



DE NIEUWE GENERATIE SWINKELS

# ZO

KAN HET OOK





Ze spelen hun eigen spel, De Swinkels. Al bijna driehonderd jaar. Onvervalst Brabants, met bravoure, zonder brallen en met veel, heel veel Bavariabier. De nieuwste generatie met onder anderen Peer (36) en Frank Swinkels (40) aan het roer weet het waar te maken. „Racen in Moskou, oké, maar alleen rond het Kremlin.” Zo dus.

TEKST: LIZETTE VAN NEER

FOTO'S: PATRICK MEIS

**Z**e waren met de DutchDress de luis in de pels van de officiële biersponsor van de FIFA tijdens het WK Voetbal vorig jaar. Die creëerde, door de arrestatie van twee in oranje jurkjes gehulde Bavariababes onbedoeld de grootste reclame stunt wereldwijd. Toeval? Amerikaans acteur Mickey Rourke viert deels door zijn reclame campagne voor Bavaria alcoholvrij zijn comeback. Toeval? En zelfs 'Playboy' Hugh Hefner laat zich voor een campagne door de Brabanders strikken, en wordt prompt door zijn bruid verlaten, maar dat is echt toeval.

De campagnes illustreren de grote generatiewisseling in de directie van Bavaria ruim vier jaar geleden. Aan het roer van de brouwerij staan nu vijf neven, onder wie Frank en Peer Swinkels en één niet-familie lid. Ze vormen de zevende generatie binnen het bijna driehonderd jaar oude familiebedrijf.

Frank is als directielid verantwoordelijk voor financiën en export. Peer is als directielid verantwoordelijk voor global marketing, verkoop in de Nederlandse retail en PR. Denk niet dat hun bedje gespreid was in het concern. Beiden zijn juist niet uit eigen beweging het familiebedrijf ingegaan. Nee, je wordt gevraagd, is het credo van de heren, want eenieder bouwde al aan een florissante carrière buitenshuis. Peer bij Unilever, Frank bij de HSBC-bank. Maar in 2003 en 2002 kwamen ze dan toch 'thuis'.

In Moskou spreken we de neven waar Bavaria voor het vierde jaar op rij zijn huzarenstuk opvoert: Bavaria City Racing Moscow. Rondom



Peer Swinkels

het Kremlin. En als kers op de taart dit jaar zelfs met het F1-Ferrariteam, dat zich daarmee voor het eerst aan het evenement bindt.

#### **Hoe kwamen jullie op het idee van een autorace in de stad?**

Peer: „Ik krijg elke week bergen post, waarvan veel in de prullenbak beland, maar nu zat er een brief met dvd bij van twee kerels uit Rotterdam. Ze hadden een try-out gemaakt van een race. Na twee, drie minuten kijken wist ik genoeg. Dat gaan we doen. En als wij zoiets gaan doen, dan komt er echt olie in de machine. Na twee jaar bleek Bavaria City Racing Rotterdam zo succesvol – stel je voor 500.000 mensen die komen kijken – toen dachten we ‘wat als we het naar het buitenland brengen?’”

#### **En waarom in Moskou?**

„Rusland is een belangrijke markt voor ons. Al brainstormend kwamen we op Moskou. Maar we wilden het maar op één plek: rond het Kremlin en anders moeten we het niet doen. Vanuit Rusland werden allerlei alternatieven aangedragen, maar dan kwam er vanuit Lieshout toch 'nee'. We waren al driekwart jaar bezig toen pas zes weken ervoor het 'ja' kwam. En dan is het alle hens aan dek.”

#### **Zelfs voormalig premier Balkenende kwam eraan te pas.**

„Hij opende de Rotterdamse editie van Bavaria City Racing en toen hij daar in de tent stond, dacht ik: 'Ik moet hem aanschieten. Wilt u mij een plezier doen en een dvd voor ons meene-





Frank Swinkels

men?' Hij ging op handelsmissie naar Rusland met vertegenwoordigers van multinationals, dus binnen dat idee kon ik het wel vragen. Het kwam spontaan bij me op, ik had nog helemaal geen dvd. Ik heb Ivo Opstelten benaderd of hij wat voor het filmpje wilde vertellen en ikzelf heb over het evenement verteld. Je hebt het wel over het meest beveiligde stukje ter wereld. Er is één ingang van het Kremlin die grenst aan het race-circuit, en dat is precies de presidentiële ingang. Als Medvedev op zondag had bedacht dat hij nog naar kantoor ging, zou dat de race driekwartier vertragen. Uiteindelijk hadden we 62 handtekeningen van 26 verschillende departementen. Ja, het was een thriller die eerste keer. Ik heb er wel eens van wakker gelegen.

Het concept is – want we zien het als een exportproduct – dat je een lokale partij nodig hebt. Dat was voor ons uitgever Derk Sauer. Ik heb hem, toen hij even in Nederland was, gebeld en letterlijk onder een eitje tussen 8.00 en 9.00 uur heb ik hem gevraagd of hij het kon en wilde organiseren. Het toeval wilde dat Sauers persoonlijk assistente Svetlana bij Independent Media in Rusland gek is van racen en het altijd al haar droom was om zoiets te doen. Het echte werk wordt gedaan op het moment dat je daar aan de slag gaat. Frenkel Denie, mijn toenmalige rechterhand, heeft heel veel gedaan.”

#### Wat kenmerkt jullie manier van zakendoen?

Peer: „Je kunt nooit alles tevoren regisseren. Bavaria is een merk dat uitdaagt. Durf is be-

langrijk binnen Bavaria. ‘Zo.’ is uitdagend, een statement. ‘Zo,’ als in ‘zo kan het ook.’ Als je normaal gesproken als bezoeker naar de Formule 1 gaat, betaal je de hoofdprijs om op afstand in een flits de raceauto's voorbij te zien razen. Wij draaien het om. Wij brengen de F1 dicht bij het publiek, gratis en op een sympathieke manier. Tijdens Bavaria City Racing showen de bolides wat ze in huis hebben. Je ervaart de sensatie van wat zo'n F1-auto allemaal kan. Die letterlijke ‘Zo.’ zit erin. Alles moet eigen aan het merk zijn. Die Bavariatwist hebben.”

Frank: „Je moet de mensen in het leven verrassen. Wie houdt er nou niet van om verrast te worden? De consument wil niches en in de grote ‘bierwereld’ zijn wij dat in zekere zin ook. Als wij tot een groot concern behoorden, zou dit niet kunnen. Wij spelen ons eigen spel. Nu moeten we voor Italië een verrassing bedenken, want daar voeren we volgend jaar het nieuwe beeldmerk in.”

#### Hoe kom je aan je ideeën?

Peer: „Zoals gezegd soms per post. Maar het gaat er ook om dat je een bedrijfscultuur creëert die creativiteit stimuleert. Iedereen kan met een idee komen, inclusief ikzelf. Uiteindelijk moet ik in mijn rol wel de juiste marketing keuzes maken en de kunst is om vooral ook dingen niet te doen. Je moet focus creëren op de beste ideeën. Ideeën zijn er genoeg namelijk, maar de echt goede ideeën waarop focus kan komen, daar ligt mijn rol. Het gaat maar om één vraag. ‘Wat gaat het bijdragen aan het succes van ons bedrijf?’ Heb je niet meteen het antwoord dan moet je het niet doen.”

#### En geld helpt...

„Het is een misvatting dat je met heel veel geld alles voor elkaar krijgt. Juist met beperkte

## DE FAMILIE

In 1719 werd op de boerderij aan de Kerkdijk in Lieshout bier gemaakt dat in het dorp werd geruild tegen vlees en groenten. In 1764 trouwde Ambrosius Swinkels met zijn vrouw – eigenaresse van de boerderij - en zo kwam de brouwerij in de familie. Inmiddels vormt de zevende generatie samen met één niet-familieelid de directie, te weten: Jan-Renier, Pieter, Stijn, Peer en Frank Swinkels en Han van der Veen.



middelen krijg je creativiteit. Hoe kun je met marketing dát voor elkaar krijgen wat de grote concurrenten bereiken met hun grote budgetten. Het hangt vaak niet op een geldbedrag. Bavaria City Racing heeft een enorme spin-off, het is heel efficiënt. Je investeert één keer, maar dat doe je wel goed.”

### In hoeverre speelt toeval een belangrijke rol?

„Toeval komt nooit toevallig. Toeval zoekt je op. Het valt natuurlijk op zijn plek. Je hebt een strategisch spel gespeeld en toeval is wat je nodig hebt om het voor elkaar te krijgen. Maar toeval registreer je zelf. Als je een goed idee hebt, schep je de mogelijkheden en zoek je toeval op. Het zorgt ervoor dat ‘along the road’ dingen op hun plek vallen.”

### Zoals in Rusland, dat krijgt in 2014 nu wel een Grand-Prix.

„Daar hebben wij een belangrijke bijdrage aan geleverd. Daarmee wordt onze rol ook minder. Als een land geen Grand Prix heeft, is Bavaria City Racing voor het publiek heel interessant. We zijn aan het nadenken over andere landen.”

### Hoe is het om in je eigen familiebedrijf te komen werken? Lijkt me vreemd.

Peer: „Ik ben opgegroeid met het bedrijf. We

## DE BAVARIABRON

Bavaria beschikt over natuurlijk mineraalwater uit eigen bron, dat meer dan 10.000 jaar geleden in de Eifel viel en vandaar uit naar de Noordzee stroomt. De brouwerij in Lieshout ligt precies op die ader. In 1719 werd het water nog uit twintig meter opgediept, inmiddels uit 200 meter diepte. Het bedrijf heeft sinds 2004 een meerderheidsaandeel in Holland Malt BV, een samenwerkingsverband tussen Bavaria en de landbouwcoöperatie Agrifirm. Met een maximale capaciteit van 245.000 ton mout per jaar voorziet Holland Malt brouwerijen wereldwijd van kwalitatief hoogstaande mout, waardoor de bierkwaliteit gegarandeerd is. Bavaria is de grootste onafhankelijke brouwerij van Europa met een omzet van 433 miljoen euro per jaar. 65% van de jaarlijkse 6,5 miljoen hectoliter bier wordt geëxporteerd naar 120 landen.



Frank en Peer Swinkels op het circuit in Moskou

FOTO: FRITS VAN ELDIK

woonden allemaal in de omgeving Lieshout, ik dan in Gemert. We hebben een hele hechte familieband. Je bent opgegroeid met Bavaria en hoe je het dan ook wendt of keert, het is toch thuiskomen.”

Frank: „Mijn vader zei, ‘je komt alleen als je iets kunt toevoegen, niet alleen om te werken.’ Ik ben gekomen toen het me gevraagd werd. En ik voel me bevoorrecht. We willen niet op de beurs, we keren geen grote bonussen uit, er zijn geen excessen. Dat staat te ver van ons af. Dit is ons leven. Wij leven van de brouwerij en we lenen het van de kleinkinderen.”

### Hoe ging dat vroeger bij jou thuis – jong en alcohol?

Peer: „Thuis mocht ik op mijn zestiende mijn eerste biertje drinken. Nou vooruit, stiekem zal ik het op mijn vijftiende gedaan hebben. Mijn ouders waren terecht strikt als het gaat om alcoholgebruik.

Bier is in wezen een gezond product, maar het heeft een paradox in zich. Het bevat B-vitamines en veel voedingsstoffen, alleen..., het bevat alcohol. Zolang je het met mate drinkt – en gezond is twee glazen per dag – draagt het bij aan een gezonde levensstijl. Dat zijn ook de officiële richtlijnen van de Gezondheidsraad. Alleen zijn het de excessen die je hoort. Voor de politiek is dat lastig, daarom is er zoveel symboolpolitiek.”

### En daarom willen jullie maatschappelijk ondernemen?

„Dat doen we al heel lang. De ‘alcohol in het verkeercampagne’ - de BOB - is deels door de alcoholindustrie, de brouwerijen, bekostigd. Daarom hebben we ook Taxi Bavaria in diverse steden rijden. En daarom is voor ons het alcoholvrij bier een belangrijk segment. Al het gezonde van bier, zonder alcohol. Ik drink het heel veel. Bij de lunch voor mij geen melk, maar een Bavaria 0.0%.”

### Kun je een scheiding tussen werk en privé maken?

„Door-de-week is voor Bavaria, het weekend probeer ik grotendeels voor mijn gezin te houden. Maar privé en zakelijk lopen veel door elkaar. Je doet de deur van de brouwerij nooit dicht. Het beheerst je leven volledig. Daarom is het fijn om op bepaalde momenten je vrouw erbij te betrekken.”

### En wat heeft je vader Peter van jou geleerd?

„Van mij? Ik van hem! Mijn vader is een enthousiast iemand. Als wij ergens mee bezig zijn, kan hij zijn enthousiasme niet onder stoelen of banken steken. Op marketing gebied speelt hij voor mij een belangrijke rol. Het is ons beider vak, daar praten we over. Maar het familiebedrijf draait om de familie, dat wil zeggen: alle familieleden en medewerkers.”