

# 'Als we ons kwaad maken, kunnen we heel Nederland van bronwater voorzien'

Eind 2001 werd in het Drentse Annen een begin gemaakt met de commerciële productie en het vermarkten van natuurlijk mineraalwater. Verantwoordelijk daarvoor is de VOF Anloo waarin de Waterleidingmaatschappij Drenthe (WMD) en de ondernemer (en oud-diskjockey) Willem van Kooten als aandeelhouders participeren. Met dit initiatief wordt er (weer) een noordelijke bodemschat, na olie, gas, zout en thermaal bronwater, geëxploiteerd: 'Anl'eau, een fris Drents mineraalwater voor een gezonde levensstijl'. Eau d'Anloo als een natuurlijke dorstlesser met een speelse verwijzing naar het nabijgelegen dorp met deze naam.



● Commercieel manager Tom Spiekerman: 'Wie in een Zuid-Europees restaurant water bestelt, krijgt een fles bron- of mineraalwater op tafel.'

Het project kwam uit de koker van WMD-directeur Karst Hoogsteen die Van Kooten in 1999 daarvoor wist te interesseren. De waterbron - er zijn twee putten geslagen - was in datzelfde jaar erkend door het

ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) als een 'natuurlijke waterbron'. Deze erkenning door het departement mag als een kwaliteitsgarantie voor Anl'eau worden beschouwd.

De bron bevindt zich in het 200 hectare grote waterwingebied Het Hunzedal dat bestaat uit graslanden en een beekdal waar de flora en fauna rijkelijk gedijen. Het terrein, waarin het riviertje de Hunze meandert, ligt tussen de dorpen Eext, Annen en Eexterveen. Overigens werden de plannen voor de winning en exploitatie van het bronwater aanvankelijk niet zonder slag of stoot ontvangen. De Milieugroep Aa en Hunze tekende bezwaar tegen deze beoogde activiteiten aan. Er werd zelfs gesproken van een 'krankzinnig commercieel plan in het kwetsbare Hunzedal'. Hun protesten kregen echter niet bijster veel bijval en werden dan ook niet door de autoriteiten gehonoreerd.

Het mineraalwater wordt aangeboord op een diepte van zo'n 150 meter. Per put mag er jaarlijks maximaal 50 miljoen liter naar boven worden gehaald. Volgens commercieel manager Tom Spiekerman van de vennootschap onder firma is het 'zo'n 1000 jaar oud'. Het reservoir, dat onder andere wordt gevoed door regenwater, heeft een inhoud waaruit de Bottelarij Het Hunzedal tot in lengte van jaren probleemloos kan putten. 'Ik heb wel eens gehoord dat als we ons kwaad maken, we heel Nederland van dit bron- en mineraalwater kunnen voorzien', zo zegt hij. Daarmee wordt meteen aangegeven dat de onderneming primair een productiebedrijf is, een mineraalwaterfabriek. Volgens de commercieel manager zijn er in

Nederland zo'n tien locaties waar bron- dan wel mineraalwater wordt gewonnen.

Uitgelegd wordt dat de waterproductie in Annen, na zuivering en ontijzering, bestaat uit bron- en mineraalwater (met dezelfde samenstelling en kwaliteit) en ro-water. Bronwater hoeft per definitie niet aan de bron te worden gebotteld. Het mag eventueel per tankwagen naar de afnemer worden vervoerd. In Annen wordt het bronwater echter ter plekke afgevoerd. Om het predikaat mineraalwater te mogen voeren moet het water per se wel op de winlocatie worden gebotteld.



Het ro-water (reverse osmose) wordt in opdracht gedemineriseerd waarna er weer mineralen worden toegevoegd en vervolgens wordt het afgevoerd. Er is als het ware sprake van een 'waterkwaliteit op maat'. Jaarlijks haalt het WMD in Het Hunzedal zo'n drie miljard liter water uit de grond aan de hand van de voorwaarden van de Waterleidingwet en het Waterleidingbesluit. De kwaliteit van dit water is nagenoeg gelijk aan het bronwater van Anl'eau, maar de

behandeling van dit minerale water vindt expliciet op een natuurlijke wijze plaats. Uiteraard wordt er ook bij de bottelarij de nodige aandacht aan de kwaliteitsborging, met het accent op de hygiëne, besteed.

In de bottelarij in Annen zijn twee productielijnen operationeel. In eerste instantie begon Het Hunzedal met het bottelen van het mineraalwater voor coolers die in kantoren worden opgesteld. Het gaat om polycarbonaat flessen met een inhoud van vijf gallons (18,9 liter). De bulk van de waterproductie werd vorig jaar in ruim 500.000 van deze hervulbare cans gebotteld en voor dit jaar

wordt gerekend op een productie van circa 600.000 van deze flessen.

Daarmee heeft VOF Anloo een aandeel van ruim 15% op de kantorenmarkt verworven, op een totaalvolume van zo'n 75 miljoen liter. Verwacht wordt dat dit percentage in de komende jaren verder kan worden opgevoerd.

Spiekerman: 'Momenteel zijn deze watercoolers in de helft van het kantorenbestand in Nederland geplaatst. Dit systeem is vanuit de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk naar ons land overgewaaid.' Door gebruik te maken van de distributiediensten van de groothandel Feyen in Coevorden is er voor de cans van Anl'eau een landelijke dekking georganiseerd. 'Heel belangrijk voor de verspreiding van dit product, inclusief de watercoolers, is het gegeven dat er een goede en alerte service wordt gerealiseerd.'

Het overgrote deel van deze flessen gaat naar waterleveranciers als Viteau (mineraalwater), Aqua Light en H2O (beide ro-water) en een aantal kleinere ondernemingen. Daarnaast wordt ongeveer 10% van de cans naar de Bondsrepubliek geëxporteerd.

Per hoofd van de bevolking wordt er in ons land jaarlijks gemiddeld zo'n twintig liter gebotteld water gedronken, in landen als België, Frankrijk en Duitsland ligt dit kwantum op het vijfvoudige, dus in doorsnee zo'n 100 liter per persoon.

'Het heeft daar te maken met de aandacht voor de kwaliteit van het water en ook met de eetcultuur. In de zuidelijke Europese landen wordt er altijd fleswater bij de maaltijd gedronken. Wie in een Zuid-Europees

- Voor dit jaar wordt gerekend op een productie van circa 600.000 van deze flessen met een inhoud van vijf gallons.



restaurant water bestelt, krijgt een fles bron- of mineraalwater op tafel. In Nederland begint deze cultuur ook steeds meer in zwang te komen, alhoewel er toch nog regelmatig naar een karaf leidingwater wordt gevraagd.'

In 2004 werd door de Bottelarij Het Hunzedal een tweede productielijn in gebruik genomen, gericht op het vullen van glazen driekwart literflessen en polyethyleenflessen met een inhoud van vijf, respectievelijk een

### 'Daar doen we niet aan mee, we willen een redelijke winstmarge kunnen berekenen'

halve liter. Deze petflessen worden vóór het afvullen via het blow molding (extrusie)-proces op de juiste inhoudsmaat gebracht. Het gebruik van de halve liter flesjes is (ook) in Nederland zo langzamerhand een ware rage geworden. De jeugd en sporters maken er bijvoorbeeld massaal gebruik van. Het uitdelen dan wel de verkoop van deze petflesjes tijdens diverse evenementen en manifestaties, zeker in de zomer, kan als 'in' worden getypeerd. Spiekerman betoogt dat als gevolg van de prijzenslag in de supermarkten er (te) weinig rendement op de verkoop van deze kunststofflesjes wordt gemaakt. 'Er mag wel worden gesproken over een wateroorlog, ze dienen als een 'trekker' voor de consument en in dat kader worden ze zelfs onder de kostprijs verkocht. Daar doen we niet aan mee, we willen een redelijke winstmarge kunnen berekenen. Als dat erin zit dan gaan we ons zeker ook nadrukkelijk in de supermarkten manifesteren. Ons marktaandeel voor deze kleine(re) flessen is tot dusver als gevolg van onze terughoudende opstelling, echter beperkt.'

De bottelarij produceert via deze tweede lijn dan ook hoofdzakelijk voor private labels, voor (tientallen) derden dus. De grootste order in de afgelopen twee jaar was afkomstig van het dagblad De Telegraaf, 550.000 flesjes voor hun H2O Holland-actie. 'Op dit marktsegment van de private labels zullen we ons voorlopig blijven richten. Bovendien willen we via het zogenaamde grijze circuit - verenigingen, benzinepompen, campings, et cetera - onze petflessen en -flesjes in de markt gaan zetten. De glazen flessen, ook met ons merk Anl'eau, gaan naar de (betere) restaurants in Nederland. In de provincie Drenthe hebben we met Anl'eau, een typisch Drents product dus, een redelijk marktaandeel gecreëerd en in andere landsdelen groeit onze naams-bekendheid eveneens.'

Anl'eau kan zowel met als zonder koolzuur worden geleverd. Volgens Spiekerman is de huidige trend dat er steeds minder vraag naar water 'met bubbels' bestaat.

Aanvankelijk wilde de leiding van VOF Anloo graag gebruik maken van de bestaande distributiekanaalen richting de vaderlandse horeca en slijterijen. Met name voor de glazen driekwart liter flessen. Daarvoor werd contact gezocht met de bierbrouwer Grolsch, maar dat leidde niet tot een positief

resultaat. Spiekerman sluit echter niet uit dat in de toekomst er alsnog zaken kunnen worden gedaan met een bekende drankenproducent als distributeur. 'We zoeken structureel naar mogelijkheden om onze waterafzet te vergroten. In Nederland is het Belgische merk Spa Monopole met een marktaandeel van 60% dominant op de horeca- en consumentenmarkt aanwezig. Op afstand neemt Bar le Duc (United Soft Drinks) een tweede positie in en Sourcy (Vrumona) is - weer - op afstand derde.'

Het bronwater voor deze beide Nederlandse merken wordt uit de Utrechtse Heuvelrug gewonnen.

In Annen is de productielijn voor de cans inmiddels rendabel. De verwachting bestaat dat de tweede 'kleine' lijn over een jaar of drie ook winstgevend zal zijn. 'Ik wil daar liever niet teveel over kwijt', zo wordt er door Spiekerman betoogd. Het jaarlijkse Nederlandse marktvolume voor dit gebotelde fleswater is ongeveer 250 miljoen liter. In de modern geoutilleerde bottelarij is de automatisering van het productieproces zover mogelijk doorgevoerd. Er werken tijdens hoogtijdagen in de zomerperiode maximaal tien mensen. Veel directe werkgelegenheid heeft dit waterproductiebedrijf niet opgeleverd, maar de activiteiten bieden in ieder geval een aanvullende dimensie aan het beeld van de natuurrijke provincie Drenthe. Een extra cachet aan de slogan Da's nou Drenthe!, zeker in een tijdsbestek dat duurzame (culinaire) streekproducten steeds meer in de publieke belangstelling komen te staan.

⇨ Tjakko Kars ⇨ Rudy Leukfeldt



- Er werken tijdens hoogtijdagen in de zomerperiode maximaal tien mensen.