

Grolsch: na Amber en Premium Dry nu ook Stender alcoholarm bier

'Wat duidelijk naar voren komt is een behoefte aan meer biervariaties.' Het hoofd marketing van de Grolsche Bierbrouwerij Nederland, Tom van Asten, is er duidelijk over. 'De biermarkten in de landen die een hoog welvaartsniveau hebben bereiken vertonen verzadiging of ten hoogste een groeifactor die samenhangt met de (jeugdigen-)bevolkingstoename.'



Van Asten: 'De alcoholvrije en -arme markt is het afgeloopen jaar mede met behulp van de goede zomer snel gestegen tot zo'n 2,5% van de totale biermarkt op jaarbasis. En marktonderzoek wijst er op dat er nog meer potentie aanwezig is.'

Groeiende markt

Het afgelopen jaar is er in Nederland zo'n 30 miljoen liter alcoholarm/vrij bier gedronken. De schatting is dat in 1992 in de landen van de Europese gemeenschap niet minder dan 7 miljoen hl. alco-

holarmlarm bier zal worden verkocht. En het is duidelijk: Grolsch wil ook in dat groeiende marktsegment graag nadrukkelijk aanwezig zijn. 'Grolsch heeft,' zo zegt Van Asten, 'de alcoholarmmarkt-ontwikkeling nauwlettend gevolgd en signaleerde bij de consument een behoefte aan een alcoholarm bier van hogere kwaliteit.'

De introductie van het nieuwe Stender bier, premium alcoholarm en, aldus het hoofd marketing, met het bekende meesterschap gebrouwen, is in de laatste week van november dan ook in dit kader geschiedt. Stender zal niet alleen worden afgezet via de eigen kanalen van Grolsch, maar ook via die van de brouwerijen van Gulpener, De Leeuw, Lindeboom, De Kroon en Budels. Voor de horeca wordt Stender al sinds de introductie op 23 november in het Amsterdamse World Trade Center geleverd (in kratten van 24 pijpjes van 30 cl en trays van 24 blikjes van 33 cl); vanaf 15 januari zal het produkt vervolgens ook via levensmiddelenhandel en slijterij verkrijgbaar zijn.

In één jaar

Stender is het derde nieuwe bier dat Grolsch in één jaar tijd heeft geïntroduceerd. Eerder gebeurde dat met Amber en Premium Dry.

Grolsch trachtte daarmee niet alleen defensief het bijzondere bieren-marktsegment te willen afdekken, maar gaf daarmee vooral aan actief te willen opereren in de premiumsegmenten van de biermarkt. 'We verwachten,' aldus directie-voorzitter P.P. Snoep, 'nu met Stender een sterke positie in te kun-



nen gaan nemen in het groeiende alcoholarme segment van de biermarkt. De hoge verwachtingen van de voorzitter van de directie van Grolsch zijn ingegeven door het onderzoek dat de brouwerij voorafgaand aan de introductie van Stender heeft laten uitvoeren. 'Een zeer krachtig, alcoholarm bier, dat op grond van deze eigen smaak een wezenlijk alternatief vormt voor de bestaande alcoholarme bieren.' En ook: 'Stender heeft een belangrijke voorkeur van consumenten ten opzichte van de eerste generatie alcoholarmen. Het wordt als pittiger en bieriger beschreven en als zeer dorstlessend.' Stender bevat overigens een half procent alcohol, dient op een temperatuur van 3 tot 5 graden Celsius te worden gedronken en is evenals andere bieren tenminste een half jaar houdbaar.

Unicum

Dat vrijwel alle kleine en middelgrote kwaliteitsbierbrouwerijen in Nederland hebben besloten het Grolsch produkt Stender op exclusieve basis op te nemen in hun agenten- en horecanetwerk is volgens Snoep een unicum. 'Het bewijst de kwaliteit van het produkt.' Grolsch is volgens de directievoorzitter ook 'sterk in beweging.'

Sinds de overgang van de parallelmarkt naar de beurs in Amsterdam in 1986 zijn er bij de brouwerij ook veel veranderingen opgetreden. 'Sinds de beursgang heeft Grolsch haar positie op de Nederlandse markt uitgebreid. In het horecakanal wordt flink geïnvesteerd in meer en betere horecagelegenheden met de nadruk op het westen van het land. Ook in het levensmiddelenkanaal wordt extra geïnvesteerd in handelssamenwerking en promotionele activiteiten. Voor beide kanalen geldt een sterke intensivering van onze media-inspanningen en promotionele activiteiten.'

Bedrijfsfilosofie

Bij alle veranderingen is volgens Snoep en Van Asten één zaak onveranderd gebleven. 'De kwaliteit blijft de kern van de bedrijfsfilosofie. Grolsch blijft dus een kwaliteitsbierbrouwerij die niet diversificeert naar niet-bierprodukten, die nooit winkelformen, B-merken of merken voor derden brouwt en die te allen tijd in binnen- en buitenland in de premium marktsegmenten werkt.'

**STENDER BIER.
EEN KRACHTIG
ALCOHOLARM.**



Sectie Café-Barbedrijven wil haast maken met eigen beleidsplan

De sectie Café-Barbedrijven van Horeca Nederland wil haast maken met het opstellen van een eigen beleidsplan. Binnen de sectie wordt hier al geruime tijd over gedacht en is er door een werkgroep ook al een aanzet voor gegeven. 'Het wordt tijd,' aldus sectievoorzitter Theo Florijn, 'dat er als grootste sectie van Horeca Nederland nu ook iets definitiefs op papier komt.'

Fred Paap en Jacob Mous zijn de sectiebestuurders die samen de tweemanswerkgroep vormen en al het nodige voorbereidende werk hebben verricht. Er bestaat een concept zevenstappenplan, maar de formulering van het definitieve beleidsplan is tot nog toe uitgebleven. 'We hebben geïnventariseerd, het plan is besproken en wat nu moet is het concretiseren. Dat willen we nu echt gaan doen. Als we nog langer moeten blijven wachten op een basis-beleidsplan dat alle secties naar hun eigen situatie kunnen toespitsen vrezen we dat het allemaal op de lange baan wordt geschoven.'

Overbelast

De vertraging in de totstandkoming van het beleidsplan van de sectie Café-Barbedrijven wordt mede veroorzaakt door de overbelasting van de externe deskundige Wim van Bergen. Hij was in eerste instantie de beoogde man die het beleidsplan mede vorm zou geven. Met de op handen zijnde studie naar het eventuele samengaan van Horeca Nederland en Horecaf ziet het er ook niet naar uit dat hij zich op korte termijn aan de klus kan zetten. 'Een jammerlijke ontwikkeling,' noemen Paap en Mous de situatie. 'Maar het kan natuurlijk niet zo zijn dat we dan maar werkloos toe moeten kijken en afwachten. Er zal naar andere wegen gezocht moeten worden. We willen als sectie gestructureerd met zaken aan de slag gaan. Vergaderen om het vergaderen heeft geen enkele zin. Er moet een andere deskundige te vinden zijn die ons

de professionele ondersteuning geeft bij het opstellen van het beleidsplan.'

Het mogelijk verdergaande samengaan van Horeca Nederland en Horecaf hoeft volgens de sectie Café-Barbedrijven niet te betekenen dat het werk in de secties stil komt te liggen. 'Integendeel. Misschien dat dat voor de sectie Hotel-Restaurantbedrijven zou kunnen gelden, maar zelfs dat zien we niet. Bij Horecaf is in ieder geval een te verwaarlozen aantal Café-Barbedrijven



DE TWEEMANS WERKGROEP VAN DE SECTIE CAFÉ-BARBEDRIJVEN, JACOB MOUS (ZITTEND) EN FRED PAAP (RECHTS) MET SECTIE-VOOZITTER THEO FLORIJN. (FOTO THEO KAMPA)

aangesloten.' Fred Paap benadrukt dat de sectie nu zeker niet stil mag blijven staan. 'We hebben al een lange aanloop nodig gehad. Maar als we nu weer gaan wachten kunnen we 't schudden. Er is veel te doen in deze sectie. Er zijn op het terrein van de café- en barbedrijven veel ontwikkelingen gaande. We moeten niet achteraf hierop reageren, dan zijn we te laat. We zullen het voortouw moeten proberen te nemen. Waar gaan we met onze bedrijven naar toe, wat staat ons te wachten, hoe kunnen we daarop reageren, welke stappen moeten we nemen om straks niet te moeten concluderen dat 't allemaal niet meer hoeft.' En Mous: 'Zonder duidelijk beleidsplan ben je zwevend in de ruimte bezig. We onderkennen het belang van zo'n plan. We willen niet vrijblijvend doorwerken.'

Opdracht

Fred Paap en Jacob Mous staan in hun mening overigens niet alleen. Aan hun activiteiten om tot een beleidsplan te komen ligt een opdracht van het volledige sectiebestuur ten grondslag. 'Als je als sectie vrijblijvend door moet gaan, zonder duidelijke lijn, zonder beleid en afgeleid actieplan, kun je de secties beter opheffen.' Het beleidsplan is volgens voorzitter Theo Florijn ook nodig om een aantal wijzigingen in de samenstelling van het sectiebestuur te kunnen doorvoeren. Het bestuur is tot nog toe uit louter leden van het Algemeen Bestuur samengesteld. 'Ook in afdelingen en kringen hebben zij nog een functie. Daar is in het verleden terecht wel enige kritiek op geuit. Het zou allemaal te veel kunnen worden. Maar willen we het aantal AB-leden in ons sectiebestuur terugbrengen dan moeten we de nieuw te benoemen sectiebestuurders niet opzadelen met chaos. Er moet in onze ogen dan een duidelijk plan op tafel liggen waar ze mee aan de slag kunnen.'