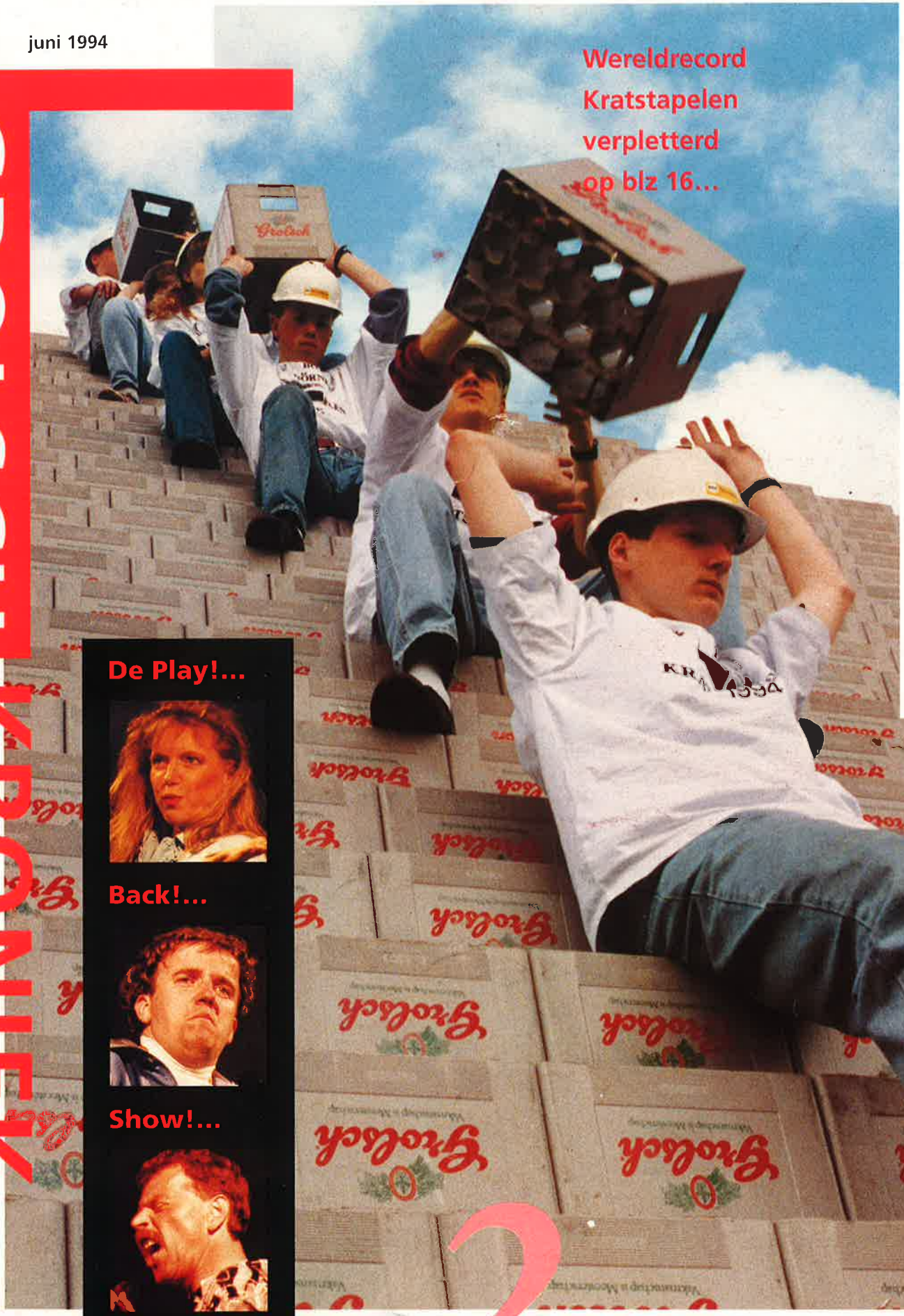
juni 1994

GROLSCH KRONIEK

jaargang 14



Wereldrecord Kratstapelen verpletterd op blz 16...

De Play!...

Back!...

Show!...

Op blz 30!...

Redactie
Grolsche Bierbrouwerij Nederland B.V.
Kantoor Enschede
Postbus 55, 7500 AB Enschede

Grolsch

Grolsch Kroniek
Nr. 2, 14e jaargang,
juni 1994.
Een driemaandelijkse uitgave,
bestemd voor het personeel
van Grolsche Bierbrouwerij.

Redactie-adres
Grolsch Kroniek
Postbus 55
7500 AB Enschede

Redactie-raad
J. Analbers
P. van Rooijen
L. Wevers
A.J.M. van Lith
E. Kouwen
H. Holstein
G. ten Cate
P.E.A. Könings

Vaste medewerkers
H. Meijer
P.R.C.M. Schnellen
A. Wopereis
H. Schovers
J. Oude Breuil

Ontwerp
Concepts Design,
Amsterdam
(Renate Jonker,
Huib van Opstal)

© 1994 – Nadruk van deze uitgave in welke vorm ook, geheel of gedeeltelijk, in het Nederlands of in enige andere taal, is zonder schriftelijke toestemming van de uitgever niet toegestaan.

Het leven is één wedstrijd-met-veel-pauzes

Elk jaar spelen we een wedstrijd, elke maand, elke week, ja zelfs iedere dag. We spelen wedstrijden om een beter resultaat, om de concurrent af te troeven, om een begeerd horeca-punt tot klant te maken, om een betere schap-positie, om een betere logistieke begeleiding en uitvoering. Je kunt je afvragen: spelen we wel eens géén wedstrijd?

van de Redactie

Gelukkig wel. Dan hebben we het over ons plezier, ons genoegen en over onze vreugde. Al weken zijn we aan de buis gekluisterd.
De voorronden zijn inmiddels geweest. De potentiële kandidaten voor de achtste finales hebben zich reeds gepresenteerd. Wat een wedstrijden!
Dichter bij huis komen wij weer *Jos Lansink* tegen. Na al die successen, na al die Grote Prijzen, zal hij zich binnenkort in Geesteren presenteren, aan zijn eigen streekbewoners; en daarna in Den Haag.
De jongens en meisjes uit Albergen hebben hun wedstrijd al gespeeld én gewonnen. Hún doel was het wereldrecord Kratstapelen in het *Guinness Book of Records* te krijgen: gehááld!
En wat te denken van een Playback Show? Ook dat was een wedstrijd om van te smullen. Eerst hard repeteren, dan de zenuwen vooraf, op je beurt wachten en dan de bühne op. Gelukkig, het is voorbij: 'Het ging hartstikke goed'.
De uitslag was nog spannender. Dan de oplevering van de Grolsch-afvalwaterzuiveringsinstallatie. Oók een wedstrijd. Een race tegen de klok. Ook die werd gehaald. Op de afgesproken dag, kon de installatie proefdraaien. En ons afvalwater wordt mooi gezuiverd.
Zo ziet u maar. Het leven is gevuld met oefenpartijtjes en echte wedstrijden. Het is net een WK. Reuze serieus, soms alles of niets, maar ook omdat je er plezier aan beleeft. En dat laatste is ontzettend belangrijk. Leest u de volgende pagina's maar op uw gemak.
U wordt er weer een stuk wijzer van.

P. Könings



Opzienbarende opgravingen in Groenlo

Bennie Klein Tank had het plan opgevat zijn garage wat groter te gaan maken. Daarvoor moest wel enig graafwerk voor een bouwput worden verricht. _Kevin Schuurmans,_ een bijdehante buurjongen van Bennie, kwam met zijn eigen schep wat assisteren. En warempel, hij stootte op iets hards: het was van glas. Een glazen fles, nee, een groene beugelfles! Omzichtig werd er toen verder gegraven en ja hoor, een hele verzameling van wel zo'n 40 flessen kwam boven de grond. Allemaal flessen van _Bierbrouwerij De Klok_ met het jaartal er nog op. Een aantal flessen was zelfs nog met bier gevuld. Een bewijs dat die beugels toch wel erg goed sluiten. Al redenerend kwam Bennie tot de conclusie, dat deze flessen meer dan 40 jaar geleden onder de grond zijn gestopt. Waarom? Dat zal altijd een vraag blijven. Bennie, die net als zijn broer, al jaren bij onze brouwerij werkt is geweldig trots en blij met deze vondst.

Nieuwe samenwerking over de grenzen

In de afgelopen periode heeft Grolsch N.V. twee belangrijke samenwerkingsovereenkomsten afgesloten: één in de vorm van een joint venture met de Engelse bierbrouwer _Bass,_ die tevens marktleider is, en één in de vorm van een distributie-contract met _Brau und Brunnen,_ de tweede drankengroep in Duitsland. Over de achtergrond van deze transacties was in de vorige _Grolsch Kroniek_ al het nodige te lezen. Op 28 april waren ruim 80 Brau und Brunnen-mensen van Marketing, Verkoop en Distributie bij ons in Enschede een volle dag op bezoek; dit ter voorbereiding op de introductie van ons kwaliteitsbier deze zomer in een geselecteerd aantal café's van Brau und Brunnen. Wie zijn deze nieuwe partners, die er inmiddels voor zorgen dat nog meer liters van ons premium pils in de dorstige kelen van de Engelsen en onze oosterburen gaan verdwijnen?

van de Directie

Bier per pint

De *pub* (een afkorting van 'public house') is voor de Engelsen hun tweede thuis. Dit is niet zomaar een lokaal waar bier wordt getapt, maar zoals zij zelf zeggen 'it's a way of life'. In Engeland is alles anders: men verplaatst zich niet alleen links op de weg, men drinkt ook 80% van al het bier buitenshuis. In de meeste andere Europese landen is dat juist omgekeerd.

Daar slaan de consumenten hun edele gerstenat bij voorkeur in met kratten om hun bier vooral thuis te nuttigen. De Engelsen zijn verzot op hun *lager* (pils), *ale, stout, bitter* en andere biersoorten. Per hoofd van de bevolking gaat er jaarlijks zo'n 110 liter doorheen (vergelijk Nederland: 85 liter in 1993). Zie hier in een notedop, waarom Grolsch zo ingenomen is met de samenwerking met Bass, want daardoor komen duizenden pubs binnen ons bereik om de Engelse

'… In Engeland is alles anders: men verplaatst zich niet alleen links op de weg, men drinkt ook 80% van al het bier buitenshuis …'

consument aan ons Grolsch-pils te krijgen. De Engelse marktleider met een aandeel van maar liefst bijna 25% levert zijn produkten aan meer dan 30.000 pubs en andere horeca-punten, zoals restaurants, bowlingbanen, wedkantoren, sportkantines, enz. Van al die pubs heeft Bass er ongeveer 2.700 in eigendom, zijn er circa 1.400 gehuurd en zitten de overige 26.000 in hun distributienetwerk in de zogeheten *free on trade*-sector. De grootste merken die Bass voert zijn *Carling Black Label* en *Tennent's*. Onder de ales (donker, bovengistend en enigszins bitter smakend) treffen we aan: *Stones, Bass, Toby* en *Worthington*. Maar Bass verdient lang niet al zijn geld met bier, dat in meer dan 10 brouwerijen vervaardigd wordt. De onderneming

…lees verder op pagina 4…

In het bierenassortiment van *Bass* treffen we o.a. aan: *Carling Black Label, Tennent's Extra, Bass Draught Ale, Stones Best Bitter* en *Worthington.*



...vervolg van pagina 3...

bezit ook de *Holiday Inn*-keten, die wereldwijd meer dan 1.700 hotels omvat; voorts zijn er 870 punten waar gewed kan worden op de paardenraces of, om enkele andere voorbeelden te noemen, 160 bingoclubs en 100 bowlingbanen, waar Bass-bieren getapt worden. Ongeveer 6% van de omzet komt uit frisdranken, waaronder *Britvic Corona,* nummer 2 in Engeland, met een marktaandeel van 15%. Daarnaast bezit Bass een belang van 40% in *Bacardi* en 40% in *Martini,* waaruit blijkt dat onze Engelse partner ook actief is in *spirits.* Bass had met al deze activiteiten in 1993 een omzet van f 12,7 miljard! Voor deze omzet zorgden in totaal 81.000 medewerkers (incl. parttime). Engelse financiële analysten wezen er al lang geleden op dat deze biergigant maar weinig zwakke punten kent. Eén van die punten was het ontbreken van een premium lager in het bierassortiment. Grolsch Premium Lager heeft deze leemte nu opgevuld, zodat er voor Bass in principe niets meer in de weg staat om uit volle overtuiging ons in Engeland zeer hoog aangeschreven pils te gaan verkopen: van exact dezelfde samenstelling en smaak zoals we dat hier in Nederland genieten.

'Das reinste Vergnügen!'

Zo luidt al sinds mensenheugenis de slogan van de Duitse bierindustrie en zo treft men de Duitser aan, na een dag hard werken in zijn *Kneipe, Stube, Gasthof* of in de moderne *Pils Bar:* 'Bitte bringen Sie noch eine!', want hij kan geen genoeg krijgen van zijn *Pilsener, Märzen, Weizen* of *Altbier.* Zijn auto en z'n bier, de Duitser gaat ervoor door het vuur. Nergens ter wereld wordt meer bier gedronken: 144 liter per hoofd van de bevolking per jaar. 'Das reinste Vergnügen, seit 1516', het jaar waarin het *Reinheitsgebot* van kracht werd. Dit wordt vandaag de dag nog steeds toegepast in meer dan 5.000 afzonderlijke biermerken uit zo'n 1.200 brouwerijen. Brau und Brunnen bezit er een kleine 20, hoofdzakelijk regionaal georiënteerde brouwerijen, met meer of minder bekende merken: *Dortmunder Union, Schultheiss, Brinkhoff's No 1, Iserlohn, Einbeck,* enz. Tezamen vertegenwoordigt deze bonte verzameling brouwerijen een volume van ongeveer 7 miljoen hectoliter per jaar. Brau und Brunnen is bijna even groot in frisdranken met circa 6 miljoen hectoliter. Iedereen kent het merk *Apollinaris* dat marktleider is. De drankengroep bezit een distributienetwerk over vrijwel geheel Duitsland (met uitzondering van





'...Zijn auto en z'n bier, de Duitser gaat ervoor door het vuur. Nergens ter wereld wordt meer bier gedronken ...'

Beieren) waarmee zij 29.000 punten in de 'Gastronomie' belevert. De grote expansie is van de laatste jaren, sedert het opengaan van de grenzen in Oost Europa: zo werden belangen genomen in de Roemeense brouwerijen *Ursus* (60%) en *Haber* (15%) en in de grote Bulgaarse brouwer *Kamenitsa* (67%). Ook in het voormalige Oost Duitsland en Polen vonden gehele of gedeeltelijke overnames plaats. Hun jongste activiteit op dit gebied is, zoals we weten, de aankoop van de *Wicküler Groep.* Brau und Brunnen is daarnaast actief op een heel ander gebied, namelijk onroerend goed. De Groep bezit meer dan 2 miljoen m^2 grond op uitstekende plaatsen in grote Duitse steden. Dit is voortgekomen uit de sanering die jaren geleden op gang is gekomen. Daarbij zijn vele kleine, in het hart van de binnensteden gelegen, brouwerijtjes gesloten. Het zal niemand verbazen dat deze lapjes grond inmiddels heel veel waard zijn, waarmee Brau und Brunnen goede zaken doet. Met in totaal 5.700 medewerkers werd in 1992 een omzet geboekt van bijna f 2 miljard. De transactie van Grolsch met Brau und Brunnen vertoont veel overeenkomst met die van Bass: Ook de Duitsers misten in hun bierenassortiment, dat verkocht wordt in de gemiddelde prijsklasse, een absoluut premium pils om tegemoet te komen aan de stijgende behoefte bij de Duitse consumenten aan een importbier van hoog niveau. De Duitsers zelf voorspellen dat dit premium importsegment de komende jaren sterk zal stijgen. De aangegane samenwerking is weliswaar uniek maar natuurlijk géén 'garantie' tot succes, want het merk, het concept Grolsch moet zich in Duitsland nog wel bewijzen. Aan ons topbier kan het echter niet liggen. Dat is immers 'das reinste Vergnügen!'.

C. Dubbeldam



De zomer is begonnen. Het enige jammere is dat het meibokseizoen inmiddels is afgelopen maar deze Grolsch Kroniek laat u nog volop van meibok genieten met stukjes van *H. Johannink* en *H. de Mari.* VVM of *Vandaag Voor Morgen* is één van de kernbegrippen geworden in onze relatie met de grootwinkelbedrijven; *B. van Lith* heeft hier een interessante bijdrage over geschreven.

Nieuws van Commercie

***N. Pauli* zet uiteen hoe de verbanden liggen tussen onze diverse reclame-uitingen terwijl *J. Westendorp* beschrijft hoe goed en belangrijk de opening van De Graafschap in Doetinchem is geweest.**
Zoals gebruikelijk krijgt u ook een keuze uit nieuwe Grolsch horecabedrijven en als neusje van de zalm Grolsch in Antwerpen.

J. Troch

Grolsch Meibok-festival 1994

Donderdag 12 mei (Hemelvaartsdag) was het zover: het eerste *Grolsch Meibok-festival* op de Oude Markt in Enschede. Het festival werd uitvoerig aangekondigd middels een door de plaatselijke horeca gemaakt promotieplan. Op de voorpagina's van *Tubantia* en de *Twentsche Courant* is geadverteerd. Daarnaast stonden overal in Enschede en Hengelo houten driehoeksborden om de lantaarnpalen heen. Het thema van het festival dit jaar was Montmartre in Enschede en er waren die dag dan ook diverse Franse accenten te ontdekken, zoals straattekenaars, portretschilders, profielknippers, een accordeonist en franse muziek.



Ons heerlijke Meibok werd exclusief geschonken tegen een 'kennismakingsprijs' van f 2,50 in een Grolsch promotiestand. Men heeft die dag overweldigend kennis gemaakt met ons heerlijke bier. Men kon voor f 2,– extra het glas houden en diverse festivalbezoekers gingen dan ook met meerdere Meibok-glazen naar huis. Mede doordat Hemelvaartsdag dit jaar een werkelijk schitterende, warme dag was, kwamen er duizenden mensen op het Grolsch Meibok-festival af. De terrassen bij de horecabedrijven zaten constant vol. Schattingen spreken van 20.000 bezoekers. Op de late avond trad de band *Les Charmeurs* op en die kreeg met haar Franse, Gypsy Kings-achtige muziek de voetjes van de vloer en de handen op elkaar. Een schitterende zomerdag die veel belooft voor onze Meibok-afzet in 1994.

H.J. de Mari

Mmm... Meibok met asperges!

Op het moment dat u deze *Grolsch Kroniek* ontvangt is het meibokseizoen 1994 alweer verleden tijd. Het was in alle opzichten succesvol. Zowel de afdeling Thuisverbruik als de afdeling Horeca hebben veel meer Grolsch Meibok verkocht dan vorig jaar. Ons jongste kindje groeit dus goed en daar zijn wij allemaal erg blij mee.
Het meibokseizoen begon enigszins merkwaardig. Wellicht kunt u zich Pasen (3 en 4 april) nog herinneren, het leek wel kerstmis. Nederland werd bedekt onder een laag van 10 cm sneeuw. Bepaald geen meibokklimaat. Gelukkig herstelde moeder natuur zich en hebben we toch een redelijke hoeveelheid zonnestralen mogen ontvangen. Het eerste glas Grolsch Meibok kon op 4 april in de kantine worden geproefd. Om dit samenzijn nog eens extra te veraangenamen hebben we met een flink aantal mensen enige culinaire versnaperingen bereid. Maar liefst 150 kilo asperges werden onder grote hilariteit geschild. Daarnaast werden er flinke hoeveelheden ham gekookt en zijn vele honderden kippen eierloos geworden. Al met al was het een uiterst smakelijke en gezellige bijeenkomst en bovenal een goede start voor ons Grolsch Meibok. Voor volgend jaar zou het echter voor alle vrijwilligers wel wat dankbaarder werk zijn als de opkomst van de Grolsch mensen wat groter zou zijn. Tot volgend jaar!

Henk Johannink





Met het vooruitzicht op het eerste Meibok werd door de afdelingen *Technische Dienst, Laboratorium* en *Marketing* geschild dat het een lieve lust was.



Op een dag... in 1994!

Het reclamevakblad *NieuwsTribune* schreef dat Grolsch het sterkste biermerk van Nederland lijkt te worden. Een consistente reclame-aanpak door de jaren heen heeft hiervoor de basis gelegd; dit heeft Grolsch inderdaad – niet alleen in reclame – hoog in het vaandel staan. Daarom is het dan ook geen tijd voor een totaal nieuwe reclamecampagne, maar voor een verdere evolutie van de 'Op een dag...'-campagne. Op 2 januari 1987 werd de eerste Grolsch-commercial op televisie uitgezonden met als thema: *'Op een dag drink je geen bier meer maar drink je Grolsch'*.

Vervolgens werd dit thema ook vertaald in tijdschriften-advertenties en buitenreclame. De campagne scoorde dermate goed dat consumenten alleen al de vermelding van de woorden 'Op een dag...' automatisch associeerden met Grolsch. De 'Op een dag...'-campagne scoort op dit moment de hoogste bekendheid van alle huidige biercampagnes. Uit onderzoeken die wij regelmatig houden onder consumenten om de waardering van de Nederlandse bierdrinkers voor Grolsch te achterhalen blijkt dat de consument de campagne in zijn geheel nog hoog waardeert maar dat de waardering op enkele aspecten voor verbetering vatbaar is. Daarom zullen wij in 1994 een aantal accenten anders leggen. Om dit te realiseren zijn een aantal nieuwe uitingen geproduceerd.

Media

Televisie en bioscoop **Er is een nieuwe tv-commercial geproduceerd, die sinds maandag 25 april regelmatig op televisie te zien is. De typische Grolsch-eigenschappen: eigenzinnigheid, bewuste keuze en individueel genieten zijn in deze commercial centraal gesteld. Omdat deze eigenschappen meer benadrukt worden dan in de vorige commercials worden die niet meer ingezet. Vanaf 5 mei wordt deze commercial in een langere versie, gedurende een aantal perioden ook in de Nederlandse bioscopen vertoond.**



Een voorbeeld van onze nieuwe reclame.

Buitenbeeld **Onze beugelfles heeft altijd centraal gestaan in de Grolsch-reclame. Het is het handelsmerk van Grolsch geworden. Iedereen associeert Grolsch automatisch met de beugelfles en andersom. Met de beugelfles onderscheiden wij ons heel sterk van de concurrentie. Anderzijds weten te veel Nederlandse bierdrinkers niet dat Grolsch ook een pijpje heeft.**

Ook het pijpje is voor ons erg belangrijk. Daarom heeft het Grolsch-pijpje een belangrijke positie gekregen in onze buitenreclame (o.a. de bushokjes). Hiervoor zijn een aantal afbeeldingen geproduceerd (o.a. Beroemd Duo), die een aantal weken in het straatbeeld te zien zullen zijn.

Tijdschriften **In de tijdschriftenadvertenties zullen een aantal onderscheidende produkteigenschappen van Grolsch (o.a. langer lageren) benadrukt worden. In economisch mindere tijden wordt de consument kritischer op zijn aankopen. Een merkprodukt mag nog wel duurder zijn, mits het dan ook van een betere kwaliteit is. Grolsch heeft een aantal eigenschappen waarmee wij ons kwalitatief positief onderscheiden. Het benadrukken van deze eigenschappen zal de kwaliteitspositie van Grolsch verder verstevigen. Wij zijn ervan overtuigd dat wij met deze reclame-uitingen het merk Grolsch nog sterker zullen maken.**

N. Pauli



De afdeling Automatisering schreef een apart programma voor dit project, v.l.n.r.: *F. Milané, J. Egberink* en *J. Beverdam.*

VVM... VV Wat?!...

Oudere werknemers van Grolsch weten zich de tijd nog haarfijn te herinneren dat het vervoer van het Grolsche bier nog plaatsvond met paard en wagen. Zij kunnen boeiende anekdotes vertellen over hoe het er destijds aan toeging. Een bekend verhaal is dat van de koetsier die 's morgens de brouwerijpoort met paard en wagen uitrijdt en die zijn bestelling gedurende de dag aflevert zonder dat hij z'n paard hoeft te leiden of hoeft aan te geven wanneer het moet stoppen bij een klant. Zo vertrouwd was het dier met de route en met de klanten.

Het zegt iets over de snelle ontwikkeling die heeft plaatsgevonden op het gebied van vervoer als je vroeger vergelijkt met de kolossale, imposante vrachtwagens waarmee het Grolsch-bier nu overal wordt afgeleverd bij onze klanten. Ook de komst van de telefoon bracht de afstand tussen een bestelling met dagen en uren terug naar seconden. Uit de laatste jaren stamt het fenomeen fax dat het mogelijk maakt om schriftelijk bestellingen door te seinen aan een leverancier zonder dat er nog een mensenstem aan te pas komt. Een en ander heeft een economische achtergrond. Hoe korter de tijd tussen het moment van bestellen en afleveren voor onze klanten is, des te efficiënter kan hij omgaan met zijn voorraadruimte en met zijn geld.

Aflevertijd

Niet zo heel lang geleden kende Grolsch nog een (officiële) aflevertijd van 72 uur of 3 dagen voor grote afnemers terwijl er bij de kleinere soms wel een week zat tussen het moment van bestellen en afleveren. Onze afnemers verwachten tegenwoordig echter van ons dat wij meedenken in het oplossen van hun problemen. Het hoge voorraadniveau is zo'n probleem. Als zij dan ook hun voorraadniveau kunnen terugschroeven van 72 uur naar b.v. 24 uur



Het Grolsch-projectteam v.l.n.r.: *B. Bakker* (Automatisering), *M. Commandeur* (Transport), *B. v. Lith* (Thuisverbruik), *B. Spekschoor* (Order Entry), *A. de Groen* (Logistiek), achter de computer *Christel Kottink-Groothuis* (Order Entry).



De eerste wagen werd geladen onder toeziend oog van chef expeditie *G. Blokvoort* en voorwerker expeditie *W. Kuis.*

betekent dat, dat zij daardoor opslagruimte uitsparen wat vanzelfsprekend weer geld oplevert. Daarnaast wordt ook een besparing bereikt doordat het geïnvesteerde vermogen in die voorraad kleiner wordt.
Enige tijd geleden zijn de aflevernormen weer kritisch bekeken wat heeft geleid tot nieuwe afspraken met onze afnemers waarbij in nagenoeg alle gevallen de levertijden zijn bekort.
's Lands grootste kruidenier, Albert Heijn, ging dit echter nog niet ver genoeg. Het bedrijf zon op nog grotere efficiency en kwam, nadat knappe koppen zich er 1 à 2 jaar over gebogen hadden, met een nieuw project dat zij VVM doopten.

Vandaag Voor Morgen

VVM staat voor *Vandaag Voor Morgen* en houdt kortweg in dat de Albert Heijn-winkels die vandaag bestellen gegarandeerd morgen de bestelling afgeleverd krijgen vanuit het AH-distributiecentrum. Niet zoals in het verleden maximaal 3 keer per week maar nu alle dagen, behalve op zondag. Voor AH betekende dit een gigantische verandering op het gebied van communicatie met zowel de winkels als met de leverancier.
Voorheen bestelde de winkel de benodigde goederen bij het AH-distributiecentrum. Het DC telde de bestellingen bij elkaar op, bekeek z'n voorraad en bestelde vervolgens het benodigde bij de leverancier. Het belangrijkste doel van VVM is geldbesparing. Het belangrijkste kenmerk van VVM is tijdsbesparing. Om dat te bereiken wordt bij VVM het distributiecentrum van Albert Heijn volledig overgeslagen bij de bestelling aan de leverancier. Dit werkt als volgt. Als een consument bijvoorbeeld een krat Grolsch-bier koopt wordt dit krat bij het afrekenen geregistreerd via de kassa. Alle verkopen van deze winkel maar ook van alle andere AH-winkels worden doorgeseind naar een centrale computer in Zaandam. Op gezette tijden kijkt onze afdeling Order Entry in een zogeheten postbus en ziet dat er na verloop van tijd een bestelling ligt voor een volle vrachtwagen. Op dat moment wordt een vrachtwagen geladen welke vervolgens naar het DC rijdt.

Binnen 18 uur

Aangezien AH aan z'n winkels de toezegging heeft gedaan om binnen 18 uur te leveren en de bestellingen 's middags en 's avonds bij Order Entry binnenkomen houdt dit in dat de vrachtwagens 's avonds maar vooral ook 's nachts zullen moeten rijden. Albert Heijn heeft hiermee bereikt dat de levertijd van Grolsch van 24 uur is teruggebracht naar 5 à 8 uur en realiseert daarmee een nog grotere kostenbesparing. Dat geen gebruik meer wordt gemaakt van de telefoon of fax maar van elektronische berichtenuitwisseling om een bestelling over te halen is voor Grolsch een volledig nieuwe weg. Deze ontwikkeling van hele korte levertijden, elektronische berichtenuitwisseling en 's nachts leveren is een nieuwe mijlpaal in het logistieke proces dat model staat voor de toekomst en zeker door meerdere afnemers zal worden gevolgd.





Onze eerste vrachtwagen die volgens het nieuwe bestelsysteem was beladen werd 1 1/2 uur later in het AH-distributiecentrum in Zwolle direct gelost.

Roy Heys van Albert Heyn (hoofd goederenontvangst) kwam persoonlijk een kijkje nemen bij het lossen van de eerste Grolsch-truck en sprak met *A. de Groen* (l) en *M. Commandeur* (r).

Toen Albert Heijn als een van de eersten van alle leveranciers dan ook Grolsch benaderde om deel te nemen aan dit project, hoefde niet lang nagedacht te worden om ja te zeggen. (Hiermee werd aangegeven dat AH Grolsch ziet als een belangrijke maar vooral ook kwalitatieve leverancier.) Dat Grolsch niet over één nacht ijs ging mag blijken uit het instellen van een projectgroep bestaande uit personen van de meest betrokken afdelingen zoals Automatisering, Logistiek en Thuisverbruik die samen met door AH toegewezen mensen dit project in een half jaar hebben voorbereid en geklaard. Zorgvuldigheid stond hierbij voorop omdat geen enkel bedrijf het zich kan veroorloven een dergelijk project te laten mislukken aangezien we naast de uitstekende naam die we als kwalitatieve en meedenkende leverancier te verliezen hebben ook te maken hebben met interne aanpassingen op technisch maar vooral ook sociaal vlak. Dinsdag 24 mei was de dag waarop de voorbereiding omgezet werd in de daad. Vanaf het allereerste moment verliep de operatie vlekkeloos!

B. van Lith



Open dag bij drankenhandel De Graafschap BV

Het is 18 april, de zon schijnt, de lucht is strak blauw, zo'n dag waarop lentekriebels niet uit kunnen blijven en je deze kriebels 't liefst zo snel mogelijk wilt wegspoelen met een heerlijk glas Meibok. Toch wachten wij nog heel even om naar wij hopen met zoveel mogelijk mensen de officiële opening van drankenhandel De Graafschap te vieren.

Of het nu het mooie weer is geweest of de nieuwsgierigheid van klanten, leveranciers en DON-collegae, wij weten het niet, maar één ding is zeker: de opkomst was fantastisch. Ongeveer 500 mensen hebben van de gelegenheid gebruik gemaakt om kennis te maken met onze nieuwe drankenhandel. En reken maar dat wij trots waren (*H. Jansen* voorop) om deze drankenhandel aan zovelen te tonen. Het zag er perfect uit, auto's stonden te glimmen op het voorterrein en de verzorging door cateraar *De Beach* was perfect. Om 17.00 uur was het dan zover. H. Jansen heette iedereen van harte welkom en vroeg de heer *Troch* of hij de officiële opening wilde verrichten met een druk op de knop van de elektrische kanteldeur. Maar voordat dit gebeurde maakte de heer Troch op geheel eigen ludieke wijze van zijn beloofde korte toespraak van 3 minuten een boeiend verhaal van zo'n 13 minuten. Toen ging de hand op de knop… de deur omhoog… en verschenen onze eigen *Peter Cuyper* muzikanten onder bezielende leiding van *J. Analbers* om het feest nog eens een extra muzikale dimensie te geven. Als deze opening een voorbode mag zijn voor de toekomst van deze drankenhandel dan kunnen wij die met veel vertrouwen tegemoet zien.

Jan Westendorp

Grolsch sponsor Nederlandse Klootschietersbond

Op vrijdag 11 mei werd in het gemeentehuis van Tubbergen het Nederlandse klootschietersteam gepresenteerd en voorgesteld aan pers en sponsoren. Grolsch als hoofdsponsor ontbrak natuurlijk niet.

In het weekend daarop vond het mini EK plaats op de prachtige banen van Reutum en Geesteren. Dit mini EK was voor het Nederlandse team zeer succesvol aangezien er drie kampioenen uit dit team konden worden gehuldigd. Te weten *Anne Marie Bels, Jacqueline Maarse* en *Jos Leussink*. Dit vooruitlopend op het echte EK in 1996 dat zal plaatsvinden op Hemelvaartsdag. Na 16 jaar weer een regulier EK in Nederland. Een fantastisch evenement met



veel toeschouwers ligt in het vooruitzicht. Duizenden Duitsers op zoek naar *Bratwurst* und *Grolsch-bier*. Ierse *bookmakers* die op alles en iedereen weddenschappen afsluiten. En een Nederlandse winnaar! Dit alles wordt uiteraard op een Grolsch waardige wijze ondersteund. We spreken hier over de professionele sporters en duizenden recreanten. Het aantal neemt steeds toe omdat in vrije tijd, in vakantie of in groepsverband (personeelsverband of anderzins) deze tak van sport door steeds meer mensen wordt beoefend.

Johann Langkamp

Grolsch Horeca Nederland in België

Op 15 mei was het zover! De officiële opening van *Luden* aan de Ernst van Dijckkaai 13-14 in Antwerpen. Inmiddels hebben de twee ondernemers achter deze formule drie vestigingen in Nederland en nu dus één in België! Ook deze opening was groots opgezet. Een grote feesttent aan de overzijde van de kaai aan de Schelde, waar zeker vijfhonderd mensen aanwezig waren. Het was mooi weer zodat velen buiten vertoefden.

Vanzelfsprekend *Grolsch* pilsener en Amber van het fust. Rond zes uur een boottocht op de Schelde voor speciale genodigden. Na deze boottocht een fantastisch diner in de nieuwe zaak, met uiteraard Grolsch pilsener, Amber en Meibok van de tap, die officieel geopend werd door mevrouw *Erica Terpstra,* ons bekende kamerlid. Aan haar werd een cheque van f 15.000,– overhandigd ten gunste van de stichting *Cliniclowns* waarvan zij beschermvrouwe is. Ook gaf *Nicole Wijnen,* een bekende sopraan, acte de présence. Samen met vele bekende gezichten uit het Haagse maar ook van radio en televisie was het nog een gezellig samenzijn tot in de late uurtjes. De distributie werd verzorgd door drankenhandel *Van Enschot* uit Gilze. Ook onze DON-leden willen graag, zelfs zover, dat ze er voor over de grenzen gaan. Onze complimenten!

Bas Seldenrijk

Nieuwe horeca

Café de Wildeman
Oirschot



In de nabijheid van gemoedelijke restaurants en cafeetjes met gezellige terrasjes rond een eeuwenoud marktplein is sinds vrijdag 25 maart in een statig pand aan de Markt in Oirschot een prachtig Grolsch-café gevestigd. Het pand dateert uit 1629 en is een beschermd dorpsgezicht volgens de Monumentenwet. Ondanks het feit dat in deze plaats de *Kroon Bierbrouwerij* gevestigd is, kan men nu in deze lokatie genieten van onze hoogwaardige produkten, die op professionele wijze door de familie Hermans ten tonele worden gevoerd.

Café De Boekanier
Hindeloopen

Hindeloopen is een idyllisch plaatsje aan het IJsselmeer, bekend om zijn historie en met name om zijn schilderwerk. Met zo'n duizend inwoners een van de 'elf' Friese steden. Tegenwoordig zijn het toerisme en de watersport de belangrijkste bronnen van inkomsten voor de gemeenschap. Met onze relatie *Café-restaurant de Drie Harinkjes* hadden we al een goede poot in de Hylper-horeca. Vooral bij onze oosterburen een goed bekend staand bedrijf, naast een zeer goed aanbod van spijzen ook om het prima bier! De heren *Nijholt,* eigenaars-exploitanten, kochten een klein pandje pal aan de jachthaven van het plaatsje. Door werkelijk elke vierkante centimeter te verbouwen dan wel te bewerken, werd dit kleine woonhuisje omgetoverd in een absoluut schitterend biercafé. Het bier werd natuurlijk Grolsch. Hiermee is ons aandeel pils in deze stad uitgestegen boven de 50%!



Ondanks de bescheiden omvang kun je hier als watersporter, vakantieganger of gewoon bezoeker aan deze plaats niet omheen. Niet een *aanrader* als u eens in de buurt bent, gewoon een *verplichting* om hier eens optimaal te komen genieten. Friesland doet je steeds meer!

De Stedemaeght
Nederlandse Wateren

Op 19 april werd in Kampen *De Stedemaeght* in gebruik genomen, het grootste binnenvaartzeilschip van Nederland. De ingebruikstelling geschiedde door *ZKH Prins Willem Alexander* door het hijsen van het grootzeil. Het schip dateert uit 1926, is 61 meter lang, draagt 20 zeilen met een totaal oppervlakte van 900 m² en tapt Grolsch, en uiteraard ook Amber! Het schip werd in 1926 in Oslo gebouwd en was bestemd voor de walvisjacht. In 1948 kwam zij in Zweedse handen en werd het gebruikt als vrachtschip. Het tot driemaster omgeturnde zeilschip gaat op de IJssel, het IJsselmeer, de Waddenzee en de Zeeuwse wateren dienst doen als partyschip. Aan boord is plaats voor 150 personen. Het schip leent zich uitstekend voor zakelijke bijeenkomsten, personeelsfeesten maar ook voor bruiloften, recepties en jubilea met een bijzonder tintje. Het interieur is luxe en weerspiegelt de romantiek van de scheepvaart rond de eeuwwisseling. De Stedemaeght is nu het vlaggeschip van de *Hanzestadcompagnie.* De Compagnie is gespecialiseerd in de exploitatie van traditionele zeilschepen. De compagnie telt een vloot van 40 klippers, tjalken en schoeners die zijn gebouwd in de jaren 1889-1920. Door De Stedemaeght als klant binnen te halen ontstaat er voor Grolsch een opening naar al deze schepen. Als u dus op een originele manier uw verjaardag of personeelsfeest wilt houden, en u daar een paar centen voor over heeft, dan kunt u contact opnemen met Frank Verhulsdonck.



De Stedemaeght.

Beach Club 'Off Shore'
Bergen aan Zee

Dit voorjaar werden wij benaderd door drie enthousiaste jongens uit Amsterdam die zojuist een verlopen en vervallen strandpaviljoen hadden opgekocht in Bergen aan Zee. Zij wilden dit transformeren tot een niet alledaags strandpaviljoen dat zich duidelijk afzet tegen de standaard witte strandpaviljoens. De gebroeders *Marco* en *Martin Arens* en *Remko Schijf* beschikten al over de nodige horeca-ervaring, opgedaan bij o.a. *Ritz cafe* en *Rum Runners* in Amsterdam en zijn van die typische horeca-talenten die wij moeten koesteren voor de toekomst. Het Grolsch-virus hebben ze in ieder geval al volledig te pakken. De sleutelwoorden voor hun exploitatie zijn: *surfen… nature… warm… tropical… Meibok… goed eten… service… 'well-willing' jong personeel… soft reggea… La Terrazza (250 plaatsen)… Amber… beach volleybal… Carribean style…*

Partycentrum Treslong
Hillegom

In Hillegom wordt binnenkort het cruise-schip *MS Treslong* te water gelaten, en Grolsch vaart mee… De haven van Hillegom als vertrekplaats van een cruiseschip? Het lijkt wellicht wat ongeloofwaardig maar sinds april is dit realiteit. Partycentrum Treslong presenteert daarmee een unieke en exclusieve feestgelegenheid, of moeten we zeggen: een reisgelegenheid? Enkele maanden geleden werd door de heren *Kooloos* en *Van der Zon* het plan opgevat om van het van de tv bekende zalencentrum een fantastisch centrum te maken. Om de feestgangers extra te activeren zijn in de diverse zalen zogenaamde zelftaps gemonteerd. Wilt u ook feesten en zelf tappen, 'vaar' dan mee. Bestemmingen als New York en de Carribean zijn zo in één avond binnen ons bereik.



Het interieur van Partycentrum Treslong.

Colonne 1, total quality in optima forma

In september 1993 werd in Groenlo onder leiding van *Gerard Hekelaar* een verbeteringsproject gestart om het rendement van colonne 1 te verhogen. Toen de deelnemers goed en wel klaar waren met een inventarisatie van de belangrijkste knelpunten, kwam de leiding met de mededeling 'dat er binnenkort een geheel andere opzet in de maak was'. Op 26 januari maakte de directie een programma van efficiency-maatregelen bekend waaronder concentratie van de complete beugelafvulling in Groenlo.

Gerard Hekelaar: 'Dit wierp natuurlijk een geheel nieuw licht op de zaak. We hebben de doelstelling aangepast tot 'Begeleiding ombouw colonne 1'. Het voorwerk was niet vergeefs, want er lagen een heleboel ideeën waarop kon worden doorgeborduurd, en die ook nog goed bruikbaar waren voor de nieuwe colonne. We vonden het heel belangrijk om de medewerkers in het voortraject een maximale inbreng te geven. Of alles ook uitvoerbaar en inpasbaar blijkt te zijn, is dan een tweede'.

Grootschalige aanpak

Het verbeteringsproject is een omvangrijke operatie geworden en opgesplitst in deelgroepen, waarbij in totaal zo'n 65 medewerkers rechtstreeks of indirect betrokken zijn of zijn geweest. Er zijn maar liefst 125 aandachtspunten naar voren gebracht en teruggekoppeld naar een coördinerende groep, die alle ideeën, wensen, bouwkundige schetsjes, e.d. op haalbaarheid bekeek: een staaltje van total quality in optima forma. Zo was het bijvoorbeeld eerst de bedoeling om de twee vullers rechtstandig naast elkaar te plaatsen. Door deze een kwartslag te draaien is een veel beter zicht verkregen op de bedieningspositie van de vullers. Ander voorbeeld: verzet de afstapelaar twee posities, en wel zodanig dat daarmee de inspectie van de retourkratten beter plaats kan vinden. *Ben Hüsken* heeft voortdurend zitten puzzelen om zoveel mogelijk wensen in de lay-out in te passen en dat is in een groot aantal gevallen gelukt. Gerard Hekelaar:' Deze *bottom-up* benadering, deze methodische aanpak met sturing en coördinatie van onderaf, heeft aanstekelijk en prima gewerkt. Vooral als blijkt dat de mensen niet voor niets naar hun mening is gevraagd, maar dat hun ideeën, mits bruikbaar en qua kosten verantwoord, ook daadwerkelijk zijn toegepast. Heel logisch, om de mensen die straks de installatie bedienen, vooraf hun mening te vragen'.

VerBETERingsprojecten



De 'stuurgroep' Begeleiding ombouw colonne 1, v.l.n.r.: *B. Klein Gunnewiek, H. Groot Bruinderink, H. Abbink, G. Hekelaar, R. Siegerink, R. te Focht, B. Hüsken, R. Overbekking* en *N. Lammers.*

Terugkoppeling

Bij de definitieve lay-out worden alle ideeën toegelicht: waarom bepaalde wensen wel en andere niet inpasbaar waren. Het is binnen total quality uiterst belangrijk om goed aan te geven waarom iets uiteindelijk niet uitvoerbaar of betaalbaar was. Een dergelijke grootschalige aanpak kost veel tijd en energie, maar de motivatie en betrokkenheid van de medewerkers bij 'hun' installatie is hoewel niet in geld uit te drukken natuurlijk enorm groot, of, zoals Gerard Hekelaar het uitdrukt: 'Kwaliteit = effectiviteit x acceptatie. Je kunt de mooiste spullen neerzetten, maar de mensen die er mee om gaan, moeten zich erin kunnen herkennen. Als de lijn er een keer staat en volop moet draaien, valt er weinig meer te veranderen. Vandaar ook dat we gezegd hebben: jullie krijgen nu de kans. Kom op met je kritiek of ideeën, want commentaar achteraf is onacceptabel'.

'...Kom op met je kritiek of ideeën, want commentaar achteraf is onacceptabel...'

150 miljoen beugelflessen

Over enkele maanden zullen alle beugels voor het binnen- en buitenland uit Groenlo komen van de uiterst moderne en efficiënte colonne 1; een kleine 50 medewerkers zullen dan in 2 ploegen ongeveer 56.000 flessen per uur kunnen afvulllen. In oktober kan begonnen worden met de meermalige verpakkingen in kratten om vervolgens in fasen de verschillende verpakkingsvarianten ter hand te nemen, zoals de eenmalige verpakking in dozen voor export in de loop van 1995.
Er zullen straks heel wat flessen doorheen gaan in Groenlo. De afvulcapaciteit van de nieuwe colonne komt te liggen op 150 miljoen beugels per jaar. Een staaltje van vakmanschap en meesterschap niet op de laatste plaats dankzij de medewerkers zelf!

T. Tam





Grolsch behaalde ook het Sterlab-certificaat!

Op 20 december 1993 hebben de beide laboratoria van de Grolsche Bierbrouwerij Nederland BV in Groenlo en Enschede het certificaat van Sterlab behaald. Zij scharen zich daarmee bij het illustere gezelschap van de ongeveer 150 laboratoria in Nederland. Binnen die groep van laboratoria zijn er slechts enkele die binnen de bedrijfscontrole in de industrie werkzaam zijn, de rest bestaat uit commerciële laboratoria.

In de jaren tachtig heeft het Ministerie van Economische Zaken het plan opgevat om, in navolging van het buitenland, een stichting in het leven te roepen, die de kwaliteit van beproevingslaboratoria in Nederland moet waarborgen. Deze stichting ging functioneren onder de naam *STERLAB*. Dit betekent STichting ERkenning LABoratoria. De stichting is toen aan het werk gegaan om algemene criteria op te stellen voor het functioneren van beproevingslaboratoria. Dit mondde uit in een kwaliteitssysteem dat, wanneer een laboratorium daaraan voldeed, een certificaat opleverde dat ook erkend

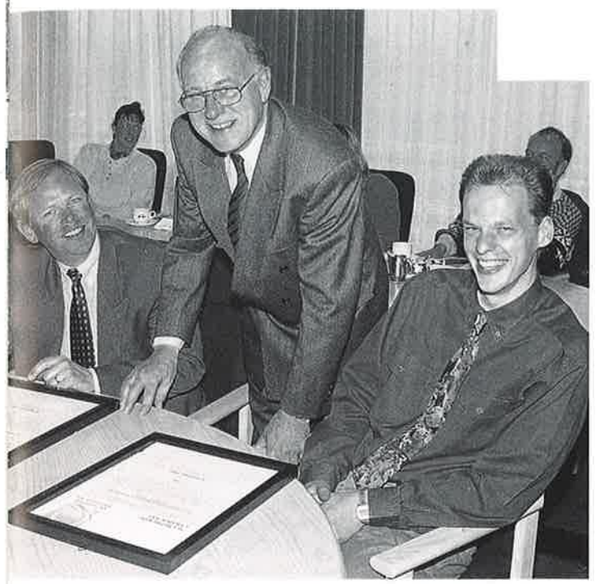
'…Onderwerpen allereerst in het kwaliteitshandboek omschrijven, alvorens een procedureboek te schrijven…'

werd in het buitenland. Dit verruimde voor vele commerciële labs de mogelijkheden hun marktaandeel te vergroten, doordat zij nu via het certificaat konden aantonen, dat hun onderzoek betrouwbaar en nauwkeurig was.
In september 1991 hebben we besloten op beide laboratoria (Groenlo en Enschede), naast het ISO-9000 kwaliteitssysteem, het Sterlabkwaliteitssysteem te gaan invoeren. Dit omdat we naar buiten toe willen tonen dat onze kwaliteitscontrole erop gericht is een constant hoge kwaliteit van ons produkt te waarborgen. Deze opdracht konden we op het lab niet zelf verwezenlijken. Daarom werd, naast de benoeming van een kwaliteitscoördinator, het commerciële lab *Biochem*, dat reeds een certificaat had behaald, gevraagd ons als adviseur bij te staan. Begonnen werd een stappenplan op te stellen dat zou leiden tot certificatie. In dit plan komen vele aspecten aan de orde, zoals het kwaliteitsbeleid van Grolsch, aanstellen van een coördinator, werkterrein afdeling, status van de lab-organisatie, eigen beoordeling, voorzieningen, inrichting, procedures, werk- en analysevoorschriften, archivering enzovoorts. Deze onderwerpen moeten allereerst in het kwaliteitshandboek worden omschreven, alvorens men een procedureboek kan gaan schrijven.
Dit handboek moet dan ook gezien worden als een uittreksel van het gehele kwaliteitssysteem en is voor iedereen die daar naar vraagt, in te zien, ook buiten de brouwerij. Hierna moeten de verschillende onderdelen uit het kwaliteitshandboek verder worden uitgewerkt. Ter illustratie van hoe gedetailleerd dit systeem is, een paar voorbeelden.

1 Status, personele- en werkorganisatie beslaat 12 bladzijden waarin de volgende zaken behandeld worden: historie brouwerij, algemene beschrijving gang van zaken op en rond het laboratorium, richting geven hoe te handelen, plaats kwaliteitsdienst in de organisatie, verantwoordelijkheden en taken, activiteiten (personeel, middelen, analyses), organisatieschema's van beide bedrijven.

2 Procedures, werk- en analysevoorschriften. Er zijn procedures, werkvoorschriften en analysevoorschriften gemaakt. Hierin wordt tot in detail omschreven -- en daarmee bedoelen wij echt elke handeling -- hoe men op het laboratorium te werk moet gaan bij onderzoek.

3 Beheer en gebruik van apparatuur en het in optimale staat houden daarvan. Elk apparaat, al is het nog zo klein, krijgt een nummer dat correspondeert met een lijst waarop alle gegevens van dit apparaat staan vermeld, van leverancier tot onderhoudscontract. Er zijn van alle apparatuur logboeken aanwezig waarin alle calibraties, onderhoudswerkzaamheden en de dagelijkse afwijkingen vermeld staan. Dit alles om de apparatuur in optimale staat te houden.



De drie hoofden Kwaliteitsdienst waren reuze trots op het behaalde certificaat. Links *P. Schnellen* uit Enschede, rechts *Ch. Meijerink* uit Groenlo, die inmiddels *G. Kristen* (midden) is opgevolgd als hoofd Kwaliteitsdienst in Groenlo.

Tot zover enkele voorbeelden hoe ver dit systeem in zijn borging gaat. Om dit alles nu volgens de door Sterlab vastgestelde criteria te omschrijven, heeft ons ongeveer anderhalf jaar gekost. In het laatste jaar, tot de beoordeling van deskundigen van Sterlab, hebben we ons beziggehouden met invoering van het systeem en opbouwen van gegevens historie. Invoering van het systeem kost veel inspanning van alle medewerkers van de afdeling. Allemaal moeten

'…Invoering van het systeem kost veel inspanning van alle medewerkers van de afdeling…'

ze achter het systeem staan en het systeem op dezelfde wijze hanteren. Hieraan is menige bijeenkomst met alle medewerkers besteed.

Beoordeling

De beoordeling van het systeem werd gedaan door drie deskundigen van Sterlab gedurende drie dagen bij de laboratoria van beide bedrijven. Ter vergelijking: de beoordeling van ISO-9000 bij Grolsch werd gedaan door twee deskundigen gedurende 5 dagen in beide produktiebedrijven. Het behalen van het certificaat betekent niet dat we nu achterover kunnen gaan zitten. Nee, dit is pas het begin. Met regelmaat vinden er beoordelingen (audits) plaats door medewerkers van de wederzijdse laboratoria. Daarnaast worden er monsters over en weer gestuurd om te controleren of de apparatuur op beide labs dezelfde resultaten geeft. Er is een commissie, bestaande uit labmedewerkers en onder voorzitterschap van de kwaliteitscoördinator, die zorgt voor het up to date houden van het systeem. Dit alles moet er toe leiden dat, als er in september aanstaande weer een beoordeling komt (de jaarlijkse), er een positief resultaat uit de bus komt.

P. Schnellen

The Phantom of the Opera… Het Spook van de Opera… The Phantom of the Opera… Het Spook van de Opera… The Phantom of the Opera…

**Na het behalen van het door ons zo felbegeerde Sterlab-certificaat op 20 december 1993, werd ons door de bedrijfsleiding een uitje aangeboden. Na overleg over en weer werd besloten om naar een voorstelling van The Phantom of the Opera in het Circustheater in Scheveningen te gaan.
Er werden kaarten besteld voor de avondvoorstelling van dinsdag 8 maart. Om 13.00 uur vertrok een touringcar van GVM-tours vanuit Groenlo naar Enschede waar we verwacht werden in de 'Ruddles-zaal'. Onder het genot van een kop koffie werd ons door de Directeur Produktie, de heer *L. van der Stappen,* het Sterlab-certificaat officieel overhandigd. Daarna werd koers gezet naar Scheveningen.
De reis verliep voorspoedig en om 18.30 uur arriveerden we op de Boulevard. Nu nog op zoek naar Chinees *Wang Hay,* waar we zouden eten vóórdat de voorstelling begon. Nadat we een tijdje hadden rondgereden, vonden we het restaurant. De tafels stonden al voor ons gedekt en vrijwel direct kregen we een heerlijke rijsttafel voorgeschoteld, die ons voortreffelijk smaakte. Na een coupe ijs met verse vruchten gingen we te voet, tegen de wind in, naar het Circustheater.
In de zaal aangekomen was het even zoeken naar de juiste plek, maar toen kon het, wat ons betrof in ieder geval, gebeuren. De zaal zat helemaal vol, het schijnt dat de voorstellingen die in het weekend gehouden worden al tot ver in het jaar volgeboekt zijn. Er is enorm veel belangstelling voor.**



Advertentie uit de krant.

Kroonluchter

**Maar dit is dan ook volkomen terecht. Het is een schitterend stuk, met veel snel wisselende decors, kostuums en een goed verhaal. Het speelt zich af in de vroegere Parijse opera, waar in de catacomben een mismaakt persoon woont, die het de spelers af en toe knap lastig maakt. Hij wordt dan ook 'het spook van de opera genoemd'. Als zijn bevelen niet worden opgevolgd gebeuren de meest vreselijk dingen. Zelfs de kroonluchter komt naar beneden en mist dan op een haar na de ster van de opera. Kortom: een stuk dat echt de moeite waard is om te gaan zien. Het duurt bijna twee uur.
Om 23.00 uur zaten we dan ook pas weer in de bus en via Enschede reden we om 02.30 uur Groenlo binnen.
Iedereen was het erover eens dat dit echt een leuk cadeau was van directie en bedrijfsleiding voor het behalen van ons Sterlab-certificaat. Hiervoor dan ook onze welgemeende dank.**

Laboratorium personeel Enschede & Groenlo



Nieuwe medewerker
Enschede

Gerardus Johannes Achtereekte
Geboren 16 juli 1964 in Deventer.
Functie: Horeca-inspecteur Oost.
In dienst 01-05-'94.

Personeel

'...Totaal niets vermoedend had Toon ten Brincke zich naar het stadshuis laten lokken...'

Uit dienst
Enschede
R. den Blanken
Functie: Amber Sales Promotor.
Uit dienst 28-02-'94.

J.P. de Lignie
Functie: Manager Account Services.
Uit dienst 31-03-'94.

M. Overkleeft
Functie: Inspecteur Horeca
Uit dienst 31-03-'94.

H.A.W. ter Braak
Functie: Chauffeur.
Uit dienst 06-05-'94 door WAO

L.J. Kerver
Uit dienst 01-03-'94 wegens het bereiken van pensioengerechtigde leeftijd.

A. Tolman
Uit dienst 01-05-'94 wegens het bereiken van pensioengerechtigde leeftijd.

H. Westra
Uit dienst 01-05-'94 wegens het bereiken van pensioengerechtigde leeftijd.

Jubileumkalender

Terugblik
Enschede
F.W. Kamphuis
Na 40 jaar in de Vut.
Receptie 25-03-'94.

G.L. Bakker
Na 32 jaar in de Vut.
Receptie 31-03-'94.

T.J. de Jong
25 jaar in dienst.
Receptie 22-04-'94.

B.A.M. Brummelhaus
25 jaar in dienst.
Receptie 19-05-'94.

J.A. Hofmeijer
Na 31 jaar in de Vut.
Receptie 26-05-'94.

H.B. Kroep
25 jaar in dienst.
Receptie 03-06-'94.

T.B.M. te Marvelde
27-02-'94,
25 jaar in dienst.
Geen receptie.

C.M. Mensen
03-03-'94,
25 jaar in dienst.
Geen receptie.

Zilveren Insigne
Enschede
L.E. Wevers, kreeg op 01-04-'94 het zilveren insigne gekregen voor zijn 12½-jarig dienstverband.

Mevrouw Bakker benut de Vut

**Tijdens een geanimeerde bijeenkomst op 31 maart nam mevrouw *G. Bakker* (Hoofd Consumenten Service) in het Ontvangstcentrum afscheid van de Grolsche Bierbrouwerij.
Velen van ons maakten van deze gelegenheid gebruik om haar te bedanken voor de jarenlange samenwerking. Mevrouw Bakker heeft gedurende 32 jaren haar beste krachten aan de brouwerij gegeven. Ter gelegenheid van dit afscheid kreeg zij alsnog de Grolsch-speld in zilver opgespeld door het Hoofd Marketing *P. van Sprang*.**



G. Bakker.



Ten Brincke en de burgemeester.

Toon ten Brincke uit Groenlo Koninklijk onderscheiden

Vrijdag 29 april 1994 zal voor altijd in het geheugen van Grolsch-personeelslid *Toon ten Brincke* gegrift blijven. Totaal niets vermoedend had Toon zich naar het stadhuis laten lokken, alwaar hij zich, tot zijn eigen verbazing, naar voren liet roepen. 'Voor zijn jarenlange inzet als penningmeester van de *R.K. Leo-Harmonie* en tevens voor een hele reeks andere activiteiten in de stad Groenlo' werd Toon onderscheiden met de Eremedaille verbonden aan de Orde van Oranje-Nassau. Zo had Hare Majesteit beslist. De burgemeester van Groenlo, Mevrouw *C. van Zon* spelde persoonlijk de hoge onderscheiding op de brede borst van Toon. Wij wensen Toon ten Brincke nogmaals van harte geluk met deze prachtige en terechte onderscheiding.

Promoties en benoemingen
Enschede
J.M.C. Derks-Van Vliet
Per 01-04-'94
Hoofd Consumenten Service.

J.E. Wormmeester
Per 01-06-'94
Manager Account Services.

W.J. Gude
Per 01-06-'94
Tijdelijke functie van Poolmanager rapporterend aan Hoofd P&O.
Naast deze functie blijft hij de functie van Chef Expeditie uitoefenen.

R. Nobbe
Per 15-05-'94
Medewerker Order Entry.

I.T. Nicolas-Gootjes
Per 01-06-'94
Hoofd Interne Zaken.

A.W.J. ter Haar
Per 25-04-'94
Chef Catering.

C.E. Hercules
Per 01-05-'94
Gastvrouw Ontvangstcentrum.
Naast deze functie zal zij de functie van administratief medewerkster Transport blijven uitoefenen.

Jubileumkalender
Groenlo
G.A.J. Kristen
In de Vut.
Receptie 27-05-'94.

H.B. Rinders
In de Vut.
Receptie 08-06-'94.

T.H.A. Helmers
In de Vut.
Receptie 14-06-'94.

B.A. Frank
In de Vut.
Receptie 24-06-'94.

J. Koops
In de Vut.
Receptie 26-08-'94.

Zilveren insigne
Groenlo
J.H.T. Berentsen
01-04-'94.

Terugblik
Groenlo
T.A. Deckers
In de Vut.
Receptie 17-12-'93

Uit dienst
Groenlo
A.J. Arfman
Functie: machinist en
sedert 01-02-'90 in de Vut.
Overleden op 13-05-'94.

W. Scheerder
Functie: medewerker drankenhandel.
Overleden op 21-05-'94.

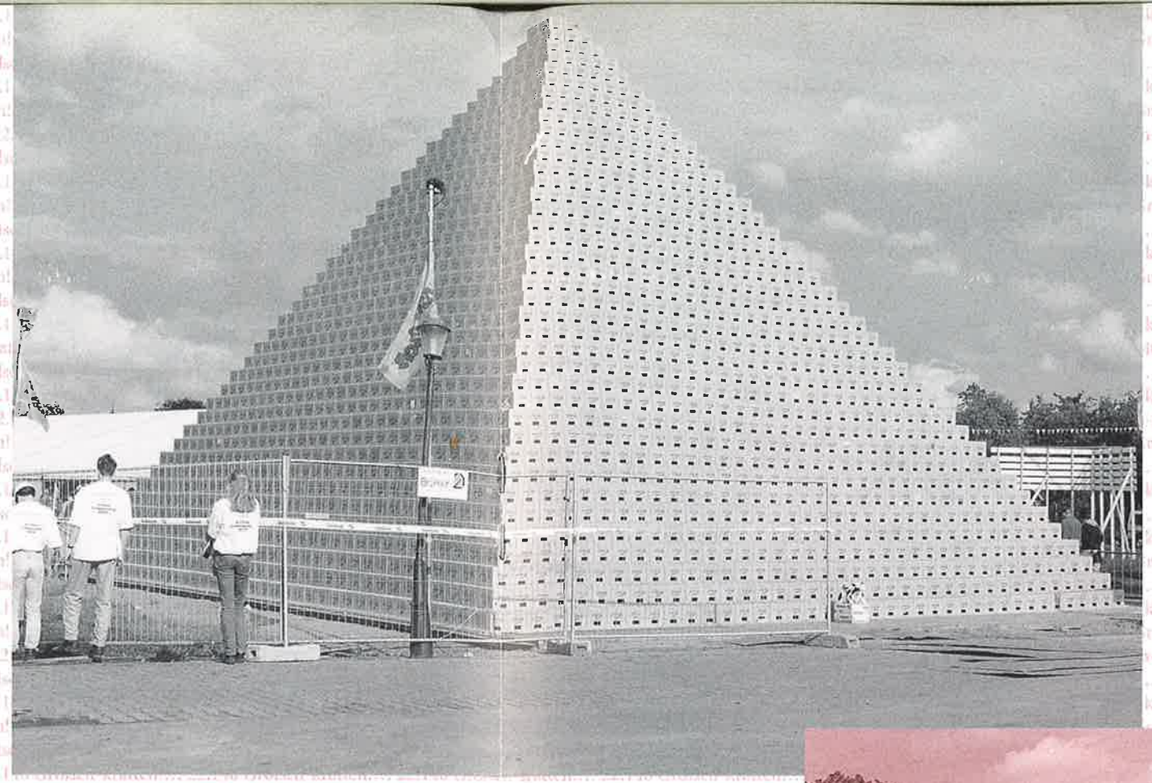


Receptie *T.A. Deckers.*

Primeur

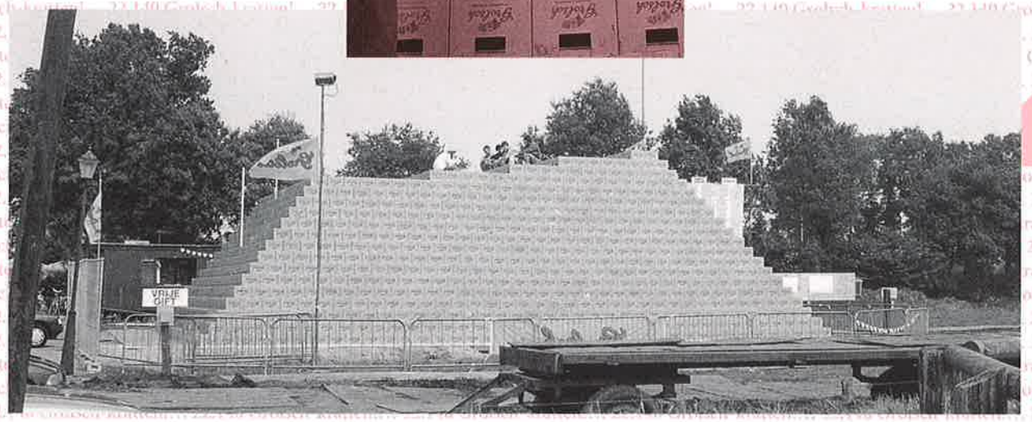


Krat voor krat gaat via een handig doorgeefsysteem naar boven.





De top is bijna bereikt: de laatste kratten komen boven aan.



Na één dag stapelen waren er al 18 lagen gestapeld. De afstand vanaf de grond naar het bovenste deel van de piramide wordt steeds groter.



En dit is de gehele piramide van 22.139 + 1 krat!

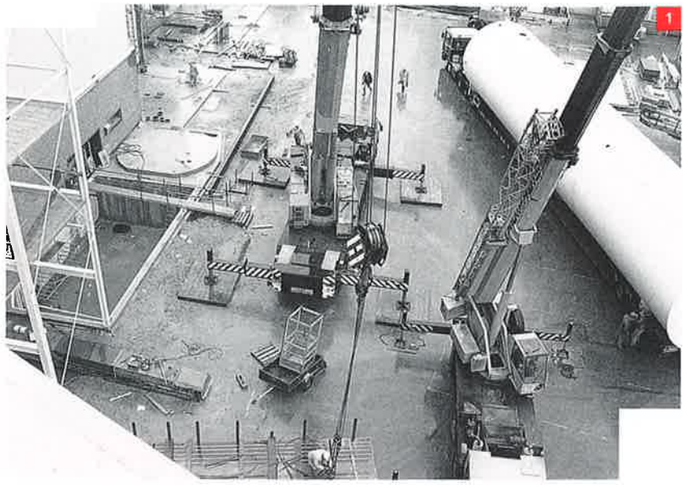
Het allerlaatste krat, krat nummer 22.140 werd 's avonds om 22.30 uur geplaatst.

Albergse Aanval Op Wereldrecord Kratstapelen Geslaagd!

Gedurende het Pinksterweekend werd een geslaagde aanval gedaan op het wereldrecord kratstapelen. Het oude record werd met ruim 4.000 kratten verpletterd: het nieuwe record is gebracht op precies 22.140 kratten. Maanden vooraf werd met de voorbereiding van deze recordpoging reeds begonnen. De Albergse carnavalsvereniging *De Bokkenkeurnkes* zou dit karwei wel even klaren. Groepen van 10 jongens en meisjes die het carnavalvieren al goed in de vingers hebben, gingen afwisselend aan het werk.
In verband met de stevigheid en stormvastheid moesten de kratten wel ondersteboven gestapeld werden (je moet er per slot ook over kunnen lopen). Laag na laag werd alles gestapeld. Twee voorheftrucks zorgden voor de aanvoer van de kratten, die op hun beurt met 15 vrachtwagen-ladingen waren aangevoerd. Toch ging het sneller dan men dacht. De pauzes tussen het stapelen door konden daardoor iets ruimer worden. Zondagavond 22 mei om half 11 was het zover. Onder luid gejuich van de vele omstanders werd het allerlaatste krat geplaatst. Een donderend vuurwerk begeleidde dit laatste krat. Aan het bouwen van deze piramide was nog een grote sponsoraktie verbonden, die op zijn beurt ruim 10.000 gulden opbracht. Dat er in de feesttent in Albergen met plezier een goed glas bier werd gedronken op het vestigen van dit absolute record spreekt voor zich.

P. Könings

De Grolsch-afvalwaterzuiveringsinstallatie in gebruik genomen


1

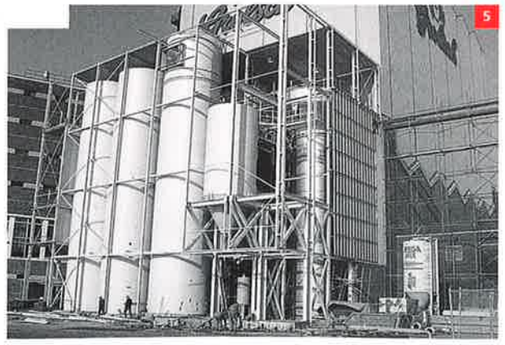
De afvalwaterzuiveringsinstallatie van Grolsch werkt. Na maanden van hard werken door de aannemers en installateurs kon op 3e Pinksterdag (24 mei) geconstateerd worden dat de installatie de opstartfase goed had doorstaan.


4

Zo'n installatie kan namelijk niet zomaar aangezet worden, doch dient langzaam te worden opgestart. De micro-organismen in de *IC-reactor* moeten gestimuleerd worden om hun afbraakproces op gang te brengen. Na een week werd al een capaciteit van 70% bereikt.

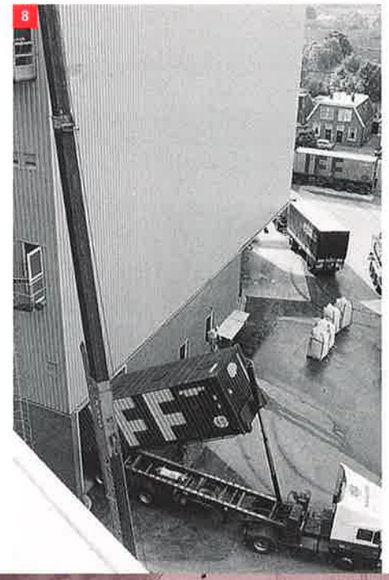

3

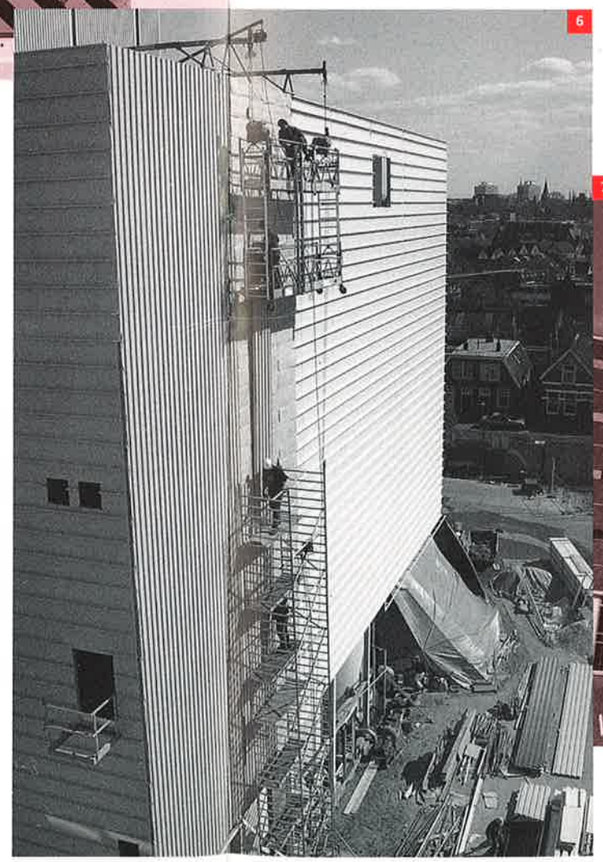
Inmiddels werkt de installatie op volle toeren. In de afgelopen maanden werd er, zoals gezegd, hard gewerkt aan de opbouw van de installatie.

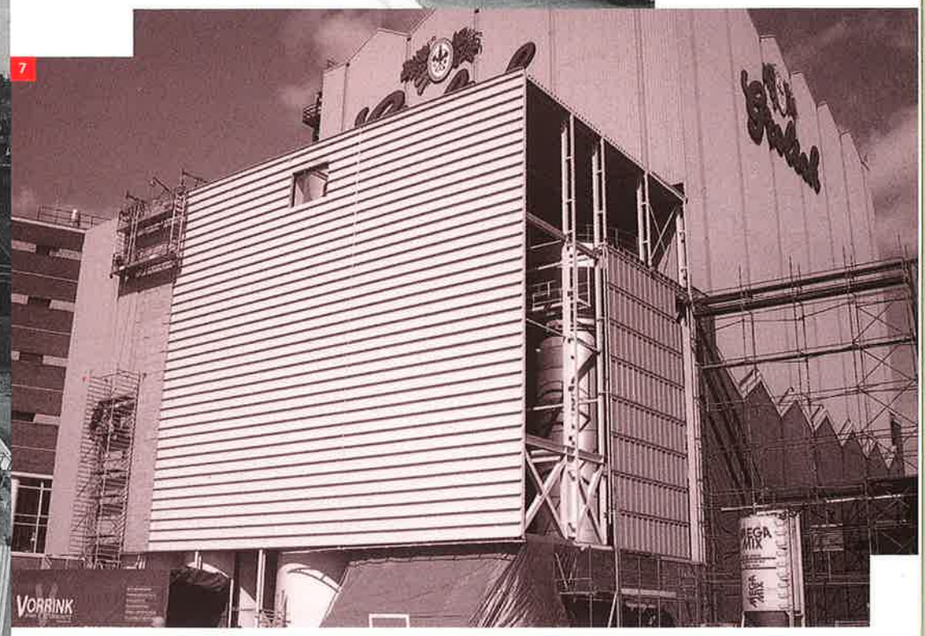

5


2

Na het leggen van de funderingen werden de verschillende ketels op hun plaats gebracht (1 en 2). De *Circox-ketel* in zijn volle lengte (3). Na het plaatsen van de ketels werd direct begonnen met het monteren van het stalen gebouw eromheen (4 en 5). De installatie werd tenslotte geheel aan het oog onttrokken door de wandbekleding die om het stalen karkas werd aangebracht (6 en 7). Tijdens deze afmontage ging de aanvoer van mout normaal door (8). Inmiddels is een nieuwe transportband voor het moutstation in gebruik genomen, terwijl de twee bostel-uitgangen eveneens alweer in bedrijf zijn gesteld.


8


6



7

Export



Grolsch in het Midden-Oosten

Gesluierde vrouwen, fundamentalistische moslims en de Golfoorlog, zaken die onlosmakelijk verbonden zijn met een bijzonder deel van de wereld, het Midden-Oosten. Op het eerste gezicht niet zo'n interessante markt voor een brouwerij, want moslims drinken toch geen bier?



Ons blikbier staat koel opgeslagen in de magazijnen van importeur *Al Quraishi.*

Schijn bedriegt. Het Midden-Oosten heeft meer te bieden dan alleen woestijn en kamelen.
De afgelopen 15 jaar is *Dubai* uitgegroeid tot de belangrijkste plaats voor internationale handel in de regio, is *Abu Dhabi* het moderne politieke centrum geworden en *Bahrein* het financiële bolwerk, waar alle grote internationale banken een vestiging hebben.
De vergaande internationalisatie van de regio en met name de zeer nadrukkelijke aanwezigheid van de oliemaatschappijen en andere multinationals zoals *Unilever* en *Nestlé,* hebben ertoe geleid dat er in de Golfstaten meer Aziaten, Europeanen en Amerikanen wonen dan lokale Arabieren. Grolsch heeft tijdig op deze ontwikkeling ingespeeld. Reeds begin jaren tachtig bereikten de eerste beugelflessen het Midden-Oosten. Gestadig werd de distributie uitgebreid, en namen bekendheid en volume toe, waardoor rond 1990 blikbier aan het assortiment kon worden toegevoegd.
Al deze inspanningen resulteerden in de verkrijgbaarheid van 'Grolsch Premium Lager' in de belangrijkste biermarkten van het Midden-Oosten; Bahrein, Dubai, Abu Dhabi, Oman en Libanon. Een aantal markten bleef echter voor Grolsch gesloten. In landen waar de Islam een stevige greep heeft op de maatschappij, zoals in Saoedi Arabië, Iran en Qatar, mag absoluut geen alcohol geïmporteerd worden. Maar ook de Arabieren hebben toch regelmatig dorst. Met de introductie van Grolsch Special Malt in een speciale Engels-Arabische verpakking, wordt nu ook deze groep op hun wenken bediend.
Zo'n dertien jaar na de eerste verscheping is Grolsch in het hele Midden-Oosten verkrijgbaar, met of zonder alcohol. Een resultaat dat is bereikt met geduld, de hulp van goede lokale partners, maar vooral door degelijk vakmanschap uit Nederland. En we gaan gewoon door… Inshallah!

Ivan Menting,
area manager Africa & Middle East

Brau und Brunnen bezoekt Enschede

Op 28 april bezochten 80 afgevaardigden van alle bij Brau und Brunnen aangesloten brouwerijen onze brouwerij: de eerste kennismaking met Grolsch. Tijdens presentaties door de heren *Cramer* en *Halma* van Grolsch Export kregen onze Duitse gasten een uitgebreid beeld van onze brouwerij en de produkten, waarbij uiteraard de meeste aandacht werd geschonken aan onze beugelfles, die vanaf 1 juli 1994 door alle brouwerijen van Brau und Brunnen in vrijwel alle delen van Duitsland wordt geïntroduceerd. De Commercieel Directeur van Deutsche Brauerei Holding GmbH, de heer *K.H. Drews,* sprak onze Duitse gasten als laatste toe, waarbij hij zijn volste vertrouwen uitsprak in de lancering van Grolsch in Duitsland.



De heer *K.H. Drews* van Brau und Brunnen

Marbox BV – Transport Management

***Marbox BV* is een expeditiebedrijf. Een modernere benaming is *transport management.* Een pur sang expeditiebedrijf doet vervoer. Een bedrijf dat werkt voor exporteurs en importeurs en geacht wordt deskundig advies op vervoersgebied te verstrekken. Marbox is een typisch zeehaven-expeditiebedrijf, gevestigd in het havengebied van Rotterdam, dus boven op het 'karwei'. Klein van omvang en met een platte organisatie, zodat communicatieproblemen nauwelijks voorkomen en iedereen op de hoogte is met de klantenwensen.**

Marbox BV heeft twee dochterondernemingen: *Chembox BV* en *TICC Nederland BV.* Het eerste bedrijf houdt zich bezig met opslag en vervoer van chemicaliën; het tweede is een douane-expeditiebedrijf en beschikt over een Sagitta-aansluiting voor het doen van douane-aangiften langs electronische weg.

Het totale personeelsbestand is 9 medewerkers. De zakelijke verbinding van de Grolsche Bierbrouwerij en Marbox is even oud als het bedrijf: vijf jaar. De relatie van de personen achter Marbox met de brouwerij is al veertig jaar oud. (De brouwerij heette toen *Bierbrouwerij De Klok.*) De export naar overzeese bestemmingen van het Grolsch Bier was toen in handen van een Rotterdams handelshuis. Het transport vond nog plaats met conventionele schepen, ISO-containervervoer bestond nog niet. Deze laatste manier van vervoer – die een revolutie in de scheepvaart veroorzaakte – is voor het eerst toegepast door mister *McLean,* de oprichter van de bekende rederij *Sea-Land.* In overleg met de logistieke afdeling van de brouwerij wordt over zeevrachttarieven met de rederijen onderhandeld en worden overeenkomsten afgesloten. Voorts worden ontwikkelingen, die op dit gebied zeer turbulent kunnen zijn (zowel naar boven als naar beneden) scherp in de gaten gehouden. Kortom: alles wordt gedaan om te zorgen dat het bier snel, goed en goedkoop naar de klanten vervoerd wordt. Vooral wordt er op gelet dat concurrerende brouwerijen hun vervoer niet voordeliger inkopen. De dagelijkse afwikkeling gaat als volgt in zijn werk. De brouwerij geeft een opgave van het aantal te laden containers; de mensen van Marbox brengen de lading bij de agent van de rederij (cargadoor) onder en informeren Grolsch over scheepsnamen, vertrek en aankomstdata. Vervolgens worden aan truckingbedrijven opdracht gegeven de containers op de gewenste data in Groenlo te plaatsen. Nadrukkelijk wordt erop gewezen dat chauffeurs erop dienen toe te zien dat schone en droge containers worden afgegeven. Na belading worden de rederijen geïnformeerd over de inhoud van de containers en van connossement-instructies voorzien. Het *connossement* is in feite een contract dat de rederij verplicht de goederen tegen een bepaalde prijs naar een bepaalde bestemming te vervoeren. Deze documenten worden na vertrek van het schip volgens de ontvangen aanwijzingen verzonden. Hoewel niemand erop zit te wachten gaat er in het vervoer ook wel eens wat fout, maar ook dan is Marbox aanspreekbaar en zal het bedrijf er alles aan doen om te achterhalen waar de zaak stagneert en de betrokken partijen informeren. Ons beroep vergt een dienstverlenende instelling en dan is expediteur een boeiende en leuke job. Ondergetekende is het inmiddels veertig jaar.

Johan A. van Marion



'…Marbox is klein van omvang en heeft een platte organisatie…'

De directie van Marbox, de heren *B. Oomen (links)* en *J.A. van Marion.*

Grolsch in Italië

Sinds 1 januari dit jaar beschikt Grolsch Export BV over een nieuwe importeur in Italië. De firma *Fratelli Rinaldi* in Bologna, sinds 1957 één van de bekendste dranken-importeurs met o.a. de premium-merken *Cutty Sark, Rothschild* en *Larios,* verkoopt voor ons de beugelfles en het pijpje. Rinaldi levert in heel Italië direct aan de horeca en enkele off-premise ketens. In Italië is deze succesvolle herintroductie enthousiast ontvangen door de handel en de consument en wij geloven hiermee een goede stap te hebben gezet voor de verdere uitbouw van de positie van Grolsch Premium Lager in het premium importsegment voor de Italiaanse biermarkt.

Aart Roos



De eerste Beugel overhandigd aan *G. Tamburi,* Managing Director en *F. Fabbri,* Commercial Director door *A. Roos* en *B. van Liemt* Grolsch Export.





Na afloop was het heerlijk bierproeven.

Grolsch in Zuid-Amerika

Sinds 1990 zijn wij voorzichtig gestart met de export van Grolsch Premium Lager naar diverse Zuid-Amerikaanse landen. Met de regelmaat van de klok gaan er vanuit Groenlo containers naar Venezuela, Brazilië, Argentinië en Chili (via een agent in Honduras die onze link is voor enige landen in Centraal Amerika).

Ook exporteren wij naar Suriname. Zoals u al mocht weten, schijnt de zon altijd in dit Nederlands sprekende tropische land, en Swing(-top) je er de pan uit. Het is er dus bijna altijd goed bierweer. Wij worden daar vertegenwoordigd door de firma *R. Bishesar Agencies.* Bishesar organiseerde eind november een Grolsch-volleybaltoernooi en een -bier-estafette, waarvan bijgaand enkele moment opnamen.

Roberto Ravalico

Swingtop View **In begin april verscheen het eerste nummer van de Engelstalige publicatie Swingtop View. Deze kwartaaluitgave van Grolsch Export BV heeft tot doel onze internationale klanten te informeren over het reilen en zeilen van Grolsch. Tevens wordt ermee beoogd het internationale karakter van Grolsch te onderstrepen. De Swingtop View bestaat uit een aantal vaste rubrieken aangevuld met specifieke artikelen.**



Het roken van tabak

Het roken van tabak is *'gezond'* voor de Nederlandse schatkist: ongeveer 3 miljard per jaar. Het roken van tabak is *'gezond'* voor de tabak-verwerkende industrie. Het gebruik van tabak (roken en pruimen) werd in de 17-de en 18-de eeuw gezond geacht, en toen zelfs als medicijn gebruikt voor diverse kwalen.



Tot voor enkele tientallen jaren hoorde iedere man te roken, maar sinds de Tweede Wereldoorlog is er een lawine van artikelen verschenen die onomstotelijk de schadelijkheid van het roken van tabak heeft aangetoond. Daarover bestaat nu geen discussie meer in doktersland, en elders.

Uiteraard kent u de meest markante feiten over roken:

- *roken* is in Nederland direct 'verantwoordelijk' voor 10.000 gevallen van longkanker per jaar, en in totaal voor zo'n 18.000 sterftes per jaar;
- het *roken* van meer dan 20-25 sigaretten per dag geeft een 15 maal hogere kans op overlijden door



hart- en vaatziekten (zoals hartinfarct) bij mensen jonger dan 45 jaar;
- *het roken* wordt door de Wereldgezondheids Organisatie verantwoordelijk gehouden voor 90% van de sterfte aan longkanker, voor 75% van de sterfte aan bronchitis en CARA (astma, rek weg uit longen) en voor 25% van de sterfte aan hartziekten;
- *het roken* is eigenlijk een lichte vorm van kool-monoxide-vergiftiging en blokkeert gedurende een half uur ongeveer 25% van de zuurstof-transport-capaciteit;
- *het roken* legt de trilhaarfunctie lam op de luchtpijpen en blokkeert de reinigende werking ervan zodat allerlei binnenkomende verontreinigingen steeds dieper in onze longen kunnen wegzakken;
- *het roken* is niet alleen schadelijk voor onze eigen gezondheid maar ook voor de mensen die bij het roken in dezelfde ruimte zijn.

Dit wist u natuurlijk al lang. Ondanks het feit dat we dit weten, gaat het toch heel moeilijk om van het roken af te komen. Onderzoek wijst uit dat het stoppen met roken net zo moeilijk is als voor een heroïneverslaafde om te stoppen met zijn verslaving. Roken noemen we dus ook een *verslaving*.
Toch proberen jaarlijks zo'n 400.000 mensen van het roken af te komen. Velen lukt het ook gezien het dalende aantal rokers in ons land, de laatste tientallen jaren. Momenteel rookt nog ongeveer 35% van de bevolking ouder dan 15 jaar. Maar de dalende tendens stagneert nu enigszins, want met name de jongeren beginnen toch weer meer te roken.
Voor het roken op de werkplek bestaat nu enige wetgeving. Zo is het roken sinds enige jaren verboden in openbare gebouwen en moeten er afspraken gemaakt worden wanneer rokende en niet-rokende

'…Er moeten afspraken gemaakt worden wanneer rokende en niet-rokende werknemers een werkruimte delen…'

werknemers gezamenlijk een werkruimte delen. Ook zien we in kantines dat er gescheiden ruimten komen voor rokers en niet-rokers en gescheiden pauzetijden. Ook zien we steeds meer beleid in bedrijven aangaande het roken. Dit alles moet ertoe leiden dat de effecten van het roken beperkt blijven tot diegenen die nog per se willen roken. Tegen beter weten in, moeten we dus concluderen.
Wij willen besluiten met het advies om met roken te stoppen. Dat het lukt wanneer men dat echt wil, blijkt uit het feit dat 9 van de 10 mensen die stoppen met roken dit bereiken zonder hulp of therapie van buitenaf. Veel succes is dus mogelijk!

De bedrijfsartsen van Grolsch

Vakantiemijmeringen

De vakantie is in aantocht: heerlijk! Vakantie is iets, vind ik, waar je drie keer plezier van kunt hebben: het voorbereiden, de vakantie zelf en naderhand de foto's en de herinneringen. Bovendien is mijn huis mij zelden zo dierbaar als wanneer ik terug ben van vakantie.

Jacht

Met die voorbereidingen ben ik nu druk bezig. Als we weten, waar we naar toe zullen gaan, ga ik op jacht naar informatie over het betreffende gebied. Al snel heb ik heel wat bijeen gegaard en waar wij houden van dingen zien, anders dan het ons bekende, neem ik de folders goed door om toch maar niets te missen van wat men ons daar in den vreemde te bieden heeft. Mijn dochter zei eens: 'Geef mijn moeder een paar mooie uitzichten, een handvol kastelen en een oud stadje en haar vakantie is geslaagd'. Het lijkt erop, dat ze gelijk heeft. Ik zie in de folders schitterende kastelen, gelegen op romantische heuvels of op rotspunten, die onbereikbaar lijken. En ik wil er graag naar toe, al weet ik, door ervaring wijs geworden, dat foto's bedriegen. Wekt het zien van een foto van ons tuintje bij de argeloze beschouwer immers ook niet de indruk, dat wij in een park wonen? En dan dat Middeleeuwse stadje met die trappe-straatjes… Prachtig toch – ik zit te popelen om er naar toe te gaan. Daar laat de folder mij nog een diepe, smalle kloof zien met zowaar een bruisende waterval erin! Dat mogen we ook niet missen. Als ik alles goed heb uitgeplozen is de dag van vertrek nabij en rijden we met kloppend hart al dat moois tegemoet.

Pret

Helaas, er zijn veel dingen, die de pret kunnen bederven. Neem nu het weer: daar kun je totaal niets van op aan. Gingen wij in mei naar Portugal, omdat het daar dan prachtig weer moet zijn volgens de statistieken, en wat hadden we? Regen, alsof we in eigen land waren. En regende het eens niet, dan scheen de zon zo fel, dat we in de auto het kookpunt nabij waren, terwijl er buiten de auto een koude, gure wind woei, die ons liet rillen, al hadden we het jack hoog dichtgeknoopt. Als we naar Nederland belden, kregen we steevast te horen, dat daar een hittegolf heerste: het was er niet om uit te houden! Nu is een hittegolf op vakantie ook niet alles, maar toch… En een leuk Middeleeuws stadje, gekiekt in stralende zonneschijn, verandert op een regendag in een grauwe steenmassa met straatjes van glibberkeien, waar je je nek over breekt.

Verkeer

Ook het verkeer kan je danig parten spelen. Wil je op een dag 500 kilometer verder komen, dan moet je niet in een file belanden, zoals ons in Frankrijk eens gebeurde, zodat het niet meer mogelijk was die avond op onze bestemming te komen. We besloten een hotel te nemen,



maar helaas, die zaten allemaal vol. Na de vijfde poging en op weg naar een volgend dorp, zagen we opeens een Motel. Het lag daar zo maar, aan de linkerkant van de weg. Grote, volle parkeerplaats ernaast. Wij erop af! Jammer, ook vol. Het was inmiddels half tien in de avond en wij hadden trek.

'Zullen we hier dan wat gaan eten?' stelde ik Klaas voor. 'Goed idee', zei hij, 'Dan gaan we daarna maar in de auto wat slapen, hier op de parkeerplaats'. Het vooruitzicht de nacht zittend in onze volle auto te moeten doorbrengen, stemde me somber, maar het eten verbeterde mijn stemming. Opeens werd er omgeroepen, of de buitenlanders, die om een kamer gevraagd hadden, zich wilden melden. Zouden ze daar ons mee bedoelen? Wij naar de receptie. En jawel, er was een kamer vrij. Niet goedkoop weliswaar, maar wel een kamer met een bed erin! We sliepen overheerlijk die nacht.

Uit eten

Eten in een restaurant kan ook de nodige verrassingen in petto hebben. Zo zag ik eens in een restaurant op de menukaart garnalen staan, met boter. Die boter, dat vond ik raar, want ik ben gewend aan een mayonaise-achtige saus bij garnalen, maar ik ben ook dol op garnalen, dus bestelde ik ze toch. Krijg ik me daar een

'…De andere gasten keken vol belangstelling toe. En ik zat daar met een hoofd als een pioen…'

**bord met een grote berg ongepelde garnalen erop plus een mandje stokbrood en een potje boter! Nu wist ik wel, dat je garnalen bij kop en staart moest pakken en dan trekken om bij het eetbare gedeelte te komen, maar omdat ik dat in mijn leven zelden in praktijk had gebracht, was ik na een half uur nog niet door die berg heen. De eigenaresse van het restaurant, die dat gewriemel met argusogen had bekeken en blijkbaar vond, dat het maar eens afgelopen moest zijn, kwam naar ons toe en begon mij te helpen. De andere gasten keken vol belangstelling toe. En ik zat daar met een hoofd als een pioen!
Weer veilig thuis, kun je om al deze dingen smakelijk lachen. Het pijnlijke van de situaties is dan wat verdoezeld en de pret is evenredig groter geworden. Lang nog kun je erover napraten en wanneer het begint te vervelen, liggen de nieuwe reisgidsen al weer klaar. Ik wens u een fijne vakantie!**

Amber

Ideeënbuscommissie Enschede

Eerste kwartaalverslag 1994

Toegekende aanmoedigingspremies

- 931022, *G. Wilting,* Afvulling Kleinverpakking: f 50,–
- 931032, *B.W. Wagelaar,* Afvulling Kleinverpakking: f 75,–
- 931033, *B.W. Wagelaar,* Afvulling Kleinverpakking: f 50,–
- 931060, *H. ten Wolde,* Afvulling Kleinverpakking: f 75,–
- 931081, *H. ten Wolde,* Afvulling Kleinverpakking: f 50,–
- 931087, *H. ten Wolde,* Afvulling Kleinverpakking: f 25,–
- 931077, *C.J. Christenhusz,* Afvulling Kleinverpakking: f 50,–



B.W. Wagelaar, afdeling Afvulling Kleinverpakking.

- 931080, *E. Brandes,* Electrotechnische dienst: f 50,–
- 931083, *R.A.M. Snippert,* Electrotechnische dienst: f 50,–
- 931091, *N.G. Coppolechia,* Afvulling Kleinverpakking: f 50,–
- 941014, *T.B. Roders,* Kwaliteitsdienst: f 25,–

Beloonde ideeën

- Door de heer *J. Fiering* afdeling Haven werd idee nummer 931038 B ingediend: In verband met de veiligheid bij de loodsen 6, 7 en 1 aan de haven dient er boven de deuren van deze loodsen *schemerverlichting* te worden aangebracht. Dit idee werd beloond met f 100,–.

- De heer *H. ten Wolde* afdeling Afvulling Kleinverpakking ontving één van de hoogste beloningen ooit uitgekeerd door de ideeënbuscommissie, te weten f 1.688,–. Tevens ontving hij een geschilderd portret. Zijn idee (nummer 931026 II) houdt in, dat bij de uitpakker in colonne 10 een *noodstop* wordt geplaatst achter de uitpakker, in plaats van voor de uitpakker of bij de inloop van de wasmachine wat tot dusver gebruikelijk is geweest. Reden hiervoor is dat de persoon die achter de uitpakker zit veel beter zicht heeft en daardoor sneller kan reageren.

- De heren *B.H. Bos* en *W.M.J. Abbink* beiden van de afdeling Gist- en Lagerkelder hebben idee nummer 931057 ingediend dat inhoudt dat tijdens het slangen van de lagertanks, voor zowel open als gesloten vergisting, gebruik wordt gemaakt van *klepkranen* aan de slangen. Op deze wijze kunnen hectoliters bier en tijd bespaard worden. De beloning bedroeg in totaal f 719,–.



H. ten Wolde, afdeling Afvulling Kleinverpakking.

- De heer *L. de Jong* van de afdeling Automatisering diende idee nummer 931063 in. De heer De Jong vond de doorgang tussen kantoor en brouwerij erg donker. Mede in verband met de veiligheid stelde hij voor om met behulp van een *sensor* de doorgang te laten verlichten. Hij ontving voor zijn idee een beloning van f 150,–.

- De heer *G.J.H. Nijhuis* van de afdeling Afvulling Kleinverpakking ontving f 150,– voor idee nummer 931068. Hij vond dat er een *fotocel* geplaatst moest worden die aangeeft of er voldoende aanvoer is voor de uitpakker. Zo niet dan moet de kettingbaan stil gaan staan.

- De heer *B.W. Wagelaar* van de afdeling Afvulling Kleinverpakking diende idee nummer 931024 in. Hij ontving hiervoor een beloning van f 255,–. De heer Wagelaar stelde voor om de *lamp* die aangeeft dat flessen vast zitten in de droger, op een zichtbare plaats te monteren zodat de operator hierop geattendeerd wordt.

- De heer *H.J. de Mari* van de afdeling Marketing ontving f 150,– voor idee nummer 941011. Zijn idee is om geschenken en dergelijke die functionarissen binnen onze brouwerij ontvangen (met name rond de kerstperiode) op een centraal punt in te zamelen. Hierna kunnen deze geschenken door middel van *verloting* verdeeld worden onder het personeel. In het kader van zijn idee heeft de heer De Mari alvast zijn beloning in de verlotingspot gestort.

Ideeënbuscommissie Groenlo

De ideeënbuscommissie Groenlo heeft het eerste kwartaal 1994 tweemaal vergaderd, in de maanden februari en april. De commissie heeft de volgende beloningen toegekend.

- *T. Elzinga* en *H.J. Floors* ontvingen een beloning van f 150,- voor het idee om tot een besparing van zeep te komen door plaatsen van een *doseerpomp* op het schoonmaakmiddel Euroclean voor het schoonmaken van de machines.

- *A.M. Reijerink* ontving een beloning van f 150,- voor het idee om 45° *tegenhoeken* te plaatsen tegen de baanwand, zodat de druk wordt weggenomen bij de flessensplitsing na de ringcontrole.

- *M. Oortgiesen* en *S.M.A. Koster* ontvingen een beloning van f 150,- voor het idee om een opklapbaar *poortje* te plaatsen op de plaats waar men het bordes van de spoelmachine opkomt, ter verhoging van de veiligheid tijdens het schoonmaken.

- *H.T.M. Goossens* ontving een beloning van f 150,- voor het idee om *werkschakelaars* te plaatsen vanaf de sluiters tot de opwarmer van colonne 6 voor optimale veiligheid tijdens werkzaamheden aan de banen of bij storingen.

- *H.J.M. van Oosterom* en *A.A.J. Stam* kregen een beloning van f 150,- voor het idee om een *fotocel* te plaatsen op de dozenopzetmachine bij de uitstoot van dozen bij colonne 3, zodat de machine automatisch afslaat als een doos niet wordt gelijmd.

- *B. Rondeel* ontving een beloning van f 150,- voor het idee om een *noodstop stapelaar* te maken bij de afstapelaar, waardoor de bediener van de afstapelaar snel kan ingrijpen als er iets fout gaat.

De volgende personen ontvingen voor de door hen ingediende ideeën een aanmoedigingspremie

- *R.F.M.J. Overbekking*
- *M.E.B. Bomers*
- *G.B.M. Luttikholt*
- *H.T.M. Goossens*
- *H.J.G.M. Hartman* (groepsidee)
- *H.P. Meijer*
- *W.L. Papen* (tweemaal)



B.H. Bos (l) en *W.M.J. Abbink* (r), afdeling Gist- en Lagerkelder.

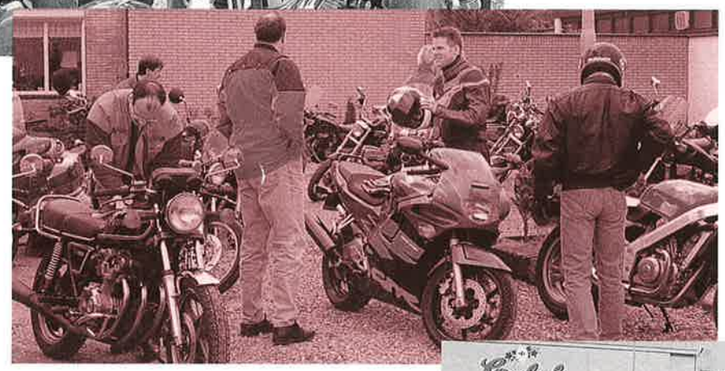
'...In het kader van zijn idee heeft de heer De Mari alvast zijn beloning in de verlotingspot gestort...'



De afdeling Horeca (zowel V als M) had zich goed ingepakt. Maar koud was het echt!

Motor

'…Motorrijders die allemaal iets met Grolsch te maken hadden…'



Een groot en breed assortiment motoren op de parkeerplaats.



Nu nog even met 'losse handen'… En er zit echt een uitlaat aan!

In Groenlo gebeurt het!

Groenlo. Een stad. Neen: dé stad in de Achterhoek. Middelpunt van een belangrijke streek in Gelderland, waar altijd wel iets gebeurt. In Groenlo is altijd wel wat aan de hand. Zo ook op zondag 1 mei. Bij café *De Klocke* was het verzamelpunt voor zo'n 40 motorrijders. Motorrijders die allemaal iets met Grolsch te maken hadden. Of ze nu bier brouwen, afvullen, distribueren of transporteren, verkopen of administratief begeleiden, één ding hadden ze gemeen: ze zaten allemaal op een motorfiets, mét een valhelm op. En of ze nu 2 of 4 cylinders hadden, luchtgekoeld of watergekoeld, boxer-motor of lijnopstelling, dat maakte allemaal niks uit. Er moest gereden worden. Koppelen en gasgeven. En aan die gashandels werd goed gedraaid.

Ze kwamen wel van heinde en ver. Soms wel meer dan twee uur rijden naar het vertrekpunt toe! Dan een rit van zo'n 150 kilometer of meer, en om 5 uur weer helemaal terug naar huis. Het was fris. Wat heet. Het was eigenlijk koud. Waterkoud, en dat op zo'n motor. Maar ze hadden het voor geen goud willen missen.



Een *twaalfhonderd cc*, klaar voor de start.

'n Prachttocht. Magnifiek. En het was ook reuze gezellig. Om zó weer over te doen. Bij de start werden foto's genomen. Gauw tot een volgende keer. (Een warme douche als je thuis komt doet wonderen.)

P.E.A. Könings

Grolsch Fietstoerclub

**Een aantal wielerfanaten binnen Grolsch heeft het plan opgevat om een fietstoertocht voor de sportief ingestelde Grolsch-medewerkers te organiseren.
Gedacht wordt hierbij aan een tocht van 100 tot 125 kilometer, die voor eind augustus, begin september is gepland voor in het weekend.
Graag vernemen wij of hiervoor bij de medewerkers animo bestaat. Indien dit idee u aanspreekt, kunt u zich bij ondergetekenden opgeven.
Bij voldoende deelname zullen wij u dan zo spoedig mogelijk concreter informeren.**

Met vriendelijke fietsgroeten,
André Zeelte & André van der Horst

FC Twente met de hakken over de sloot Europa in!

**We weten het inmiddels allemaal: Twente heeft zich – ondanks alle perikelen van trainerswisselingen en een paar ongelukkige wedstrijden – alsnog geplaatst voor Europees voetbal in de UEFA-cup. Het was kantje boord, maar dankzij het goede spel in de laatste wedstrijden, speelt Twente straks in september Europees voetbal. *Michael Mols* werd tot Man van de Match uitgeroepen tijdens de door Grolsch gesponsorde wedstrijd.
De felicitaties plus bloemen én envelop ontving hij uit handen van onze directeur Export, de heer *J. Cramer.***



'…Ondanks alle perikelen van trainerswisselingen en een paar ongelukkige wedstrijden…'

Het Grolsch-Smaakpanel

Veel Nederlandse mannen gaan prat op hun grondige kennis van bier. Zonder enige schroom beweren ze de verschillende pilsjes op smaak of merk te kunnen onderscheiden. Is dit in de praktijk ook zo?

Smaak

Servet

Barend Servet, voor de meesten van ons bekend, is één van Nederlands bekendste bierproevers. Hij slaagt er inderdaad in, in de diverse nationale bierpanels de verschillende bieren uit elkaar te houden. Bij de opzet van panels in Groenlo en in Enschede blijkt uit de driehoekstesten dat slechts weinigen in staat zijn bieren op bijvoorbeeld smaak en geur te onderscheiden. In de praktijk is het ook niet zo, dat bijvoorbeeld een produktiemedewerker beter proeft dan een administratief medewerker.
Om onze produkten op statistisch verantwoorde wijze regelmatig te kunnen testen op geur, smaak of om nieuwe bieren te kunnen beoordelen, zijn in de voorbije twee jaar in Groenlo en in Enschede smaakpanels samengesteld. In Enschede zijn hiertoe in deze periode circa 100 medewerkers getest op hun smaakzintuig. Dit testen geschiedt aan de hand van de zogenoemde driehoekstest.

Een glas blind

Deze test houdt in dat er drie 'blinde' glazen met bier worden geproefd, waarvan er twee gelijk zijn en één afwijkend. De kandidaat dient aan te geven welk bier gelijk is en de voorkeur te geven voor het afwijkende of gelijke bier qua smaak en geur. Van de 14 testen moet de kandidaat er uiteindelijk 9 goed hebben beoordeeld om voor het panel in aanmerking te komen.
Het huidige smaakpanel in Enschede bestaat uit 15 leden die wekelijks bij elkaar komen. Per bijeenkomst worden er meestal 3 bieren geproefd. Vergeleken worden bijvoorbeeld dezelfde bieren van verschillende produktiedata om eventuele smaakafwijkingen in de tijd te kunnen constateren, proefbrouwsels beoordelen of deze voldoen aan de gestelde eisen, vast te stellen of de smaak en geur van de beugels uit Groenlo en Enschede nog hetzelfde zijn en het bier van Grolsch te vergelijken met dat van onze concurrentie.

Sokken

Vooral dit laatste levert veelal verrassende conclusies op. Zoals de uitslag van één van de vaste panelleden die het bier van een concurrent beoordeelde met de smaak van 'gecentrifugeerde zweetsokken'. De belangrijkste taak van het panel is echter om op statistisch verantwoorde wijze gegevens over ons bier te verzamelen.

Hetty Holstein

'...De uitslag: één van de vaste panelleden beoordeelt het bier van een concurrent met de smaak van 'gecentrifugeerde zweetsokken'...'

Culinair koken met Aafje

Ingrediënten

Gemarineerde rosbief in Grolsch pilsner (4 pers.)
1 à 2 teentjes knoflook, 1/2 theelepel bruine suiker, 1 1/2 theelepel gemberpoelder (laos), 1/2 rood pepertje (zaadjes verwijderen), 5 eetlepels ketjap manis, 1 dl Grolsch pils, 500 gr. rosbief, 1 1/2 eetlepel gembersiroop, 1/2 dl Grolsch pils, 1 theelepel maizena.

Bereiding

Knoflook pellen en boven schaal uitpersen. Eraan toevoegen: suiker, gemberpoeder, gesnipperd rood pepertje, ketjap en Grolsch pils. Rosbief in 4 gelijke plakken (in de lengte) snijden. Rosbief in de marinade leggen. Ongeveer 12 uur laten marineren en rosbief af en toe keren. Rosbief uit marinade halen en droogdeppen. In braadpan olie en/of boter verhitten en hierin de rosbief in ongeveer 4 minuten bakken (na 2 minuten keren) Intussen saus maken door marinade in een pannetje te verwarmen onder toevoeging van de gembersiroop en Grolsch-pils. Aan de kook brengen. Maizena-papje aan de saus toevoegen. Ongeveer een minuut laten koken en goed laten binden. Rosbief in reepjes snijden en de saus erover heen schenken. Dit rosbiefgerecht gaat goed samen met veldsla, eiermie (bami) en natuurlijk een heerlijk glas koud Grolsch.
Smakelijk eten.



Een impressie van de festiviteiten in St. Isodorishoeve waar duizenden jongeren met Hemelvaart en het weekeinde daarna een geweldig feest vierden. Er werd gewerkt met twee grote, aan elkaar gekoppelde tenten waar op twee podia afwisselend fantastische bands speelden. Dit alles tegen het decor van de Grolsch-parasols. Hier werd ons pilsner in grote hoeveelheden getapt en in de feesttent genuttigd.

Evenementen 1994

Proost!

Ieder jaar barst begin mei het evenementenseizoen in alle hevigheid los. Gedurende een maand of zes worden honderden evenementen verzorgd.
In Nederland worden de kleine plaatselijke evenementen verzorgd door onze drankenagenten terwijl de grotere evenementen rechtstreeks door de afdeling Evenementen Service in Groenlo worden gedaan. Vanuit Rotterdam neemt *J. van Zwieteren,* in samenwerking met een aantal seizoensmedewerkers, de grote evenementen in het westen voor zijn rekening.

Zo wordt bij voorbeeld elk jaar in *St. Isodorishoeve* (gemeente Haaksbergen) een groot evenement gehouden. De formule is tamelijk traditioneel. Je hebt een grote, goed aangeklede feesttent, waar tot in de late uurtjes duizenden en duizenden mensen een fantastisch feest hebben. Het aanbod van artiesten behoort tot de nationale top, en de organisatie is in handen van gespecialiseerde comité's, die al jaren op professionele wijze hun evenementen verzorgen met honderden enthousiaste medewerkers. Wij zijn er trots op dat we op heel veel van deze feesten ook in 1994 op vakkundige wijze met ons mooie pilsner invulling kunnen geven.

J. Analbers

Proost!

There's no...

Hannie!



Koos Alberts!



Corrie Konings!



Business...



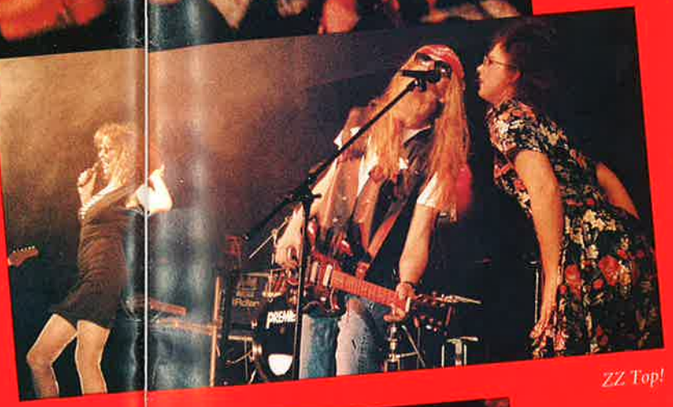
Cliff Richard & The Young Ones!





Phil Collins!

Long Tall Ernie!



ZZ Top!



De Prijswinnaars!

De jury-voorzitter!



Tina Turner!



Grolsch Playback Show '94!...

Wat een Talent! Wat een Creativiteit! Ruim 500 bezoekers gingen er op 23 april eens goed voor zitten om alle deelnemers aan de Playback Show 1994 goed te bekijken. Daarvoor was één van de grote hallen aan de Binnenhaven eerst geheel ontruimd en schoongemaakt (onder leiding van *Bertus Morsink*) en vervolgens compleet ingericht als een grote evenementenhal.

Een groot televisie-podium stond centraal opgesteld, zodat alle bezoekers het uitstekend konden zien. Een speciale video-ploeg – hoog op stellages – legde het programma vast met behulp van 3 camera's. In de aangrenzende hal was nog een soort strodorp aangelegd voor de catering, alwaar men kon drinken en smikkelen. De zeer deskundige jury, onder voorzitterschap van *P. van Sprang*, had zich strategisch geïnstalleerd, opdat geen enkel detail onopgemerkt bleef. Vele afdelingen van de brouwerij waren onder de deelnemers vertegenwoordigd. Van Laboratorium tot Expeditie, van Marketing tot Horeca, van Financiële Administratie tot de Juridische afdeling en van Biertechnische Dienst tot Thuisverbruik.

Met volle overgave werden voor het merendeel bekende Engelse tophits gebracht, rustige nummers, maar ook snelle songs, gelardeerd met passie en emotie. Toen alle deelnemers hun bijdrage hadden geleverd, trok de jury zich terug en kwam weldra met een uitslag die unaniem tot stand was gekomen! Tot winnaar werd uitgeroepen de afdeling Marketing die een potpourri bracht van allerlei zeer bekende Nederlandse liedjes onder de alleszeggende titel: 'Altijd lol in Café Nol'. Hierin kwamen o.a. naar voren *Koos Alberts* (mét rolstoel), *Corrie Konings*, *René Froger*, *Ronnie Tober* en *Hannie* (Wil jij mijn kijkdoos even zien?). De 2e prijs ging naar het beroemde duo *Freddy Mercury & Montserrat Caballé* oftewel *Ake Slomp & Irma Bakker* (in een prachtige zwarte creatie van Dior). Zij brachten het prachtduet 'Barcelona' ten gehore. *Marga Annink* (receptie-kantoor) legde met een gepassioneerde versie van 'Addicted to love' van *Tina Turner* beslag op de 3e prijs. De overige deelnemers – die het zonder prijs moesten stellen, want er waren maar drie – waren er zeker niet minder om. Nogmaals: Grolsch' hele Playback Show was een aaneenschakeling van zeer talentvolle zangers en acteurs. Het was weer geweldig.

P.E.A. Könings



Kinderen voor Kinderen!

Like...

René Froger!



Showbusiness!



Melissa Etheridge!





Ruth Jacott & Paul de Leeuw!

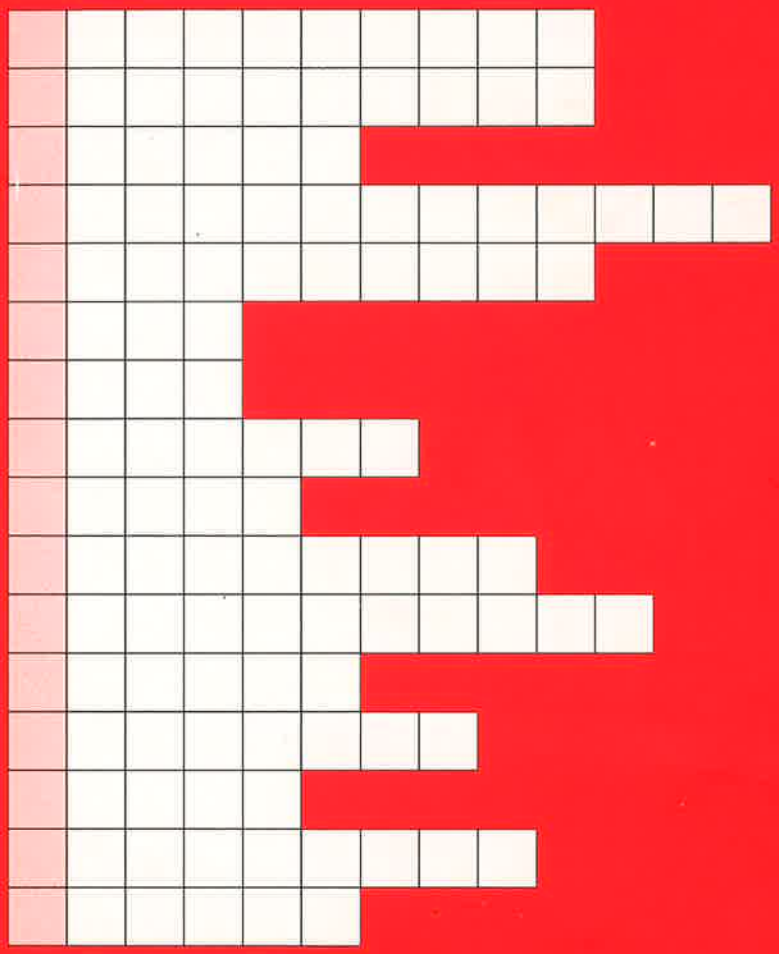
Grolsch-puzzel 2.94

Evenals in de vorige Grolsch Kronieken moet men de juiste woorden bij de omschrijvingen vinden om daarmee de goede oplossing te krijgen. De eerste letters vormen een zin. Zowel de woorden als de zin moeten juist zijn.

Redactie Grolsch Kroniek
Postbus 55
7500 AB Enschede

Veel puzzelplezier!

Hoofdpijn na te veel zonnen
Andere naam voor augustus
Heerlijk lentebier
Moeilijke tijd voor veel leerlingen
Hier boekt men de mooiste vakantie
Vakantieverblijf
Zomerse lekkernij
Dat wordt men van warm weer
Eerste jaargetijde van het jaar
Grootse gebeurtenis
Hoge toren, vaak in het bos
Vermaak voor jong en oud
Pretpark in het zuiden des lands
Eiland met veel schapen
Binnenwater waarop veel gezeild wordt
Zandheuvels langs de zee



Uitslag puzzel 1.94

H. Roumaat in Groenlo, *J. Westendorp* in Enschede en mevrouw *B. Oosterholt* in Groenlo, hebben hun goede oplossing ingestuurd en daarmee een prijs gewonnen. Inmiddels hebben zij hun prijs thuis ontvangen.

Winnaars kleurplaat

Marloes Ordelmans (5 jaar), *Robin Tuller* (7 jaar) en *Eva Zappeij* (8 jaar) hebben voor hun kleurplaat een leuk prijsje ontvangen. Laat je fantasie los op de kleurplaat in deze Grolsch Kroniek en vraag je pap of mam of zij je plaat kunnen insturen vóór 18 augustus a.s. naar Redactie Grolsch Kroniek. t.a.v. Paula, Postbus 55, 7500 AB Enschede. Wij wachten met spanning af.