

15. Gulpener



Groei binnen de Grenzen



Wie aan bier denkt in economische termen, denkt al snel aan massaproductie. Maar alleen een ‘money making machine’ bestieren, was niet wat de familie Rutten met haar Zuid-Limburgse bierbrouwerij Gulpener voor ogen had. Elf jaar geleden ging het roer om en werd duurzaamheid het credo. Na jaren investeren, betaalt het ‘Gulpener-gevoel’ zich nu uit.

Langs de Brusselseweg in Maastricht ligt een boerenakker. Sinds kort staat er een bord met: 'Hier wordt milieuvriendelijke gerst geteeld.' Met rood Gulpener-logo erboven. Het is niet het enige stuk Limburgse landbouwgrond waarop gewassen voor de Gulpense bierbrouwerij groeien. Zestig boeren verbouwen op vijfhonderd hectare gerst, tarwe, rogge en spelt en werken zo mee aan de basis van Gulpener Pilsner, Korenwolf, Limburgs Land, Lentebock en tien andere smaken gerstenat. Tot 1999 kwamen de grondstoffen, evenals bij andere brouwerijen, uit de gebruikelijke verre oorden, waaronder Canada. Maar tijdens een gesprek over toekomstambities bleek dat de tijd rijp was voor een nieuwe koers. “De familie wilde continuïteit en zelfstandig blijven”, zegt directeur John Halmans, die 41 jaar geleden als ‘jongste bediende’ begon. “Dat is maar weinig Nederlandse en Belgische brouwerijen gegund. De multinationals groeien en slokken voortdurend bedrijven op.”

Langs de Brusselseweg in Maastricht ligt een boerenakker. Sinds kort staat er een bord met: 'Hier wordt milieuvriendelijke gerst geteeld.' op.

////////////////////////////////////

Onderdeel worden van een concern waar alleen de winst voor de aandeelhouders telt, zag niemand zitten. Bovendien wilde het bedrijf de band met het stadje, die gedurende 174 jaar was gesmeed, niet opgeven. De ‘oplossing’ lag dichtbij huis. Gulpener ging bewuster maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het uitgangspunt werd: van de regio, door de regio, voor de regio. Niet streven naar wereldwijde branding en afzet, wel naar

hoogwaardig bier voor consumenten die smaakbeleving, milieuvriendelijkheid en een beetje Limburgs leven waarderen. “We wilden bepaalde elementen uit het verleden terugbrengen. Puur bier maken. Om dat te bereiken, hebben we boeren in de directe omgeving gezocht, die milieuvriendelijk wilden telen. Samenwerking naast de deur. Goed voor de regionale economie, minder belastend voor het milieu door de korte transportafstanden en goed voor ons.”

Om de hoge kwaliteit grondstoffen te waarborgen en boeren te behoeden voor wisselende oogstprijzen, die in de wereldmarkt aanzienlijk fluctueren, maakte Gulpener win-win-afspraken. De brouwerij betaalt een hogere prijs en draait op voor de kosten die aan certificering zijn verbonden, terwijl de boeren telen volgens Milieukeur-eisen. De omslag werd verder doorgezet door over te stappen op groene stroom, inmiddels wordt voor een deel op groen gas gebrouwen. Hop komt uit de eigen, gedeeltelijk ecologische hoptuin, het gebruik van reinigingsmiddelen is met twintig procent teruggedrongen en plannen voor milieuvriendelijke bierflesetiketten, minder CO2-uitstotende gistpropagatie en ecologisch verantwoorde kartonnen bierkratten liggen klaar.

Wat nu eenvoudig klinkt, ging in de praktijk gepaard met een aantal flinke uitdagingen. Zo kostte het behoorlijk wat geld en tijd om de organisatie met de boeren goed op touw te zetten, certificering te betalen en andere milieuvriendelijke aanpassingen door te voeren. Halmans schat dat de investeringen de afgelopen periode jaarlijks zo’n zes ton bedroegen. Intern moest ook nog op een andere manier worden gebuffeld: er was draagvlak nodig onder medewerkers. Tijdens een grote vergadering werd het personeel geïnformeerd over het nieuwe, duurzame beleid. Sceptis voerde bij velen de boventoon. Iedereen betrekken bij de koers, luidde het devies. En dus stond het onderwerp vanaf dat moment op elke agenda, van managementoverleg tot kwartaalbijeenkomst voor de hele ploeg. “En zo doen we het nog steeds. Maatschappelijk verantwoord ondernemen houdt ook in

dat mensen graag ergens werken. Dat ze weten dat ze ertoe doen en fier ('trots' gebruik ik liever niet, dat is zo afgevlakt) zijn op het bedrijf, dat hun salaris betaalt. Zodoende heeft Gulpener een eigen CAO, die in overleg met vakbonden wordt bepaald. En krijgt elke werknemer jaarlijks 150 euro om te besteden aan een goed doel in eigen omgeving. Een vereniging, een school of educatie, alles is toegestaan. Behalve politieke doeleinden.”

Samenwerking naast de deur. Goed voor de regionale economie, minder belastend voor het milieu.

////////////////////////////////////

Dat het goed gaat met Gulpener moge duidelijk zijn. Ondanks teruglopend horecabezoek in 2008 en 2009, zette het familiebedrijf ook in die jaren nog respectievelijk 14,7 en 15,2 miljoen euro om. En Halmans blaakt van het zelfvertrouwen. Maar gedurende de eerste vijf jaar na het inslaan van de nieuwe weg wankelde dat weleens. “Niet omdat we twijfelden aan onze ideeën, maar omdat die in eerste instantie niks opleverden. Hoewel iedereen het fantastisch vond wat we deden, was de markt er niet klaar voor. Er ging geld in zonder dat er iets terugkwam. Daar maakte ik me ernstig zorgen over. We liepen een groot risico. Faal je, dan komt een overname wel heel snel dichtbij.” Hij is ervan overtuigd dat familiebedrijven geduldiger omgaan met dergelijke stresssituaties. Daar waar een groot concern allang de plannen had gewijzigd door de roep om betere kwartaalcijfers, kreeg Halmans de tijd van de familie Rutten. En de aanhouder won. Vanaf 2005 ging het beter, consumenten wisten de weg naar het vernieuwde Gulpener-bier te vinden en vandaag de dag worden de kosten langzaam vertaald in de prijs.

Duurzaamheid is een continu proces. Toenemende kennis over milieueffecten en druk vanuit de overheid nopen bedrijven ertoe zich meer en meer op duurzaamheid te focussen. Voor een onderneming zoals het zelfbewuste Gulpener komen daar nog heel wat extra



© Gulpener Bierbrouwerij



uitdagingen bij. Een magazine ('Puurzaam', red.) uitgeven om klanten proactief te laten delen in de visie, is dat een goede duurzame zet? Moeten medewerkers die een bedrijfsauto rijden, dat per se hybride doen? Nog veel meer voeten in de aarde hebben vraagstukken die dwingen tot bijna onoverzienbare overwegingen: als enzymen, die tijdens het brouwen worden toegevoegd, forse CO2-besparing lijken op te leveren, moet je als puurzame brouwer zonder verstand van 'enzymen-zaken' dan vooraan in de rij staan? In de eerste twee gevallen koos de Gulpener-leiding voor een soort compromis. Het magazine kwam er, van volledig gerecycled papier. De auto's moeten minimaal van een B-label zijn voorzien. Op de derde vraag luidt het antwoord vooralsnog 'nee' omdat de materie zo complex en onbekend is.

Duurzaamheid is een continu proces. Toenemende kennis over milieueffecten en druk vanuit de overheid nopen bedrijven ertoe zich meer en meer op duurzaamheid te focussen.

////////////////////////////////////

Groei binnen de grenzen. Binnen de landsgrenzen, want Gulpener - dat nu 99% afzetmarkt binnen Nederland heeft - hoeft die 1 % in het buitenland niet zo nodig op te schroeven. Dat is milieuvriendelijker en bovendien, stelt Halmans, is er nog genoeg te groeien in eigen land. Groei binnen de grenzen van wat verantwoordelijk is: streven naar beter, binnen en buiten de deuren van het eigen bedrijf. De Gulpener-baas vindt het jammer dat de overheid weinig doet om succesvolle duurzame bedrijven te belonen. "Schouderklopjes alom, maar zoiets als een lager belastingtarief is onbespreekbaar. Terwijl zulke positieve sancties juist enorm zouden stimuleren." Gulpener heeft zichzelf ten doel gesteld duurzaamheid bij horeca-relaties te bevorderen. Samen met de Hoge Hotelschool Maastricht werkt de brouwerij aan een digitale toolkit

voor horecaondernemers, die daaraan moet bijdragen. De entrepreneurs kunnen evenementen organiseren met Gulpener. De opbrengst na kostenaftrek wordt in duurzame aanpassingen gestoken. Om erachter te komen waar de ondernemer het beste in kan investeren, wordt voorafgaand aan het evenement een duurzaamheids-scan uitgevoerd. Eind 2010 gaan de inlogpoorten open. “Inspiratie zoeken en inspireren. Voornamelijk in eigen regio, want we hebben hier zoveel om trots op te zijn. Mijn vader was mijnwerker, onze familie houdt van het verenigingsleven en ik werk tevens als IVN-natuurgids. Echte duurzaamheid komt vanuit het hart. Maar zonder hoofd wordt het niks. Pas als beide in balans zijn, kom je het verst. Zakelijk en privé.”

•

Gwen Teo voor REcentre

Geïnterviewd / John Halmans, Directeur

Gulpener Bierbrouwerij bv
 Rijksweg 16
 6271 AE Gulpen
 Nederland

www.gulpener.nl

Sector • Bierbrouwerij

Oprichtingsjaar • 1825

Aantal werknemers • 60

Jaarlijkse omzet (2009) •
 15,2 miljoen EUR