

# Duurzaamheidsverslag 2013



OP DE TOEKOMST!

CORINA BENEN  
ALPHONS DE BIE  
PIERRE DE BIE  
JO BIERMANS  
TOM BOMERS  
TOM BOSMAN  
DANNY CRUTZEN  
MIKE DREMEN  
SJEF DEBETS

GIANNI DIANA  
FRED EGGEN  
PIERRE EYSSSEN  
PASCAL GENERET  
TRAUTJE GEORGE  
LOEK GERAETS  
RAYMOND GOERTZ  
WIEBE VAN GOINGA  
JOHN GROENEN

LEON GUBBELS  
MARLEEN HABETS-JONGEN  
ERIC HABETS  
JOHN HALMANS  
JOS HAEMERS  
JAN WILLEM DEN HARTOG  
ERIC HUPPERICHS  
BASTIAAN JANSEN  
ANOUK KNARREN

BART DE KONING  
ALBERT KUMMELER  
NICOLE VAN LAAR  
ELSBETS LOUSBERG-CURFS  
PAULA LOUSBERG-LEMMERLING  
ROOS-MARIE LUX-KUSTERS  
JOS MARNETTE  
JAN MOONEN  
SUSANNE MOURMANS

STAN NELISSEN  
NICO NIESTEN  
JOHN NIKS  
PEDRO NOTTEN  
ARTUR DIECHA  
JOHN PLUIJMEN  
GIJS VAN DER PUTTEN  
JOHN REINDERS  
MIR RONGEN-SCHMITZ

JAN-PAUL RUTTEN  
MAARTJE RUTTEN  
JOHN SCHELLINGS  
MARIN SCHILLINGS  
MARC SCHOENMAKERS  
MARC SCHUITEN  
HUUB SCHREUDER  
PIERRE SCHWANEN  
BERT SLUIJSMANS

MARCEL SPORK  
MARC STEVENS  
ARIE INT VELD  
ED VLEKES  
JOHN VROLIJK  
WOUTER WEBBINK  
MARCEL WOUTERS  
PAUL WOUTERS



# Duurzaamheidsverslag 2013

## INHOUD

Duurzame groei als natuurlijk model voor de toekomst	4
John Halmans over groeien naar beter en ... afscheid nemen	6
Jan-Paul Rutten en de geneeskundige kracht van duurzame zelfstandigheid	8
John Vrolijk over productie	10
Ons MVO beleid: Over de balans tussen cijfers en waarden	12
Gulpener Bierbrouwerij in 2013	18
Maatschappelijke en verantwoorde investeringen door de jaren heen	19
Susanne Mourmans over genieten	20
De missiedrang van Wouter Webbink	22
Pierre Hupperts over inspiratie	24
Gulpener bieren	25
Logo's en keurmerken Gulpener bieren	30
Colofon	31



# VERANDERING

Zoals verandering de essentie van de natuur is, zo is ook de Gulpener Bierbrouwerij aan voortdurende veranderingen onderhevig. De Gulpener Bierbrouwerij is in ontwikkeling. Vanaf haar ontstaan in 1825 is verandering altijd een constante factor geweest. De brouwerij is nooit 'af'. Steeds zijn er nieuwe uitdagingen. De tijdgeest is beweeglijk. Smaken zijn in ontwikkeling. We zijn er volgens ons in geslaagd om in dat *fluïde* tijdsgewricht, zoals de Poolse filosoof Zygmunt Bauman dat zo treffend aanduidt, een eigen identiteit te behouden en tegelijk in ontwikkeling te blijven. Kwaliteit is hierbij altijd een constante factor geweest. Het bier was, is en zal ook in de toekomst goed blijven. Maar er is meer dan alleen het rijke bierpalet. De wereld om ons heen stelt andere eisen. We hebben relatief nieuwe problemen het hoofd te bieden en staan voor grote uitdagingen. Alleen door samengebalde innovatieve daadkracht kan een organisatie overleven en groeien. Niet meegaan met de massa, maar actief richting geven aan de toekomst luidt het devies van de Gulpener Bierbrouwerij.

In dit duurzaamheidsverslag blikken we terug op 2013. Een jaar waarin de eerder ingezette koers in steen zichtbaar werd. Er verrees een productiehial. Een jaar waarin ook en vooral aan het merk 'Gulpener' is gewerkt en waarbij de slagvaardigheid en betrokkenheid van het team niet onopgemerkt is gebleven. Gulpener inspireert.

Dit alles wil echter niet zeggen dat 2013 een gemakkelijk jaar was. Hoge accijnzen, economische tegenwind, de algemeen afnemende bierconsumptie in Nederland en de heersende cultuur van geboden en verboden, maakt het voor een brouwerij niet gemakkelijk. Maar toch kende de Gulpener Bierbrouwerij een gestage organische groei. Fier bleef (en blijft) de Gulpener mooie bieren maken voor een groter wordende doelgroep die waarde hecht aan kleinschaligheid, duurzaamheid en smaak. Klein maar fijn. We zijn volhouders. 2013 is het jaar van de ontwikkelingsgang. Tevens is dit het duurzaamheidsverslag van de *going man* en de *coming man*.

Dit verslag ademt, geheel in de geest van de Gulpener Bierbrouwerij, een sfeer van optimisme. We tonen de ontwikkeling, de voortdurende verandering. Want de brouwerij is nooit af. Er wordt steeds verder gebouwd aan en voortgegaan op nieuwe producten en ontwikkelingen. De brouwerij leeft; er is leven in de brouwerij. We zien de brouwerij 'in actie'.

## VERANDERING LIGT IMMERS IN ONZE NATUUR.

John Halmans en Jan-Paul Rutten

*Op de toekomst!*



# INLEIDING

# DUURZAME GROEI ALS NATUURLIJK MODEL VOOR DE TOEKOMST

## KUNST

Natuur is de leermeesteres van kunst en wetenschap ofwel 'Natura Artis Magistra'.

Gulpener wordt natuurgetrouw gebrouwen. De Zuid-Limburgse natuur bloeit en groeit in de Gulpener brouwkunst. Bieren van pure schoonheid. Gebrouwen naar voorbeeld van de natuur. De Gulpener Bierbrouwerij maakt bieren met een rijk smaakpalet. Duurzaamheid als natuurlijke inspiratiebron. Passie als gedeelde waarde binnen de organisatie. De Gulpener Bierbrouwerij is groots in bescheidenheid en sterk in duurzaamheid.

## GELOOF, GROEI EN MISSIEDRANG

De Gulpener Bierbrouwerij is gefundeerd op een gedeeld geloof in de toekomst. Groei van omzet is geen doel, maar in het beste geval een bijproduct. Voor Gulpener betekent groei: organische groei. Niet kwantitatief, maar kwalitatief, op de menselijke maat. Gulpener stelt duidelijke grenzen aan het 'groeidenken'. Het herdefinieert groei in termen van kwaliteiten. Eigenwijs, eigengereid, eigenzinnig en eigenaardig, dat is de Gulpener Bierbrouwerij. Origineel met eeuwenoude ingrediënten. Vooruitstrevend in visie, aanpak en missie. Innovatie als onderdeel van de traditie. Gulpener is geloven. Geloven in de toekomst. Onze toekomst en die van onze kleinkinderen. De brouwerij wordt gedreven door een duurzame missiedrang. Dat gedeelde geloof maakt het merk Gulpener. Gulpener, niet de grootste wel uniek.

## LIEFDE

Gulpener is een *love brand*; een merk om van te houden, om *fan* van te zijn. Wie Gulpener kiest, kiest bewust voor smaakbeleving. Geen massaproduct maar onderscheidende klasse. Bier is emotie. Gulpener een gevoel; een gedeelde waarde en geloof in de toekomst. Het laat zich alleen met de liefde vergelijken. Liefde voor het goede leven met eerlijke, duurzame producten. Liefde voor de wereld waarin we leven. Liefde voor bier.

## WERELD

Verankerd in de gemeenschap en thuis in de wereld, dat is het Gulpener-gevoel. Zuid-Limburgs qua karakter en werelds qua ambitieuze dadendrang. Een familiebedrijf met oog voor de wereld waarin we leven. Gulpener leeft duurzaamheid. Niet het economisch rationele denken bepaalt de koers van de brouwerij, maar het geloof in de toekomstige levensvatbaarheid voor mens, planeet en organisatie. Economisch denken kan alleen met duurzaamheid samengaan als dat denken zich niet enkel richt op het bedrijf, maar op collectieve belangen van wijk en wereld. Gulpener is aanwezig en voelt zich verantwoordelijk voor gemeenschap en wereld. Dat zijn geen loze kreten, maar dat kan iedereen zien én proeven. Proefondervindelijk duurzaam.

## TOEKOMST

Optimisme tekent de brouwerij. De Gulpener Bierbrouwerij was een *early adopter* als het op duurzaamheid aankomt. Het mag onderhand wel als een bekend gegeven gelden dat de ecologische problemen in de wereld grotendeels antropogeen -door de mens veroorzaakt- zijn. Het vergt dus ook de innovatieve menselijke daadkracht en een sterk moreel kompas om de wereld van morgen leefbaar achter te laten. De Gulpener Bierbrouwerij heeft zich deze milieuproblematiek ter harte genomen. Duurzaamheid is daarom ook tot in het detail doorgevoerd in de bedrijfsvoering. Dit niet in de laatste plaats om de aantredende achtste generatie van de Gulpener en de medewerkers een toekomstbestendig bedrijf achter te laten. Op de toekomst!

# JOHN HALMANS

## OVER GROEIEN NAAR BETER EN ... AFSCHEID NEMEN

**Hij is er de man niet naar om als een ijdele dirigent met een theateraal gebaar af te slaan. Toch was de Gulpener-symfonie voor directeur John Halmans alleszins de moeite. Eind 2014 neemt hij afscheid, dit is zijn laatste terugblik in het duurzaamheidsverslag.**

Wars van hoogdravendheid of valse bescheidenheid, kijkt hij niet terug, maar blikt hij vooruit. „Ik blik alleen terug om conclusies te trekken voor de toekomst”, stelt John Halmans vastberaden. Geen coda –een muzikaal slotstuk- dus. Maar een bezielend, beschouwend verhaal over organische groeiambities, de heroïsche strijd tegen de alom aanwezige smaakvervlakking en het belang van inspiratie. „Gulpener wil van goed naar beter gaan; om uiteindelijk excellent te worden. Dit bedrijf streeft naar excellentie en niet naar een platte groei van volumes. We geven richting aan de toekomst. Duurzaam!”

„We hebben een formidabel team van betrokken mensen. Een echt klankbord. Iedereen voelt zich geroepen om iets te vinden en dat kenbaar te maken. De kwaliteit van de organisatie is goed. Daar begint immers elke realiteitszin van ambities mee.

Ik geloof dat de overheid alles behalve inspireert. Er heerst een cultuur van geboden en verboden, van ongekende verplattung van het publieke debat. Ik ben overtuigd dat bedrijven als de Gulpener Bierbrouwerij hier iets tegenover kunnen en misschien wel moeten stellen. Wij hebben de ambitie om te inspireren. We doen ons als mensen tegenwoordig enorm tekort. Vrijwel blind gaan we mee in de door de overheid ontstane angstcultuur waarin we alle risico's willen uitsluiten en daar niet minder dan vrijheid voor inleveren. Wij willen een alternatief bieden: een bron van motivatie en inspiratie zijn. Mensen meenemen op die boeiende weg door actief richting te geven aan de toekomst. Actie, daar komt het op aan. Niet de teugels laten vieren en het 'laten gebeuren', maar zelf sturing geven aan de toekomst. En dat met een goed verhaal waarin men kan geloven.

De Gulpener Bierbrouwerij is een gezonde organisatie. Eigenzinnig hebben we onze koers gevaren en stoutmoedig de heersende opvattingen over groei geherdefinieerd. Groeien heeft niets met de grootte te maken. Wij willen als maatschappelijk verantwoorde organisatie groeien. We betalen hierdoor zeker meer voor onze grondstoffen. Maar we weten wel precies wat we krijgen. Alles past in plaatje. We opereren in een nichemarkt. Onze groei gaat niet ten koste van de groei van een collega. Wij werken in de markt van de 'bewuste consument'. Een consument die wellicht meer geniet en minder drinkt. Smaakbeleving en geen massaproduct. Maatschappelijk verantwoord en hip tegelijk.

**WE HEBBEN EEN FORMIDABEL TEAM VAN  
BETROKKEN EN VAKBEKWAME MENSEN.  
EEN ECHT KLANKBORD.**

Maar met een goed verhaal alleen kom je er niet. We hebben in 2013 hard gewerkt aan de ontwikkeling op gebied van de merkbeleving. De productiehal is als 'hardware' van onze investeringen gerealiseerd. Maar we blijven ook investeren in de kwaliteit van onze bieren. Ik ben van mening dat bier, in zijn algemeenheid, nog niet de erkenning krijgt die het verdient. Mensen zouden weer meer over bier moeten praten. Wij bieden hiertoe smakelijke aanleidingen en blijven dat doen.

De Gulpener Bierbrouwerij gaat voor continuïteit in zelfstandigheid. Met de komst van Jan-Paul Rutten is die continuïteit gewaarborgd. Hij deelt dezelfde waarden, maar zal wellicht ook een paar andere accenten zetten dan ik. Dat houdt de organisatie fris, dynamisch en lenig.

Dit is beslist geen epiloog, maar een nieuw begin; voor mij persoonlijk en voor Jan-Paul en zijn equipe. Ik vertrek niet, ik blijf een Gulpener-man, in hart en ziel.



*John Halman*  
DIRECTEUR GULPENER BIERBROUWERIJ



*Jan-Paul Rutten*

8<sup>E</sup> GENERATIE GULPENER BIERBROUWERIJ





JAN-PAUL RUTTEN

# EN DE GENEESKUNDIGE KRACHT VAN DUURZAME ZELFSTANDIGHEID

**Opgeleid als chirurg en nu op de drempel staand van een nieuwe loopbaan als directeur van de Gulpener Bierbrouwerij. Zover is het nog niet. Hij volgt een tweejarige opleiding die hem laat kennismaken met alle aspecten van de bierbrouwerij. „Ik groei zo langzaam in het bedrijf.“**

Een familiebedrijf dat hem als telg van de eigenaren uiteraard niet vreemd is. Een aparte carrièremove voor wie de familiegeschiedenis en de ambitieuze plannen van Jan-Paul niet kent. „Dit is een unieke kans die langskwam. Die heb ik gegrepen. Ik bereid me nu voor op de overname nadat John Halmans met pensioen gaat. De overgang is al geruime tijd geleden besproken en ingezet. Mijn zus Maartje en ik vormen de achtste generatie. Dat is op zich al een bijzonder en duurzaam gegeven.“

**WE HEBBEN VEEL GECOMMUNICEERD OVER  
ONZE IDEEËN OMTRENT DUURZAAMHEID.**

„Ik doe nu iets waar ik erg veel zin in heb. Dat had ik ook van mijn vorige professie als chirurg. Tien jaar heb ik dat met alle plezier gedaan en toen kwam deze kans langs. In Amsterdam heb ik geneeskunde gestudeerd. Ook volgde ik er een opleiding tot tropenarts. Na mijn chirurgische specialisatie in Heerlen en Maastricht ben ik samen met mijn vrouw en drie kleine kinderen voor negen maanden naar Nepal gegaan als chirurg. Dat was een uitdagende en avontuurlijke leerschool. Met de brouwerij ben ik altijd in contact gebleven. Toen zich de kans voordeed om het stuur van John over te nemen, heb ik natuurlijk goed moeten nadenken. In overleg met mijn vrouw, die plastisch chirurg is, heb ik besloten om deze kans nu te grijpen. Ik heb er erg veel zin in. Dit is een bijzonder bedrijf.

De uitdaging bestaat erin om als Gulpener Bierbrouwerij op een gezonde manier zelfstandig te blijven. De interne opleiding die ik volg brengt me langs alle facetten van het vak. Van administratie tot flessen vullen en van vertegenwoordigerswerk tot meegaan op de vrachtwagen. Ook kon ik een tijdje in een Zuid-Duitse familiebrouwerij meedraaien. Tussen de bedrijven door heb ik in Eindhoven ook een studie Bedrijfskunde gevolgd. Het feit dat ik hier al als kind over de vloer kwam en deze brouwerij associeer met mijn nestgeur maakt het tot een betrekkelijk soepele *switch* naar deze omgeving.

We hebben veel gecommuniceerd over onze ideeën omtrent duurzaamheid. Dat is ook belangrijk, maar even belangrijk zijn de klasse bieren die we maken. Dat is toch, hoe je het ook wendt of keert, onze *core business*. Ik denk dat we weer wat meer ‘terug mogen keren’ naar ons product. Daarin kunnen we ons onderscheiden van de rest. We gaan niet mee in de smaakvervlakking en verzoeting die je in de maatschappij veelvuldig constateert. Wij trekken daartegen ten strijde met ‘echte bieren’ met een ronde, sterke smaak. We bieden een alternatief voor de groeiende groep mensen die je kunt classificeren als bewuste consumenten. Mensen die voor echt gaan. Die doelgroep vinden we in de grote steden evengoed als hier in onze eigen provincie. Van hip grootsteeds café tot bruine kroeg in het Heuvelland. Het past in zowel de jonge stedelijke cultuur van de *innovative classes* als ook in een restaurant dat de nadruk legt op eerlijke producten en smaakbeleving. Gulpener Bierbrouwerij is klaar voor de toekomst. We zijn gezond, levensvatbaar en blijven zelfstandig.“

# JOHN VROLIJK

## OVER PRODUCTIE, EMOTIE EN GEMEENSCHAPSZIN

**John Vrolijk komt goed tot zijn recht in een familiebedrijf. Hij observeert processen en analyseert. Daarbij veel waarde hechtend aan persoonlijk contact. Geen tekenafelingenieur, maar een man die het hele productieproces benadert vanuit de menselijke kant. „Mensen maken het bier en bier is emotie. Het is net daarom belangrijk om bij de productie iedereen te betrekken bij het zoeken naar oplossingen. Er zit onnoemlijk veel kennis bij de medewerkers op de werkvloer. Zij zijn het meest geschikt om effectief deelprocessen op te lossen. Dat is goed voor de gemeenschapszin van het team.**

John Vrolijk is geboren in Kerkrade en woont in Panningen. „In 2008 vroeg John Halmans me of ik zin had om deze brouwerij op een hoger plan te tillen. Die kans heb ik gegrepen.“ John Vrolijk is als bedrijfsleider betrokken bij alle disciplines die met het bier - van gerst tot en met logistiek - te maken hebben. „Het duurzaamheidsverhaal klopte aanvankelijk nog niet helemaal van binnenuit. Inmiddels is dat weldegelijk het geval.“

Enthousiasme kan John Vrolijk niet worden ontzegd. Hij houdt zich bezig met het hele productieproces. „Ik heb door de jaren heen veel ervaring opgedaan in het biervak. Ik ben, zoals ze dat zo mooi zeggen, door de wol geveerd. Toen ik hier aantrad was het verhaal over de duurzaamheid bekender dan het product. Ook waren er nog een paar behoorlijke hordes te nemen om het verhaal van de duurzaamheid echt op productieniveau te implementeren. Het water- en energieverbruik moest omlaag. Ook bouwkundig was er het een en ander te verbeteren. Ik heb toen een masterplan gemaakt tot 2018. We zijn in 2013 begonnen met de nieuwbouw van de productiehal (uitbreiding van 225 m<sup>2</sup>). Dat gebouw hebben we architectonisch laten aansluiten op de bouwstijl in de buurt. Wellicht was een doosconstructie goedkoper geweest, maar dat past niet binnen onze filosofie waarin we ons verankerend weten binnen de gemeenschap. De ambitie is om lekker en kwalitatief goed bier te brouwen. We maken nu mooie bieren die ook nog eens voldoen aan de MVO en milieutoets.

We verbruiken minder energie, verspillen minder water en werken efficiënter. Als je goed naar de productieprocessen kijkt, ontwikkel je een oog voor de zogenaamde ‘verliezen’ van water, energie, etiketten en glas. In SGA's - *small group activities* - overleggen we met de mensen ter plekke hoe we bepaalde zaken beter kunnen doen. De medewerkers op de werkvloer zijn de kennisdragers. Die SGA's hebben tot doel om binnen zes weken een geconstateerd probleem op te lossen. De mensen zijn zodoende kennisdragers en probleemeigenaars. Dat stimuleert en maakt het gemeenschapsgevoel binnen het team alleen maar sterker. MVO vertaalt zich ook in de sfeer op de werkvloer. De brouwerij is nooit helemaal af. Ook voor 2014 zijn er plannen om weer zaken aan te passen. Gulpener is altijd in beweging. We staan nooit stil.

**WE MAKEN NU MOOIE BIEREN DIE OOK NOG EENS VOLDOEN AAN DE MVO EN MILIEUTOETS**

Buiten hebben we een nieuw binnenplein laten aanleggen. Dat ‘John Halmansplein’ kunnen we aan de gemeenschap van Gulpen ter beschikking stellen voor verschillende activiteiten in het dorp. Bier is emotie, deze brouwerij is dat ook. Kijk maar op de werkvloer, dan zie je betrokken mensen die stuk voor stuk een *Gulpenerhart* hebben en trots zijn op ‘hun’ brouwerij.”

*John Prolijk*

BEDRIJFSLEIDER GULPENER BIERBROUWERIJ



## ONS MVO BELEID:

# OVER DE BALANS TUSSEN CIJFERS EN WAARDEN

Ons MVO beleid is een onmisbaar onderdeel van de Gulpener Bierbrouwerij. We willen verantwoord omgaan met mens, natuur en milieu. Dat is de lange termijn visie en ambitie van ons familiebedrijf. We merken bijna dagelijks dat onze visie mensen aanspreekt en inspireert.

In dit hoofdstuk vindt u veel informatie en data over onze prestaties op MVO gebied. Eerlijk gezegd zijn we een beetje ambivalent over deze “harde” data. We geloven dat je een bedrijf niet alleen moet sturen op cijfers maar ook en vooral op waarden. Met die waarden maakt een bedrijf het echte verschil. Wij kiezen voor een diepe verbondenheid met de regio waar wij onze bieren maken, we geloven in de menselijke maat, veel aandacht voor relaties met mensen en organisaties, en zorg voor elkaar. Die keuzes leiden dagelijks ons werk. Niet de harde data.

Aan het begin van de jaren 90 zijn we gestart met dit MVO avontuur. We maakten een sprong in het diepe door definitief te kiezen voor eerlijk en duurzaam ondernemen. We wisten niet welke uitdagingen, innovaties en kansen we allemaal zouden tegenkomen. We schreven ons Ambitiestatement, ook wel Verbond met de Natuur genoemd waarin we onze visie en ambitie samenvatten. In januari 2014 hebben we deze tekst samen met de medewerkers geactualiseerd. Weer ondertekenden alle medewerkers dit Statement. Ons avontuur gaat door. We zoeken steeds naar nieuwe en innovatieve manieren om duurzamer te zijn. Wat dat heeft opgeleverd kunt u in dit hoofdstuk terug vinden.

## HET BESTUUR VAN DE ONDERNEMING

### MISSIE

Gulpener is de zelfstandige familiebrouwerij die op duurzame wijze de lekkerste kwaliteitsbieren brouwt met grondstoffen uit eigen regio.

### DUURZAAMHEIDSVISIE – OP DE TOEKOMST

Met oog voor de lange termijn heeft de Gulpener Bierbrouwerij een solide en bovendien duurzaam fundament opgebouwd. We hebben als brouwerij samen met al onze medewerkers in 2001 het Verbond met de Natuur ondertekend. In dit stevige ambitiestatement is onze centrale keuze voor maatschappelijk verantwoord ondernemen en duurzaamheid vastgelegd. Er gaat geen dag voorbij of Gulpener kijkt vanuit dit perspectief kritisch naar haar productie- en bedrijfsprocessen.

Als brouwerij streven we naar waardencreatie in plaats van winstcreatie. Waarde voor de mens, het milieu, de natuur en het bedrijf. Ook waarde in financiële zin is belangrijk want winst is nodig voor de continuïteit van ons bedrijf. We koesteren onze mensen: de medewerkers en de boeren die voor ons telen, maar natuurlijk ook onze afnemers en consumenten.

### DUURZAAMHEIDSTRATEGIE

“People”, “Planet” en “Profit” staan centraal in onze strategie. Brouwen met Limburgse grondstoffen, hop en granen uit de regio met respect voor mens en natuur. Zo maken wij hoogwaardige en lekkere bieren die op de Nederlandse markt steeds meer afgenomen en gewaardeerd worden. Deze People, Planet, Profit-filosofie wordt in stand gehouden door de betrokkenheid en lange termijn visie van de familie, maar zeker ook de medewerkers. We hebben geen aparte MVO-manager aangesteld maar stimuleren binnen ons bedrijf de betrokkenheid en verantwoordelijkheid van iedereen bij MVO.



## **BESTUUR VAN DE ORGANISATIE**

De brouwerij bestaat sinds 1825, Jan-Paul Rutten (Adjunct Directeur) en Maartje Rutten (Marketing en Communicatie) zijn de 8e generatie die dagelijks werkzaam zijn in dit familiebedrijf. De Gulpener Bierbrouwerij denkt in generaties. De familie is zeer betrokken bij de brouwerij, meerdere familieleden vervullen een functie als Commissaris (overige commissarissen in de RvC zijn onafhankelijke externen), in het Stichting Administratiekantoor of zijn werkzaam in de brouwerij. De aandelen zijn in het bezit van de familie.

Sinds Paul Rutten in 2003 afscheid heeft genomen als algemeen directeur van Gulpener, vervult de huidige directeur, John Halmans deze functie. John Halmans is geen lid van de familie Rutten maar wel al 43 jaar werkzaam in de brouwerij. Eigenlijk een beetje familie. Eind 2014 zal Jan-Paul Rutten, telg uit de familie Rutten, het stokje van John Halmans overnemen. Jan-Paul Rutten, voorheen werkzaam als chirurg, heeft twee jaar geleden de eerste stappen gezet in de brouwerij als toekomstig algemeen directeur. Gecoacht door John Halmans volgt hij een langdurig inwerktraject waarbij hij kennismaakt met de diverse afdelingen, processen en relaties van de brouwerij.

## **TRANSPARANTIE EN LEIDERSCHAP**

Gulpener Bierbrouwerij staat voor transparantie. Transparantie naar leveranciers, afnemers, consumenten en werknemers. Door middel van het duurzaamheidsverslag leggen wij verantwoording af aan hen en laten we zien welke keuzes wij maken op het gebied van duurzaamheid. De meeste grondstoffen die wij gebruiken komen van de leden van de regionale Triligran boerencoöperatie. Zo komen onze grondstoffen voor meer dan 95% uit de eigen regio. Wij spelen nooit deze leveranciers tegen elkaar uit om de prijzen te verlagen. Hun kwaliteitsproduct verdient een goede prijs.



De brouwerij wordt op basis van vertrouwen en wederzijds respect geleid. Het afleggen van verantwoording gebeurt o.a. aan de Raad van Commissarissen, de Aandeelhoudersvergaderingen en in het Duurzaamheidsverslag. Intern zijn medewerkers betrokken via het Management Team, de OR, bulletins en interne memo's en de verschillende overleggen per afdeling. Elk kwartaal komt het voltallig personeel bij elkaar om geïnformeerd te worden over alle ontwikkelingen van de brouwerij. Daarnaast is er elk jaar een nieuwjaarsbijeenkomst waar we terugkijken op het afgelopen jaar. Elke eerste vrijdag van de maand komen we met het personeel bij elkaar en drinken we samen een mooi glas bier.



## ZORGEN VOOR ONS MILIEU

### CO<sub>2</sub> UITSTOOT VERMINDEREN

Wij willen onze CO<sub>2</sub> uitstoot minimaliseren. Dat doen we door grondstoffen uit de directe omgeving in te kopen en gebruik te maken van zonnecollectoren en groene elektriciteit. Desondanks stoot ook Gulpener CO<sub>2</sub> uit. Met onze bedrijfsvoering veroorzaken wij een uitstoot van 1.175.642 kilo (in 2012 was dit 1.227.114 kilo), wat gelijk staat aan 8,4 kilo per hectoliter bier (in 2012 was dit 9 kilo). Om dit deels te compenseren hebben wij in Gulpen het vijf hectare tellende bos 'de Koning van Spanje' aangelegd.

De laatste tien jaar zijn wij erin geslaagd om onze CO<sub>2</sub> uitstoot met 50% te reduceren. We willen deze daling in de toekomst doorzetten. Zo is er een ambitieus investeringsplan opgezet voor de totale vernieuwing van de hardware van de brouwerij, inclusief een heel nieuw brouwhuis. Hierdoor verminderen wij onze CO<sub>2</sub> voetafdruk de komende vijf jaar met minimaal 20%.

Wij verkrijgen 50% van onze energie uit hernieuwbare bronnen. De groene energie die wij inkopen komt uit een groente vergistingsinstallatie met certificaat. Door ons investeringsplan zal dit percentage de komende jaren verder gaan stijgen.

### GRONDSTOFFEN UIT DE REGIO EN MET KEURMERK

Granen en water zijn de belangrijkste ingrediënten van bier. In de Gulpener Bierbrouwerij kiezen wij bewust voor het gebruik van grondstoffen uit onze eigen regio. Dit heeft een positief maatschappelijke effect in de regio. We zorgen dat de boeren met wie we samenwerken een goede prijs krijgen en (inkomens) zekerheid hebben. Zo behouden en creëren we werkgelegenheid in de regio en variatie in het Limburgse landschap. Onze granen en hop dragen ten minste het Milieukeurmerk en een deel hiervan is zelfs biologisch. Hiermee zijn al onze grondstoffen 100% Milieukeur gecertificeerd of biologisch.

Het water dat wij gebruiken voor ons bier komt uit eigen bronnen en wordt gezuiverd door mergel. Uit deze bronnen haalden wij in 2013 71.788 m<sup>3</sup> water, wat gelijk staat aan 6,6 hectoliter water voor 1 hectoliter bier (in 2012 was dit 6,9). En ons doel voor 2014 is 6,5 hectoliter water voor 1 hectoliter bier. Met deze grondstoffen brouwen wij in onze familie brouwerij de lekkerste kwaliteitsbieren.

### KEURMERKEN

Onze brouwerij is de eerste en enige brouwerij in Nederland die het **Milieukeur** logo mag gebruiken.

**Milieukeur** is een Nederlands keurmerk voor producten en diensten die het milieu minder belasten met het gebruik van grondstoffen, energie en water, schadelijke stoffen, verpakking en afval. Al onze 16 bieren mogen dit **Milieukeurmerk** voeren. Ook mogen wij het **Keurmerk Erkend Streekproduct** op al onze producten zetten. Deze erkenning betekent dat onze bieren en de grondstoffen uit de regio komen en dat de verwerking plaatsvindt in de streek. Verder is bij de productie aandacht besteed aan het behoud en beheer van de karakteristieke waarden van het landschap en de natuur.

Het **EKO Keurmerk** van onze biologische bieren (Ur-Pilsner, Ur-Weizen, Ur-Amber, Ur-Hop) geeft aan dat deze voldoen aan de Europese wettelijk gestelde normen voor ecologische producten en productiemethoden.

De term 'biologisch' is wettelijk beschermd en mag dus alleen gebruikt worden als een product het **EKO Keurmerk** mag voeren. De onafhankelijke controle en certificatie geschiedt door de organisatie SKAL.

Onze biologische bieren hebben ook het HIER logo op de fles staan hetgeen wil zeggen dat deze bieren klimaatneutraal zijn. De **HIER Klimaatcampagne** is een initiatief van ruim 30 maatschappelijke organisaties die heel Nederland wil betrekken bij de oplossing van het klimaatprobleem.

#### Aantal hectare die in Limburg door ons beleid via Stichting

#### Milieukeur (SMK) of EKO keurmerk worden verbouwd in 2013:

#### Ambitie 2014:

SMK:	400 hectare	400 hectare
EKO/ Biologisch:	20 hectare	45 hectare

## RESTSTOFFEN, AFVAL EN RECYCLING VERPAKKINGEN

Bostel is een typisch voorbeeld van een reststof uit het brouwproces. Deze bestaat uit het residu van het moutbeslag, dat overblijft nadat het wort is afgetrokken. Dit bostel is zeer gewild als veevoer, we zetten dit af bij boeren binnen een straal van 35 kilometer van de brouwerij.

Gulpener heeft als doelstelling de milieu-impact van verpakkingen te minimaliseren. Momenteel wordt meer dan 95% van ons consumenten verpakkingsmateriaal hergebruikt en ondanks dit hoge percentage stellen wij ons ten doel om ieder jaar 10% meer te recyclen. Voor het bier dat wij in 2013 in fles hebben verkocht, is 100% gebruik gemaakt van retourflessen. Deze flessen komen middels het statiegeld systeem terug in de brouwerij en worden hergebruikt. Dit is 41% van onze afzet. Daarnaast wordt 51,7% van ons bier verkocht in de retourfust en is 6% kelderbier. De overige 1,3% van ons bier zit in stalen blik. Uiteraard worden ook de etiketten en verpakkingen zoals die van de sixpack gerecycled.

Wij scheiden al ons afval. Dit wordt afgehaald door Van Gansewinkel. Hierbij voldoen we aan alle eisen vanuit de milieuwet. In 2013 gebruikten we minder water dan in 2012, 71.788 m<sup>3</sup> in plaats van 72.479 m<sup>3</sup>. Onze doelstelling voor 2014 is om het waterverbruik per hectoliter bier met 1,5% te verminderen. Hierdoor zal ook ons totale waterverbruik navenant dalen.

De VE (Vervuiling Eenheden) van ons afvalwater zijn het afgelopen jaar gedaald:

2012: 1306 VE

2013: 1251 VE3

## MVO DOELSTELLINGEN

Wij zijn continu bezig om onze impact op het milieu te verminderen. Onze ambities en doelstellingen staan in het onderstaande schema:

### MVO THEMA

Het minimaliseren van de CO<sub>2</sub> uitstoot

Verantwoordelijk energiegebruik

Verantwoordelijk geproduceerde grondstoffen uit onze eigen regio

Efficiënter water gebruik

Minimaliseren van de milieu-impact van de verpakkingen

### 2014 DOELSTELLINGEN

- 11% % minder dan in 2013.
- Er is een ambitieus investeringsplan voor de vernieuwing van de brouwerij. Hierdoor verminderen wij onze CO<sub>2</sub> voetafdruk over 5 jaar met minimaal 20%.
- Sinds 2003 hebben we onze CO<sub>2</sub> uitstoot al met 505% gereduceerd.
- Minder energieverbruik van 6%
- verkrijgen van minimaal 50% van onze energie uit hernieuwbare bronnen
- Minimaal 95% van de grondstoffen uit de regio en 100% Milieukeur of biologisch gecertificeerd
- 1,5 % minder dan in 2013
- Momenteel wordt meer dan 95% van ons consumenten verpakkingsmateriaal hergebruikt. Ondanks dit hoge percentage stellen wij ons ten doel om jaarlijks dit percentage met 0,5% te verhogen.
- Flessen: 100% gebruik maken van flessen uit retour systeem

### Reductie doelstellingen 2014 ten opzichte van 2013:

Energieverbruik per hl:	Reductie van 6 %
Waterverbruik per hl:	Reductie van 1,5 %
Gasverbruik per hl:	Reductie van 7 %
Elektriciteitsverbruik per hl:	Reductie van 2 %
CO <sub>2</sub> uitstoot:	Reductie van 11 %

## MEDEWERKERS

In 2013 had onze brouwerij 56 medewerkers in dienst, 11 vrouwen en 45 mannen. De bierwereld is een echte mannen wereld, zeker in de productie, verkoop en de logistiek. Ons Management Team bestaat uit vijf personen, vier mannen en een vrouw.

Werknemers blijven lang en graag in dienst bij de brouwerij. In 2014 mogen we zelfs het 50-jarig jubileum vieren van een van onze medewerkers. Als 14 jarige was hij al bij ons bedrijf begonnen.

### WERKOMSTANDIGHEDEN EN VEILIGHEID

De Gulpener Bierbrouwerij beschikt over een R.I.E. (Risico Inventarisatie & Evaluatie). Dit wordt gecontroleerd door de preventie medewerkers en de ondernemingsraad. Daarnaast wordt er twee keer per jaar een veiligheidsvoorlichting gegeven aan voornamelijk de medewerkers die in de productie werkzaam zijn. Tevens worden persoonlijke beschermingsmiddelen aangeboden en verplicht gesteld om werknemers te beschermen. Een externe organisatie geeft advies en begeleiding bij ziekteverzuim en Arbo-projecten. Er zijn in 2013 geen ongelukken gebeurd, wel 6 bijna/ of kleine incidenten.

### ONZE MEDEWERKERS: ACTIEF VOOR EN IN DE REGIO

Onze medewerkers worden constant op de hoogte gehouden van alle ontwikkelingen op het gebied van MVO. De betrokkenheid bij de regio zit diep in de vezels van onze brouwerij en onze medewerkers. Ook zij zetten zich zelf in voor de regio. Elke medewerker heeft een jaarlijks persoonsgebonden sponsorbudget. Met dit geld mogen zij een vereniging, goed doel of club sponsoren die bijdraagt aan het welzijn van de regio. Vaak zijn onze medewerkers zelf actief in die verenigingen die ze via dit budget steunen.

### DIVERSITEIT

Onze medewerkers zijn bijna allemaal afkomstig uit de regio. Alleen onze verkoopmensen wonen en werken op verschillende plaatsen in Nederland. Medewerkers worden gestimuleerd zich door te ontwikkelen. Dit gebeurt via trainingen en cursussen. In de productie worden medewerkers opgeleid om meerdere functies te kunnen vervullen. Dit zorgt voor diversiteit in hun werkzaamheden en het goed kunnen opvangen van werk indien een collega afwezig is. Het past bij de brouwerij om kansen te bieden aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. In 2013 is het aantal uren besteed aan RADAR sociale werkvoorziening meer dan verdubbeld. Van 30, 45 en 50 uur per week in 2010, 2011 en 2012 naar 115 uur per week in 2013.



## CONSUMENTEN

### VERANTWOORD ALCOHOLGEBRUIK

In al onze reclame uitingen (zowel drukwerk, commercials als social media) benoemen wij het verbod op gebruik van alcohol onder de 18 jaar. Daarnaast ontraden wij consumenten die in verwachting zijn het drinken van onze bieren. Dit gebeurt middels een duidelijk symbool op het etiket van onze flessen.

### EERLIJKE MARKETING

Eerlijke marketing is grotendeels geregeld door de overheid met wetten en regels. Deze belemmeren ons niet omdat wij deze regelgeving juist ondersteunen. In onze marketing uitingen vertellen wij alleen het echte verhaal van de Gulpener Bierbrouwerij. Wij doen niet aan kleine lettertjes en proberen zo transparant mogelijk te communiceren. Wat je ziet en wat je hoort, krijg je ook daadwerkelijk.

Consumenten en andere relaties houden we op de hoogte met ons Duurzaamheidsverslag, ons magazine Puurzaam, de website, social media en consumenten-, horeca- en winkelacties.

### VEILIGHEID, KWALITEIT EN GEZONDHEID VAN HET BIER

De Gulpener heeft de certificatie van de voedselveiligheid standaard FSSC 22000: Food Safety System Certification 22000, de eerste wereldwijde standaard voor de voedingsmiddelenindustrie. In ons eigen laboratorium worden al onze bieren getest en gecheckt op kwaliteit.

## ONZE INZET VOOR DE SAMENLEVING

### MAATSCHAPPELIJKE BETROKKENHEID

De Gulpener Bierbrouwerij toont haar maatschappelijke betrokkenheid op verschillende manieren. Zo reiken wij ieder jaar de prijs 'De Gulpener Duim' uit aan een organisatie of vereniging in onze gemeente (Gulpen-Wittem) die zich op bijzondere wijze inzet voor mens, natuur of milieu. Aan deze prijs is een geldbedrag verbonden. Zeer belangrijk is de jaarlijkse Gulpener hopoogst. Wij organiseren dat samen met hopboer Roger Wouters, de enige die in Nederland hop verbouwt en dat exclusief levert aan de Gulpener. De tweede zondag van september staat in het teken van het oogsten van de hop in Reijmerstok, een dorpje dat ongeveer drie kilometer van de brouwerij af ligt. Tijdens de hopoogst werken zo'n 200 vrijwilligers mee om alle hop te oogsten. Verder werken wij nauw samen met de inwoners van Reijmerstok, waarvan de leden van de verenigingen ons helpen bij het oogsten, het opbouwen, afbouwen en beheren van het feestterrein. Het geld dat wij daarvoor betalen, gaat rechtstreeks naar hun verenigingskas.

Sinds 2014 is de brouwerij tevens hoofdsponsor van het ieder jaar terugkerend Food Film Festival. Dit is een festival in Amsterdam waarbij voedselproblematiek en de waarde van eten in de maatschappij centraal staat.

### LOKALE WELVAART EN INKOMENSCREATIE

Dankzij de Gulpener wordt er weer hop in Nederland verbouwd, we hebben het in 2002 geïntroduceerd. Gulpener neemt ruim 95% van alle granen af van de plaatselijke boeren. De lokale en regionale inkoop van onze grondstoffen brengt voor ons extra kosten met zich mee. Jaarlijks zo'n 300.000 euro. Voor ons als brouwerij een bewuste keuze. We gaan niet voor de laagste prijs via inkoop op de wereldmarkt. Lokaal en regionaal inkopen is van grote maatschappelijke waarde. We zorgen dat de boeren met wie we samenwerken een goede prijs krijgen en (inkomens)zekerheid hebben. In een gebied als Limburg waar de economische structuur zwak is, is het belangrijk dat wij gevestigd blijven in Gulpen en zo de lokale en regionale werkgelegenheid behouden.

Onze producten worden geteeld, geproduceerd en bewerkt in de eigen streek. Een bewijs hiervan is dat al onze producten het keurmerk **Erkend Streekproduct** mogen dragen. Doordat onze brouwerij gevestigd is in Gulpen levert het een positieve bijdrage aan het toerisme van de gemeente Gulpen-Wittem. Doordeweeks kan dagelijks een bezoek worden gebracht aan onze brouwerij.

### PARTNERSCHAPPEN, BETREKKEN VAN STAKEHOLDERS

Samen sta je sterker. Daarom heeft Gulpener zich aangesloten bij een aantal netwerken die onze visie, ambitie en manier van werken onderschrijven, ondersteunen en mee uitdragen. Wanneer wij partnerschappen aangaan, vinden wij het erg belangrijk dat wij elkaar begrijpen en er een win-win situatie ontstaat. Onze partnerschappen maken uiteindelijk ook deel uit van ons verhaal, dus gaan wij altijd op zoek naar partnerschappen die dicht bij de essentie van Gulpener liggen. Partners zijn o.a.:

- B.V. Limburg
- Regiobranding Zuid-Limburg
- Die Freien Brauer
- Immens
- Kring van Familiebrouwerijen
- Limburg Preuve Festival
- MVO Nederland
- Nederlandse Brouwers

# GULPENER BIERBROUWERIJ

## IN 2013

Omzet in euro's (x1.000.000):	16,7	Elektriciteit (kWh):	1.214.202
Omzet in hectoliters :	98.256	Elektriciteit (Mj):	10.927.818
Omzet in glazen:	49.128.000	Gas (m <sup>3</sup> ):	724.205
Aantal hectare hop:	3	Gas (Mj):	22.921.088
Hoprassen:	Mercur, Hallertauer Traditione	Energieverbruik in MJ/hl:	334
Opbrengst (hop) in kg.:	16.577	Groen gas gedeelte (m <sup>3</sup> ):	60.000
Opbrengst droge stof van de hopbel in kg.:	3.274	Gas - Groengas (m <sup>3</sup> ):	664.205
Opbrengst (alphazuur) in kg.:	281	Aantal medewerkers:	56
Waterverbruik m <sup>3</sup> :	71.788	FTE :	51,88
CO <sub>2</sub> emissie t.g.v. aardgas in kg.:	1.175.642	Opleidings en trainingsuren:	265
CO <sub>2</sub> emissie t.g.v. electriciteit in kg.:	0	Kort ziekteverzuim:	5,04%
Opbrengst electriciteit door zonnecellen in kWh:	13.887	In dienst:	3
Waterverbruik hl./hl.:	6,60	Uit dienst:	6
Gerstrassen:	Calico, Tipple en Class Bio	Personeelsopbouw:	11 vrouwen, 45 mannen
Calico (in tonnen):	1.329	Totaal salarissom:	2,66 (in miljoenen)
Tipple (in tonnen):	1.459	Aantal bedrijfsongeval:	0
Class Bio (in tonnen):	108	Aantal bijna bedrijfsongeval:	6
		Begeleiding ziekteverzuim en arbo projecten:	18.000
		Sociale werkverschaffing gehandicapten:	115 uur per week



## MAATSCHAPPELIJKE EN VERANTWOORDE INVESTERINGEN GULPENER BIERBROUWERIJ DOOR DE JAREN HEEN

<b>1994</b>	Introductie van Korenwolf witbier	Een deel van de opbrengst ging naar Natuurmonumenten en activiteiten ter bescherming van de Korenwolf.	<b>2003</b>	Jaarlijkse uitreiking Gulpener Duim	Waardering voor regionale vrijwilligersorganisatie.
<b>1996</b>	Oprichting Triligran, de coöperatie van boeren die de brouwgranen op milieuvriendelijke wijze voor onze brouwerij telen	Platform voor boeren en structurering akkerbouwers met centraal aanspreekpunt.	<b>2004</b>	Plaatsing zonnecellen op brouwerij	Energiebesparing.
<b>1999</b>	Eerste hop uit eigen tuin in Reijmerstok	Regionale grondstof op milieuvriendelijke wijze geteeld.	<b>2005</b>	Aanschaf bioreactor	Anaerobe zuivering van afvalwater.
<b>2000</b>	Continue monitoring en reductie van verbruikt gas, water en elektriciteit	Reductie energieverbruik.	<b>2005</b>	Warmwater-opvang-systeem	Reductie warmte- en energieverliezen.
<b>2000</b>	Teeltcontracten met gerstboeren	500 hectare milieuvriendelijke gerstteelt in Zuid-Limburg (Milieukeur en EKO Keurmerk gecertificeerd).	<b>2005</b>	Introductie milieuvriendelijke bieretiketten	Reductie milieubelasting.
<b>2000</b>	Recycling etiketten	Afvalreductie.	<b>2006</b>	Verbeterde isolatie van het leidingnet	Reductie warmte- en energieverliezen.
<b>2000</b>	Gebruik bierbostel (reststof van brouwproces)	Zinnvolle toepassing van reststroom door verwerking in veevoer.	<b>2006</b>	Café lichtreclame op zonne-energie	Reductie energieverbruik voor horecaondernemer en tevens stimulatiefunctie.
<b>2000</b>	Toetsen van leveranciers aan milieueisen	O.a. EKO veiligheidsschoenen en Max Havelaar koffie voor medewerkers en bezoekers.	<b>2007</b>	EKO kledinglijn	Klimaatneutraal geproduceerde kleding voor medewerkers.
<b>2000</b>	Introductie bierpapier: papier gemaakt van gerecyclede etiketten	Reductie milieubelasting.	<b>2007</b>	Reductie verbruik reinigingsmiddelen	Reductie negatieve milieu-impact.
<b>2001</b>	Publicatie ambitiestatement: 'Verbond met de Natuur'	De keuze voor maatschappelijk verantwoord ondernemen en duurzaamheid wordt door alle medewerkers ondersteund.	<b>2007</b>	Arbo verbetering lagerkelder	Verbetering fysieke arbeidsomstandigheden medewerkers.
<b>2001</b>	Introductie sponsorbeleid medewerkers	Elke medewerker mag namens Gulpener jaarlijks een bedrag aan sponsoring van lokale activiteiten besteden.	<b>2007</b>	Investering in nieuwe bottellijn	Verbetering arbeidsomstandigheden en efficiënter productieproces.
<b>2002</b>	100% Groene stroom van waterkrachtmolens en windenergie	0 Kg CO <sub>2</sub> uitstoot op elektriciteit.	<b>2007</b>	Aanplanting 5 hectare Gulpener bos (Koning van Spanje, Gulpen)	Compensatie CO <sub>2</sub> -uitstoot ten gevolge van bierproductie.
<b>2002</b>	Uitbreiding milieuvriendelijke hopteelt in eigen tuin in Reijmerstok	1,4 hectare milieuvriendelijke hopteelt in Zuid-Limburg.	<b>2007</b>	Gulpener Hopoogst	Jaarlijks openbaar evenement rondom de eigen hopoogst door de eigen medewerkers en vrienden van de brouwerij.
<b>2002</b>	Jaarlijkse uitreiking Korenwolf Award	Waardering voor teler met beste kwaliteit brouwerijst.	<b>2007</b>	Onderhoudsovereenkomst afgesloten voor wilgenbeplanting te Slenaken	Behoud Limburgse natuur.
			<b>2008</b>	Lidmaatschap Deutsche Brau Kooperation	Kennis en informatiedeling op het gebied van hoogwaardige bieren en duurzaamheid/ MVO.
			<b>2011</b>	Inkoop groen gas voor Gulpener Biologisch	Reductie CO <sub>2</sub> emissie.
			<b>2011</b>	Implementatie Gulpener Localicious	Het streekproduct, genieten en verenigen onder de aandacht brengen bij horecarelaties en consument.
			<b>2011</b>	Certificering biologische hop	Reductie milieu-impact.
			<b>2012</b>	Introductie Gulpener Biologisch bieren	Ur-Pilsner, Ur-Weizen, Ur-Amber
			<b>2013</b>	Uitbreiding productiehal 225 m <sup>2</sup>	Gekozen voor architectonische aansluiting op de bouwstijl in de omgeving.

A woman with short brown hair, wearing a blue floral dress and black boots, stands on a rock in a shallow stream. She is holding a glass of beer to her lips with her right hand and a bottle in her left. The background is a lush green landscape with trees and a large tree trunk on the left. The image has a torn-paper edge effect.

*Susanne Mourmans*

HOOFD FINANCIËN GULPENER BIERBROUWERIJ

SUSANNE MOURMANS

# OVER GENIETEN, EERLIJKHEID EN WINST

**Bekend staat Susanne Mourmans als 'het geweten' van het bedrijf. Betrouwbaarheid en accuratesse gaan hand in hand met het 'toevoegen van waardecreatie' en trots. Ze maakt als Hoofd Financiën onderdeel uit van het management team. Door de wol geveerd is de Maastrichtse Susanne Mourmans bij de Gulpener Bierbrouwerij. Het is haar eerste job.**

„Ik ben hier in 1994 begonnen en altijd met plezier gebleven. Die duurzaamheidsdiscussie werd eind jaren negentig al gevoerd. Inmiddels ben ik zelf dus ook al 'duurzaam' binnen deze organisatie actief. Ik probeer ten aanzien van duurzaamheid naar het hele plaatje te kijken. Van investeringskosten tot de vraag naar het rendement en het terugverdienmodel. Wij boeken goede resultaten met duurzaamheid, dat staat als een paal boven water. Duurzaamheid heeft toekomst.”

## IK BEN TROTS OP DIT BEDRIJF

Susanne Mourmans is een zorgzaam type. Ze houdt een scherp oog op de kosten, maar is evenwel niet blind voor de duurzame ambities van de Gulpener. „Winst is noodzakelijk om bepaalde vervangingsinvesteringen te kunnen plegen”, stelt Susanne met gepaste realiteitszin vast. „We zijn een gezonde organisatie. De solvabiliteit is prima. Banken hebben we niet nodig om te financieren. Ik ben trots op dit bedrijf. We maken een mooi, eerlijk product waar ik in geloof en doen dat op een manier waar ik volledig achter sta.”

„De Gulpener is zolang ik er werk altijd een sociaal bedrijf geweest. De omgangsvormen zijn amicaal en men deelt de passie voor het merk. In mijn functie word ik geacht me ook met de *facts and figures* bezig te houden. Natuurlijk zijn de cijfers belangrijk, maar niet zaligmakend. Het is zaak om realistisch te zijn en ambities en mogelijkheden met elkaar in balans te brengen. We willen inzetten op duurzaamheid en tegelijk ook een gezonde bedrijfsvoering hebben. Dat gaat prima samen. Het draait om het samenspel van *People, Planet en Profit*. De winst op de lange termijn vormt voor ons het doel. Geen *quick* winst, maar toekomstgerichtheid. De betrokkenheid in een familiebedrijf is groot.

2013 kwam moeizaam op gang, maar uiteindelijk is het nog goed gekomen. We hebben de productiehal gerealiseerd waardoor we efficiënter kunnen werken. Dat was de grootste investering in dat jaar. Ik beschouw het als mijn taak om ook vaker zaken ter discussie te stellen, om vragen te stellen bij de kosten die we maken. Ik wil ons ook in financiële zin scherp houden. *Good housekeeping* is van essentieel belang. De meeste kosten die we in het kader van de duurzaamheid maken worden niet doorberekend. Die kosten drukken dus op onze winstmarge. We investeren in de toekomst. MVO heeft zeker effect, maar dat is in financiële zin moeilijk meetbaar. Dat maakt de Gulpener net uniek: de waardevolste zaken laten zich niet in getallen uitdrukken. Waardevol is bij ons een gevoel! Ik kan zelf ook met volle teugen genieten van onze bijzondere bieren. Bier is emotie, dat staat voorop. Dit bedrijf is waardevol. We maken geen duur, maar een kostbaar product.”



## DE MISSIEDRANG VAN WOUTER WEBBINK

# DE MAN VAN DE LANGE AFSTAND

**Hij is als Hoofd Commercie gepokt en gemazeld in de wereld van de retail en horeca. Een volhouder. Een man voor de lange afstand.**

Wouter Webbink woont in Enschede en is twee dagen per week in Gulpen. Hij is bevolgen en energiek. *No nonsens.* Met zichtbaar plezier draagt hij de missie van de Gulpener Bierbrouwerij uit. Hij typeert 2013 als het jaar van de ontwikkelingsgang. „We zoeken de consumenten en ondernemers die ons geloven, die onze filosofie en het onderscheidend vermogen van Gulpener zien en waarderen.”

Met formaliteiten heeft Wouter Webbink niet bijster veel op. Hij hecht aan korte lijnen en een goede relatie met zijn klanten en collega's. Hij is goedlachs met een vasthoudend karakter. Genoegen nemen met een zesje ligt niet in zijn karakter. Wouter komt beslist niet naar Gulpen om geruisloos en onzichtbaar te zijn. Hij zoekt voor de brouwerij naar 'het anders zijn dan anderen' en denkt *out of the box*. „Je bereikt het meest door consistent je lijn te volgen. Stukje bij beetje wordt de brouwerij sterker. Organische groei is een kwestie van volhouden.”

„Ik geloof in kwalitatieve groei. De Gulpener Bierbrouwerij is een klassiek familiebedrijf. Dat bevalt me wel. De structuur is transparant en er bestaan geen lange communicatielijnen. We kunnen zaken meteen aftikken.

Gulpener is een merk met een 'verhaal'. Het draait niet om meer, maar om beter en we zijn echt. Ons verhaal wordt in de markt zeker gewaardeerd, maar we moeten het met nog meer overtuiging blijven brengen. Daarbij is het van groot belang dat we mooie en onderscheidende bieren blijven maken.

Vanaf 2008 is er sprake van een sterker teruglopende markt. De crisis ging ook aan de Gulpener niet voorbij. In een nationaal dalende bieromzet moeten ook wij meer op de centen letten. Wij mikken daarom op de bewuste bierdrinker als doelgroep. Die doelgroep willen we proberen te bereiken met ons verhaal. Dat betekent dat we nog meer aan acquisitie moeten doen. Een spannende uitdaging die zich hopelijk ook zal vertalen in succes. 2013 was in zijn algemeenheid het jaar van de ontwikkeling. We hebben uiteindelijk wel onze doelstellingen gehaald. Daar mogen we best trots op zijn.”

**GULPENER IS EEN MERK MET EEN "VERHAAL".  
HET DRAAIT NIET OM MEER, MAAR OM BETER  
EN WE ZIJN ECHT.**

*Wouter Webbink*

HOOFD COMMERCIE GULPENER BIERBROUWERIJ





PIERRE HUPPERTS

# OVER INSPIRATIE, ONMEETBARE LIEFDE EN DE TIJDGEEST

**Aan de wieg heeft hij gestaan van Gulpener's ambities op gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Met Paul Rutten en John Halmans weet de geboren en getogen Gulpenaar de geesten rijp te krijgen om het roer om te gooien en koers te zetten richting een duurzame toekomst. Een koers die de brouwerij, zo zal iedereen erkennen, beslist geen windeieren heeft gelegd.**

Tijdens zijn studie sociologie in Utrecht woont en werkt hij in de sloppenwijken van de hoofdstad van Peru, Lima. Na terugkeer in Gulpen valt hij voor de bekoorlijkheid van het landschap en de schoonheid van de regio. De liefde voor 'zijn' Gulpener is er altijd geweest. Pierre Hupperts woont in Utrecht en houdt met zijn bureau voor positieve verandering *The Terrace kantoor* in Amsterdam. In Gulpen heeft hij samen met zijn vrouw een appartement. „Ik verdien mijn geld in de Randstad en geef het uit in Zuid-Limburg”, lacht Pierre.

„Gulpener bevindt zich in het domein van het onmeetbare. Wie zich louter laat leiden door getallen die zou de conclusie kunnen trekken dat Gulpener niet hoog scoort. Klik de duurzame merkenvergelijkingssite *rank a brand* aan en je zult Gulpener niet op de hoogste plek in de lijst tegenkomen. Dat komt omdat de keuze van Gulpener voor duurzaamheid een innerlijke keuze is en minder gebaseerd is op ratio, op getallen. Gulpener is als inspiratiebron uniek. Ze zijn eigenwijs en doen datgene wat eigenlijk indruist tegen de wetten van de bedrijfseconomie. Toch werkt het. Dat komt omdat ze oprecht geloven in wat ze doen.

We hebben behoefte aan een moreel kompas, aan bedrijven die meer nastreven dan eigen winst. Het domein van het onmeetbare is bij Gulpener onmetelijk groot. Daarbij zoeken ze het nooit ver af, maar dichtbij huis. Neem de hopoogst. Dat is een evenement dat de balans tussen organisatie en gemeenschapszin bestendigt. Gulpener is een *love brand*. Een merk waar je van houdt. Mensen worden fan van het bedrijf en het product-palet. Dat wordt men niet door de prijs, maar door het verhaal achter het product dat de ziel raakt.

Ook werkt de Gulpener Bierbrouwerij veel samen met geestverwanten in de regio. Ze delen de liefde voor de cultuur en natuur van Zuid-Limburg. Ze zijn ontvankelijk voor verandering en men voelt zich verantwoordelijk voor gemeenschap en wereld. Dit soort bedrijven appelleren aan een breed gevoelde behoefte om dingen anders te doen. Om uit de meetcultuur met zijn hang naar getallen te stappen en kwaliteit anders te definiëren. Gulpener bespeelt de tijdgeest met een aangenaam klein ego. Maar de tijdgeest evolueert. Gulpener verandert gelukkig ook. Verandering vormt immers de essentie van de natuur.”



# GULPENER BIEREN

Voordat u ons overheerlijke bier kunt drinken, heeft het diverse stadia doorlopen: van beslag maken en rijpen tot afvullen en kroonkurken plaatsen in de bottellijn. Wij zijn trots op ons proces waarbij we ons gefilterde bier niet pasteuriseren. Reden is dat pasteuriseren veel energie kost en dat vinden we in deze tijd en met onze kijk op duurzaamheid eenvoudigweg niet verantwoord. Bovenal willen we de pure en volle smaak van ons bier zo goed mogelijk behouden en dat kan door de zorgvuldige aanpak van onze ervaren medewerkers. Zij beheersen hun vak. Vol enthousiasme zijn ze constant en met finesse bezig ingrediënten op elkaar af te stemmen en nieuwe mogelijkheden te onderzoeken.

## KLEIN BIERWOORDENBOEK

### Mout

Mout is gekiemd en gedroogd graan. Goede mout is de basis van bier. De verschillende soorten mout zijn bepalend voor het karakter en de kleur van het bier.

### Hop

Hop is de plant die een lekkere bittere smaak en bloemige geur geeft aan bier. Een tijd lang was er geen hop meer te vinden in Nederland. Maar nu hebben we onze eigen hopvelden op nog geen 6 kilometer van de brouwerij, in Reijmerstok. Op de tweede zondag van september oogsten wij de hop. Je bent van harte welkom!

### Water

Een van de weinige dranken die nog meer wordt gedronken dan bier is water. Goed water is ook het hoofdbestanddeel van lekker bier. We zijn gezegend met onze eigen bronnen. Wij zuiveren ons water door de mergel. Een krijtgesteente uit de Limburgse bodem.

### Wort

Wort is de suikerige, zoete vloeistof die ontstaat bij het koken van de mout met water.

### Ondergisting

Ondergisting (lage gisting) is het proces waarbij gist langzaam naar beneden zakt. Het gebeurt op een lage temperatuur en gebeurde van oudsher alleen in de noordelijke gebieden van Europa. Ondergisting zorgt voor een strakke smaak. Het bekendste ondergistende bier is pilsner.

### Bovengisting

In tegenstelling tot ondergisting, vindt bovengisting (hoge gisting) plaats bij een hoge temperatuur. De gist blijft bovenop de wort drijven. Bovengistend brouwen, kan grote verschillen opleveren in het eindresultaat. De smaak wordt vaak als kruidig en bloemig ervaren. Enkele van onze bovengistende bieren zijn de Gulpener Korenwolf en de Gulpener Ur-Weizen en Wintervrund.

## GULPENER KORENWOLF WITBIER

**gisting:** hoog / **ingrediënten:** gerstemout, tarwemout, rogge, spelt, hop, bronwater / **smaak:** citrus & vlierbloesem / **alcoholpercentage:** 5% Vol. / **lekkerste bij:** 4-6°C

Door de Limburgse velden sluipt een kleine wolf door het koren. Geen echte wolf, maar een hamster. Het kleine knaagdiertje is, net zoals wij, een groot fan van de Limburgse granen en eet ze allemaal door elkaar. De korenwolf bewaart het graan in zijn wangzak, wij in een fles.



## GULPENER PILSNER

**gisting:** laag / **ingrediënten:** gerstemout, hop, bronwater / **smaak:** natuurzuivere mout- en fruittonen / **alcoholpercentage:** 5% Vol. / **lekkerste bij:** 4-8°C

Pilsner is van oorsprong een goudgeel Tsjechisch bier. Het werd voor het eerst gebrouwen in het plaatsje Plzeň in Tsjechië. Vandaag de dag is Pilsner het meest gebrouwen bier in Gulpener. Niks Tsjechisch! Maar gewoon van het Limburgse land.



## GULPENER BIOLOGISCH UR-PILSNER

**gisting:** laag / **ingrediënten:** gerstemout, hop, bronwater / **smaak:** zachte lichtbittere hopbeleving / **alcoholpercentage:** 5% Vol. / **lekkerste bij:** 5-7°C

Het Reinheitsgebot uit 1516 geldt als de oudste warenwet ter wereld. Uit angst voor geknoei zorgde dit gebod er voor dat ECHT bier alleen gebrouwen mocht worden uit water, 100% gerstemout en hop. Onze Ur-Pilsner wordt, net als de meeste andere Gulpener bieren, nog steeds volgens deze wet gebrouwen. 100% biologisch voor 100% smaak.



## GULPENER BIOLOGISCH UR-WEIZEN

**gisting:** hoog / **ingrediënten:** tarwemout, gerstemout, hop, bronwater / **smaak:** verse gist & fruit / **alcoholpercentage:** 5,3% Vol. / **lekkerste bij:** 5-7°C

'Ur' staat voor oer! En 'Weizen' is Duits voor tarwe. Onze Ur-Weizen wordt nog steeds volgens het Reinheitsgebot gebrouwen. De tarwe en het speciale gist bepalen de bijzondere smaak van dit bier. 100% biologisch voor 100% smaak.



## GULPENER CHÂTEAU NEUBOURG

**gisting:** laag / **ingrediënten:**  
gerstemout, hop, bronwater /  
**smaak:** zachtbitter & gerst /  
**alcoholpercentage:** 5,5% Vol. /  
**lekkerste bij:** 8-10 °C

Op een steenworp afstand van onze brouwerij staat een prachtig kasteel. Château Neubourg trok vele edele gasten. Zo werd deze bijzondere plek het symbool van ons meest verfijnde pilsner. Aromatische hop, Limburgse granen en een adelijk blauwe fles.

## GULPENER BIOLOGISCH UR-HOP

**gisting:** laag / **ingrediënten:**  
gerstemout, hop, bronwater /  
**smaak:** bitter, bloemig & fruitig /  
**alcoholpercentage:** 6,0% Vol. /  
**lekkerste bij:** 8-10 °C

Een fris, hoppig en ongefilterd bier van lage gisting met een volle smaak en bitterheidsbeleving. De toegepaste brouwtechniek is dryhopping, waarbij de hop pas na het koken van het wort wordt toegevoegd. Het aroma van dit bijzondere speciaalbier neemt je mee naar onze eigen hoptuinen in de buurt van Gulpen. 100% biologisch voor 100% smaak.

## GULPENER LENTEBOCK

**gisting:** laag / **ingrediënten:**  
gerstemout, hop, bronwater / **smaak:**  
bloesem, amandel & honing /  
**alcoholpercentage:** 6,5% Vol. /  
**lekkerste bij:** 6-8 °C

In de 17e eeuw werd het beste bier gebrouwen in het plaatsje Einbeck in Noord Duitsland. Geliefd door Beierse hertogen, maar door accijnzen en transportkosten onbetaalbaar. De hertogen kopieerden het bier in hun eigen brouwerij. In het Beiers sprak men 'Einbeck' uit als 'Ainpock' en vervolgens 'Ein Bock'. Lente Bock is de favoriet van onze meesterbrouwer.

## GERARDUS BLOND

**gisting:** hoog / **ingrediënten:**  
gerstemout, hop, bronwater /  
**smaak:** bitter & zoet /  
**alcoholpercentage:** 6,5% Vol. /  
**lekkerste bij:** 12-14 °C

De paters en broeders van klooster Wittem hadden een bijzonder bier recept in hun bezit. Nadat het jarenlang in hun bibliotheek lag en men het haast was vergeten, blies onze meesterbrouwer het nieuw leven in. Het enige echte kloosterbier van Nederland. Een deel van de omzet is bestemd voor het behoud van het schitterende Wittense klooster.





## GULPENER DORT

**gisting:** laag / **ingrediënten:**  
gerstemout, hop, bronwater /  
**smaak:** zomerbloemen & rogge /  
**alcoholpercentage:** 7% Vol. /  
**lekkerste bij:** 10-12 °C

In Gulpen geven we mensen die iets op hun hart hebben al snel een aantal Dortjes. Ooit vernoemd naar de 'Dortmunder' bierstijl heeft dit bier een bijzonder kenmerk. Het opent je hart en laat vreugde binnen. Daarvoor is Dort: een lage gister die je verdriet doet wegzakken!



## GULPENER KORENWOLF ROSÉ

**gisting:** hoog & laag / **ingrediënten:**  
gerstemout, tarwemout, rogge, spelt,  
hop, rood fruit sappen, bronwater /  
**smaak:** vlierbes & framboos /  
**alcoholpercentage:** 3,5% Vol. /  
**lekkerste bij:** 5 °C

Door de Zuidelijke velden sluipt een wilde hamster. Een liefhebber van granen, maar ook rood fruit is favoriet. De korenwolf is de mascotte van ons zomerse frambozen bier.



## GULPENER SJOES

**gisting:** hoog & laag / **ingrediënten:**  
gerstemout, hop, bronwater / **smaak:**  
Pilsner & Oud Bruin, lichtzoet /  
**alcoholpercentage:** 4,5% Vol. /  
**lekkerste bij:** 5 °C

Op een dag was het glas Oud Bruin half leeg. Er was alleen Pilsner om het glas te vullen. De combinatie was fantastisch en Sjoes was geboren.



## GULPENER HERFSTBOCK

**gisting:** laag / **ingrediënten:**  
gerstemout, hop, bronwater /  
**smaak:** kersen & laurier /  
**alcoholpercentage:** 6,5% Vol. /  
**lekkerste bij:** 10-12 °C

In de 17e eeuw werd het beste bier gebrouwen in het plaatsje Einbeck in Noord Duitsland. Geliefd door Beierse hertogen, maar door accijnzen en transportkosten onbetaalbaar. De hertogen kopieerden het bier in hun eigen brouwerij. In het Beiers sprak men 'Einbeck' uit als 'Ainpock' en vervolgens 'Ein Bock'. Bock bier dus!



## GULPENER PUURZAAM

**gisting:** hoog / **ingrediënten:** gerstemout, hop, bronwater / **smaak:** fruit, fijne kruiden & milde carameltonen / **alcoholpercentage:** 6,5% Vol. / **lekkerste bij:** 8-10 °C

Een geheim genootschap gastronomen kwam bij elkaar om kennis uit te wisselen over bier en gastronomie. We stuurden een spion. Hij verzamelde alle informatie en stopte het in een fles. Puurzaam is de naam.



## GERARDUS DUBBEL

**gisting:** hoog / **ingrediënten:** 4 soorten gerstemout, hop, bronwater / **smaak:** noten & cederhout / **alcoholpercentage:** 7% Vol. / **lekkerste bij:** 10-12 °C

De paters en broeders van het redemptoristenklooster Wittem stonden bekend als harde werkers en goede bierbrouwers. Na een lange dag konden ze wel een glas stevig bier gebruiken. Tot 1952 brouwden ze dit zelf. Het traditionele recept met vier moutsoorten is in ere hersteld.



## GULPENER WINTERVRUND

**gisting:** hoog / **ingrediënten:** gerstemout, hop, bronwater / **smaak:** kruidnagel / **alcoholpercentage:** 8,5% Vol. / **lekkerste bij:** 10-12 °C

Bier wordt vaak gezien als een zomerse drank. Onze meesterbrouwer ontdekte een recept dat ook in tijden van kou je wangen weer kleur geeft. Stevig bier voor na een stevige winterwandeling!



## GULPENER OUD BRUIN

**gisting:** hoog & laag / **ingrediënten:** gerstemout, hop, bronwater / **smaak:** caramel & cacao / **alcoholpercentage:** 3,5% Vol. / **lekkerste bij:** 5 °C

Smaken verschillen. Omdat niet iedereen het bittertje in pilsner kan waarderen, brouwen wij Oud Bruin. Een bruin bier met een zoete smaak.



# LOGO'S EN KEURMERKEN OP DE GULPENER BIER ETIKETTEN

Alle 16 Gulpener bieren mogen het Milieukeurmerk voeren en zijn allemaal een Erkend Streekproduct. De biologische bieren mogen daarnaast ook nog het EKO-keurmerk gebruiken en zijn door 'HIER' beoordeeld als klimaat-neutraal.



Gulpener Bierbrouwerij is de eerste en enige brouwer in Nederland die het Milieukeur logo mag gebruiken. Milieukeur is een Nederlands keurmerk voor producten en diensten die het milieu minder belasten. De eisen van het keurmerk worden vastgesteld bij SMK (Stichting Milieukeur) in samenspraak met producentenorganisaties, detailhandel, de Nederlandse overheid, wetenschappers en consumenten- en milieuorganisaties. Onafhankelijke certificatie-instellingen controleren of producten/diensten aan de eisen voldoen. De eisen betreffen lagere milieubelasting onder meer op het gebied van grondstoffen, energie en water, schadelijke stoffen, verpakking en afval; ook is er aandacht voor onder andere arbeidsomstandigheden, dierenwelzijn, gewasbescherming, biodiversiteit, natuurbeheer en voedselveiligheid.



Het Erkend Streekproduct is een paraplukenmerk voor verschillende keurmerken. Het betekent dat het product en de grondstoffen uit een bepaalde streek komen. Ook de verwerking vindt plaats in die streek. Bij de productie is aandacht besteed aan het behoud en beheer van de karakteristieke waarden van het landschap en de natuur. Producten met het Erkend Streekproduct keurmerk voldoen aan de eisen van het EKO-keurmerk of Milieukeur. De Stichting Streekeigen Producten Nederland (SPN) geeft dit keurmerk uit.



NL-BIO-01  
EU LANDBOUW

Met het EKO-keurmerk wordt aangegeven dat het product biologisch is. Dat wil zeggen dat het product voldoet aan de Europese wettelijk gestelde normen voor ecologische producten en productiemethoden. De term biologische is wettelijk beschermd, en mag dus alleen gebruikt worden als een product het EKO-keurmerk mag gebruiken. Het gebruik van het EKO-keurmerk is aan strenge regels gebonden en slechts toegestaan na toestemming van Skal. De regels voor het gebruik zijn vastgelegd in een speciaal reglement.



De HIER klimaatcampagne is een initiatief van ruim dertig maatschappelijke organisaties die heel Nederland wil betrekken bij de oplossing van het klimaatprobleem. De oplossing van het klimaatprobleem komt het snelst dichterbij als het publiek, de consument en bedrijfsleven zich deel voelen van de oplossing. HIER steunt daarom alle stappen in de goede richting en is initiator van een veelheid van initiatieven.



Binnenkort staat dit logo op al onze etiketten. Het is een waarschuwing voor zwangere vrouwen met betrekking tot de risico's van het drinken van alcohol voor hun baby's.

## **COLOFON**

### **Concept**

Gulpener Bierbrouwerij

### **Ontwerp**

Vermeulen Coppen design+innovation

### **Teksten**

Ludo Diels, Pierre Hupperts en Catarina Silva (The Terrace), Gulpener Bierbrouwerij

### **Fotografie**

Rob Oostwegel, Philip Driessen

### **Eindredactie**

Maartje Rutten, Gulpener Bierbrouwerij

### **Drukkerij**

Schrijen-Lippertz FSC gecertificeerd

### **Papier**

Dit Duurzaamheidsverslag is gedrukt op volledig gerecycled papier

### **B.V. Gulpener Bierbrouwerij**

Postbus 51, 6270 AB Gulpen

Tel: 043 - 450 75 75

Fax: 043 - 450 75 00

info@gulpener.nl

www.gulpener.nl

www.facebook.com/gulpener

www.twitter.com/gulpener

Alles uit deze uitgave mag, mits onder vermelding van bron, zonder enig voorbehoud worden overgenomen.



Fulprener bier.  
Persoon bijzonder.  
Gebrouwen in ons familiebedrijf.  
Van duurzame granen en hop uit  
eigen streek. Verantwoord voor  
jouw wereld en natuurlijk lekker.