

'Grote kleine' bierbrouwer ontgroeit thuisstad en wil nu naar de VS

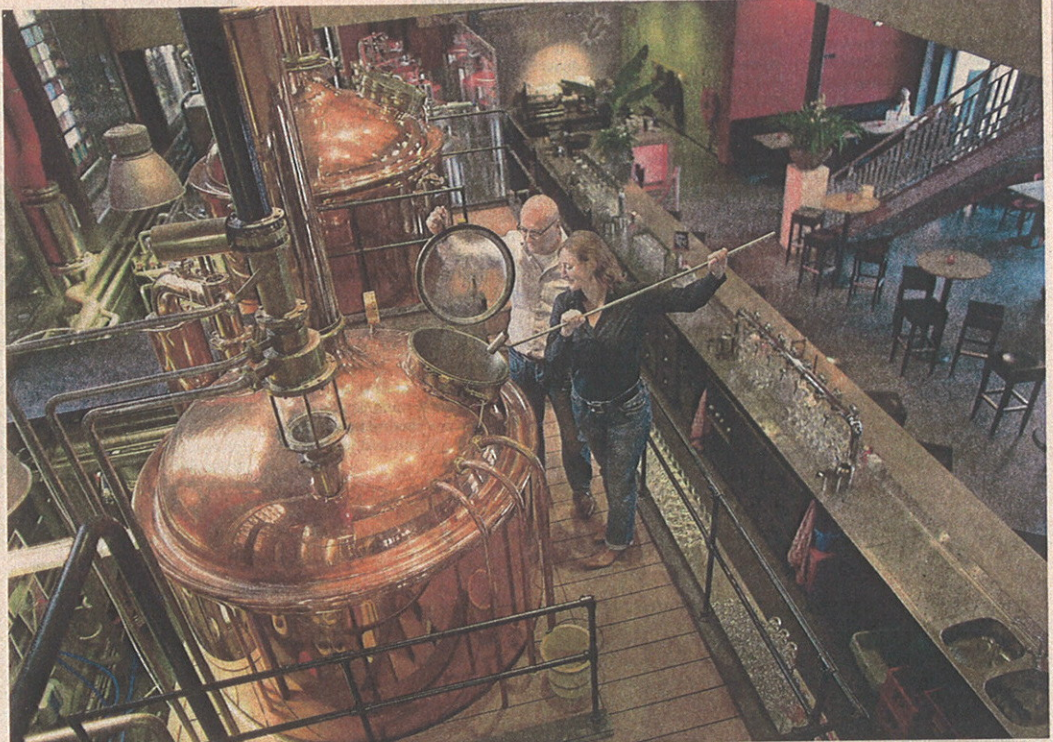
Louis Hoeks
Haarlem

Een feestbiertje, een eigen biermerk, bekendheid buiten de eigen stad en sinds een jaar een eigen café-brouwerij, met restaurant. De dromen van Michel Ordeman (41) en Lydian Zoetman (40), de drijvende krachten achter het Haarlemse Jopen Bier, zijn na zeventien jaar allemaal bewaarheid. De volgende stap is ook duidelijk: de grens over. Maar eerst willen de ondernemers, die worden gezien als een van de grootste microbrouwers van het land, dit jaar de grens van 5000 hectoliter slechten. Binnen tien jaar moet dat tien keer zo veel zijn, circa 0,2% van de totale Nederlandse bierproductie.

Lange tijd zag het er niet naar uit dat Jopen zo snel zou groeien. Het bedrijf kreeg pas echt vaart toen het vorig jaar, tien jaar na het eerste gesprek met de toenmalige eigenaar van de voormalige kerk (al jarenlang niet meer als godshuis in gebruik), eindelijk de deuren van zijn eigen café-brouwerij, de Jopenkerk, kon openen. Het bedrijf ging van 4 naar 35 werknemers en niet veel later — omdat het concept direct een succes was — naar 85. Nu al stuit de lagercapaciteit van de imposante rij roestvrijstalen tanks en koperen ketels in de Jopenkerk op haar grenzen. Waar het brouwen één dag en het daaropvolgende vergisten vijf tot zeven dagen duurt, neemt het slot van het brouwproces — het lagere — zo'n vijf weken in beslag. Hoe zwaarder het bier, hoe langer het moet worden gelagerd. Om tegemoet te komen aan de stijgende vraag moet het lagere binnenkort deels in een Haarlems industriegebied plaatsvinden, waar Jopen twee hallen in gebruik heeft.

Hun grote voorbeeld is de Antwerpse brouwer De Koninck, die vorig jaar voor naar verluidd €30 mln verkocht werd aan de Vlaamse brouwerij Duvel Moortgat. 'De Koninck is net als wij onlosmakelijk verbonden met een stad, maar wordt tegelijk wereldwijd verkocht', vertellen Ordeman en Zoetman, respectievelijk algemeen en commercieel directeur en zowel zakelijk als privé partners. De Koninck is zeker 160 jaar ouder dan Jopen Bier, maar de schilderijen aan de muur van de Jopenkerk getuigen van het oude Haarlemse biervelerden. De stad was ooit de belangrijkste vaderlandse brouwersstad en aan boord van de VOC-schepen bevond zich dikwijls Haarlems bier. Jopen startte in 1994 als gelegenheidsbier, naar een oud recept dat opnieuw gebrouwen werd bij het 750-jarig bestaan van Haarlem. De naam 'Jopen' is ontleend aan oude biervaten van 112 liter. Ordeman schreef als student aan de Haarlem Business School al een scriptie over het opzetten van een eigen biermerk, compleet met café-brouwerij.

De eerste jaren deed Ordeman alles in zijn eentje: de contacten met de brouwerij onderhouden en eindeloos horeca, slijterijen en



Michel Ordeman en Lydian Zoetman van Jopen Bier in hun Haarlemse café-brouwerij.

Foto: Peter Strellitski

supermarkten bezoeken om zijn bier aan de man te brengen. 'Een aketas met flessen vullen en dan op pad', herinnert hij zich glimlachend. De inkoop van Albert Heijn adviseerde hem in zee te gaan met importeur en distributeur BSB, zodat Jopen tegelijk met grote namen als Palm, Duvel en Evian kon worden geleverd. Zoetman: 'Dat bleek ideaal, want je rijdt niet naar Groningen voor een paar kratjes.' Ordeman weet nog goed hoe snel het serieus werd met Jopen. 'Ons jubileumbier, de Jopen Hoppen, vloog de winkels uit. De kans lag er dus om hier iets groots van te maken. Maar dan moest het wel allemaal minder vrijblijvend.' Besloten werd dat Ordeman zich voltijds ging toelagen op het bier. Ordeman: 'Ze zel-

den: "Jij hebt heao gedaan, dus als je wilt, moet jij het maar doen." Al snel moest het bedrijf een gro-

Jopen Bier Groeipad

- 1994 Jopen Bier gebrouwen wegens 750-jarig bestaan van Haarlem
- 1996 Stichting Haarlems Biergenootschap wordt Jopen bv
- 1996 Jopen Bier haalt f200.000 op bij investeerders
- 2005 Aankoop café-brouwerij Jopenkerk
- 2010 Opening Jopenkerk

te sprong maken. De brouwerij in Zeeuws-Vlaanderen, waar Jopen gebrouwen werd, stopte er mee. Besloten werd het bier voortaan in België te laten brouwen. Ordeman: 'Maar daarvoor hadden we eigen kratten en vaten nodig, die leenden we daarvoor van de brouwerij. Dat vereiste een kapitaalinjectie.' Een krat kost zo'n €6, een vat €65 en van beide zijn er zeker 5000 nodig, rekent Zoetman voor. Een artikel in het Haarlems Dagblad moest investeerders warm maken. Dat lukte wonderwel. Ordeman en Zoetman gingen met drie van hen in zee, die samen f200.000 in Jopen staken. Het trio, dat op zijn beurt de investeringstlast verdeelde over 22 anderen, participeerde ook bij de aankoop van de Jopenkerk in 2005,

die zo'n €6 mln kostte. De helft van dat bedrag werd gefinancierd door de bank. De café-brouwerij moest zorgen voor versterking van het merk, kosten drukken door zelf te brouwen en extra horeca-inkomsten genereren.

Inmiddels worden de twaalf bieren van Jopen in zeker 250 cafés getapt en in steeds meer supermarkten verkocht. Het bedrijf is winstgevend en draait een bruto jaaromzet van bijna €4 mln. Binnen een halfjaar willen de Haarlemmers serieus de grens over, om te beginnen naar de VS. Daar is speciaal bier volgens Ordeman en Zoetman in opkomst, net als in de Scandinavische landen, Italië en Japan. Het past bij een Nederlandse brouwer, ons land is immers de grootste bierexporteur ter wereld, maar ook bij microbrouwers. Sommige kleine brouwers behalen de helft van hun omzet over de grens, weet Zoetman. Spil in dit avontuur is een Amerikaan uit de zuidelijke staat Georgia, die zelf contact met Jopen opnam. De eerste proefpallet is verstuurd en het bedrijf is nu druk met het traject van 'label approval'. Amerikanen willen onder meer op het etiket vermeld zien dat zwangere vrouwen het niet mogen drinken.

De twee sluiten niet uit dat, net als bij hun grote voorbeeld De Koninck, een grote brouwer nog eens zal aankloppen. Maar hier houdt, voorlopig, de vergelijking met de Belg op. Voor Jopen is een exit nog lang niet aan de orde. Ordeman: 'Voor ons pensioen gaan we de zaak echt niet verkopen.'

Tien nieuwe brouwers per jaar

Van onze redacteur
Amsterdam

Speciaal bier — alle bier dat geen pils is — is in Nederland bezig aan een opmars. In een onderzoek van bureau Ruigrok Netpanel, dat vorige maand verscheen, noemt 14% van de ondervraagden speciaal bier zijn favoriete biersoort. Dat was in 2010 nog 3,5%. Wie daarbij witbier en bokbier meetelt, komt dit jaar zelfs op 25%. Speciaal bier wordt gebrouwen door de vier grootste brouwers, samen goed voor 90% van de Nederland-

se bierproductie, maar ook door een groeiend aantal microbrouwerijen.

Bierkenner Frans Ruiter, die samen met zijn zakenpartner Ron Rabouw De Biervierbinding vormt, en onder meer een landkaart van alle brouwerijen maakt, schat het aantal kleinere Nederlandse bierproducenten op ongeveer 110. Twee derde daarvan heeft eigen brouwketels, de rest wordt gevormd door zogeheten 'huurbrouwers', die hun eigen ketel huren. Ook Jopen Bier was tot vorig jaar zo'n huurbrouwer.

Volgens Ruiter groeit het aantal nieuwe microbrouwers jaarlijks met 'zeven tot tien' producenten. Niet alle brouwers reddten het, zo moest de kleine Weesper bierbrouwer Olm — die overigens pils maakt — deze week faillissement aanvragen.

Een deel van de kleinere brouwers heeft zich georganiseerd in het Klein Brouwerij Collectief. Bekende leden naast Jopen Bier zijn de Amsterdamse Brouwerij 't IJ, de Rotterdamse Stadsbrouwerij De Pelgrim en De Leekere uit het Utrechtse De Meern.