



## Toenemende vraag naar Alfa bier luidt nieuwe groeifase in

***“Met ruim 30 medewerkers in vaste dienst, konden de orders in de afgelopen maanden nog maar nét verwerkt worden, maar door een structureel toenemende vraag begint het allengs wat te piepen en te kraken. Uitbreiding van ons personeelsbestand met een aantal mensen is dan ook onoverkomelijk in de nabije toekomst”, steekt Harry Meens van wal. Daarmee staat Alfa Brouwerij uit Schinnen aan de vooravond van een nieuwe groeifase. Of de algemeen directeur daar zo blij mee is?***

“Van de ene kant wel, van de andere kant (nog) niet. Economisch gezien klinken factoren als ‘meer afzetmarkten’, ‘een gestaag stijgende omzet’ en ‘het aantrekken van extra medewerkers’ natuurlijk als muziek in de oren, maar ik vind dat er ook een aantal belangrijke nadelen aan die groei kleeft; het gevaar dat we misschien te snel groeien of de groei te ver doorslaat. Dat hoeft voor mij niet, want dat zou wel eens ten koste kunnen gaan van het bedrijf zoals het nu is: een platte organisatie, met korte communicatielijnen en waar gedreven en bedreven medewerkers werken die allemaal hetzelfde doel nastreven. Ik weet niet of dit mogelijk is als we blijven groeien.”

### Enorme vraag

Als verklaringen voor de toenemende vraag naar Alfa-bier noemt hij het groeiend aantal afzetmarkten, de uitbreiding van het distributienetwerk in Nederland, de zeer succesvolle reclame-campagne én het feit dat het bier óók in Limburg –van oudsher dé thuismarkt voor de brouwer- blijkbaar nog steeds aan populariteit wint. Met een marktaandeel van 50% is en blijft Limburg de grootste en belangrijkste afzetmarkt. “De laatste maanden waren bijzonder hectisch. Zo druk heb ik het nog niet eerder meegemaakt. We konden de vraag nog maar amper aan. Natuurlijk speelde het zeer warme weer een rol, evenals het WK Voetbal en het succes van de reclamecampagne, maar de toenemende vraag blijft aanhouden.” Vandaar dat de brouwer nu even pas op de plaats maakt. Nieuwe akties en campagnes starten pas weer in het najaar.

### Juiste keuzes

Lange tijd heette het bedrijf Meens Brouwerij, Alfa was de naam van het product. Vanwege de sterke binding met het product veranderde men de naam in Alfa Brouwerij. “Alfa is de eerste letter van het Griekse alfabet en staat dus bovenaan de lijst. Met de kwaliteit van ons bier streven we hetzelfde na.” Vanaf 1960 sloeg de ‘dorpsbrouwerij’ zijn vleugels in snel tempo uit over heel Limburg, daarna over Nederland en later zelfs internationaal. “Achteraf gezien hebben wij steeds de juiste keuzes gemaakt. In de periode dat collega-brouwers zich voornamelijk op de horeca richtten, kozen wij heel bewust voor het thuisgebruik. Met andere woorden, flessenbier. Cafébezoek werd minder populair bij de mensen. Men bleef steeds vaker thuis en dronk daar een pilsje omdat dit goedkoper was. Vergroting van ons marktaandeel hebben we vervolgens bereikt door ons ook te gaan richten op slijterijen en supermarkten. Eerst regionaal, later nationaal. Ook dit bleek een juiste keuze.” Op dit moment gaat ruim 95% van de productie in de fles naar de klant. De rest verlaat de brouwerij in het unieke Alfa-fust. Omdat Alfa sterk gericht is op het thuisgebruik heeft het 40-liter vat plaatsgemaakt voor een 20-liter vat. “Voor veel thuisgebruikers bleken vaten van 40 liter niet handig.” Inmiddels verschijnt het Alfa Edel Pils ook in vaten van 50 liter. Daarmee is de brouwer in staat om ook grootschalige evenementen te bedienen. Goed voorbeeld is het Zuid-Limburgs Federatiefeest voor schutterijen dat onlangs in Doenrade plaatsvond.

### ‘De eigenzinnige brouwer’

Kortom, de leiding van de Alfa Brouwerij heeft steeds heel bewust een geheel eigen koers gevolgd. Het is deze eigenzinnigheid die aan het succes ten grondslag ligt. Mogelijk zit die eigenzinnigheid ook in andere dingen. Zoals het water dat gebruikt wordt. Als enige in Nederland brouwt Alfa zijn bieren met water uit een door de overheid in 1993 officieel erkende bron. Daarmee voldoet de brouwer aan de strenge bepalingen van het Natuurlijk Mineraal- en Bronwaterbesluit. Dit water, dat ongeveer 6000 jaar oud is en uit het Eiffelgebergte komt, heeft een natuurlijke zuivering ondergaan doordat het door de eeuwen heen door grind- en kalksteenlagen gezakt is tot een diepte van 152 meter. De bron is niet alleen één van de slechts 10 erkende bronnen die Nederland rijk is, maar tevens de enige officiële bron in Nederland waarvan het water onbehandeld gebruikt wordt voor de bereiding van bier. “De unieke ligging in de directe nabijheid van de natuurlijke bron is ons grote geluk geweest”, geeft Harry Meens ruiterslijk toe, “maar zonder geluk vaart niemand wel.” Diezelfde bron geeft echter ook beperkingen: de hoeveelheid water die de brouwer jaarlijks hieruit mag oppompen, is gelimiteerd. Om aan te tonen dat men zich hieraan houdt en dat voor elke fles 100% natuurzuiver bronwater wordt gebruikt, worden alle flessen voorzien van een genummerd etiket.

### **Onderscheidingen**

Sinds het 125-jarig bestaan in 1995 is de brouwerij officieel hofleverancier. De lange bestaansgeschiedenis in combinatie met aantoonbare competenties ten aanzien van zaken als kwaliteit en het gevoerde sociaal beleid (om maar eens twee voorbeelden te noemen), waren voor onze koningin aanleiding om het speciale certificaat te ondertekenen. Het bedrijf sleepte echter nog andere onderscheidingen in de wacht. Zoals de gouden medaille voor Alfa Edel Pils en Alfa Super Dortmunder tijdens de 31<sup>e</sup> wereldselectie van bieren in september 1992 in Amsterdam. Twee jaar later behaalde Alfa Premium Holland Beer eveneens een gouden medaille.

### **Dagdeel vullend programma**

Op 29 juni 1996 werd de brouwerij uitgebreid met een proeflokaal, waar sindsdien heel wat bezoekers gezellig hebben zitten nakletsen over wat ze tijdens hun rondleiding gezien en gehoord hebben. De leiding zit echter niet stil; momenteel wordt de laatste hand gelegd aan de inrichting van een museum en filmzaal, die plaats biedt aan ruim 50 personen. Al deze middelen tezamen zorgen ervoor dat een bezoek aan de brouwerij nóg interessanter wordt en het brouwproces aanschouwelijk wordt gemaakt. Wie geïnteresseerd is in een bezoek en ook benieuwd is hoe het leven in Limburg in het algemeen en bij de brouwerij in het bijzonder er aan toe ging, is van harte welkom. Een bezoek annex rondleiding en proefronde kost slechts € 10,- (inclusief koffie, vlaai en een attentie) en duurt zo'n 2,5 uur.

### **Blik op de toekomst**

Of er in de toekomst ook een vijfde generatie Meens aan de leiding van het bedrijf zal staan? Dat is nu nog moeilijk te zeggen. Zoontje Martijn (9) weet nog niet of hij later in de voetsporen van papa Meens zal treden. Hij is natuurlijk nog wat jong om zich daar al mee bezig te houden. Dat hoeft voor Harry Meens ook helemaal niet. “Laat hem nu eerst maar gewoon kind zijn. We zien wel wat er later op zijn pad komt.” Maar stiekem hoopt hij het natuurlijk toch. “Zoals ik al zei, gaat er niets boven het voortbestaan van de brouwerij met zijn typische karakter, het ambachtelijke proces en onze onafhankelijkheid van welke partij dan ook. Het klinkt misschien raar uit de mond van een ondernemer, maar het behoud van dit karakteristieke bedrijf is veel belangrijker dan veel geld verdienen.”