Grolsch rekent op nog hogere winst dit jaar

Nettowinst in 1989: ƒ 30,3 miljoen

Door onze verslaggever

GROENLO – Bierbrouwer Grolsch nv heeft vorig jaar, bij een fors toegenomen omzet, een winst geboekt van ƒ 30,3 miljoen. Mede dankzij de mooie zomer werd zowel in binnen- als in buitenland meer bier verkocht dan in 1988. Voor dit jaar verwacht de Grolsch-directie opnieuw een hogere winst.

De omzet van Grolsch steeg met 9% van ƒ 380,2 miljoen in 1988 tot ƒ 414,4 miljoen vorig jaar. De winst per aandeel (bij een geplaatst aandelenkapitaal van 3.017.000 gewone aandelen van ƒ 10 nominaal) steeg van ƒ 8,59 in 1988 tot ƒ 10,05 in het verslagjaar. Aan de aandeelhouders zal worden voorgesteld om het dividend met vijftig cent te verhogen tot ƒ 4,- per aandeel.

Vorig jaar heeft Grolsch extra geïnvesteerd in marketing- en verkoopactiviteiten. Bedragen wil de directie uit concurrentieoverwegingen niet noemen. Kapitaalsinvesteringen, onder andere in een nieuwe 'bliklijn', vergden vorig jaar ƒ 35 miljoen, een bedrag dat Grolsch dit jaar weer denkt te investeren.

Concurrentie

In Nederland bestaat de totale biermarkt voor 92% uit pilsbieren en voor 8% uit niet-pilsbieren, zoals alcoholarm bier, bijzondere soorten en geïmporteerde specialiteiten.

Grolsch, dat zich op de wereldmarkt als één van de drie middenmoters (met Beck's en Löwenbrau) beschouwt, introduceerde vorig jaar in het 'niet-pils-segment' drie nieuwe producten: Stender (alcoholarm), Amber en Premium Dry.

Geweldig succes

Met name het alcohol-arme Stender, dat in december vorig jaar op de markt werd gebracht, is volgens de Grolsch-directie 'een geweldig succes'. „We hebben daarbij de indruk dat alcoholarm bier voor sommige consumenten een vervanger van frisdranken is geworden", aldus directie-voorzitter drs. P. Snoep.

De pilsmarkt waarin Grolsch opereert – het zogenaamde premium-segment waartoe de betere en duurdere soorten pils behoren – wint terrein ten koste van het 'midden-segment', waartoe onder andere Heineken gerekend kan worden.

Cijfers over afzet in binnen- en buitenland wil de Grolsch-directie, wederom uit concurrentieoverwegingen, niet geven. „Wat de export betreft, hebben wij vorig jaar verschillende markten buiten de Verenigde Staten en Engeland (samen goed voor 40% van de export van Grolsch, red.) warm gemaakt voor Grolsch. Daar denken we dit jaar de vruchten van te kunnen plukken", aldus Snoep.



Drie directieleden van Grolsch bij een aantal van hun produkten. Van links naar rechts L. van der Stappen (produktie), P. Snoep (voorzitter) en P. Tromp (financiën). Foto: ANP

DE GELDERLANDER/DONDERDAG 15 MAART 1990

15 MAART 1990