De Telegraaf
16 maart 1995

WINST MET 20,4% GESTEGEN TOT ƒ 52,4 MILJOEN

Grolsch zet nieuwe stap op markt speciaalbieren

Van een onzer verslaggevers

AMSTERDAM, donderdag

De groei op de Nederlandse biermarkt zal de komende jaren moeten komen van de zogenaamde speciaalbieren. In tegenstelling tot de stagnerende 'gewone' pilsmarkt en de ingezakte verkopen van alcoholvrij-bier is het aandeel van de speciale bieren de laatste jaren langzaam, maar gestaag, gestegen tot 5,4%. Bierbrouwer Grolsch rekent op een verdere groei tot 10% en grijpt deze gunstige ontwikkeling aan door twee nieuwe speciaalbieren te lanceren, het op de zomermaanden gerichte 'Zomergoud' en het winterbier 'Wintervorst'.

Dat maakte Grolsch-topman drs. P.P. Snoep gisteren bekend tijdens een toelichting op de jaarcijfers over 1994. De bierbrouwer wist de nettowinst in lijn met de verwachtingen met 20,4% te verhogen tot ƒ 52,4 miljoen.

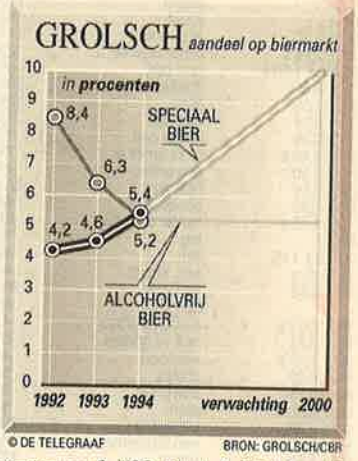
Snoep verwacht dat de toename van de speciale bieren in het huidige rustige tempo zal worden voortgezet. „Het marktaandeel van 10% zal wellicht niet voor de eeuwwisseling worden bereikt". Dit in tegenstelling tot het alcoholvrije-bier dat enkele jaren geleden ineens een spectaculaire groei liet zien. De consument bleek uiteindelijk toch de (smaak van) alcohol niet in zijn biertje te willen missen.

Naast het speciaalbier 'Amber' en de twee bokbieren die Grolsch in de herfst en de lente verkoopt wil de bierbrouwer ook in de zomer en winter een grotere rol spelen in dit marktsegment.

Het in de zomermaanden verkrijgbare Grolsch Zomergoud is een helder, fris bier met een alcoholpercentage van 5% en kan worden gezien als een antwoord op het succes van de zogenaamde witbieren (o.a. Wieckse Witte van Heineken en Hoegaarden). Grolsch Wintervorst, een kruidig en diepbruin bier dat alleen in de wintermaanden wordt verkocht, heeft een alcoholpercentage van 7,5%.

Ongeveer de helft van het in Nederland verkochte speciaalbier is nog steeds afkomstig uit België. Enkele jaren geleden was deze verhouding echter nog ongunstiger, maar de Nederlandse brouwers hebben de vooral qua marges lucratieve speciaalbiermarkt recent ontdekt.

De flink verbeterde gang van zaken bij Grolsch hield vorig jaar voor slechts een klein deel verband met de weer iets gestegen bierconsumptie (+1,5%) in Nederland. Een vergelijking met de cijfers over 1993 wordt bemoeilijkt door de verkoop, vorig jaar, van de slecht renderende Duitse brouwer Wicküler. Hoewel Grolsch de autonome verkopen zag stijgen liep de omzet hierdoor met 30,2% terug van ƒ 793,5 tot ƒ 554,1 miljoen. Door een eveneens wegvallende forse kostenpost steeg het bedrijfsresultaat echter sterk van ƒ 65,6 tot ƒ 80,2 miljoen.



Naast hogere verkopen in Nederland en een groei van de export zorgden ook de distributiesamenwerkingen Bass en Brau und Brunnen in respectievelijk Engeland en Duitsland in 1994 voor extra afzet. Volgens Snoep zal een opnieuw hogere omzet in combinatie met verder dalende lasten en hogere rentebaten dit jaar wederom voor een „duidelijke winststijging" zorgen.

Met het oog op de toekomst richt Grolsch zich naast autonome groei op distributieovereenkomsten in het buitenland, terwijl ook naar acquisities wordt gekeken.