



PERSBERICHT – 09 november 2015

Belg Jean-Jacques Velkeniers zal nieuwe Business Unit "West-Europa" leiden bij AB InBev

Om de juiste focus te bepalen bij het stimuleren van de groei op lange termijn, zal AB InBev in de Zone Europa overschakelen van vijf op vier business units.

De huidige business units "België, Nederland & Luxemburg" en "Duitsland, Zwitserland en Oostenrijk" zullen samen opgaan in de **nieuwe Business Unit West-Europa**. Door deze landen samen te brengen, zal AB InBev haar commerciële slagkracht vergroten om zo verdere groei te ondersteunen.

De andere business units blijven ongewijzigd, maar krijgen een nieuwe naam:

- Noord-Europa: het VK en Ierland, onder leiding van de Brit Steve McAllister;
- Zuid-Europa: Frankrijk, Italië en Spanje, onder leiding van de Belg Ben Verhaert;
- Oost-Europa: Rusland en Oekraïne, onder leiding van de Oekraïner Dmitryi Shpakov.

Jean-Jacques Velkeniers zal met ingang van 1 januari 2016 worden aangesteld als Business Unit President van West-Europa. Hij zal in Leuven werkzaam zijn en rechtstreeks rapporteren aan Stuart MacFarlane, Zone President Europa.

Jean-Jacques, van Belgische nationaliteit, heeft een diploma Rechten van de Katholieke Universiteit Leuven en een masterdiploma Marketing van de Vlerick Leuven Gent Management School. In 1999 begon hij als Marketing Trainee bij AB InBev en hij vervulde verschillende sales- en marketingfuncties in BeNeFraLux.

In 2007 werd hij aangesteld als Global Marketing Manager voor Stella Artois, waarbij hij de leiding had over het nieuwe wereldwijde verpakkingsontwerp voor het merk. Daarna richtte hij het trade marketing-team op in West-Europa. Later vervulde hij de rol van Marketing Director Lager Brands voor BeNeFraLux, waarbij hij de positionering van het merk Jupiler heeft gherdefinieerd. Nadat hij het marketingteam in het VK en Ierland had geleid, werd hij in mei 2014 aangesteld als VP Marketing voor de Zone Europa. In die functie slaagde hij erin om de focus op de groeimerken te leggen en, samen met het Zone Management Committee, de strategische richtlijnen voor Europa in de komende jaren vast te leggen.

Jean-Jacques Velkeniers: *"De nieuwe business unit brengt landen met een rijke biercultuur en gelijkaardige uitdagingen voor de toekomst samen. Als één team kunnen we nieuwe kansen genereren door de creatie van gemeenschappelijke platforms, de uitwisseling van beste praktijken en grensoverschrijdende innovaties. Ik kijk ernaar uit nauw samen te werken met onze fantastische teams in België, Nederland, Luxemburg, Duitsland, Zwitserland en Oostenrijk"*.

Eric Lauwers, huidig Business Unit President van de Benelux en reeds lang een gerespecteerd figuur op het vlak van sales en marketing, heeft besloten om het bedrijf te verlaten om andere carrièreopportuniteiten na te streven.

Als een uitzonderlijke sales- en marketingprofessional heeft Eric Lauwers indrukwekkende resultaten geboekt in de geografische gebieden die hij leidde, en duurzaam bijgedragen tot de Europese activiteiten.

Het meest recent heeft hij zijn team in staat gesteld om uitzonderlijke en consistente resultaten te bereiken in de Benelux en nadien ook in Frankrijk. Een voorbeeld hiervan uit België is de zeer succesvolle Jupiler-campagne die hij lanceerde ter gelegenheid van de FIFA World Cup in de zomer van 2014. Daarnaast evolueerden de Nederlandse on-trade activiteiten onder zijn leiding van een contractgestuurde organisatie naar een consumentgestuurde organisatie. Voordat de Benelux en Frankrijk onder zijn hoede kwamen, realiseerde hij volumegroei en vergrootte hij het marktaandeel van Becks, Hasseröder en Franziskaner in de functie van Business Unit President voor Duitsland, Zwitserland en Oostenrijk.

Eric speelde vooral een grote rol in de ontwikkeling van teams en het uitbouwen van een sterke "talent pipeline". Zowel Jean-Jacques Velkeniers als Ben Verhaert, die momenteel aan het hoofd staat van de Business Unit Zuid-Europa, deden heel wat commerciële en managementervaring op binnen Eric's team.

Zijn grondige kennis van en inzicht in onze activiteiten, samen met zijn vermogen om te focussen, resultaten te bereiken en de meest uitdagende taken doeltreffend aan te pakken, maken van hem een echte professional die het bedrijf een belangrijke erfenis nalaat.

Eric Lauwers: "Ik ben dankbaar voor en trots op elke dag die ik voor dit fantastische bedrijf gewerkt heb gedurende de laatste 15 jaar. Samen met de teams hebben we uitstekende resultaten behaald. Ik heb besloten dat het moment voor mij aangebroken is om nieuwe uitdagingen aan te gaan na dit fantastische hoofdstuk bij AB InBev en ik kijk er echt naar uit. Ik wens mijn teams, collega's en de nieuwe leiding van de business unit het allerbeste voor de toekomst."

Perscontact AB InBev

Korneel Warlop – Woordvoerder

0475/ 92 22 40– media.relations@ab-inbev.com

Over Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev is een beursgenoteerd bedrijf (Euronext: ABI) met hoofdzetel in Leuven, België, en een tweede notering op de New York Stock Exchange (NYSE: BUD) via American Depositary Receipts. Het bedrijf is de wereldwijde leidinggevende brouwer en behoort tot 's werelds top vijf van bedrijven actief in consumptiegoederen. Bier, het oorspronkelijke sociale netwerk, brengt reeds sedert duizenden jaren mensen samen en ons portfolio van meer dan 200 merken blijft sterke banden smeden met consumenten. Ons portfolio omvat onder andere de wereldwijde merken Budweiser®, Corona® en Stella Artois®; de internationale merken Beck's®, Leffe® en Hoegaarden®; en lokale kampioenen zoals Bud Light®, Skol®, Brahma®, Antarctica®, Quilmes®, Victoria®, Modelo Especial®, Michelob Ultra®, Harbin®, Sedrin®, Klinskoye®, Sibirskaya Corona®, Chernigivske®, Cass® en Jupiler®. Anheuser-Busch InBev's toewijding aan kwaliteit bouwt op brouwtradities die meer dan 600 jaar oud zijn en gaat terug tot de brouwerij Den Hoorn in Leuven, België, en de pioniersgeest van de Anheuser & Co brouwerij, met wortels in St. Louis in de Verenigde Staten, sinds 1852. Anheuser-Busch InBev is geografisch gediversifieerd met een evenwichtige blootstelling aan ontwikkelde markten en groeiemarkten en benut de collectieve sterkte van ongeveer 155 000 medewerkers, die in vestigingen in 25 landen wereldwijd tewerk gesteld worden. In 2014 realiseerde AB InBev 47,1 miljard USD aan opbrengsten. Het doel van de onderneming is het Beste Bierbedrijf te zijn dat Mensen Samenbrengt voor een Betere Wereld. Kom meer te weten op ab-inbev.com, op facebook.com/ABInBev of op Twitter @ABInBevNews