursgenoteerd, hebben geen aandeelhouders. Kwaliteit gaat bij ons boven kwantiteit. We hebben geen verantwoording af te leggen als we eens een jaar niet groeien.

**Nicolas Degryse,
marketingverantwoordelijke
brouwerij Bockor**

STERKTES VAN OMER.

De sterkte van OMER, ligt volgens Degryse enerzijds in de authenticiteit van de merknaam en vooral het verhaal er achter. Het is de naam die al sinds 1892 de leidraad is in het verhaal van de brouwerij. Anderzijds is de sterkte ook het product zelf: het is lekker en wordt gesmaakt door mannen en vrouwen in een brede kring. Over de ontwikkeling van het bier werd dan ook enkele jaren gedaan. Het werd gemaakt in nauwe samenwerking met Freddy en Filip Delvaux van de K.U.Leuven.

"Marketing is er eigenlijk niet echt gebeurd rond OMER.", vertelt Degryse. Het klinkt ironisch uit de mond van de marketingverantwoordelijke van de brouwerij. "Er werd geen reclamecampagne gevoerd met affiches en radiospots. We gingen uit van de sterkte van het familie verhaal. We focussten op dat verhaal en probeerden dat te vertellen via de cafés waar je het bier vindt. We gebruiken bijvoorbeeld ook een gerestaureerde paardenkar uit 1902, waar vroeger het bier mee werd rondgebracht, om elk weekend in een andere stad rond te rijden en het verhaal van mijnheer Omer te vertellen. We doen dus op een andere manier aan marketing, het is eerder 'storytelling'."



FAMILIALE SFEER

Het feit dat de brouwerij een familiebedrijf is, heeft ook zijn weerslag op de manier van werken, aldus Degryse. Net zoals het de ontwikkeling van de brouwerij doorheen de geschiedenis bepaalde. "We zijn niet beursgenoteerd, hebben geen aandeelhouders. Kwaliteit gaat bij ons boven kwantiteit. We hebben geen verantwoording af te leggen als we eens een jaar niet groeien. Er zijn jaren geweest dat de brouwerij niet groeide en dat was geen probleem. De laatste jaren groeien we gestaag. Het caféverbruik daalt en het pilsverbruik daalt, maar daartegenover staat meer thuisconsumptie en de populariteit van speciaalbier. Door het succes van OMER. groeien we."

Ook het patrimonium dat de brouwerij opbouwde, is er dankzij de familie Omer Vander Ghinste. "We hebben 350 eigen cafés, die dus eigendom zijn van de brouwerij. Die eigen cafés betekenen een gegarandeerde afzetmarkt. Onze Bockor pils wordt hoofdzakelijk gedronken in die zaken."

Niet enkel bij de eigenaars, de familie Vander Ghinst, is Omer een verhaal van vader op zoon. Er is ook een werknemer die intussen al vijftig jaar actief is in de brouwerij en wiens vader en grootvader er ook werkten. "Een familiebedrijf brengt sowieso een grotere verbondenheid met zich mee. Er hangt een familiale sfeer, waardoor werknemers meer affiniteit voelen met de brouwerij", denkt Degryse. Dat komt de werksfeer ten goede.

VOORTDURENDE INNOVATIE

De familiegeschiedenis van de brouwerij betekende evenwel niet dat het bedrijf krampachtig vasthield aan oude technieken in het brouwersproces. "Authenticiteit en innovatie gaan hand in hand. We bleven altijd vooruitstrevend op vlak van techniek. Dat blijkt ook uit de geschiedenis. Bij de komst van de pils in 1929 investeerden we meteen in een lagegistingstoren. Dat was innovatief in die tijd. Het is nu de enige nog actieve brouwerijtoren in België. In de jaren zestig begonnen we met bieren met spontane gisting. In de jaren negentig speelden we in op de tendens van de fruitbieren. Vier jaar geleden was er dan OMER. Voor OMER. hebben



we een heleboel investeringen gedaan. Vorig jaar deden we bijvoorbeeld voor 2,5 miljoen euro aan investeringen. Momenteel hebben we zowel de oude eikenhouten vaten van 120 jaar geleden als de meest moderne installaties. We blijven voortdurend vernieuwen."

De uitbreidingsmogelijkheden van de brouwerij zijn op de huidige, oorspronkelijke site beperkt. Een te snelle, grote groei is eenvoudigweg niet mogelijk, aldus Degryse. En het is ook niet de betrachting. "Kwaliteit gaat boven kwantiteit, wat natuurlijk niet betekent dat we niet meer willen groeien. We bekijken daarvoor alternatieve pistes. En we blijven onderzoek doen naar nieuwe smaken en nieuwe bieren. We zien wel waar dat naartoe leidt. Maar de prioriteit nu is om OMER. op een kwalitatieve manier in de markt te blijven zetten." ■

"Van mijn Private Banker verwacht ik dat hij me ook kan helpen met de overdracht van mijn familiebedrijf."

ing.be

ING 

Vertrouw op uw Private Banker voor de overdracht van uw patrimonium.

"If a man has family, he's rich", dat is een feit. Maar uw familiebedrijf overdragen kan een erg delicate evenwichtsoefening zijn tussen familiale en financiële overwegingen. Bij ING is uw Private Banker een echte vertrouwenspersoon die niet alleen helpt uw vermogen te beheren, maar er ook voor zorgt dat de overdracht van uw patrimonium uiterst professioneel verloopt, met respect voor alle persoonlijke gevoeligheden en wensen.

ing.be/privatebanking