Elk jaargetijde krijgt z'n eigen Grolsch-bier

ENSCHEDE/BRUMMEN – Lentebok, Zomergoud, Herfstbok en Wintervorst zijn de vier klinkende namen waarmee de Grolsch-liefhebber voortaan het hele jaar rond kan. Het oostelijke concern brengt als eerste brouwer in Nederland voor elk jaargetijde een speciaalbier op de markt.

Gistermiddag zette Grolsch de introductie op feestelijke wijze luister bij in kasteel/landgoed Engelenburg in Brummen. Een passende entourage, want in de reclamespots die het nieuwe kwartet bieren begeleiden, speelt het buitenleven met zijn herkenbare seizoenselementen een nadrukkelijke rol. Ook in zakelijk opzicht ziet Grolsch muziek in de vier jaargetijden, want het concern hoopt zo een graantje mee te pikken van de groeiende markt voor speciaalbieren.

Het eerste bier waarmee de consument vanaf begin april kennis kan maken is Lentebok, dat onder de naam Meibok al enige jaren op de markt is. Het voorjaar krijgt van Grolsch een stevig, pittig en fris biertje mee, volblond van kleur, met een alcoholpercentage van 6,5. Zomergoud, dat vanaf begin juni in winkel en horeca verkrijgbaar is, wordt fruitig van smaak en is verrijkt met vlierbloesem, lindebloesem en citroenschillen. Het bevat 5 procent alcohol. In het najaar wordt het al bestaande Herfstbok op de schappen gezet en vlak voor kerst is het de beurt aan Wintervorst, een kruidig, diepbruin bier van 7,5 procent.

Het winterbier wordt gebrouwen met water, gerstemout, hop, honing, akkerhoningklaver en sinaasappelschillen.

Volgens directeur Troch van Grolsch Nederland is de markt voor speciaalbieren nog steeds groeiende. Ze zijn vorig jaar met 5,4 procent van de totale Nederlandse biermarkt het alcoholvrije bier voor het eerst gepasseerd. De plas groeide van 250.000 hectoliter in 1988 tot ruim 700.000 vorig jaar.

Pagina 21: winst Grolsch eenvijfde hoger

Bierbrouwer Grolsch rekent op groei omzet en nettowinst

AMSTERDAM/ENSCHEDE – Grolsch-topman drs P. P. Snoep maakt een tevreden indruk. De Enschedese bierbrouwer is zijn geldverslindende Duitse dochter Wicküler kwijt, het kostenniveau is gedrukt dankzij efficiencyverbeteringen, er zijn mooie distributie-afspraken gemaakt in onder meer Duitsland en Engeland en prompt stijgt het resultaat met een dikke 20 procent. Precies volgens verwachting.

Grolsch heeft het afgelopen jaar 52,4 miljoen gulden nettowinst behaald, tegen 43,5 miljoen in 1993. De resultaten zijn echter niet goed vergelijkbaar. In de vanmorgen gepresenteerde jaarcijfers konden voor het eerst de resultaten van het 51 procents belang in de Britse joint venture PLC Grolsch UK (vanaf 23 maart 1994) met Bass PLC worden meegenomen, terwijl die van Wicküler niet meer meetellen. De Duitse onderneming is per 1 januari 1994 verkocht aan Brau und Brunnen.

Dat laatste verklaart ook de omzetdaling met 30,2 procent; van 793,5 miljoen gulden in 1993 naar 554,1 miljoen het afgelopen jaar. Het bedrijfsresultaat nam toe tot 80,2 miljoen gulden, een stijging met 22,3 procent. Het resultaat voor belasting steeg met ruim 20 miljoen gulden (33,6 procent) naar 80,8 miljoen. Grolsch verwacht dit jaar „een duidelijke stijging van het netto-groepsresultaat ten opzichte van 1994".

Een jaar geleden meldde Snoep over het moeilijke jaar 1993 met forse volumedalingen in verschillende biermarkten een winststijging van slechts een ton. En wie weet hoe moeilijk hij en zijn financiële man Tromp het er toen mee hebben gehad, om ondanks 'Wicküler' nog een resultaat van 43,5 miljoen gulden te presenteren. „Grolsch staat in de startblokken voor een verdere groeifase", zei hij toen, verwijzend naar de nieuwe strategie van de brouwer die in het premiumsegment nog volop kansen ziet. Die groei lijkt door te zetten.

Ondanks de verzadigingsverschijnselen in de Noordwest-Europese biermarkten en de verdere daling van de bierafzet in Engeland en Duitsland „is 1994 voor Grolsch een bevredigend jaar geweest met per saldo een autonome groei van het volume", aldus Snoep vanochtend.

Dit jaar verwacht Grolsch een verdere autonome groei als gevolg van samenwerking in de distributie in verschillende landen èn doordat het premiumsegment nog steeds toeneemt.

Het marktaandeel van Grolsch is het afgelopen jaar in Nederland opnieuw toegenomen, het aantal café's met Grolsch is gegroeid en er is een aanzet gegeven het distributienetwerk te versterken. In Groot-Brittannië is het aantal pubs waar Grolsch in de tap zit de laatste maanden van 1994 gegroeid met 500 naar 2000, als gevolg van de samenwerking met Bass dat ook Grolsch in licentie brouwt. In Duitsland is dankzij de samenwerking met Brau und Brunnen sinds afgelopen zomer „een mooie volumetoename gerealiseerd". Grolsch is er nu verkrijgbaar in 2000 café's.

Snoep benadrukte dat de financiële basis van Grolsch „uitstekend" is met een eigen vermogen van 42,7 procent van het balanstotaal en een garantievermogen van 68,4 procent. Dit jaar wil Grolsch voor ruim 40 miljoen gulden investeren. „Gezien de ruime cash flow (61,4 miljoen) is geen beroep op de kapitaalmarkt noodzakelijk".

Grolsch wil het dividend verhogen van 1,08 gulden naar 1,32 gulden per aandeel. Dat komt neer op een payout van 40,2 procent (1993: 38 procent).