

DINSDAG 25 APRIL 1989

Grolsch zoekt brouwerij in Duitsland of Engeland

AMSTERDAM – Grolsch zal niet aarzelen als in het buitenland een rendabele brouwerij met een kwaliteitsmerk kan worden overgenomen, zeker niet als die kans zich voordoet in Engeland of Duitsland. „Maar we hebben hiermee geen haast. Autonome groei heeft prioriteit”, zei directievoorzitter drs. P. P. Snoep gistermiddag in een toelichting op het jaarverslag. Het bedrijf probeert overigens ook als Grolsch Duitsland binnen te komen, maar het probleem aan de andere kant van de

grens is de distributie. De Duitse biermarkt is sterk versnipperd, merkte Snoep op.

De topman van de Grolsche Bierbrouwerij ging desgevraagd ook in op de recente overname van Brand door Heineken. Hij sprak van een verarming voor de Nederlandse biermarkt. „Het is een beetje triest dat zo'n kleine merkbrouwerij haar zelfstandigheid verliest”. Grolsch zelf heeft geen poging gedaan om Brand in te lijven, zei hij, omdat Brand bij-

na geen export heeft en in hetzelfde marktsegment opereert. En het laatste waar Grolsch behoefte aan heeft, is het pousseren van een tweede premium-merk.

Snoep weersprak dat ook Grolsch door Heineken zou zijn benaderd. Een overname-poging van die kant zou niet alleen onwelkom, maar ook onverstandig zijn, gaf hij te kennen. Hij somde een aantal redenen op waarom beide partijen van zo'n fusie niet wijzer zouden worden. Voor Heineken is

de binnenlandse positie van Grolsch te groot, zei hij. Voor Grolsch speelt ondermeer, dat in het buitenland de distributie vaak loopt via brouwerijen, die onmiddellijk zouden afhaken als Heineken het voor het zeggen kreeg. Grolsch heeft er niets bij te winnen, want het bedrijf heeft geen geldzorgen, zijn marketing zit goed in elkaar en het hoeft op het gebied van biertechnologie van niemand iets te leren, aldus Snoep.

De directievoorzitter vond het nog te vroeg om „iets zinvol” te

zeggen over de in januari gelanceerde biersoort Grolsch Amber. „De promotie is nog in volle gang en de eerste berichten zijn beslist positief. De verkoop zit boven de begroting”. Snoep ontkende geruchten dat Grolsch momenteel de introductie voorbereidt van een 'light beer'. „We zijn er nog niet van overtuigd dat het light beer segment in Nederland succesvol zal zijn wat betreft volume en prijsniveau”. Datzelfde geldt volgens hem voor alcoholvrij bier. „De receptuur is geen probleem.

Daarvan hebben we formule in portefeuille”.

Grolsch denkt de komende jaren zijn groei vooral te halen uit export. Er wordt flink geïnvesteerd in buitenlandse markten. De export-inspanning wordt elk jaar met twee à drie landen uitgebreid, vertelde Snoep. Overwogen wordt om het Premium Dry Beer, dat in januari in de Verenigde Staten is geïntroduceerd, dit jaar ook nog in Australië en Canada op de markt te brengen.

Tubantia

25 April 1989