

Steeds meer Engelsen drinken 'Krolsj'

Grolsch groeimerk van Bass-concern

In een vitrine van het brouwerijmuseum in het Engelse Burton upon Trent - waar Europa's grootste brouwerij staat - is ook een flesje Grolsch te bewonderen. De bezoeker verneemt dat het wordt geproduceerd in 'the Dutch town Grol' en dat het brouwproces veel langer duurt

dan ze in Engeland gewend zijn. En dat komt de kwaliteit ten goede, luidt de begeleidende tekst. Er liggen ambitieuze plannen klaar om het oost-Nederlandse merk - 'Krolsj,' zeggen de Britten - tot het tweede premium lager van het Verenigd Koninkrijk te maken.

Door **Bob Gevers**
BURTON UPON TRENT

Deze markt - de andere hoofdmarkt is het bruine ale - wordt aangevoerd door een Belgische concurrent, Stella Artois van Interbrew, dat met een afzet van 2,7 miljoen hectoliter een onaantastbare positie heeft. Maar een tweede plaats is haalbaar, zegt Paul Rhodes, directeur van Grolsch UK, het samenwerkingsverband van Grolsch en Bass, Englands tweede brouwerijconcern, dat bovendien wereldwijd zo'n 2700 hotels exploiteert - van Holiday Inn tot Intercontinental - en met een enorme horecapoot met ruim 2500 zaken: pubs, discotheken, restaurants.

De afzet van Grolsch in Engeland groeit fors. Dit jaar - het Engelse boekjaar loopt tot eind september - verwacht Rhodes dat zijn landgenoten samen zo'n 450.000 hectoliter zullen consumeren - dat is dertig procent meer dan in het voorgaande jaar. Hij heeft een ambitieus vijfjarenplan opgesteld, dat uitgaat van een verdubbeling van de afzet. Deze zomer nog passeert Grolsch de naaste concurrenten Heineken en Carlsberg. Vervolgens wordt de aanval ingezet op



Paul Rhodes, de general manager van Grolsch UK.

Holsten, Becks en Kronenbourg 1664, resp. de nummers 4, 3 en 2 in het premium lager-segment. Volgens Rhodes gaat het daarbij vooral om de uitbreiding van het aantal verkooppunten. En dat is met name de horeca, want de Engelsen drinken hun pilsje meestal buitenshuis. In zo'n 5000 pubs, restaurants, hotels en eetcafés kan tegenwoordig een Grolschje worden besteld. Dat is vijf procent van het totale aantal horecazaken in Engeland. Over

vijf jaar moeten dat er 10.000 zijn. Het aantal zaken dat het Nederlandse pilsje in huis heeft, groeit dan ook snel. Wekelijks komen er enkele tientallen bij, zegt Paul Rhodes.

Grolsch kwam bij Bass in beeld als groeimerk, nadat een avontuur met een andere premium lager mislukte. Daarbij ging het om het Duitse merk TAG. Een bier zonder historie en met een industrienaam: daar kregen de Engelsen geen gevoel bij. Waarop Bass voor Grolsch koos. Een pilsje dat wel een geschiedenis heeft. In de reclamecampagne wordt daarom ook breed uitgemeten dat Grolsch al zo'n vier eeuwen wordt gebrouwen. En daar zijn de Engelsen inderdaad gevoelig voor, zo blijkt uit de stijgende verkoopcijfers. Grolsch is nu gepromoveerd tot de eredivisie van Bass, met zes 'Grow Aggressive'-merken. Het is in Engeland trouwens een bekende naam, sinds de beugelfles daar in de jaren '70 werd geïntroduceerd onder de legendarische slogan 'You can't top a Grolsch.' Negen van de tien Engelsen weten Grolsch te noemen, als ze wordt gevraagd eens wat biermerken op te sommen. Waar dit pilsje nou precies vandaan komt, dat weten ze overigens niet. Duitsland of Denemarken,



FOTO ARCHIEF

Engelsen drinken hun pilsje meestal buitenshuis. In zo'n 5000 pubs, restaurants, hotels en eetcafés kan tegenwoordig een Grolschje worden besteld. Dat is vijf procent van het totale aantal horecazaken in Engeland.

denken de meesten. Een enkeling weet dat het een Nederlands merk is. Maar dat geeft niet. Grolsch wordt door de Engelsen tot een Noord-Europees bier gerekend, en daar horen de premium-lagers - *premium* staat voor een alcoholpercentage van meer dan 4,2, met *lager* bedoelen ze pils - ook vandaan te komen, vinden ze.

Behalve de historie wordt in de reclame het feit onderstreept, dat het brouwen van Grolsch een

stuk langer duurt dan de Engelsen gewend zijn. Dit om de kwaliteit van het pilsje te onderstrepen. Een tv-commercial, die sinds februari op de Britse commerciële stations is te zien, toont een brouwerij waar het personeel zich kapot zit te vervelen. 'It takes a long time to brew Grolsch', luidt het thema. De een werkt z'n dia-collectie bij, de ander legt de laatste hand aan een twee meter hoge kathedraal van luciferhoutjes en de derde luiert

wat in een hangmat. 'We doden liever de tijd dan ons bier te vermoorden', verklaart een bronzen stem het rustieke tafereel.

Dat kost ook wat. Het marketingbudget is dit jaar verdubbeld tot 7 miljoen pond: 24 miljoen gulden. De kosten - en de winsten - worden door Grolsch en Bass gedeeld. De joint-venture Grolsch UK, die in 1994 werd opgericht, is trouwens geen echt bedrijfje, maar een serie vergade-

ringen, waarin de partners onder leiding van Paul Rhodes over de plannen praten. Grolsch wordt door Bass in licentie gebrouwen in een brouwerij in het Zuid-Engelse Hampshire, alleen de beugelflessen komen uit Groenlo. Omdat het Nederlandse en het Engelse pilsje precies hetzelfde moet smaken, gaan er regelmatig zendingen over en weer. Deskundigen proeven dan kritisch of het allemaal nog in orde is met de smaak...

Actie Buursenaar om bereikbaar te zijn met de GSM

BUURSE - Een deel van het grensgebied buitengebied is bijzonder slecht bereikbaar voor GSM-telefoons. Het mobiele net van KPN reikt niet tot in alle uithoeken van ons land. Het Haaksbergse buitengebied rond Buurse is wat dat betreft een witte vlek op de kaart. Buursenaar John Dreijerink heeft er vaak genoeg over geklaagd bij de KPN, maar kreeg steevast als antwoord dat er te weinig abonnees in het gebied zijn. Een steunzender zou daarom financieel niet haalbaar zijn. Ook zouden er weinig klachten zijn binnengekomen bij KPN. Als het aan Dreijerink ligt komt daarin verandering. In een oproep in deze krant vraagt hij alle belanghebbenden een klacht te deponeren bij nummer 0800-0507.

Dreijerink: 'De verbinding komt niet tot stand of valt weg. Ook gebeurt het dat je ongevraagd over wordt gezet op het Duitse net, maar ook dat functioneert langs de grens niet perfect.'

Dreijerink heeft wel geprobeerd om zijn KPN-abonnement te vervangen door één van concurrent Libertel, maar dat leverde ook niets op. 'Toen men mijn postcode hoorde kreeg ik gelijk nul op het rekest. Ook Libertel kan geen ontvangst in Buurse garanderen.' De Buursenaar hoopt nu dat er zoveel mogelijk klachten bij KPN binnenkomen, waardoor het telecombedrijf wellicht alsnog besluit tot het installeren van een steunzender in dit gebied.

Nuon natuurstroom voor De Papillon

DENEKAMP - Als eerste bedrijf in Overijssel heeft camping De Papillon in Denekamp een overeenkomst gesloten met de Gelderse stroomproducent Nuon over de levering van 'natuurstroom'. Het Overijsselse Edon heeft het nakijken. In het kader van de liberalisering van de markt mogen producenten/leveranciers van elektriciteit over de oude grenzen heen kijken. 'We zijn natuurlijk erg in onze sas met onze eerste Overijsselse klant', zegt Annemarie Goedmakers, directeur duurzame energie van het Nuon in Arnhem. Een van de onderdelen van het