

Bierbrouwer investeert in klant en organisatie

Texelse Courant, Dinsdag 7 maart 2006 - Joop Rommets

Hij was slager in Woubrugge en verhuisde dertien jaar geleden naar Texel om in de voormalige zuivelfabriek aan de Schilderweg een bedrijfje in vleesconserven te beginnen. Omdat hij ruimte over had, verhuurde hij een deel van het kolossale pand aan startende ondernemers. Eén van zijn huurders vroeg zes jaar geleden of hij in de vakantie wilde bijspringen als werknemer. Van het één kwam het ander. Hij werd bedrijfsleider en nam twee jaar geleden samen met drie compagnons het bedrijf over. Woensdag maakt de Texelse Bierbrouwerij met technisch directeur Maurice Diks kans te worden uitgeroepen tot 'Texels Onderneming van het jaar'.

'De Texelse Bierbrouwerij wordt gedragen door een klein, maar enthousiast team. Door nauwe samenwerking wordt er zo efficiënt mogelijk gewerkt. De afgelopen jaren is de omzet verdubbeld, terwijl er een enorme kostenreductie heeft plaatsgevonden. Er wordt een kwaliteitsproduct gemaakt, met zoveel mogelijk gebruik van Texelse grondstoffen. De Bierbrouwerij maakt hierdoor een aansprekend Texels Product', prijst de jury in het persbericht waarmee de nominaties voor de Texelse Ondernemersprijs vorige maand bekend werden gemaakt.

Dat de Texelse Bierbrouwerij tot de genomineerden behoort, lijkt een klein wonder. Het bedrijf, dat in 1994 door Harry Bonne werd opgericht en in 1999 verkocht, was jarenlang verliesgevend. Toen Diks en zijn compagnons het op 10 mei 2004 overnamen, was het volgens Diks zelfs 'op sterven na dood'. Hij was op dat moment al vier jaar bedrijfsleider, nadat hij eind 1999 door de eigenaar was gevraagd tijdens diens vakantie 'op de winkel te passen'. Hoewel hij geen bijzonderheden kwijt wil - 'ik kijk liever vooruit' - maakt Diks er geen geheim van dat de samenwerking met zijn voorganger verre van optimaal was en dat ook zijn aanbod in 2003 om de inventaris over te nemen om zodoende wat financiële verlichting te bieden niet het gewenste resultaat had.

Toch hapte het viertal toe toen de brouwerij te koop kwam. Diks: 'Als bedrijfsleider had ik financieel inzicht en wist ik dat het bedrijf bestaansrecht had. De cruciale fout die steeds was gemaakt, was dat er heel hard was gewerkt om nieuwe soorten te ontwikkelen en die aan de vaste wal af te zetten, terwijl we op het eiland nog lang niet klaar waren. We hebben ons daarom eerst heel intensief met de Texelse markt beziggehouden. Resultaat is dat we nu het vertrouwen terug hebben en 186 horecazaken, dat is 98 procent, ons bier verkopen. Van de retailzaken, de slijterijen en supermarkten, is dat zelfs 100 procent.' Dat is goed te merken aan de afzet. 'In 2004 hadden we al een jaarproductie van 100.000 liter, tegen 80.000 het jaar ervoor. En dat terwijl we ons helemaal hadden teruggetrokken van de vastewal. In 2005 is onze productie verdubbeld naar 200.000 liter. Daarvan hebben we 85 procent op Texel verkocht.' Lachend: 'Ik vertel de toeristen in ons proeflokaal nu dat er weer een lichte stroom is bedoeld voor de export. Dat is al het bier dat over zee gaat. Maar ons credo is: het eiland mag nooit en te nimmer droogvallen. De overcapaciteit is voor de export.'

Ook de vooruitzichten zijn gunstig, volgens Diks. 'We hebben de markt mee. Landelijk wordt steeds meer speciaal bier verkocht, nu al tien tot vijftien procent van de hele productie. Vijftien jaar geleden was dat nog maar vier procent.' Voor dit jaar verwacht hij een omzetstijging van vijftientig procent. Die groei is voor een belangrijk deel te danken aan de verkoop aan de overkant. Texels bier is inmiddels te koop in 317 Mitra-slijterijen en dankzij recente afspraken met de keten Mix-Inn komen daar binnenkort nog eens zo'n 118

winkels bij. Zeker net zo belangrijk zijn de kansen op Texel. ‘De gast maakt bij de horeca kennis met Texels bier en gaat daarna naar de slijter of supermarkt om het mee te nemen. Het gebeurt ook dat we worden gebeld door horeca-ondernemers dat er in de zaak een groepje zit dat graag een rondleiding wil door de brouwerij. Dat is een mooie wisselwerking, want ook de bezoekers van het proeflokaal maken weer reclame voor ons product. We krijgen nu geregeld e-mails van toeristen met de vraag bij welke slijterij in de buurt ze ons bier kunnen kopen. Dat is toch erg leuk.’

Ook de organisatie van de brouwerij is de afgelopen jaren flink verbeterd. Bij de overname in 2004 wist Diks zich gesteund door een financiële impuls van drie investeerders, Marten van der Loeff, Sef Brackel en Jack Freeman, die in de merkartikelenindustrie hun sporen hebben verdiend en daardoor ook veel kennis inbrachten. Zo was Brackel manager bij Oetker, terwijl marketing strateeg Freeman bij Unilever verantwoordelijk was voor het ‘in de markt zetten’ van diverse nieuwe producten. Als aandeelhouders zijn ze formeel eigenaar van de bierbrouwerij, maar spelen ze op de achtergrond vooral een adviserende rol. Daarnaast richt Brackel zich nadrukkelijk op het uitbreiden van de overkantse afzetmarkt.

Diks zelf vormt samen met Van der Loeff en Brackel de directie, maar voelt zich volgens eigen zeggen vooral thuis ‘op de werkvloer’. Hij houdt zich bezig met onder meer de inkoop van grondstoffen, de administratie en het brouwen van bier. Veel belang hecht hij aan de logistiek. Hij heeft veel tijd en energie geïnvesteerd in een efficiënter productieproces. Bovendien wordt elk onderdeel van dat proces apart geregistreerd, zodat aan de hand van het nummer op het etiket kan worden vastgesteld wanneer de inhoud van een flesje is gemaakt en gebotteld. ‘Dat heeft als voordeel dat in geval er eens iets misgaat niet de hele productievoorraad hoeft te worden teruggehaald, maar alleen een kleine partij.’

De belangrijkste ‘winst’ betreft echter de kwaliteit. ‘Om het vertrouwen van je afnemers te winnen, moet de kwaliteit onberispelijk en constant zijn. Dat bereik je door het hele productieproces zo goed mogelijk te sturen. Dat lukt je nooit voor 100 procent, want je hebt nu eenmaal te maken met een natuurproduct, maar 99 procent moet het wel zijn. Ik prijs me gelukkig dat ik het vak heb geleerd van een echte brouwer, Harry Vermeer, die twee jaar bij ons heeft gewerkt. Maar je raakt nooit uitgeleerd.’

Diks weet zich, naast een groepje parttimers voor drukke tijden, gesteund door drie vaste medewerkers. Ron Dijker is de belangrijkste man in het productieproces, Erwin de Waard zwaait de scepter in het proeflokaal, verzorgt rondleidingen en springt ook bij in de productie en Paul Snijder houdt zich bezig met de verkoop op Texel. ‘Ze hebben allemaal een belangrijke mate van verantwoordelijkheid en groeien daar ook steeds meer in. Dat vind ik erg belangrijk, want daardoor wordt het bedrijf minder afhankelijk van een enkele persoon.’

De brouwer is, logischerwijs, erg zuinig op zijn mensen. Zo pauzeren ze langer dan gemiddeld, om steeds weer ‘fris’ te kunnen beginnen, en hebben investeringen in het productieproces ervoor gezorgd dat het werk ook fysiek minder zwaar is geworden. ‘In de oude situatie gingen alle zakken bij het mout storten vijf keer door onze handen, nu is dat nog maar één keer. Bij het afvullen gaan het bier alleen nog in vaten van twintig liter. Alleen voor seizoensbieren hebben we vaten van dertig liter, maar die tillen we dan ook altijd met z’n tweeën. Verder maken we gebruik van karretjes en een kiewa.’

Ook het milieu en de omgeving worden zo veel mogelijk gespaard. In de meest letterlijke zin, want om de burens te vriend te houden, heeft Diks besloten de zondagsrust te respecteren en

het proeflokaal, dat vorig jaar 10.000 bezoekers trok, op die dag gesloten te houden. De brouwerij hanteert daarnaast vooral een stringent reinigingsbeleid. 'We gebruiken zoveel mogelijk biologisch afbreekbaar producten en water wordt zoveel mogelijk gerecycled. Water dat gebruikt is om te koelen, is niet geschikt voor het product zelf, maar je kunt er heel goed mee schoonmaken. In mijn eerste twee jaar hadden we 24 liter water nodig om 1 liter bier te maken. In de twee jaar erop was dat nog 18 en nu hebben we niet meer dan 9 liter nodig.

Niemand hoeft ons te zeggen dat we dat moeten doen. We doen dat vanuit onze maatschappelijke betrokkenheid. Maar het bespaart natuurlijk kosten ook.'

De Texelse Bierbrouwerij produceert zeven soorten bieren, waarbij - naast water, gist en hop - uitsluitend gerst van eigen eiland wordt gebruikt. 'Zo'n zeventig- tot tachtigduizend kilo. Dat is twaalf tot dertien procent van de totale productie op het eiland. Dat maakt ook de boeren op Texel enthousiast en dat versterkt elkaar weer.' De populairste Texelse biersoort is Skuumkoppe, maar ook Herfstbock en Winterbier zijn steeds meer gevraagd. Het Texelse bockbier won afgelopen jaar bij een landelijke wedstrijd de tweede prijs, vóór de bieren van grote brouwers, en dat is volgens Diks best bijzonder, te meer daar de beoordeling in handen was van ruim vierhonderd consumenten, die bij de test geen idee hadden welk product ze dronken. 'Zo'n prijs is een mooie stimulans. En we merken het goed, want uit het hele land komen de bestellingen binnen.'

Over een paar weken presenteert de Texelse Bierbrouwer een achtste soort. 'Texels Dubbel. Dat is een hele uitdaging, want bijna alle dubbels die in Nederland worden verkocht, komen uit België. We willen graag laten zien dat ook wij een heel aardig biertje kunnen maken.'