



■ De Grolsch-directie poseerde gisteren bij de presentatie van de jaarcijfers bij enkele nieuwe produkten, v.l.n.r. ing. L. van der Stappen, drs. P. P. Snoep en drs. P. Tromp. FOTO ANP

Aandeel Grolsch in biermarkt neemt toe

(Van onze economische redactie)

AMSTERDAM – Het aandeel van Grolsch in de Nederlandse biermarkt is het afgelopen jaar flink gestegen. Nam het totale volume van de Nederlandse biermarkt met vijf procent toe, „Grolsch zit daar flink boven”, aldus voorzitter drs. P. P. Snoep van de directie van de Grolsche Bierbrouwerij gisteren in Amsterdam in een toelichting op de jaarcijfers. Maar hoeveel de oostelijke brouwer daar boven zit, wil Snoep „uit concurrentie-overwegingen” niet kwijt. „Bijna raak”, antwoordde hij op de vraag of de volumestijging dan misschien 7-procent bedraagt.

De export van Grolsch nam in 1989 met 13 procent toe. „Van de totale geldomzet namen onze exportmarkten 31 procent voor hun rekening. In 1988 was dit 28 procent.” Grolsch exporteert vooral naar Groot-Brittannië en de VS. Ondanks een terugloop van het importbier in de Verenigde Staten met 8 procent, meldt Grolsch ook daar over 1989 een grotere afzet. In Groot-Brittannië, Australië, Canada en Japan groeit het marktaandeel van Grolsch eveneens.

De omzet van Grolsch bedroeg vorig jaar 414,4 miljoen gulden, 9 procent meer dan de 380,2 miljoen gulden van 1988. De nettowinst steeg met 17,6 procent tot 30,3 miljoen gulden (in 1988 25,8 miljoen), inclusief de opbrengst van de verkoop van hotel Haarhuis in Arnhem. Die bijzondere bate bedroeg 1,1 miljoen. Dit jaar verwacht Grolsch opnieuw een stijging van de omzet en een hogere winst.

Het bedrijfsresultaat verbeterde in 1989 met 'maar' 2,6 procent. Dat heeft volgens Snoep te maken met een aantal versnelde investeringen en versterking van de organisatie.

Grolsch heeft het afgelopen jaar 35 miljoen gulden geïnvesteerd, waarvan 10 miljoen in een nieuwe bliklijn en ongeveer 8 miljoen in emballage. Voor de introductie van het alcoholarme Stender trok Grolsch „een paar miljoen” uit. De markt voor alcoholarm bier groeit volgens Snoep keihard. „Voor sommigen is het een vervanging van frisdrank.” Alcoholarm omvat op dit moment 3 procent van de totale biermarkt. Dit jaar zal het bedrijf drie miljoen gulden gebruiken voor mediakosten ten behoeve van Stender, waarvan het bedrijf grote verwachtingen heeft. „De commerciële

investeringen zullen in 1990 stijgen”, aldus Snoep. Grolsch denkt nog steeds aan overname van een buitenlandse brouwerij „met dezelfde filosofie. Maar de prioriteit ligt bij autonome groei”.

Grolsch, dat na de verkoop van Haarhuis geen hotels meer in eigen exploitatie heeft, neemt voor vijftiendertig procent deel in de Barongroep. Dat is een keten van ruim tien hotels in ons land. De Barongroep heeft het voornemen om binnen enkele jaren naar de beurs te gaan, zo maakte de Grolsch-directie bekend.

De Enschedese bierbrouwer, die in de prijscourant van het beursbestuur 'voor straf' een open ruitje achter de naam heeft gekregen, beaamt zich nog over de vraag of men zich zal onderwerpen aan de nieuwe regels van het fondsenreglement. De regels houden in dat bedrijven tot 1 januari 1992 hun bestaande beschermingsconstructies mogen handhaven, maar beloven zich te zullen houden aan het verbod om hier nieuwe constructies bij te voegen. Snoep denkt dat Grolsch wel met het beursbestuur tot overeenstemming komt. Maar „het gefröbel met ruitjes” vindt hij volstrekt overbodig.

Donderdag

15 MAART 1990