

## Transgender Dylan Mulvaney kost Alexandre Van Damme 1,2 miljard euro

**Date** : 3 juni 2023

Op 1 april van dit jaar maakte AB Inbev, de grootste bierbrouwer ter wereld, een cruciale fout. Het stuurde een lading blikjes Bud Light pils naar de Amerikaanse influencer en transvrouw Dylan Mulvaney. Om haar verjaardag als twee jaar vrouw te vieren poseerde ze op haar digitale media met de blikjes bier. En dat schoot in het verkeerde keelgat van een aantal conservatieve lobbygroepen waaronder cowboys en country zangers. Die riepen op tot een boycot van Bud Light. Waarop AB Inbev ongelukkig communiceerde en ook nog eens de gay gemeenschap tegen zich in het harnas joeg. De koers van AB Inbev op de Brusselse beurs zakte van 60 naar 50 euro als gevolg van het omzet- en prestigeverlies van AB Inbev in de VS. [Alexandre Van Damme](#), de grootste individuele aandeelhouder van de biergigant zag zijn vermogen met 1,2 miljard euro slinken. De [drie traditionele Belgische aandeelhouders](#) verloren samen 2,8 miljard euro. Het hoeft niet gezegd dat de druk toeneemt op Michel Doukeris, de man die twee jaar terug CEO werd van de multinational.

De gevolgen van de Amerikaanse cultuuroorlog worden steeds tastbaarder. In de tweede week van mei lag de omzet van Bud Light volgens het onderzoeksbureau Nielsen 24,6 procent lager dan vorig jaar. Een week later bedroeg de krimp al 25,7 procent. De omzet van Budweiser kromp 10,5 procent. De concurrenten ruiken bloed. Bud Light riskeert zijn positie als meest verkochte bier van de VS te verliezen aan Modelo Especial. Dat zag de verkoop met 9,2 procent toenemen. Ook de rivalen Coors Light en Miller Lite zien hun omzet stijgen met respectievelijk 17 en 15 procent.

De uitdaging lijkt nu bij Michel Doukeris te liggen, de man die twee jaar terug Carlos Brito opvolgde als CEO van de bier multinational. En hij lijkt niet zonder kleerscheuren uit het verhaal te komen. Drie weken na het uitbreken van de hele heisa sprak Doukeris voor het eerst over de cultuuroorlog en wel op de jaarlijkse aandeelhoudersvergadering in Brussel. Hij minimaliseerde daarbij het verhaal, een duidelijk onderschatting. "Dit soort van situaties komen en gaan. Het is niet de eerste boycot tegen een groot bedrijf dit jaar. Het gaat om één post van één influencer. Het gepersonaliseerde blik dat we stuurden, is nooit in de algemene verkoop aangeboden." aldus Doukeris die daarmee enkel de druk op zijn persoon

verhoogde. Een week later besliste hij dan maar Alissa Heinerscheid, de marketingdirecteur van Bud Light, en haar baas Daniel Blake op non-actief te plaatsen.

Carlos Brito, de voorganger van Doukeris, zette AB InBev op een groeiparcours via zwaar met schulden gefinancierde agressieve overnames. Wanneer de covid pandemie er aan kwam, bleek hoe kwetsbaar die schuldenberg het bedrijf had gemaakt. Exit Brito en intro Doukeris. Die laatste moest nu in eerste instantie de verkoop aantrekken door, back to basics, meer bier te verkopen. Op zich slaagde de man daar ook in. Vraag is hoe hij zich uit de huidige penibele situatie zal weten te redden, wetende dat je een reputatie opbouwt in jaren tijd en verliest in weken tijd.