

## **"Pötje": Natuurlijk verfrissend bier 2004-2009**



Voor het echte begin van dit verhaal moeten we eigenlijk teruggaan naar het jaar 1986.

In onze drankhandel was er behoefte om voor de thuisparty's makkelijk een goed glas bier te kunnen tappen, zonder steeds vast te zitten aan de hoeveelheid bier van een groot 50-liter-fust, met de bijbehorende snelkoeler met slangen, meters en koolzuurflessen.

Het was Heineken die toen kwam met de Heineken Thuis-tap.

Een tien-literfust goed voor zo'n 50 glazen bier. Boven op het gekoelde fust kwam een makkelijk te installeren tapkraan, en voor het koolzuur maakte men gebruik van koolzuurpatronen, bekend uit de slagroomapparaten.

Helaas moest men halverwege het tappen van het fust een nieuwe patroon gebruiken.

Voor het koel houden van het ronde fust had Heineken een soort koelbox ontwikkeld waarin het fust stond, de tapkraan er boven op.

Deze koelbox zag er eigenlijk uit als een zuurkooltonnetje. Wij hebben die al snel vervangen door kleine originele Duitse eikenhouten biervaatjes van twintig liter waarin wij een geïsoleerde metalen mantel hadden gemaakt waarin het bierfustje stond. Het zag er niet alleen beter uit, maar de fusten bleven in deze geïsoleerde vaatjes ook nog langer op temperatuur. Spoedig hadden onze klanten dit ook ontdekt en al snel hadden wij met dit systeem bij Heineken Neder-

land de grootste omzet van Nederland.

Maar Limburgers drinken nu eenmaal wat meer pilsjes op een feestje als de rest van Nederland, dus onze klanten namen dan ook voor een feestje meer fustjes mee. Deze moesten natuurlijk wel het hele feestje koel blijven. Om de pilsjes koel te houden liet Heineken, naar ons idee, thermo - koelhoezen ontwikkelen. Hierdoor hoefden onze klanten de fusten niet zelf thuis te koelen, maar leverden wij alle fusten aan de klanten gekoeld vanuit een grote koelcel. Vervolgens verpakten we alle gekoelde fusten in de koelhoezen. Succes was verzekerd, en de gekoelde fusten werden vanuit Sittard steeds vaker meegenomen om verzekerd te zijn van goed gekoeld bier. Ja zelfs tot in de Randstad en in het buitenland werden de fusten meegenomen. En dat in de specifieke houten biervaatjes, die alleen bij ons verkrijgbaar waren. Het gebeurde ook vaker dat klanten het thuisstapsysteem van Heineken niet zagen zitten. Als wij navraag deden, dan wisten wij meteen dat de klacht niet onze fusten betrof. Door ons te onderscheiden van de concurrentie zijn wij tot eind 1991 bij Heineken dan ook de grootste afnemer geweest van het thuisstapsysteem.

Het was halverwege 1991 dat Grolsch met een modern nieuw systeem van 12.5 liter fusten kwam. Makkelijk stapelbare en hanteerbare vierkante fusten met een ideale maat.

Het mooiste was de ingebouwde koolzuurpatroon en de makkelijk te

hanteren tapkraan. Geen slangen, kraantjes en losse koolzuurpatronen.

Al lieten wij onze klanten vrij in de keuze tussen Heineken en Grolsch, binnen een jaar had negentig procent van onze klanten de keuze naar Grolsch gemaakt als biertje op hun party. Maar zoals het meestal gaat met een nieuw product: er komen in het begin altijd wat kinderziektes opduiken.

Daar het Keggy-partyfust-systeem niet door Grolsch was ontwikkeld, maar door een samenwerking tussen Micromatic, een Deense tapkranen-firma en Schäfer Drinktech een Duitse leverancier van bierfusten werden deze probleempjes in het begin doorgegeven aan Grolsch, die het vervolgens weer besprak met Schäfer.

Zoals het al bij Heineken was geweest gebeurde het bij Grolsch opnieuw. Spoedig waren wij ook hier als relatief kleine firma de grootste afnemer van partyfusten in Nederland. Al gauw was de omzet van Heineken na de komst van de Grolsch Partyfusten naar een dieptepunt gezonken.

Het succes van de koelhoezen kreeg bij Grolsch natuurlijk zijn vervolg en al spoedig kwamen er speciaal voor ons koelhoezen voor partyfusten. Dit ondanks het systeem van Grolsch waarbij ervan uit werd gegaan dat de consument de fusten thuis zelf koelt, of door middel van meegeleverde koelementen zelf op de juiste temperatuur brengt. Wij zijn er altijd

vanuit gegaan dat dit niet of niet juist door de consument gedaan wordt, vandaar dat onze fusten door ons altijd worden voorgekoeld en altijd worden verpakt in de koelhoezen.

Jaren die volgden waren succesvol met stijgende omzetten en alsmaar tevreden klanten, die de fusten zelfs tot ver in het buitenland meenamen om ook daar een goed gekoeld glas bier te kunnen tappen. (Soms dan wel met koelelementen en koelhoezen) Net als bij Heineken werden er bij Grolsch in nauwe samenwerking met ons kleine aanpassingen en oplossingen gezocht om het systeem tot een succes te maken.

Na goede jaren kwam er helaas bij Grolsch de tijd dat het systeem van partyfusten in een hoekje werd weggezet en er meer aandacht was voor andere zaken, terwijl onze omzetten nog altijd super waren. Daardoor werd er ook niet meer gereageerd op correspondentie betreffende aanpassingen en verbeteringen aan het tapsysteem. In juli 1998 dacht ik toen: ik kan die brief met opmerkingen wel weer naar Grolsch sturen met 0% resultaat, maar ik kan hem ook eens rechtstreeks naar Schäfer in Duitsland sturen.

Dezelfde week nog werd er zeer positief gereageerd op mijn brief door Dhr. Dieter Gruss, Directeur Schäfer Drinktech in Duitsland. Al spoedig werd er aldaar een afspraak gemaakt om de fabricage van de keggy fusten te bekijken en om zaken te bespreken.

Met een echte Limburgse vlaai tra-

den we binnen in het walhalla van de internationale bierindustrie. Herr Gruss, een wereldreiziger die met bijna elke bierbrouwerij wel zaken deed zat aan tafel met "dae kleine jong oet Zittert." Tijdens de gesprekken bleek dat vele door Grolsch aangeleverde mogelijke aanpassingen aan de tapkranen dan ook afkomstig waren van mij. Natuurlijk goed om te horen.



Ik vond het in eerste instantie jammer dat biermissionaris Gruss binnen een paar maanden ging genieten van zijn welverdiende pensioen. Weg contact dacht ik. Echter een paar maanden na de pensionering kreeg ik weer persoonlijk contact met hem. Hij kon het natuurlijk niet laten en had het Keggy tap gebeuren zelf weer als hobby opgepakt en samen met een compagnon verder ontwikkeld. Voor de Brau-beurs in Nürnberg van 2002 ontving ik van hem een uitnodiging. Daar ik deze verre reis naar Zuid Duitsland niet nuttig vond bedankte ik hem dan ook voor de uitnodiging. We hielden nadien wel steeds contact, ondanks het feit dat wij niets voor elkaar konden betekenen.

Het was in het najaar van 2003 dat Grolsch met de mededeling kwam

om met ingang van eind maart 2004 te stoppen met het partyfust. Teruglopende omzetten bij Grolsch, de vuurwerkcramp in Enschede, en de bouw van de nieuwe brouwerij in Boekelo leidden tot het besluit om te stoppen met het systeem van partyfusten, dat bij ons nog steeds favoriet was.

Amper elf weken waren er nog te gaan. En dan was het Keggy-systeem in Nederland voorbij. Terwijl er voor de komende communicatieperiode in mei al diverse reserveringen liepen voor dit tapsysteem. In het gesprek met de vertegenwoordiger van Grolsch die mij dit bericht vertelde maakte ik een paar keer de opmerking: Maar Cuba gaar door. Ter verduidelijking maakte hij dan ook telkens de opmerking dat Grolsch ging stoppen, Mijn reactie was dan telkens weer: "Maar Cuba gaat door", al wist ik natuurlijk niet hoe dat verder moest.

Na een onrustige nacht dacht ik, ik ga Dieter Gruss eens het bericht sturen, dat een van zijn grote vroegere klanten gaat stoppen met zijn geesteskind. Dit bericht sturen was niet meer nodig, daar de post de volgende dag de nieuwe uitnodiging van hem weer voorbij bracht om wederom een bezoek te brengen aan de stand van GNI (Gruss-Nickel-Innovationen) op de BRAU-beurs van Nürnberg.

Nu reageerde ik natuurlijk meteen dat ik deze reis graag wilde maken, maar nu met een behoorlijke opdracht in de koffer. Binnen enkele uren was alles geregeld en een paar dagen later toog ik naar DE beurs voor de bierbrouwer. Ik liep er als

Kleinduimpje tussen de grote mannen van onze bekende brouwerijen uit Nederland, maar ook uit andere landen.

Op het einde van de driedaagse beurs had Dieter Gruss drie Duitse brouwers weten te strikken die ons van bier zouden kunnen voorzien.

's Avonds werd er in het slechtste en duurste hotel waar ik ooit heb geslapen in fröhlicher Runde met diverse biergoeroes van alles besproken. Voor hun dagelijks werk, echter voor mij zware kost.

Met een koffer vol documentatie en een hoofd vol informatie ging terug naar Limburg. Eerst maar eens een selectie maken met welke Duitse brouwer een afspraak werd gemaakt, want de tijd werd te krap om naar alle drie toe te gaan.

In een uren durend telefoongesprek met de heer Rainer Pott, Brau, eigenaar van de ons onbekende Münsterländer Brouwerij Pott's, werd voor begin januari 2004 een afspraak gemaakt op de brouwerij. Het ging erom dat een nieuwe leverancier gezocht moest worden, dachten wij in eerste instantie. In latere gesprekken bleek dat dit niet zo eenvoudig was als het leek. Gezien onze hoge omzet hadden zij zelf niet genoeg fusten om ons het gehele jaar door van bier te kunnen voorzien. We konden wel zelf voor fusten zorgen, zodat ze ons onder een andere naam bier konden leveren. De brouwerij was van regionale betekenis vanwege het grote aantal brouwerijen in Duitsland. Het was hun bedoeling om dit zo te houden.

Het plan werd gemaakt om bij Grolsch een grote partij lege fusten te kopen, die te restylen en vervol-

gens bij Pott's te laten afvullen onder een andere naam. Hier had Grolsch natuurlijk geen oren naar, daar zij dachten de omzet van ons wel om te kunnen bouwen naar hun nieuwe vijftien liter fusten die alleen maar te tappen waren met een professionele bierkoeler.

Via verschillende wegen werden vervolgens door ons de benodigde fusten verzameld. Er moest natuurlijk wel nog een naam voor het biertje worden bedacht.

Tijdens het eerste goed voorbereid gesprek met Brau Rainer Pott en brouwmeester Wilhelm Schoppmeier van Pott's waarin tot in detail alles werd besproken kwam natuurlijk ook de naam van het bier naar voren. In eerste instantie dachten wij hier aan een echte Sittardse naam, zoals St.-Rosa of iets anders typisch uit de stad, zoals de stadsbron in het park: Sint Jans Putje. Hierdoor kwam ik op het idee Pötje. Wij drinken in Limburg immers altijd een Potje Bier, in het dialect een Pötje. Vervolgens was die naam ook nog eens het kleinwoord van Pott's, de brouwerij van het bier. Door de gekozen naam is de band met de brouwerij alleen maar verstevigd.

Nu was het dus zo, dat het in eerste instantie alleen de bedoeling was geweest om elders bier te gaan inkopen. Nu kwam er dus een eigen biermerk op de markt, met alles erbij wat er bij hoort: glazen, dienbladen, logo, fusten, vilten e.d. Dat alles moest in maart/april klaar zijn en het was inmiddels al half januari. Daarbij moest ook nog eens veel in het geheim gebeuren zodat de naam

voor de introductie die eind april 2004 op de brouwerij zou plaatsvinden, niet al bekend zou zijn. Een reclamebureau ontwierp het logo, dat meteen ook als merk werd geregistreerd om latere problemen te voorkomen.

Honderden fusten werden ontdaan van het oude Grolsch Logo en opnieuw van stickers voorzien. Glazen en vilten werden besteld, de introductie met een bus vol klanten werd georganiseerd, en de eerste partyfusten werden bij Pott's afgevuuld.

Eind april 2004 was het dan zo ver. Een bus vol klanten, relatie's, pers, e.d. toog al vroeg op de zondagmorgen onwetend naar de brouwerij in Oelde om hier de introductie mee te maken. Na een indrukwekkende rondleiding door de brouwerij en het biermuseum volgde tussen de enorme stapels kratten de introductie. Meters hoog stonden twee stapels pallets partyfusten opgestapeld verpakt en verbonden met elkaar door zwart plastic. De heftruck met partyfusten bestuurd door de brouwmeester zelf reed vervolgens op de tonen van Trompettist Peter Kunkels door de plastic en de naam Pötje was geboren. Natuurlijk werd er daarna nog menig Pötje samen gedronken en er was zelfs de uitroeping van de eerste eigen Pötje Bierkoningin Ria I. Op de terugreis naar Limburg werd er nog menig fustje Pötje soldaat gemaakt. Een introductie die nog lang bij de gasten en de brouwerij is blijven hangen.

Het merk Pötje in Sittard en omstreken al snel ingeburgerd. Op de talloze communiefeesten, examen-

feesten, straatfeesten, openingen en barbecue's werd vanaf dat moment rijkelijk Pötje getapt. Al vrij snel na deze prachtige introductie kwam van diverse klanten de opmerking dat men Pötje alleen maar drinken kon uit die 12.5 liter fusten. Als men een groter feest had moest men overstappen op een ander merk omdat wij alleen maar die kleine fusten hadden. In overleg met Brouwmeester Wilhelm Schoppmeier was het dan ook snel geregeld om ook Pötje in eigen 30- en 50 liter fusten af te vullen. Vanaf november 2004 was dit een feit. Hier bleef het natuurlijk niet bij, want een Pötje-drinker wil ook 's avonds thuis van zijn favoriete bierje genieten. Vanaf augustus 2005 werden er met een snelheid van 24.000 flesjes per uur ook beugelflesjes Pötje onder eigen etiket afgevuld. Een en ander begeleid met de reclameslogan "Na een jaar is Pötje al op de fles".

Natuurlijk werd op een gegeven moment Pötje niet alleen in Nederland gedronken. De campagne met Pötje op reis genoot veel aandacht. Fotografeer Pötje op je eigen vakantieplek. Dit leverde honderden foto's op van Pötje op vakantieadressen. Van Duitsland, Oostenrijk tot Egypte, Turkije, Malaga, ja zelfs Bali, Cuba en Mexico tot op de Matterhorn en de Niagara Watervallen. Overal kwamen de foto's vandaan.

Vanaf 2006 namen we jaarlijks met een eigen stand deel aan het Bierfestival en de Bedrijven Kontakt Dagen in Maastricht. Door de contacten die werden gelegd via onze eigen Bierkoningin Ria I kwamen de Dirgelländer uit Stein hun muzikale

kunsten vertonen op het Brauereifestival op de Pott's brouwerij. Twee bussen met enthousiaste muziek- en bierliefhebbers ondernamen de 3 uur durende trip naar Oelde samen met diverse relaties en het trompetduo Peter en Hugo. Op de brouwerij speelden ze samen de sterren van de hemel, en er werden weer contacten gelegd met de muzikanten van de Feuerwehr uit Oelde voor een tegenbezoek aan het Dirgelenfeest in Stein het komende jaar.

Samen met Brau Rainer Pott toog de Feuerwehr in de vroege ochtend met een bus naar Stein om daar met de al aanwezige Bierkoningin 's middags het vat aan te slaan.

De chauffeur van de bus kreeg de opdracht om naar Stein te rijden. Oh!! Stein, dat is bekend was zijn opmerking en hij begon te rijden. Toen tegen het middaguur de bus nog niet gearriveerd was, begon men zich zorgen te maken. Brouwmeester Schoppmeier en Museumleider Georg Lechner die inmiddels met eigen auto's ook gearriveerd waren telefoneerden maar eens naar Brau Rainer Pott in de bus om te vragen waar ze uithingen.

Wij rijden nog steeds en zitten in de buurt van Wijk bij Duurstede was het antwoord, maar we hebben nog steeds geen Stein op de borden zien staan. Bleek dat de chauffeur onderweg was naar het plaatsje Stein in de buurt van Den Haag. Hier was hij al een keer geweest.

Meteen werd de bus gekeerd en de reis naar het zuiden werd alsnog ingezet. Na een reis van 7 uur kwam het gezelschap uitgehongerd en dorstig in Stein aan. Nadat men een paar Pötjes en Bratwurst van de grill

genuttigd had, moest men weer in de bus om de thuisreis van dik een uur weer te ondernemen. Men moest immers weer tijdig thuis zijn om geen problemen te krijgen met het rijtjedenbesluit. De meegenomen eigen kratten bier voor de terugreis waren inmiddels al op de lange heenreis gesneuveld en er werd reeds geëxporteerd bier weer mee terug genomen naar Duitsland.



iets anders gebeurde er bij ons tijdens de introductie van Pötje in 2004. Na de reeds eerder geschreven introductie van Pötje kregen wij van de brouwerij als geschenk 4 gekoelde partyfusten van het juist geïntroduceerde bier mee in de bus terug naar Limburg. Ondanks het feit dat de meeste kelen al goed gesmeerd waren vonden deze fusten in de bus onder de klanken van de trompet van Peter Kunkels toch nog gretig aftrek. Voordat de grens bij Aken was bereikt was de bodem van het laatste fustje al in zicht. Bij de aangifte van de bieraccijns door ons werden deze partyfusten dan ook niet meegenomen bij de opgave. Gekregen is gekregen, en gratis is gratis dachten wij. Maar de douane dacht daar anders over. Daar wij ons allen konden herinneren dat op Duits grondgebied

alle vier de fusten leeg waren, lag het voor de hand dat de Duitsers de goedkopere bieraccijns zouden moeten betalen en niet wij Nederlanders. Een mail naar de brouwerij was dan ook voldoende. Zij nam de boete en de aangifte voor haar rekening. Hilarische gebeurtenissen om nog steeds naar terug te kijken.

Dat de relatie tussen brouwerij en ons goed was, getuigen de bovenstaande gebeurtenissen, maar ook weer datgene wat nu komt.

Op het brouwerijfeest van 2006 speelden de Dirgelländer muzikanten uit Stein die inmiddels de weg naar Oelde wel hadden gevonden. Ook het trompetduo Peter en Hugo uit Sittard/Geleen musicerden in de overvolle feesttent. Een van de trouwe fans van het duo, Georg Lechner kreeg het op het eind van een druk weekend zelfs nog voor elkaar dat het duo in zijn eigen museum nog een privé-concert gaf.

Ook Brau Rainer Pott en de juist gekozen nieuwe koningin waren getuige van dit privé-concert. Natuurlijk liep onze terugreis wel weer aanzienlijke vertraging op.

Een feestje op zijn tijd is natuurlijk geen probleem, maar er zal ook bier verkocht moeten worden. In veel geschenkpakketten worden de flesjes Pötje verwerkt. Door hun opvallende uitstraling als 33 cl. beugelflesje vinden ze dan ook gretig aftrek als vadersdag-, vaderdag- of kerstgeschenk.

Door Pa Kusters werden de eerste zes-vaks houten geschenkkisten zelf in elkaar getimmerd. Toen er echter voor de kerst honderden gemaakt moesten worden, werd er toch maar

een bedrijf ingeschakeld. Het liep op een gegeven moment zo hard dat ook deze er de brui aan gaf en vanaf dat moment is de productie naar Polen gegaan. Om de houten kratjes een meerwaarde mee te geven werden ze nog voorzien van een Pötje brandmerk. Om het assortiment geschenkpakketten aan te vullen worden er sedert 2008 ook chocolade namaakflesjes gemaakt. In de smaken puur en melk kan men Pötje dus ook als snoepgoed genieten. Het bezoek aan Pott's brouwerij is een ware dagattractie geworden. Sedert 2008 is het ook mogelijk om in samenwerking met een Limburgs touringcarbedrijf deze reis te ondernemen. Er is naast een dagprogramma met bezoek aan brouwerij, museum en Brunnenkino ook een meerdaagse trip mogelijk, aangevuld met leuke onderdelen om in groepsverband te ondernemen. Voor kleine groepen vanaf 5 personen is het ook mogelijk om de brouwerij te bezoeken met de trein. Voor amper 8 euro per persoon brengt de trein je comfortabel heen en terug. En, er kan ter plaatse in elk geval het gerstenat gedronken worden zonder problemen. De nieuwe bierviltlen verwijzen dan ook naar de mogelijkheid om de brouwerij te bezoeken.

Met 24.000 flesjes per uur vliegen de vers afgevlude flessen op de hypermoderne afvullijn vanaf het bezoekersbalkon aan je ogen voorbij. Naast eigen afvulling vult de brouwerij ook beugelflessen af voor collega brouwers.

In een grote hal ziet men eerst de lege vuile beugelflessen binnenkomen, om vervolgens na gespoeld en

ontsmet te zijn te worden gevuld en weer verpakt te worden in de inmiddels ook gereinigde kratten.

De Brunnenkino laat vervolgens zien wat water allemaal voor ons kan betekenen. Een film over water wordt hier geprojecteerd op een metershoge wand van stromend water. Men voelt, hoort, ruikt en proeft hier duidelijk het natuurlijke water, de bron van het natuurlijke verfrissende Pötje.

Het inpandige Georg Lechner Biermuseum laat op een oppervlakte van meer als 300 vierkante meter een enorme verzameling van etiketten, bierpullen e.d. zien. Midden in het museum staat een houten biervat met een inhoud van 4200 liter, het bed van museumleider Georg Lechner, een wandelende bierencyclopedie. Een enorme ervaring was het voor mij om zelf ook eens een nacht (alleen) door te brengen in dit bed.

Als Kleinduimpje liggend in een biervat met de complete Duitse biercultuur sedert eind 1800 om je heen. En dan denk je zelf. Wat is er toch allemaal veranderd in deze 25 jaar, en wat is er toch veel gebeurd in de laatste vijf jaar door het eigen merk Pötje.

Proost.

*Harry Kusters*  
Pötje Natuurlijk Verfrissend Bier