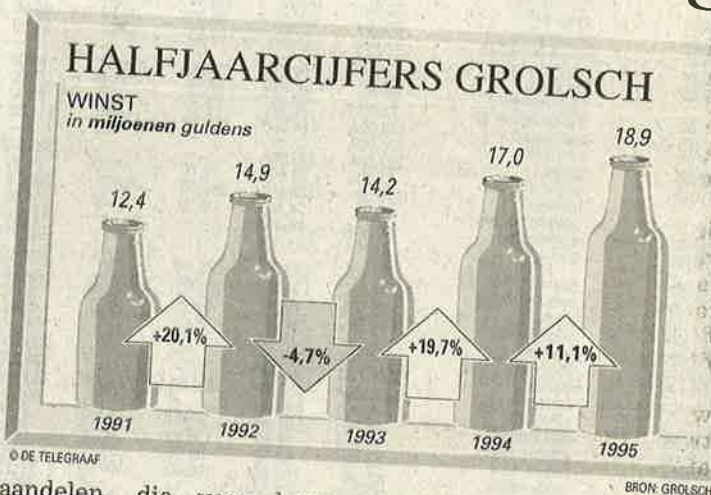


Winst Grolsch neemt toe ondanks 1% omzetsdaling

Van een onzer redacteurs
ENSCHDEDE, donderdag
Bierbrouwer Grolsch heeft in de eerste helft van 1995 de nettowinst zien stijgen met 11,1% tot f 18,9 miljoen. De omzet van het bedrijf daalde echter ten gevolge van het nadelige effect van de zwakke dollar en een lagere accijnsdruk met 1% naar f 260,1 miljoen. Zonder deze invloeden zou de omzet ten opzichte van 1994 met zo'n f 2,5 miljoen zijn gestegen. Het bedrijfsresultaat had daarentegen niet zoveel last van de valuta-effecten en steeg met 2,3% van f 28,8 miljoen naar f 29,5 miljoen. Lagere operationele kosten en een lichte toename van het afzetvolume lagen ten grondslag aan deze resultaatsverbetering. Daarnaast wist Grolsch de rentelast van f 0,4 miljoen in de eerste zes maanden van 1994 om te buigen in een rentebate van f 2,1 miljoen. De toegenomen liquide middelen, waardoor de rentebaten stegen, en voortgaande conversie van



aandelen, die voor lagere rentelasten zorgde, waren hiervoor verantwoordelijk. Het resultaat voor belastingen steeg naar f 31,6 miljoen tegenover f 28,4 miljoen een jaar daarvoor. De directie verwacht dat de stijging van het nettoresultaat, die in de eerste helft werd behaald, ook over heel 1995 kan worden gerealiseerd. Vorig jaar bedroeg de totale nettowinst f 52,4 miljoen. De raad van bestuur gaat er vanuit dat door het langdurige mooie

weer in het noordwesten van Europa de afzetten in de tweede helft van 1995 hoger zullen zijn dan die in de eerste helft.

Het aantal aandelen Grolsch nam door conversie met 5,3% toe tot ruim 16,3 miljoen. De winst per aandeel bedroeg daardoor f 1,16 per aandeel. In de eerste helft van 1994 kwam de winst per aandeel nog uit op f 1,10. De directie heeft een verhoging van de pay-out in het vooruitzicht gesteld.

In de eerste zes maanden bleek vooral het nieuwe biertje Zomergoud aan te slaan. In de tweede helft hoopt Grolsch dat deze rol wordt overgenomen door het bier met de naam Wintergoud. Daarmee probeert de bierbrouwer in te spelen op de toegenomen populariteit van het speciaalbier. Ook in het eerste half jaar rukte deze biersoort op ten koste van het alcoholvrije bier, terwijl de markt voor pils stabiel bleef. Grolsch gaat er vanuit dat het marktaandeel van alcoholvrij bier in de totale markt in Nederland uiteindelijk net zoals in het buitenland zal afkalven naar zo'n 2 procent. Nu ligt dat aandeel nog op zo'n 4 tot 5%.