

Heinekens nieuwste wapen: cider

12-03-2009 00:00

Bierbrouwer Heineken gaat jacht maken op de niet of nauwelijks bierdrinkende consument. Cider moet de dorst van deze, voornamelijk vrouwelijke, doelgroep gaan lessen. In Amsterdam presenteerde Heineken woensdag de twee cidermerken, Jillz en Strongbow Gold, die de terugvallende bierconsumptie in Nederland moeten opvangen.

Na een proef in verscheidene horecagelegenheden wordt Jillz, het eigen cidermerk, ook beschikbaar in supermarkten. Het 'verfrissende, natuurlijke , sprankelende' drankje is minder bitter dan bier, bevat vijf procent alcohol en is volgens Heineken daarom hét alternatief voor bier of wijn.