Grolsch Proeftijd

jaarlijks terugkerend hoogtepunt voor de ware bierliefhebber

1997 is de boeken ingegaan als hét jaar van de beugel. Niet alleen om zijn 100-jarig bestaan, maar nog meer om zijn 6 speciaalbieren, die stuk voor stuk de imago van speciaalbieren hebben onderstreept. Inmiddels hebben we dat jubileumjaar achter ons gelaten. Maar die bierliefhebbers verwachten van Grolsch toch een voortzetting van die prachtige speciaalbieren. Alweer een paar maanden geleden mochten ze nog één keer van Het Kanon genieten. Op veler verzoek hebben wij het bier dat vorig jaar de meeste aandacht trok, in mei jongstleden geprolongeerd. En met succes. Direct na de vakantie komt er nu elk jaar een speciaalbier voor de nazomer: de zogeheten Proeftijd van Grolsch.
Voor 1998 is het Bariton geworden. 'n Amberkleurig bier, gebrouwen in de geest van Peter Cuyper uit Groenlo. Het bevat $6^1/_2$ % alcohol; een vleugje zoethout geeft het bier een heel bijzondere smaak.
De consument, die zich een 'kartonnen kratje' aanschaft, heeft ook de gelegenheid om zijn eigen mening te geven over Bariton. De proefformulieren, die wij in groten getale nu binnen krijgen, wijzen ons straks de weg naar een nog lekkerder Proeftijd 1999.

Tijdens de uitreiking van de diploma's van de Grolsch Horeca Academie, werd de muziek verzorgd door de band 'Piece of Cake'. De bandleden lieten alle goede bierliefhebbers, genieten met volle teugen van ons nieuwe bier.

KRONIEK

Grolsch

September 1998 - Jaargang 18 - Kwartaaluitgave voor het personeel van de Grolsche Bierbrouwerij - Nr.3

Proeftijd 1998 BARITON

warm onthaald

Gedegen *en toch niet* statisch

Brouwerijen zijn bolwerken van tradities. Het brouwen van bier zit ons in het bloed. Daar zijn we mee opgegroeid, daar zijn wij mee groot geworden. Bier, een drank die reeds eeuwen en eeuwen bestaat en vele, zeer vele, mensen momenten van ontspanning schenkt. Sedert Peter Cuyper doet Grolsch niet anders. Wil dat zeggen, dat wij niet openstaan voor nieuwe ideeën? Zeker niet. Het is juist onze brouwerij die de laatste jaren, iedere keer weer opnieuw, laat zien dat er naast de traditie ruimte ontstaat voor nieuwe concepten, 'n nieuwe aanpak, kortom voor innovatie. Als u deze Kroniek leest, wordt één en ander u snel duidelijk.

COLOFON

Grolsch Kroniek
Nr. 3, 18e jaargang, september 1998. 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
P. Gaasendam
G. ten Cate
P.E.A. Könings

Vormgeving
Pitch Advertising Marketing b.v., Enschede.

© 1998 - 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 meest drinkbare bewijs is nu natuurlijk Proeftijd 1998, ofwel Bariton. Het nazomerbier voor de echte bierkenners.

De afdeling Thuisverbruik heeft, gelet op de sterk veranderde structuren van de sector supermarktketens haar eigen organisatie aangepast en waar nodig vernieuwd. De contacten met de handel kunnen daardoor nog verder geïntensiveerd worden. 'n Onderdeel daarvan is VINK. Beter gezegd wás VINK (Verkoop In Nieuwe Kanalen). Deze afdeling is nu omgedoopt in New Business (jammer dat de Engelse benaming beter begrepen wordt dan de Nederlandse). Maar toch.

Het gegeven 'De nieuwe brouwerij' is al vele malen intern besproken. Ook de afdelingen Productie hebben daaraan inmiddels de nodige bijeenkomsten besteed. Over vernieuwing gesproken.

Deze innovatiedrang, die zo kenmerkend is voor Grolsch, laat zich aflezen in de lijst van prijzen, die ons de laatste tijd ten deel zijn gevallen.

Er zijn nog meer positieve zaken te melden. Onze activiteiten voor Grolsch in Amerika werpen nu duidelijk hun vruchten af. Niet in de laatste plaats door de geweldige acties, die wij in de VS met Seagram ten toon spreiden.

En wat dacht u van het feit, dat in de 5 jaren, dat de Grolsch Horeca Academie nu bestaat, inmiddels 62 studenten zijn geslaagd voor dit zware examen?!

En dat de nieuwe cursus 1998/1999 alweer 3 weken geleden begonnen is?

Maar gelukkig zijn er ook nog momenten van ontspanning door ínspanning. Grolsch mensen zitten in een kano te peddelen, (of ze liggen er naast!) ze doen Pete Sampras of Martina Hingis na, ze slaan met een stick tegen 'n balletje en verslaan andere brouwerijen, of ze láten zich voortbewegen in een huifkar: het is maar wat je leuk vindt.

Een ding is zeker: bij Grolsch zitten ze niet stil, daar krijg je de kans niet voor!

De redactie

Grolsch brouwt bieren *om mensen momenten van ontspanning te schenken.*

Een onderneming moet weten waar ze heen wil, zowel op korte als op langere termijn. Ook onze brouwerij stelt zich concrete doelen en bepaalt hoe deze doelstellingen bereikt moeten worden. Het voorgaande willen wij vormgeven in het kader van het project "Van Visie tot Actie". In deze Grolsch Kroniek willen wij kort ingaan op het begrip visie en op de strategische doelstellingen van Grolsch. In een volgende editie zullen wij nader ingaan op waarden en principes.

Elke onderneming moet een bestaansrecht hebben en zich de vraag stellen wat haar maatschappelijke functie is. Waarom bestaat Grolsch? Waar zijn wij mee bezig? Wat onderscheidt ons van andere bedrijven en andere brouwerijen? Dit antwoord vertalen wij in de visie "Grolsch brouwt bieren om mensen momenten van ontspanning te schenken". Elk woord in deze visie heeft zijn betekenis:

Brouwen:
Het brouwen, zijnde het productieproces van productontwikkeling tot en met het afvullen, de marketing en de verkoop van bieren.

Bieren:
Verschillende biersoorten: voor elk moment van de dag en voor elke tijd van het jaar.

Mensen:
Al degenen, die op één of andere manier in relatie staan tot Grolsch (consumenten, klanten, leveranciers, medewerkers, aandeelhouders, enzovoort).

Momenten:
Waar en wanneer je verantwoord van bier wilt genieten.

Ontspanning:
Genieten voor lichaam en geest.

Schenken:
In de dubbele betekenis van het woord:
- het (aan-)bieden van ontspanningsmogelijkheden, en
- het, letterlijk, uitschenken van bieren.

Vertrekkende van deze visie en met de bedoeling tenslotte tot individuele actie te komen moet een onderneming haar strategische doelen bepalen: Wij zijn ambitieus:
- Wij willen het sterkste biermerk zijn in Nederland.
- In 2004 willen wij evenveel bier verkopen in het buitenland als binnen Nederland.
- Het is onze bedoeling nummer 1 te zijn in klanttevredenheid, zowel bij de consument als bij de handel maar tevens ook intern binnen de brouwerij.
- Uitgaande van absolute kwaliteit willen wij in 2004 de meest efficiënte brouwerij van de Nederlandse brouwerij-industrie zijn.
- Wij zijn er trots op dat wij een goede werkgever zijn en wij willen dat blijven.
- Het spreekt vanzelf dat wij zorgen voor een aantrekkelijk rendement voor de aandeelhouder.

In de voorbije maanden is het project "Van Visie tot Actie" in de diverse afdelingen aan de orde geweest. Bij de ene afdeling kwam dat vroeger en bij de andere afdeling wat later. Elke afdeling heeft daarenboven zijn eigen aanpak: bij Productie bijvoorbeeld is de aanzet gegeven tijdens de productiemiddagen. In de eerstkomende maanden en jaren zullen wij dit project verder uitdiepen en uitvoeren. Om iets te realiseren moet je immers op de eerste plaats weten wat je wilt bereiken.

J. Troch

1/2 jaar

Halfjaarresultaat Grolsch N.V. gelijk aan eerste helft 1997

Samenvattend

Koninklijke Grolsch N.V. heeft over de eerste zes maanden van 1998, conform eerder gedane uitspraken, een netto-winst behaald van fl. 17,8 miljoen. Dit is gelijk aan het resultaat in het eerste halfjaar 1997.

Onder voorbehoud van bijzondere omstandigheden, wordt voor geheel 1998 een ongeveer gelijk resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening na belastingen voorzien als in 1997, exclusief de incidentele belastingbaten in dat jaar.

Resultaten

Om een goede vergelijking mogelijk te maken, zijn de cijfers van het in oktober 1997 verkochte Ruddles Brewery Ltd. en het in januari 1998 verkochte 25% belang in Brewpole B.V. in de resultaten en de balans van Grolsch N.V. over de eerste helft van 1997 gedeconsolideerd.

De netto-omzet kwam in de eerste helft van 1998 uit op fl. 270,7 miljoen (eerste halfjaar 1997: fl. 267,7 miljoen). Deze fractionele verbetering was het gevolg van gestegen exportopbrengsten en hogere valutakoersen. Het bedrijfsresultaat daalde met 2,4 %, van fl. 27,7 miljoen naar fl. 27,1 miljoen. Bij Export was sprake van margeverbetering. Het resultaat in Nederland werd beïnvloed door enerzijds gestegen verkoopkosten alsmede hogere afschrijvingen en anderzijds door lagere verpakkingskosten. Hoofdzakelijk door de verkoop van het 25% belang in Brewpole B.V. verbeterde de post rentebaten/rentelasten tot -fl. 0,2 miljoen (eerste helft 1997: -fl. 1,8 miljoen) en daalde het resultaat deelnemingen naar fl. 0,2 miljoen (eerste halfjaar 1997: fl. 0,7 miljoen). Het nettoresultaat kwam daarmee uit op het niveau van de eerste zes maanden van het vorige jaar: fl. 17,8 miljoen. Vanwege conversie nam het aantal aandelen in omloop toe met 1,9% tot 16.756.920 (30 juni 1997: 16.439.449). Dit correspondeert per aandeel van fl. 2.- nominaal met een winst van fl. 1,06 (eerste helft 1997: fl. 1,08). Van de $5^1/_4$% achtergestelde converteerbare obligatielening van oorspronkelijk fl.100 miljoen resteerde per 30 juni jl. nog fl. 10,9 miljoen nominaal.

Gang van zaken

Het afzetvolume in Nederland lag in de eerste zes maanden van 1998 op vrijwel hetzelfde niveau als in het vorige jaar. In 1997 kreeg de afzet een impuls door de zes eenmalige jubileumbieren in beugelflessen. Het begin dit jaar op de markt gebrachte Grolsch 2.5 en de reprise van Het Kanon hebben het weggevallen volume van de jubileumbieren gedurende het eerste halfjaar nagenoeg gecompenseerd.

Het afzetvolume in het buitenland, dat voor ongeveer twee-derde bestaat uit export en één-derde uit in licentie gebrouwen bier (bij Bass in Engeland en bij Brewpole in Polen), lag hoger dan in 1997: In de Verenigde Staten werd via distributeur Seagram een bevredigende afzettoename gerealiseerd en in Engeland was sprake van een aanmerkelijke volumegroei. Hiertegenover stond evenwel een daling van de export naar Rusland.

In februari jl. werd de bouw van een nieuwe brouwerij in Boekelo aangekondigd. De Gemeente Enschede treft momenteel voorbereidingen voor een bestemmingsplanwijziging voor "De Groote Plooy", de locatie waarop vanaf het najaar van 1999 de bouwwerkzaamheden gepland staan.

Vooruitzichten

Grolsch N.V. realiseert momenteel ongeveer 65% van zijn totale afzet in Nederland. De recordmaand augustus in 1997 in ogenschouw nemend, is de zomer van 1998 beduidend minder geweest. Naar het zich thans laat aanzien, zal het afzetvolume in ons land in het tweede halfjaar dan ook lager uitkomen.

Naar verwachting zal de afzet in het buitenland, mede onder invloed van de problemen in Rusland, in het tweede halfjaar per saldo niet hoger zijn dan in de tweede helft van 1997.

Door margeverbetering bij Export, een gunstiger product-mix en efficiency-verbeteringen in Nederland verwacht Grolsch om, conform eerder uitgesproken verwachtingen, voor geheel 1998 een resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening na belastingen te behalen van ongeveer fl. 50 miljoen. Dit is, exclusief de buitengewone belastingbaten van ca. fl. 3 miljoen in dat jaar, hetzelfde niveau als in 1997.

Enschede, 9 september 1998
De Raad van Bestuur

GROEPS WINST- EN VERLIESREKENING GROLSCH N.V.

(in duizenden guldens)	1998		1997
Netto omzet	**270.740**		267.685
Mutatie voorraden gereed produkt en halffabrikaten	**2.834**	2,471	
Overige bedrijfsopbrengsten	**3.261**	2,885	
	6.095		5.356
Som der bedrijfsopbrengsten	**276.835**		273.041
Kosten van grondstoffen en materialen	**72.708**	76.371	
Accijns	**44.671**	44.506	
Lonen, salarissen en sociale lasten	**44.718**	44.797	
Afschrijvingen materiële vaste activa	**23.849**	21.996	
Verkoopkosten	**33.365**	30.043	
Overige bedrijfskosten	**30.474**	27.619	
Som der bedrijfslasten	**249.785**		245.332
Bedrijfsresultaat	**27.050**		27.709
Uitkomst der financiële baten en lasten	**-173**		-1.801*
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen	**26.877**		25.908
Belastingen over resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening	**-9.283**		-8.900
Resultaat deelnemingen	**185**		743
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening na belastingen	**17.779**		17.751

De Raad van Commissarissen heeft Drs G.J. van der Marel benoemd tot lid van de Raad van Bestuur van Grolsch N.V. met ingang van 1 oktober a.s. De heer Van der Marel zal verantwoordelijk zijn voor alle activiteiten van Grolsch in het buitenland. Drs G.J. van der Marel (50 jaar) was voorzitter van de Directie van Vlisco B.V. te Helmond (deze textieldrukkerij is onderdeel van Gamma Holding N.V.). Voordien was hij Algemeen Directeur van PT Friesche Vlag Indonesia te Jakarta. Daarvoor was hij als Senior Consultant werkzaam bij Arthur D. Little International in Brussel.

Thuisverbruik :
van Verkooponderstеuning *naar* Trade Marketing

Sinds juni van dit jaar zit de afdeling Thuisverbruik iets anders in elkaar dan voorheen. Nadat eerder al was besloten om het account management voortaan met minder personen te gaan doen is recent de afdeling Verkooponderstеuning uitgebreid en tevens omgedoopt tot Trade Marketing. Dit roept natuurlijk wat vragen op en een toelichting is daarom op z'n plaats.

Om maar met de deur in huis te vallen: het werkterrein van Trade Marketing staat, ondanks de naam, volledig los van dat van Marketing. Daar waar de afdeling Marketing zich volledig richt op de consument, richt Trade Marketing zich volledig op onze handelspartners (supermarktorganisaties). Het doel is wel gelijk: zowel de consument als de handel moeten Grolsch bovenaan hun lijstje hebben staan op het moment dat het om bier gaat.

Maar waarom moeten we ons nu zo nadrukkelijk met onze afnemers bezig gaan houden? Een aantal ontwikkelingen spelen daarbij een rol.

Onze handelspartners worden steeds professioneler.

Supermarktorganisaties gaan steeds professioneler om met de formules (b.v. Albert Heijn of C-1000). Communicatie (via TV, folders of op winkelvloer), maar ook promoties, assortiment en schappresentatie moeten de formules ondersteunen. De handel weet precies wat ze wil en verwacht dat leveranciers actief kunnen meedenken.

Toegenomen belang van geautomatiseerde processen

Steeds beter sluiten de bedrijfsprocessen van afnemers en leveranciers op elkaar aan. Denk daarbij b.v. aan bestellen, logistiek, facturering, uitwisselen van produktinformatie, etc. Geautomatiseerde systemen moeten dit realiseren, mits afnemer en leverancier elkaar 'verstaan'.

Groeiende concentratie

Door de jaren heen kreeg Thuisverbruik steeds minder, maar wel grotere klanten. Op dit moment zijn onze top 4 klanten goed voor ruim 90% van de Thuisverbruik omzet. Het zal niet verbazen dat dergelijke grote klanten ook het nodige op hun verlanglijstje hebben staan op het moment dat het om inkoopcondities gaat.

Trade Marketing ondersteunt de accountmanager in deze steeds complexere omgeving om z'n werk optimaal te kunnen doen en we doen dit door op een aantal (specialistische) gebieden kennis en ervaring op te bouwen.

Assortiment en Schappresentatie

Welke bierprodukten moet ik opnemen in het assortiment ? Hoe kan ik het best mijn schap inrichten? Op al deze (en meer) vragen van onze afnemers kunnen onze Spacemanagers (Hanneke Wormmeester en Sandra Steinmeijer) antwoord geven.



Promoties

Wanneer plannen we welke promoties? Wat hebben we ervoor nodig? Wat zijn de effecten ervan? Als promotiedeskundige weet Corine Rootinck alles over promoties.

Informatie

De laatste afzetontwikkelingen, marktaandelen, budgetten en speciale analyses: Mirjam Fischer zorgt ervoor dat de accountmanager met de meest recente informatie op pad kan.

Projecten

In sommige gevallen krijgt de samenwerking met een afnemer een projectvorm. In dat geval levert ondergetekende de specifieke informatie en zorgt waar nodig voor coordinatie met andere specialismen.

Door de enorme kennis en ervaring van Grolsch over bier te bundelen en aan te bieden hoopt Trade Marketing dat onze afnemers zullen denken: Komt bier, komt Grolsch!

Ron Molendijk

V.l.n.r. achter: Hanneke Wormmeester, Sandra steinmeijer, Ron Molendijk.
V.l.n.r. voor: Corine Rootinck, Mirjam Fischer.

Nieuws van *Project & Account Management Horeca*



- Op 26 mei jl. is er een nieuwe 5-jarige overeenkomst met Gran Dorado getekend, tot 1 april 2003. Gran Dorado is één van onze grotere accounts bij Horeca. Bovenstaand ziet u een foto van dit heuglijke feit in de Grolschkamer van onze brouwerij. Met deze nieuwe deal zijn er 2 grote nieuwe Grand Dorado parken omgebouwd (Heineken) naar Grolsch, namelijk Vennenbos te Hapert en Lommerbergen te Reuver (L). Het aantal hectoliters is hierdoor met ± 2000 gestegen.

- Al meer dan 10 jaar is Arjan van Dijk een gewaardeerd account van Grolsch. Arjan van Dijk is de specialist op het gebied van thema-feesten op karakteristieke locaties in sfeervolle ambiances. Het contract met Arjan van Dijk is per 1 juli 1998 met 5 + 5 jaar verlengd tot 1 juli 2008.

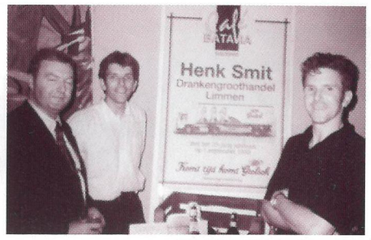
- Een nieuw account waar we erg trots op zijn is "Firkin". Dit Engels caféconcept is in Europa een absolute hit. Het concept is niet uit te leggen, maar moet ondervonden worden.
Momenteel zijn er twee vestigingen in Nederland, nl. in Utrecht en in Den Haag. De vestiging in Den Haag (Riviervismarkt 1) heeft vanaf 25 juni jl. Grolsch door de kranen lopen (Utrecht is helaas gebonden).
Per 1 oktober a.s. heeft Enschede haar eigen Firkin en wel op de Oude Markt. Meer informatie volgt.

Huub Smets

25 jarig bestaan Drankenhandel Henk Smit

Maandag 31 augustus jl. was het op de dag af 25 jaar geleden dat Henk Smit zijn drankenhandel startte. Aangezien Henk dit heuglijke feit niet officieel wilde vieren en wij van Grolsch uit toch meenden dat wij dit feit niet onopgemerkt voorbij mochten laten gaan, werd er op het laatste moment toch besloten, buiten medeweten van Henk, een verrassingsavond te organiseren.

Woensdagavond 2 september was er een Baritonproeverij gepland in het prachtige café Batavia in Wormer, georganiseerd door Henk en ondergetekende. Overigens was deze proeverij een doorslaand succes met ongeveer 100 (!) deskundige bierkenners waaronder IJf Blokker. Rond half 10 eindigde deze proeverij maar ineens waren er allerlei activiteiten te bespeuren op de Zaan, gelegen voor het café. Er kwamen twee rondvaartboten aanvaren geëscorteerd door een met Grolsch vlaggen versierde boot van de bruine vloot. Tot Henks stomme verbazing stapte er een bont gezelschap van 100 genodigden uit die hem feliciteerden met zijn jubileum. Zijn familie, relaties, (ex) werknemers en een aantal Grolsch mensen bezorgden hem vervolgens de avond van zijn leven. Een verdiend eerbetoon voor een drankenhandelaar die de afgelopen 25 jaar op uitstekende wijze invulling heeft gegeven aan het Grolsch agentschap. Zeer loyaal naar Grolsch toe in zijn contacten met zijn (en onze) afnemers. De volgende 25 jaar lijken nu reeds gewaarborgd want de 5 opvolgers (lees: zonen) in spe Hein, Maarten, Piet, Gé en Bart staan al te trappelen om daarin hun aandeel te leveren. Zij worden daarvoor zorgvuldig klaargestoomd door Henk en Gerie.



De uitbaters van Café Batavia, Nic (midden) en Pieter (rechts) Gramdiek samen met Henk smit voor de enigszins bewerkte Grolsch felicitatie advertentie die in een aantal Noordhollandse dagbladen was verschenen.



Ook Rob Snel was aanwezig om namens Grolsch de felicitaties over te brengen

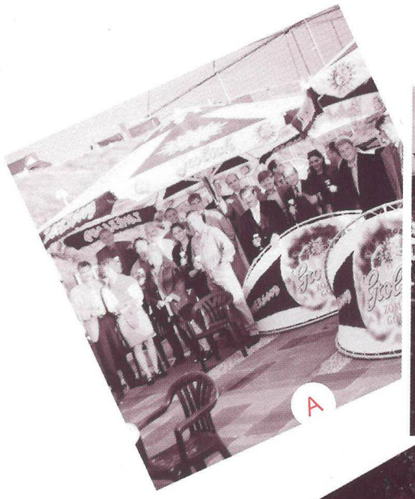
Relatiedag in de Arena met de Rolling Stones

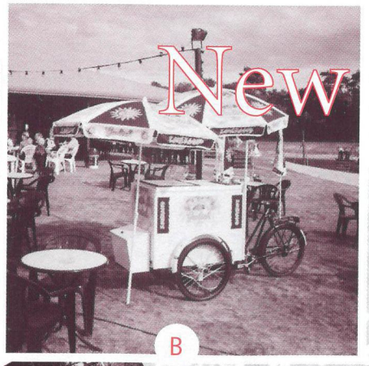
In samenwerking met drankenhandel Henk Smit uit Limmen zijn we op maandag 6 juli met een aantal grote horeca-relaties annex Stones-fans naar de Arena getrokken om daar getuige te zijn van een spetterend optreden van Mick Jagger en zijn makkers. Gezien de hoge kosten van de dag werd er per relatie een eigen bijdrage betaald van *f* 250,-, hetgeen geen enkel probleem opleverde.

De dag begon al om 12.00 uur. Alle 35 relaties werden namelijk persoonlijk per bus opgehaald. De rit ging van Alkmaar naar Limmen, Castricum, Beverwijk, Assendelft, Graft en Volendam, waar de lunch werd gebruikt bij een relatie. Het middag werd benut om een aantal fraaie Grolschzaken in Amsterdam te bezoeken, zodat de dag ook nog een educatief karakter kreeg. Horeca-ondernemers vinden het leuk om bij een ander in de keuken te kijken en ook om een dag onder elkaar te zijn om ervaringen uit te wisselen. Normaal heeft of neemt men daar amper de tijd voor. Onder deskundige leiding van Amsterdam-kenner bij uitstek, Peter Bennen, werd er een bezoek gebracht aan Vertigo, Ter Kuile, Cuba, Royal Taste en 't Stoofje. U zult begrijpen dat de stemming al opperbest was toen wij rond de klok van achten in de Arena arriveerden.

Na het concert werd de terugreis per bus in omgekeerde volgorde aanvaard en zo rond de klok van 04.00 uur s'nachts werd de laatste gast thuis afgezet. Een prachtige dag waar nog lang over nagepraat zal worden.

Ronald Schmitz





New Business

New Business is een nieuwe afdeling binnen Grolsch. Bij u is waarschijnlijk VINK een meer bekende term. VINK is echter opgegaan in de nieuwe afdeling. Hoewel de term VINK daarmee ten einde komt, zal de afdeling New Business wel gedeeltelijk dergelijke projecten blijven ontplooien.

Hierbij staan een aantal 'pilots' die het afgelopen jaar zijn gestart, met een korte uitleg en de plannen voor de toekomst. Deze projecten hebben hun nut bewezen en kunnen de komende jaren breder worden ingezet. Voor suggesties en implementatie-mogelijkheden doe ik een beroep op u !



A.De Zomergoud Look

Deze zomerse aankleding valt te bewonderen bij Paviljoen Jantje. De reacties zijn zeer positief. Jantje trekt extra klanten en verkoopt aanzienlijk meer Zomergoud. Suggesties voor nieuwe lokaties zijn altijd welkom.

B. De Grolsch Bakfiets

De Grolsch bakfiets wordt voor twee doeleinden ingezet:

1. Mobiel verkoopmiddel op campings, recreatie-plassen, e.d.
2. 'Eye-catcher' op evenementen, festivals. Uitstraling flexibel (Zomergoud/Grolsch).

Veel bekijks en extra verkoop.

C. De Grolsch rugtap

Tijdens drukke feesten en evenementen en zonder tapkraan in het zicht, smeert deze 'mobiele tapper' op een welkome wijze de keel. En dat geldt niet alleen voor evenementen als de Military, maar zeker ook voor café-eigenaren. Deze laatsten hebben het systeem dan ook ontdekt en de aanvragen groeien explosief. Bovendien zijn de reacties zeer positief, zowel van de café-eigenaren als de dorstige consumenten.

Het systeem laat zich gemakkelijk bedienen en voor de grotere evenementen is het eventueel mogelijk 'lopers' in te huren. De rugtap is aan te vragen bij Coen Koomen, tel. 053 - 48 33 499.

D. Fles Express intro-actie

Met deze unieke introductie-actie is de Fles Express voor alle nieuwe studenten optimaal gepromoot. Zij konden een exclusief 'Fles Express' T-shirt kopen en kregen daar gratis een strippenkaart bij. Met deze kaart konden zij gratis bier drinken in bekende Grolsch-kroegen; een unieke samenwerking tussen Horeca en NBO!

Coen Koomen



“De Vuloperator roept HELP! Storingsmonteur schrikt wakker en sloft naar de plek des onheils. Klaart de klus. *Iedereen gelukkig.*”







Gelach vult de kantine waar dit tafereel zich afspeelt. De toeschouwers van theatergroep Spijker en Hamer komt dit alles bekend voor. De samenwerking tussen productie en onderhoud is 'uitstekend'. Eerder op de middag is al gediscussieerd hoe deze samenwerking op de nieuwe brouwerij moet zijn. Er is over nog veel meer gediscussieerd. Maar waar alle techneuten het over eens zijn, is dat iedereen moet blijven. Het liefst bij de eigen leest. We moeten één centrale werkplaats hebben en meerdere kleine werkplaatsjes. Koolzuur en water blijven we zelf maken en uitbesteden willen we liever niet. Wel willen de meesten zo snel mogelijk groeien naar een Enschelose/Groenschedese techniekafdeling. De eerste stappen op weg daar naartoe worden tijdens de maaltijd afgelegd. We hebben elkaar beter leren kennen op deze geslaagde Productiemiddag voor de Technische Dienst.

Nevenstaand verhaal en bijbehorende foto's geven een impressie hoe de productiemiddagen zijn verlopen. Naast de productiemiddag voor de Technische Dienst zijn er op 5 vrijdagmiddagen vanaf eind mei tot begin juli ook bijeenkomsten georganiseerd voor de kwaliteitsdienst, bierbereiding, bierverwerking, bewaking en stafafdelingen productie.

Deze discussies waren vaak bijzonder levendig en soms kwamen er verrassende conclusies uit. Een punt dat vaak naar voren kwam, was in een zo vroeg mogelijk stadium integreren door middel van een soort uitwisselingsprogramma, om elkaar en elkaars werkwijze te leren kennen.

Tijdens het 'officiële' gedeelte van de middag werd eerst door directeur Productie J.W. Peppink over o.a. de stand van zaken rondom de nieuwe brouwerij en over nieuwe plannen en prioriteiten in de productie gesproken.
Ook is de visie van Grolsch 'Grolsch brouwt bieren om mensen momenten van ontspanning te schenken' aan de mensen van productie voorgesteld.
Vervolgens werd in twee sessies gediscussieerd over de thema's 'mijn werkplek in de nieuwe brouwerij' en 'samenwerken met collega's in de nieuwe brouwerij'

Na dit officiële gedeelte was het tijd voor het bedrijfstheater van theatergroep Spijker en Hamer die menig keer op de lachspieren werkten van de Grolsch mensen.
Tot slot, na een zeer gezellig borreluurtje, kon men genieten van een door de Grolsch Catering prima bereid diner.
Al met al waren het alle vijf zeer zinvolle middagen, waar we de eerste stap hebben gezet om van 2 brouwerijen 1 te maken.

H. Bosua/M. Nijkrake

Ideeënbus *Enschede*

Beloonde ideeën

De heer H. ten Wolde uit de bottelarij heeft een aantal beloningen ontvangen, voor de volgende ideeën:

- het plaatsen van een lamp buiten bij de opzettafels van de afstapelaar van colonne 11, zodat men eerder in kan grijpen bij storing;
- het plaatsen van een opstap bij de spoelmachine bij colonne 11, zodat een vastzittende fles gemakkelijker bereikbaar is;
- het plaatsen van een tweede resetknop aan de linkerzijde van de stapelaar van colonne 11, zodat men niet onnodig om hoeft te lopen om de machine na een storing te resetten.

Deze ideeën zijn reeds of worden binnenkort uitgevoerd.

De heer M. de Vries uit de bottelarij heeft het idee ingediend om een storingsmelder aan te brengen bij de palletbaan. Tot nu toe kwam het geregeld voor dat er een pallet tegen de geleiding aan liep. Door het aanbrengen van een melder wordt onnodige beschadiging voorkomen en is er minder kans dat de palletbaan leeg loopt.

Aanmoedigingspremie:

G.C.M. de Vos, Gist- en Lagerkelder.

Overzicht Nationale Biertapwedstrijden 1998

maandag 12 oktober,	**Zwolle,**	*Café Restaurant Urbana, Wipstrikkeralllee 213*	
dinsdag 13 oktober,	**Bavel,**	*Zalencomplex Brasserie Bruininks, Kerkstraat 100*	
woensdag 14 oktober,	**Uden,**	*Café Zalencentrum Market Place, Markt 26*	
maandag 19 oktober,	**Nijmegen,**	*Kolpinhuis, Smetiusstraat 1*	(Aanvang 12.30 uur)
dinsdag 20 oktober,	**Rotterdam,**	*Maastheater, Boompjes 751*	(Aanvang 12.30 uur)
woensdag 21 oktober,	**Montfort,**	*Dancing Housmans, Dijk 13*	
dinsdag 27 oktober,	**Emmeloord,**	*Hotel Restaurant Grandcafé 't Voorhuys, De Deel 20*	
woensdag 28 oktober,	**Valkenswaard,**	*Café Zaal Maenen, Leenderweg 58*	
maandag 2 november,	**Giethoorn,**	*Café Restaurant Hollands Venetië, Beulakerweg 167*	
dinsdag 3 november,	**Hillegom,**	*Hotel Grand Café Flora, Hoofdstraat 55*	
woensdag 4 november,	**Delft,**	*Restaurant De Schaapskooi, Korftlaan 3*	
maandag 9 november,	**Sneek,**	*Café Restaurant De Stolp, Smidsstraat 6*	
dinsdag 10 november,	**Grootebroek,**	*Het Wapen van Grootebroek, Zesstedenweg 206*	(Aanvang 12.30 uur)
woensdag 11 november,	**Aarle Rixtel,**	*Café Zaal Lucassen- v.d. Heuvel, Dorpsstraat 18-22*	
maandag 16 november,	**Leeuwarden,**	*Café Restaurant Zalen Tivoli, Huizumerlaan 57-59*	
dinsdag 17 november,	**Beverwijk,**	*Cultureel Centrum De Nieuwe Slof, Kerkstraat 146*	
woensdag 18 november,	**Zutphen,**	*Restaurant Het IJsselpaviljoen, IJsselkade 1*	
maandag 23 november,	**Bergen NH,**	*Café Restaurant De Rustende Jager, Breelaan 2*	
dinsdag 24 november,	**Bergen op Zoom,**	*Party & Congrescentrum De Stoelemat, Westersingel 40*	
woensdag 25 november,	**Gorinchem,**	*De Nieuwe Kolfbaan, Nieuwstad 1*	
maandag 30 november,	**Arnhem,**	*Manhattan, Varkensstraat 6*	
dinsdag 1 december,	**Amsterdam,**	*Melkweg, Lijnbaansgracht 234a*	

De aanvangstijd van de wedstrijden is - tenzij anders aangegeven - 13.30 uur



Nieuwjaarsbijeenkomst nieuwe stijl

In overleg met de Ondernemingsraad heeft de Directie besloten om met ingang van 1999 te komen tot een andere opzet van de nieuwjaarsbijeenkomst en het vieren van jubilea binnen de brouwerij.
Deze evenementen zullen in het vervolg gecombineerd gaan plaatsvinden op een zaterdagavond in januari. Uw echtgenoot/echtgenote/partner is hierbij van harte welkom.
Noteert u nu alvast in uw agenda:

Zaterdagavond, 16 januari 1999,
aanvang 19.30 uur,
ExpoCenter in Hengelo (Westermaat).

Uitgenodigd worden:
- alle vaste medewerk(st)ers van Grolsch
- zij, die een contract voor bepaalde tijd hebben
- alle VUT-ers en gepensioneerden
- en hun partners

Momenteel zijn de voorbereidingen gestart voor de invulling van deze feestelijke avond. Hier komen we uitgebreid op terug in het Kerstnummer van de Grolsch Kroniek. Dan zal ook worden toegelicht hoe de viering jubilea nieuwe stijl voortaan in zijn werk zal gaan.

Grolsch wordt alom geprezen

Al eeuwen brouwt Grolsch bier. Even zolang schenken wij vreugde aan onze tevreden consumenten. Trouwe bierdrinkers die altijd voor Grolsch kiezen. Voor het dorstlessende pilsner, maar ook voor het lichtgezoete bokbier in de herfst. Althans tot enige jaren terug. Want toen hebben we gestaag ons bierpalet uitgebreid. Eerst met het alcoholvrije bier Special Malt en toen met de 4 Seizoenen. En last but not least in 1997 met de 6 jubileumbieren. Al die activiteiten, die wij met zijn allen hebben gerealiseerd, zijn niet onopgemerkt gebleven. Sterker nog: we zijn ervoor geprezen.

En zo hebben wij in de laatste tijd toch een hele serie prijzen en 'awards' mogen ontvangen voor al die inspanningen.
Leest u maar eens mee:

Voor het concept 'de 4 Jaargetijden' ontvingen wij

1. de Food Award, voor de beste introductie in 1996
2. de Bronzen Effie, 'n effectiviteitsprijs
3. de 'Wheel of Retail' 1996, beste introductie aan de handel
4. Sial d'Or 1996, internationale prijs voor de beste introductie in de categorie 'Dranken'.

Voor het 100-jaar beugelconcept (lees 'succes'):

1. de ROKA Marketing Award 1998 voor het meest innovatieve product!
2. Distrifood's Wheel of Retail 1998, handelsprijs voor de beste introductie
3. Sial d'Or 1998, opnieuw een internationale erkenning
4. de Food Award 1998, (van Dagblad De Telegraaf) beste introductie, door de consument aangewezen!
5. Gouden Esprix 1998, beste promotie-actie beugelbieren
6. de beste dagbladadvertentie bij introductie van beugelbieren (VNU-dagblad Award)
7. Grand Prix Customer Service Award 1998 (zie vorige Kroniek)

En op al die prijzen en onderscheidingen valt niets af te dingen. Grolsch staat op eenzame hoogte en laat de concurrentie ver achter zich. Voorwaar een prestatie waarop we trots mogen zijn.

Foto: Tjerk de Jong



Grolsch heeft iets met bruidsparen

'De huwelijksdag is de mooiste dag van je leven', dat weten we allemaal. Het is deze gebeurtenis, die altijd vrij uitvoerig op foto's - en tegenwoordig ook op video - wordt vastgelegd.
Vaak worden er úren voor uitgetrokken om op een fotogenieke plaats een uitgebreide reportage te maken. Het echtpaar De Calonne uit Drachten had ook zo'n plek uitgezocht. In de stad, waar ze elkaar ooit voor de eerste keer ontmoetten, moest en zou die reportage gemaakt worden.

En... het werd het station van Groningen. Op deze prachtige foto brengt de bruidegom aan zijn mooie jonge bruid 'n serenade.
En als rechtgeaarde bierliefhebber had hij zélf voor een krukje gezorgd, waarop hij zitten kon: het bierkratje van zijn favoriete biermerk. Kunt u nagaan: 'n Fries uit Drachten op een Twents Grolsch-kratje gezeten, op het perron van het station in Groningen.
Deze foto is één van de leukste foto's in het album! Uiteraard!

Relatietoernooien tijdens het Grolsch Open een Groot Succes!

Onder bijzonder fraaie weersomstandigheden zijn er tijdens het Grolsch Open weer een tweetal invitatietoernooien gespeeld. Donderdag was de beurt aan afdeling Horeca. Marketing en Thuisverbruik namen de zaterdag voor hun rekening.



Reeds om half negen in de ochtend, (niet echt een horecatijd), meldden zich de eerste enthousiaste deelnemers. Om half tien stond het complete gezelschap van 32 deelnemers al in te slaan. Een gemêleerd gezelschap van horeca-relaties, medewerkers van drankenhandels, bankrelaties en uiteraard de crème de la crème van de horeca-afdeling, vermaakten zich uitstekend deze ochtend. Idereen speelde vier dubbelpartijen van 20 minuten met steeds een wisselende partner. Winnen is niet belangrijk, het gaat om het plezier en uiteraard de contacten.

Onder de bezielende leiding van Meike van Knapen en ondergetekende werd het toernooi beëindigd om kwart over twaalf, waarna de prijsuitreiking volgde in ons café Tie Break. Mededeelnemer Rob Snel reikte de prijzen uit. De meeste games werden gewonnen door Richard Huiberts van Zalencentrum "De Speulderai" in Opmeer, maar de prijzen gingen uiteindelijk naar diegene met de minste games. Zij hadden namelijk de slechtste partners getroffen. Bij de dames ging de felbegeerde beugelreplica naar Elly Prins-Breuker van Café "Floors" in Deventer, terwijl bij de heren Ronald Dudok van Gran Dorado de gelukkige winnaar werd.

Zaterdags was het de beurt aan Marketing en Thuisverbruik. Ook hier een gevarieerd gezelschap met beroemdheden als Willy en René van de Kerkhof, René Mioch van Films en Sterren en de spelersmakelaar Ger Lagendijk. De omstandigheden waren deze ochtend tropisch, maar de onderlinge strijd was niet minder fel.

Miriam Bosch en Cees van Oeveren leidden alles in goede banen. De directie werd sportief vertegenwoordigd door Rob Snel en Jan-Willem Peppink. Tijdens de prijsuitreiking verzekerde mijnheer Troch ons dat hij volgend jaar dankbaar gebruik wil gaan maken van een wild card. Bij dit toernooi werden de prijzen toegewezen aan de echte winnaars. Bij de dames was dat Lenie Goudsmit, terwijl Sjaak Mark van de supermarktorganisatie Hoogvliet de hoogste eer bij de mannen opeiste.

Al met al twee zeer geslaagde toernooien en relatiemanagement in optima forma !!

Ronald Schmitz

1 De deelnemers aan het Grolsch-relatie toernooi lieten zich trots vereeuwigen alvorens zij zich op het gravel stortten.

2 Magnus Norman, de winnaar van de Grolsch Open '98 ontving uit handen van onze directeur, de heer Troch, de zilveren beugel behorend bij zijn overwinning.

3 De winnaars Eltingh/Haarhuis poseerden men hun verslagen tegenstanders én hun cheque van $ 34.260 trots voor de camera.

Grolsch Open 1998 voor Magnus Norman



Magnus Norman uit Zweden was 'n terechte winnaar van alweer de 41e editie van dit grote internationale tennistoernooi. In 4 sets versloeg de Zweed de Australiër Richard Fromberg (6-3, 6-3, 2-6 en 6-4). Alleen in de 3e set verloor de Zweed even zijn concentratie maar liet de overwinning in de 4e set niet meer uit handen slaan. Na de enkelspelfinale kreeg het tennispubliek, dat in grote getale was opgekomen, de laatste dubbelpartij van het succesrijke koppel Eltingh/Haarhuis te zien.

Geheel in stijl namen deze 2 grootmachten van het internationale heren dubbelspel afscheid van hun Nederlandse fans en wel met een verdiende overwinning.

Het was de heer Troch, die alle prijzen aan de winnaars van die dag mocht uitreiken.

In de voorafgaande dagen werden er tevens een tweetal aantrekkelijke en gezellige toernooien gespeeld waaraan verschillende, goede relaties van onze brouwerij deelnamen.



Haarhuis en Eltingh namen afscheid van Nederland.

EuroVoetbal Show Eindhoven

Vanaf 30 mei jl. is Nederland een nieuwe toeristische attractie rijker: de EuroVoetbalShow.

De EuroVoetbalShow te Eindhoven is een spektakel voor jong en oud waar door middel van computertechnieken infotainment gebracht wordt over Europees topvoetbal. Op een geheel eigentijdse en innovatieve manier wordt een groot aantal facetten van het voetbal bij de bezoekers onder de aandacht gebracht. Belangrijk is het zelf deelnemen aan de activiteiten. Jaarlijks worden zo'n 200.000 bezoekers verwacht. De EuroVoetbalShow wordt ook ter beschikking gesteld aan zakelijke gasten.

De grondlegger van de EuroVoetbalShow is stichtingsvoorzitter Jacques Ruts, die de attractie opgezet heeft met medewerking van vele bekenden uit de Nederlandse en Belgische voetbalwereld, zoals Johan Cruyff, Eric Gerets, Jean-Marie Pfaff, Kees Jansma, Rik de Saedeleer, Michel Sablon, John Blankenstein, Ignas van Swieten, Jan Reker, Willy van der Kuijlen, etc.

De attractie is op de eerste twee etages van de Eurobuilding, naast het Philips Stadion, gevestigd. In de EuroVoetbalShow bevinden zich o.a. een spectaculair VoetbalTheater, de Vidiwall, 10 multi-mediale units en diverse spelelementen. De show heeft als onderwerp het topvoetbal in heel Europa, met de nadruk op het voetbal in Nederland en België. Verder zijn er een EuroVoetbalCafé en -Shop. In de VoetbalShop vind je het meest uitgebreide assortiment voetbalartikelen in Nederland. In het EuroVoetbalCafé wordt natuurlijk Grolsch getapt. En na zo'n werfelende voetbalshow smaakt een lekker glas bier voortreffelijk.



De entree van de EuroVoetbalShow bedraagt *f* 17,50. Kinderen van 4 t/m 12 jaar *f* 15,-.

Adres: Mathildelaan 85, naast het Philips Stadion te Eindhoven.

Tel.nr.: 0909 - 300 99 79.

Een kennismaking met.....

De Grolsche Bierbrouwerij distribueert haar produkten in de horeca via drankengroothandels die aangesloten zijn bij de Dranken Organisatie Nederland. Van de 26 DON-agenten zijn er 3 voor de volle 100% eigendom van Grolsch. In de vorige nummers van de Grolsch Kroniek heeft u kennis kunnen maken met drankenhandel " De Graafschap" in Doetinchem en met B.V. Horecagroothandel K.S.V. in Enschede. Als laatste maakt u kennis met Drankenhandel Van Gool-Rijnmond b.v. te Barendrecht.

In de jaren 80 waren er veel kleine zelfstandige drankenhandels in de regio Rotterdam. In deze branche bleef de concentratietendens ook niet uit. Dit resulteerde dan ook in het samengaan van drankencentrale Rijnmond uit Rotterdam met Van Toor Dranken uit Vlaardingen, die vervolgens per 1 april 1995 weer gefuseerd zijn met drankenhandel Van Gool uit Gorinchem. Hieruit ontstond de huidige drankenhandel. Gezien het uitgebreide verzorgingsgebied (Rotterdam-Vianen-Geertruidenberg-Brielle) was Gorinchem niet een optimale locatie. In 1996 is de drankenhandel dan ook verhuisd naar Barendrecht.

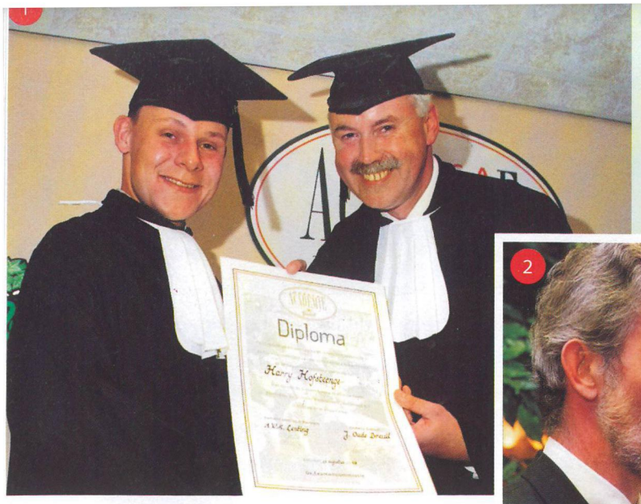
"De ontwikkelingen gaan echter maar door" aldus Gregor Christiaans, de manager van drankenhandel Van Gool-Rijnmond. "Na de fusie en een reorganisatie is het nu de beurt aan een gebiedsuitbreiding. Sinds 1 augustus jl. hebben wij namelijk ook de distributie in Den Haag overgenomen van Keijzer. Dit brengt uiteraard veel aanpassingen met zich mee op het gebied van personeel, logistiek, administratie, commercie en order entry. Het magazijn is opnieuw ingericht, er zijn extra stellingen geplaatst, de opslagruimte voor het leeggoed is vergroot, alle klanten zijn bezocht, de klantgegevens zijn ingevoerd, prijscouranten zijn verstuurd en er zijn nieuwe medewerkers aangenomen. Door tijdig voorbereidingen te treffen, zijn we nu echter helemaal klaar voor deze nieuwe uitdaging. In dergelijke nieuwe situaties is een sterk team absoluut onmisbaar! Alle medewerkers hebben de afgelopen maanden laten zien dat flexibiliteit, aanpassings- en doorzettingsvermogen hier niet alleen woorden zijn, maar ook daden, een motto dat ook gepredikt wordt door een lokale voetbalclub.



Als volle dochteronderneming van de Grolsche Bierbrouwerij zijn wij de vooruitgeschoven post in de regio Den Haag-Rotterdam-Gorinchem. Met 20 medewerkers, 6 vrachtwagens en een hoge mate van plezier in het werk, wordt er voor gezorgd dat al onze 500 afnemers op tijd de juiste bestelling ontvangen. Met het ijzersterke merk Grolsch en de DON-kernleveranciers Coca-Cola, Spa, Hero en Nutricia zijn wij in staat om de horeca-exploitant datgene te leveren wat hij wil: kwaliteit, in zowel producten als service.

Door de fusie, overname en door autonome groei is de omzet in enkele jaren meer dan verdubbeld. Wij zien de toekomst van de drankenhandel met veel vertrouwen tegemoet en de leus " Komt tijd, komt Grolsch" is dan ook zeker één waar wij ons als drankenhandel in dit nog enigszins braakliggende Grolsch gebied volledig voor in zullen zetten!"

Bart Kouwenhoven





5 Vijf jaar Grolsch Horeca Academie 1993 - 1998

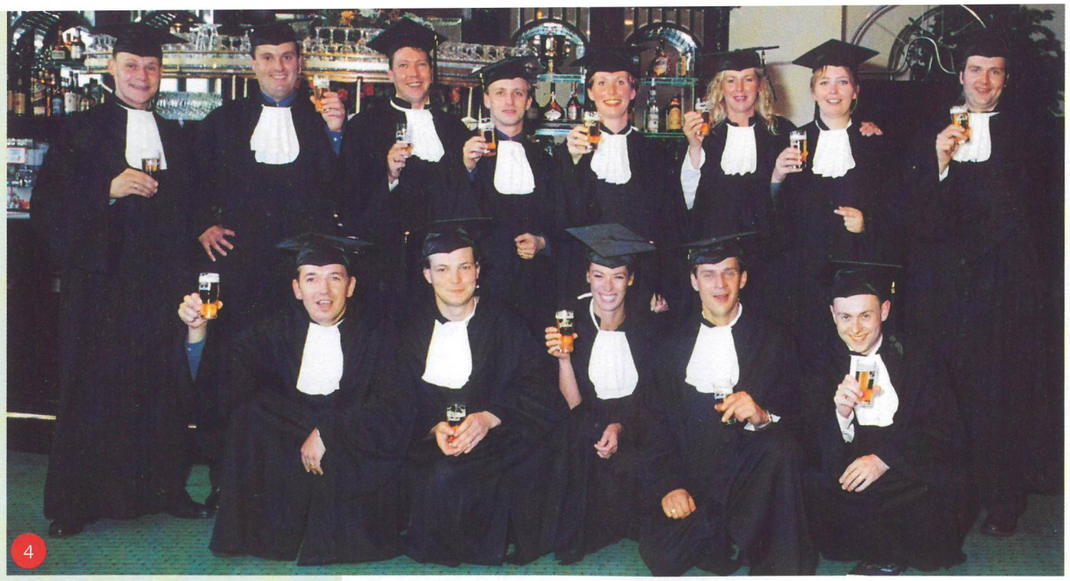
Op woensdag 26 augustus jl. werd het 1e lustrum van de Grolsch Horeca Academie op een gepaste maar ook uiterst plezierige wijze gevierd. Als locatie was het spiksplinternieuwe Arke Stadion gekozen. Niet alleen het 5-jarig bestaan van de Academie werd gevierd, maar ook werden de diploma's van het cursusjaar 1997/1998 uitgereikt.

Wat is nu vandaag de dag de Grolsch Horeca Academie? Om dat nog eens goed na te lezen, drukken wij hieronder de pagina's 6 en 7 af van het jubileumboekje 'Academici met passie' dat ter gelegenheid van dit 1e lustrum is uitgegeven.

Cement tussen bouwstenen voor academici met passie

De Grolsch Horeca Academie vervult een bijzondere rol in het onderwijslandschap van de vaderlandse horeca. Als een soort leerlingstelsel voor gevorderden (vier dagen werken, één dag leren) stoomt het gedreven jonge mensen klaar voor het ondernemerschap in de drankverstrekkende sector. De Grolsch Horeca Academie is een door het Nijmeegse horeca trainings- en adviesbureau Lenting & Partners verzorgde opleiding voor enthousiaste mannen en vrouwen, die met horeca-diploma's en praktijkervaring op zak, de stap naar het eigen bedrijf willen maken. De Grolsch Horeca Academie levert vooral gedegen ondernemers af, die met plezier het horecavak tegemoet treden. Geen avonturiers die in een paar jaar hun zakken willen vullen, maar caféhouders die vooral de gezondheid en de continuïteit van zichzelf en hun zaak voor ogen hebben. Bijna zonder uitzondering houden ze van hun werk. Ze vinden het plezierig om met mensen om te gaan, willen zich dienstbaar opstellen en zien het ondernemerschap als een uitdaging.





Ze hebben vaak en veel nagedacht over hun carrière in de bedrijfstak van de gastvrijheid. Bewijs daarvoor is dat van de ruim zestig afgestudeerden van de afgelopen vijf jaar slechts een enkeling de branche heeft verlaten. De rest is werkzaam als ondernemer en bedrijfsleider of is druk op zoek naar dat felbegeerde eigen bedrijf.

De Grolsch Horeca Academie is anno 1998 uniek in z'n soort. Als enige brouwer, zelfs als enige leverancier, financiert Grolsch een eigen horeca-opleiding op HBO-niveau.
Het grootste belang is dan ook niet de kwantiteit van de diplomabezitters, maar de kwaliteit. De opleiding draagt bij aan de professionalisering van de sector en wijst van het vak bezeten jongeren de weg naar professioneel ondernemerschap.

De Grolsch Horeca Academie kan rekenen op steeds meer steun. Branche-organisaties spreken vol lof over het initiatief, de brouwerij-inspecteurs ondervinden aan den lijve dat ze goede ondernemers hebben binnengehaald en de leerbedrijven verhalen enthousiast over hun ervaringen met de academici in de dop.

De geslaagden

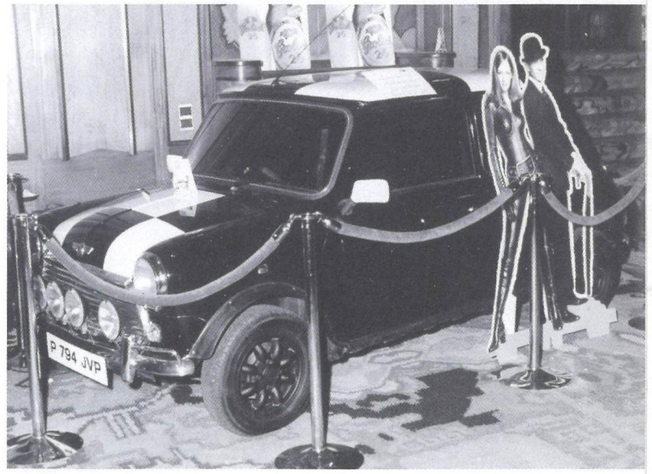
De vijf jaargangen van onze Horeca Academie hebben in total 62 geslaagden voortgebracht. 42% van hen heeft nu een eigen zaak, 31% is bedrijfsleider bij een Grolsch Horecabedrijf en 19% is horeca-medewerk(st)er. 4 Geslaagden hebben om uiteenlopende redenen een baan buiten de horeca aanvaard. Al met al: een zeer goede score. Inmiddels hebben 20 nieuwe kandidaten voor het cursusjaar 1998/1999 hun handtekening gezet onder hun contract met de Academie.
Vanaf woensdag 9 september zijn ook zij aan hun opleiding begonnen.
Wij wensen ook hen heel veel succes.

1. Een van de geslaagden, Harry Hofsteenge ontvangt zijn diploma uit handen van Hans Oude Breuil, van onze horeca afdeling.
2. Piet Hermans gaf 'n boeiende en geestige uiteenzetting over proeftijd 1998, namelijk Bariton.
3. Karin Huizinga uit Amsterdam tekent haar contract voor de cursus 1998/1999
4. Alle geslaagden van het cursusjaar 1997/1998 hieven het glas op het behalen van hun diploma.
5. De nieuwe lichting studenten verzamelde zich voor de brouwerij voor de groepsfoto. Over een jaar weten wij wie van hen het diploma gehaald hebben.



Grolsch Movie Game op Internet





Zoals iedereen waarschijnlijk wel weet, heeft Grolsch een eigen 'website' (pagina) op Internet. Op deze site tref je naast algemene informatie over Grolsch en haar producten onder het kopje Grolsch Filmboulevard de laatste nieuwtjes over film aan. Grolsch en film zijn nu eenmaal onlosmakelijk met elkaar verbonden. Mocht je eens willen surfen op Internet, het adres is: www.grolsch.nl. Dit staat tegenwoordig ook op de etiketten van al onze producten.

De afgelopen maanden konden filmliefhebbers op Internet hun hart ophalen met een spel genaamd 'Grolsch Movie Game'. Zoals de naam al zegt: een spel gericht op film. Een uitdaging voor de echte filmliefhebber en filmkenner. In totaal moesten er 10 verschillende opdrachten uitgevoerd worden. Iedereen die alle opdrachten goed had volbracht, kon met de 10 oplossingen deelnemen aan het eindspel. Diegenen die bij de eerste 250 goede inzenders behoorden, maakten kans op de hoofdprijs: 6 dagen Hollywood voor 2 personen met een bezoek aan de Warner Bros studio's en het bijwonen van een première. Een fantastische prijs!

De 250 finalisten zijn door Grolsch uitgenodigd om met partner in het Tuschinski Theater te Amsterdam om 24.00 uur op 29 augustus jl. de nachtpremière van de film The Avengers (naar de serie De Wrekers uit de jaren '60) bij te wonen. Zij werden in de foyer van het Tuschinski Theater ontvangen met een goed glas Grolsch 2.5 en Engelse sandwiches.

Voorafgaand aan de première werd door Jacques Goderie (bekend van Avro's Filmspot en Canal +) samen met Wouter Jansen van Velsen en Jayke van Dielen de hoofdprijs uitgereikt aan de gelukkige winnaar Richard van Gils uit Delft. Richard mag nu de titel Grolsch Movie Master gebruiken.

Helaas werd de film The Avengers door het merendeel van de aanwezigen iets minder gewaardeerd. Misschien dat de teleurstelling voor de 'verliezers' daar ook aan bijgedragen heeft. Na afloop van de film gingen de genodigden naar huis met een Grolsch 2.5 The Avengers T-shirt. Al met al kunnen we terugkijken op een geslaagd evenement.

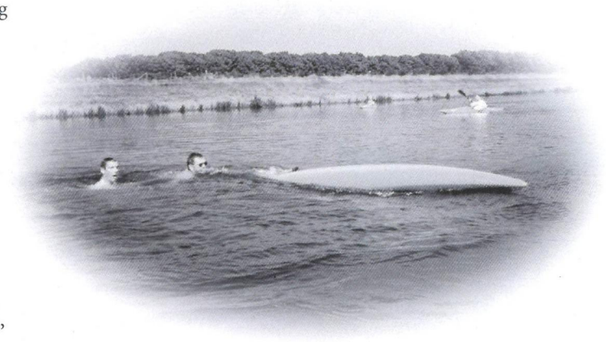
Jayke van Dielen.

Tweede kanovaart een geweldig succes.

Op 20 juni was het weer zover. Het was de tweede keer dat er een kanovaart werd georganiseerd door de personeelsvereniging "van Mout tot Pils".

Het was een zonnige, warme zaterdagmiddag en zo kon er dan ook niets mis gaan. Na een korte busreis naar Ellerwieck, werden we ontvangen door een vereniging die deze kanotochten organiseert. Enige uitleg was niet nodig omdat de meesten al een keer mee waren geweest. Snel werden de beroemde tonnetjes gevuld met fris en bier en werden de kano's te water gelaten. Hans van Uem, vorig jaar verschillende keren omgekieperd, ging als een speer weg, bang als hij was dat iemand hem een nat pak zou bezorgen. Gingen de eerste boten er al vrij snel vandoor, achter hen was het een en al misère. De een na de andere boot sloeg om, waardoor verschillende dames en heren een nat pak kregen. Het was dan ook maar goed dat we onderweg verzorgd werden door Bertus Oostendorp. Dit keer was hij toeschouwer in plaats van deelnemer.





Een nat pak is op zich geen probleem vooral omdat de zon volop scheen, maar twee keer een nat pak krijgen is andere koek. Bij het eindpunt kon men, onder het genot van een zak chips en een drankje, namelijk nog even lekker nagenieten van de tocht, maar dit was voor andere mensen het sein om alle deelnemers nog eens fijn van het koude water te laten proeven. Onder aanvoering van Peter Ottink, Jan Dijk en René te Bogt, werden alle deelnemers, al dan niet vrijwillig, te water gelaten of gesmeten, inclusief Hans. Niet zo leuk was het echter om daarna te moeten constateren dat verschillende mensen, waaronder Onno Raspe, hun bril kwijt waren. Onno leek wel op een Chineesje met van die hele kleine spleetogen. Hij zag bijna niets.

Ondanks dat, kon men weer kon spreken van een fijne middag en werd er tevens besloten dat we volgend jaar sowieso weer opnieuw zullen gaan kanovaren, alleen zal dan het traject langer zijn als deze keer.

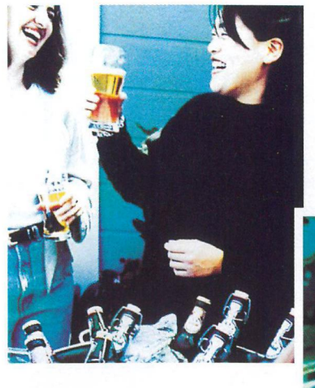
Ik wil iedereen die dit heeft georganiseerd langs deze weg nog hartelijk bedanken en zou willen zeggen; op naar de "derde".

De varende reporter Bertus Broens

Grolsch verovert Amerika...

en dat is geen 1 april-grap!

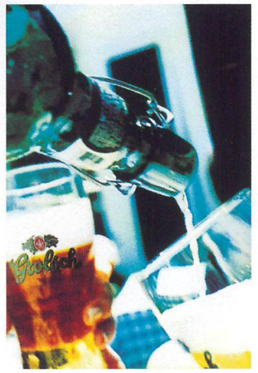
Er stond weliswaar 1 april boven het persbericht, maar aan de inhoud hoefde niet getwijfeld te worden: Grolsch is het snelst groeiende importbier op de Amerikaanse markt. Sinds Grolsch in 1996 een overeenkomst sloot met het drankenconcern Seagram, is de ontwikkeling van het merk niet meer te stuiten.



Volgens Seagrams brand manager William Lynch is deze fenomenale groei te danken aan de ijzersterke combinatie van een uitstekend product, Grolsch' rijke historie en de unieke beugelfles. "De prestaties van ons verkoopteam mogen uiteraard ook niet onderschat worden. In een markt waar een moordende concurrentieslag gaande is, is het bepaald niet gemakkelijk om winkeliers over te halen een plaatsje in te ruimen voor een nieuw importmerk."



In 1997 volgde een uiterst succesvolle reclamecampagne die erop gericht was om het kwaliteitsprofiel van Grolsch te versterken. Dit 'kwaliteitsdenken' past ook geheel binnen het marketingconcept van Seagram, waar men zich graag met topmerken wil profileren. De 'Brewmaster Tour' (begin '97)



was een verdere stap in de succesvolle promotie van Grolsch. Dit concept heeft in vele delen van de wereld, waaronder Australië, zijn waarde bewezen. Meesterbrouwer Nico Heinen heeft tijdens zijn rondreis langs 15 Amerikaanse steden persoonlijk kennis gemaakt met lokale winkeliers en café-eigenaren. Zo wist hij een link te leggen tussen het product en de rijke historie en het vakmanschap van Grolsch.

Het succes van Grolsch Premium Lager smaakt wat Seagram betreft naar meer. De introductie van Grolsch Summer blond lijkt hiertoe de aangewezen mogelijkheid. De wat lichtere, frisse smaak van het bier zal volgens Amerikaans marktonderzoek zeker aanslaan bij consumenten tussen 21 en 29 jaar (een belangrijk deel van de doelgroep van Grolsch in de VS). Als de verkoopcijfers van Summer-blond even gunstig zijn als die van Premium Lager, dan kunnen Grolsch en Seagram het volgende record tegemoet zien.



Bezoek *USA*

Eind mei brachten in totaal 28 Amerikanen een bezoek aan Nederland. Naast een tour door Amsterdam stond natuurlijk een bezoek aan de brouwerij op het programma. Naast de Enschedese brouwerij werd ook, bij hoge uitzondering, een bezoek gebracht aan de brouwerij in Groenlo. Traditioneel werd de rondleiding afgesloten met het genieten van een goed glas bier, deze keer geserveerd tussen de oude koperen brouwketels.

Als speciale act heeft Bertus Roesink uit Borne, internationaal werkzaam als klompenmaker, voor de 28 Amerikanen op maat Grolsch klompen gemaakt. Over vakmanschap gesproken... . Bovendien werden er hollandse haringen geserveerd om het geheel in Hollandse stijl af te sluiten. De Amerikanen genoten met volle teugen, hetgeen de foto bevestigt.

Kaas & Bier

In april werd er in het Zuid-Amerikaanse Salvador een uiterst succesvolle promotiecampagne gehouden. Grolsch en Goudse-kaasexporteur Jong hadden de handen ineengeslagen om beide producten te promoten in Salvadoraanse supermarkten, hotels en restaurants. Elke consument die Grolsch kocht, kreeg een gratis stuk kaas. De resultaten waren uitstekend. Hotels en restaurants boekten een omzetstijging van 20%, terwijl sommige supermarkten hun omzet zelfs zagen verdubbelen tijdens de promotieperiode. Dat had waarschijnlijk veel te maken met een voor Salvadoraanse begrippen nogal ongebruikelijke verschijning: bij elke Grolsch-winkeldisplay stond een echt Hollands kaasmeisje, in vol ornaat en uiteraard op klompen.



Lokale bierbubbels

Vreemd genoeg lijken koolzuurbelletjes in een glas bier altijd maar van een paar plekken onder in het glas vandaan te komen. Vanaf die plekken ontstaan dunne sliertjes van belletjes die naar het oppervlak opstijgen. Raar. Waarom zijn er niet overal belletjes? En waarom komt de koolzuur pas als bubbels naar boven zodra je het flesje openmaakt en inschenkt? Overal in het bier zitten losse koolzuur-moleculen opgelost. Die zie je niet, pas als meerdere van die moleculen samen een cluster vormen, dan worden ze zichtbaar. In plaats van opgelost in het bier, vormen ze dan samen een gasbelletje koolzuur (CO_2), hetzelfde spul dat via het broeikas-effect de aarde opwarmt.

Doorgaans kan in een vloeistof meer gas opgelost zitten naarmate die vloeistof onder een hogere druk staat. Bier en frisdrank in een afgesloten flesje staan inderdaad onder druk, omdat ze - al of niet kunstmatig - verzadigd zijn met koolzuur. Een deel van het koolzuurgas verzamelt zich boven het vloeistofoppervlak in de hals van de fles en oefent daar een druk uit van zo'n 4 kilo per vierkante centimeter glas. Als het flesje geopend wordt, schiet dat koolzuurgas eruit. De energie die daarvoor nodig is (de kinetische energie) gaat ten koste van de thermische energie van het gas, waardoor de temperatuur in de flessenhals een fractie van een seconde daalt tot 50 graden onder nul. Daarom zie je, als je een flesje prik of bier openwipt, vaak nevel uit de hals komen: waterdamp die door de kou gecondenseerd is. De plotselinge drukverlaging zorgt even voor een enorme koolzuur-oververzadiging van de vloeistof, met als gevolg een uitbundig schuimen in het flesje. Maar als dat over is, zit er nog steeds te veel koolzuur in de drank. Alleen zijn de koolzuurmoleculen nu schaarser, waardoor ze zich minder makkelijk tot clusters samenvoegen. Ze hebben als het ware een ontmoetingspunt nodig, en luchtbelletjes in het glas fungeren als zodanig. Als bier in een glas wordt geschonken, ontstaan microscopisch kleine luchtzakjes in de kuiltjes en scheurtjes van het glas. Koolzuurmoleculen aan de rand van de vloeistof ontsnappen naar het luchtbelletje, en vormen daar clusters. Van daaruit bewegen ze vervolgens in een sliert naar boven. Onderweg nemen ze nog meer koolzuurmoleculen op, waardoor de bellen nog groter worden en nog sneller naar boven bewegen. Behalve luchtbelletjes kunnen ook stofdeeltjes het beginpunt van een koolzuur-clustertje vormen en zo slierten veroorzaken. Zo'n sliertje houdt zichzelf in stand, omdat door de beweging van de gasbelletjes ter plekke ook de vloeistof in beweging komt, zodat steeds nieuwe koolzuur aangevoerd wordt.

Bij het inschenken vormt het koolzuurgas ook een schuimkraag op het bier. Waarom gebeurt dat bij bier wél en bijvoorbeeld niet bij champagne (waar ook koolzuurgas in zit)? Het heeft te maken met eiwitten. Bier bevat grote eiwitmoleculen die de wanden van de gasbelletjes steviger maken. Stevig genoeg om de bel een tijdje heel te houden. Bovendien bevat gerst (één van de belangrijkste ingrediënten) gom-achtige stoffen die de vloeistof net ietsjes dikker maakt, waardoor de wanden van de belletjes ook steviger worden.

Ondanks dit alles heeft natuurlijk ook de schuimkraag van bier geen eeuwig leven. De schuimbelletjes zijn in feite een soort pakketjes van koolzuurgas met een laagje bier eromheen. Omdat het bier zwaarder is dan het koolzuurgas, stroomt het bier langzaam weer naar beneden, waardoor de wanden van de bellen steeds dunner worden en uiteindelijk knappen. Ook vet roeit de belletjes uit, doordat het de oppervlaktespanning (zeg maar: de onderlinge aantrekkingskracht van de moleculen) van water verlaagt. Dat is overigens handig als de schuimkraag bij het inschenken over de rand van het glas dreigt te gaan. Steek je vinger er eventjes in en de vetten van je huid zorgen ervoor dat het schuimen direct stopt.

(door F. Piekart, Algemeen Dagblad 13 juni 1998)

LOKALE BIERBUBBELS

Grolsch talenten houden de eer hoog

Op 11 juli jl. werd alweer voor de 4e maal het inmiddels vermaarde CBK-hockeytoernooi gehouden. De winnaar van vorig jaar - toen het toernooi op de velden van Bully in Oldenzaal gespeeld werd - de ploeg van Bavaria uit Lieshout trad dus nu als gastheer op.

Op de velden van HUAC-Helmond was het meteen een gezellige Brabantse boel. Ook over het weer hoefden wij niet te klagen. Het bleef de hele dag droog. Het meest opmerkelijke van deze dag was de samenstelling van het Grolsch-team.

Wouter Muller Kobold van de Bierbereiding, Gregor Christiaans van Drankenhandel Van Gool-Rijnmond, Michiel de Boer van Kwaliteitsdienst, Coen Koomen van de afdeling New Business (Thuisverbruik), Ben Ebbers Inspecteur Horeca, Jaap Sandijck van de Technische Dienst, Hans Robert van der Doe van Onroerend Goed, de Gezusters Gosses en Jules Reinierse van Horeca.

Het was 'n zeer leuke dag. Het vertoonde spel was redelijk (uiteindelijk op de 3e plaats geëindigd), het eten was lekker, de koffie onderweg was vers. Nou ja, u begrijpt het wel. Nog opmerkelijker is wel het feit, dat de kleinste brouwerij die aan het toernooi doelman, nl. het team van brouwerij De Kroon tot glorieus winnaar werd uitgeroepen.

Dus gaan we volgend jaar weer naar Brabant. Best 'n leuke provincie.

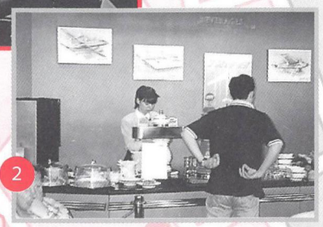


De Moskouse *biergids van Grolsch*

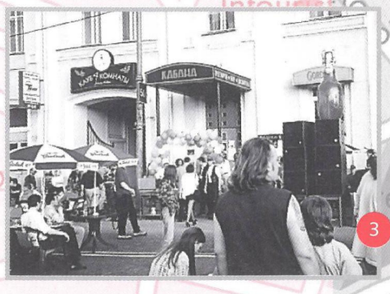
Tot voor kort was Moskou voor de meeste westerlingen nog een gesloten boek. Maar na de val van het communisme heeft de hoofdstad van de Russische Federatie haar poorten wijd opengezet en krijgen buitenlandse bezoekers er een vriendelijk onthaal.



1



2



3



6



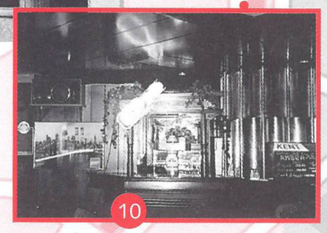
7



8



9



10

Waar kunt u in het bruisende hart van Moskou van een glas Grolsch genieten?

Moskou is een historische stad – in 1997 werd het 850-jarig bestaan gevierd – maar doet er tegelijkertijd alles aan om de stad te moderniseren. Moskou is nu een populaire toeristische bestemming geworden en dat is niet verwonderlijk. Je kijkt je ogen uit in de stad die is ontstaan rondom het Kremlin, de vijftiende-eeuwse 'stad binnen een stad'. Prachtige kerken, musea en galerieën strelen het oog, en het nabijgelegen warenhuis GUM is een droom die werkelijkheid is geworden, opgebouwd uit steen, metaal en glas. Na een dagje slenteren langs de toeristische trekpleisters (een wandeling over het immense Rode Plein mag op zich al een topprestatie genoemd worden), en na misschien wel een bezoek aan het beroemde Bolshoi Theater, vormt een ontdekkingsreis door het levendige uitgaansleven van 'Moskou by Night' een perfecte afsluiting van de dag. En daarbij hoeft u uw glas Grolsch niet te missen. Er zijn meer dan 200 gelegenheden waar u terecht kunt; 75 hebben Grolsch aan de tap. Proost! Of zoals de Russen zeggen: **Nazhdarovje!**



4



5

1. Marilyn - *Krasina 14, korp.7*
Een casino waar nog een rustige en vriendelijke sfeer heerst.

2. Bar-restaurant Luis - *Moscow International Airport, Sherementyevo II*
Net aangekomen of op het punt weer te vertrekken? Dit is in ieder geval de perfecte plaats om van een goed glas Grolsch te genieten.

3. Cabana - *Raushskaya nab. 4*
Met een opwindend Zuid-Amerikaans interieur, twee bars, live-muziek. Er hoort tevens een Braziliaans aandoend restaurant bij.

4. Moosehead - *Bolshaya Polyanka 54*
Zeer geliefd bij hockeyfans en buitenlanders die in Moskou hun brood verdienen.

5. Murena - *Gazetny Per. 3/1*
Kleurrijk en exotisch interieur waarin een gigantisch aquarium en een pratende papegaai een hoofdrol spelen.

6. Papa John's - *Myasnitskaya 22*
Een van de populairste bars in de stad. In het weekend is het er één groot feest.

7. Whisky Saigon Bar - *Bolshaya Sukharevskaya pl. 16/18*
De muren van deze intieme bar zijn versierd met posters van Ho Tsji Min Stad.

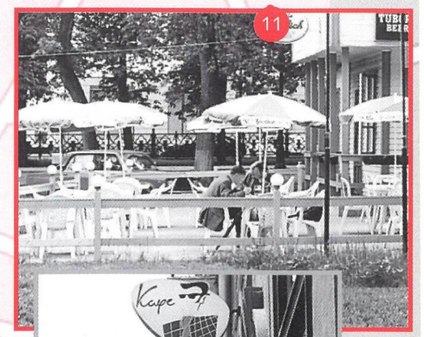
8. Pivnoy Pogrebok - *Pokrovka 19*
Op dinsdagavond moet u hier beslist naar toe - 20% korting op uw favoriete biertje.

9. Four Rooms - *Raushskaya nab. 4*
Hier gebeurt het allemaal! En ze draaien bovendien prima muziek.

10. The Sovincentre Bar - *Hotel Mezhdunarodnaya II*
Schuif aan bij de vele buitenlandse toeristen die net een tentoonstelling hebben bezocht in het ernaast gelegen Sovincentre.

11. White Horse - *Strassnoy Bulvar*
Aangekleed in 'country en western'-stijl en elk weekend live-optredens.

12. Oranzhevy Galstuk - *Bolshaya Dmitrovka 7/5*
Fluorescerende jaren '60-kleuren schitteren u tegemoet. Vergeet uw zonnebril niet!



11



12

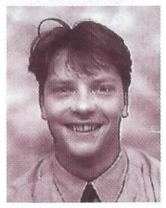
Nieuwe medewerkers *Enschede*

Diepmaat, Vincent



Geb.: 30 mei 1965
Wonende te Oldenzaal aan de B.A.A. Engelbertinklaan 53
Functie: Medewerker Management Accounting
afd.: Financiële Administratie
In dienst: 01-07-'98

Koekebakker, Epco



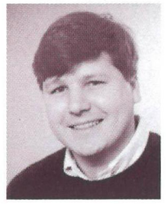
Geb.: 6 januari 1973
Wonende te Enschede aan de Walhofstraat 53
Functie: Management Development Trainee
afd.: Horeca
In dienst: 01-07-'98

Delfgou-Geurts, Mick



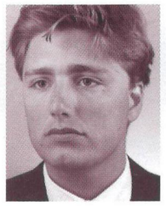
Geb.: 8 januari 1965
Wonende te Enschede aan de Vincent van Goghlaan 55
Functie: Administratief/Commercieel Medewerkster
Afd.: Horeca Binnendienst
In dienst: 27-07-'98

Lynden van, David



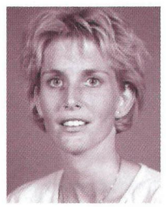
Geb.: 4 februari 1970
Wonende te Amsterdam aan de Keizersgracht 643 f
Functie: Management Development Trainee
Afd.: Nieuw Business Ontwikkeling
In dienst: 01-08-'98

Laméris, Olivier



Geb.: 15 juni 1972
Wonende te Utrecht aan de Burg. Tuyllkade 82
Functie: Commercieel Jurist
Afd.: Commercieel Juridische Zaken
In dienst: 01-08-'98

Heins, Bianca



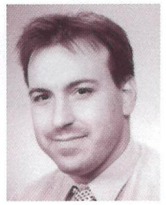
Geb.: 25 januari 1970
Wonende te Hengelo aan de Bittervoornstraat 27
Functie: Secretaresse
Afd.: Personeel & Organisatie
In dienst: 01-08-'98

Groten, Miriam



Geb.: 21 mei 1973
Wonende te Haaksbergen aan de Vonkenkaamp 24
Functie: Vertegenwoordiger
Afd.: Thuisverbruik
In dienst: 01-08-'98

Smits van Waesberghe, Lucas



Geb.: 8 maart 1970
Wonende te Enschede aan de Zuiderhagen 23
Functie: Areamanager Oost Europa
Afd.: Export
In dienst: 01-08-'98

Promoties & benoemingen *Enschede*

van Dielen-de Boer J.
per 01-08-'98
Hoofd Consumentenservice & Voorlichting.

te Morsche-Rootinck, C.M.L.
per 01-06-'98
Sales Promotie Assistente
afdeling Thuisverbruik.

Steinmeijer, S.A.
per 01-06-'98
Spacemanager
afdeling Thuisverbruik.

Johannink, H.G.
per 01-09-'98
National Account Manager
afdeling Thuisverbruik.

Derks-van Vliet, J.C.M.
per 01-07-'98
Regiocoach
afdeling Thuisverbruik.

Kroes, M.A.
per 01-07-'98
Assistent Horeca Accountmanager
afdeling Horeca.

Poorthuis, L.F.
per 01-09-'98
Assistente
afdeling In- en Externe Betrekkingen.

Eijkelenkamp-Gosses, P.M.
per 01-08-'98
Consulente/Medewerkster Binnendienst
afdeling Consumenten Service.

Zantingh, J.G.
per 01-09-'98
Bedrijfskundig Medewerker
afdeling Produktie & Logistiek Control.

Swidde, A.
per 01-09-'98
Projectleider
afdeling Automatisering.

Van Suchtelen van de Haare, D.J.J.
per 22-07-'98
Areamanager Noord Europa
afdeling Export.

Zilveren insignes *Enschede*

De volgende medewerkers hebben een zilveren insigne voor hun $12^1/_2$-jarig dienstverband ontvangen.

Herwijnen-Laarhuis, E.M. van, 01-07-'98
Leeferink, H.J.B, 01-07-'98
Brusse, H.H., 01-08-'98
Poppinghaus-Waaijer, L.H.M, 01-08-'98

Zilveren insignes *Groenlo*

De volgende medewerkers hebben een zilveren insigne voor hun $12^1/_2$ jarig dienstverband ontvangen:

Westervoorde-Ten Have, J.M.J., 01.07.'98
Siegerink, R.G.J., 01-07-'98
Te Focht, R.H.J.M., 20-07-'98
Luttikholt, R.J.M., 01-08-'98
Eulink-Bomers, M.E.B., 15-08-'98
Lenderink-Bomers, M.T., 15-08-'98
Hoek, K.Y., 15-08-'98
Migchielsen, M.J.B., 15-08-'98
Nederhof-Sikkink, G.W., 15-08-'98
Hartman, P.J.T.M., 01-09-'98
Schilderink-Post, A.B.H., 01-09-'98

Gouden insignes *Enschede*

De volgende medewerkers hebben een gouden insigne voor hun 25-jarig dienstverband ontvangen.

Kuis, H.L., 01-06-'98
Tonis, G.H.M., 16-07-'98
Jannink, G.J.H., 20-08-'98

Gouden insignes *Groenlo*

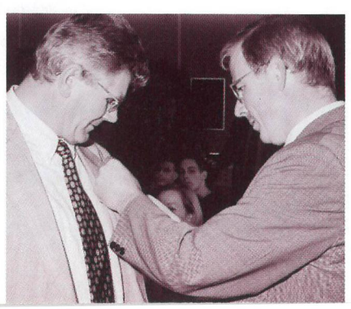
De volgende medewerkers hebben een gouden insigne voor hun 25-jarig dienstverband ontvangen.

Wildenborgh, H.E.W.
In dienst 12-06-'73
Jubileum 12-06-'98
Receptie 24-06-'98

Koldewey, A.G.M.
In dienst 02-07-'73
Jubileum 02-07-'98
Receptie 24-06-'98



Fons Koldewey



Henny Wildenborg



Uit dienst
Enschede

Behrens, F.W.M.
Uit dienst 30-04-'98

Beverdam, J.G.J.
Uit dienst 30-04-'98

IJsselstein, G.W.
Uit dienst 30-04-'98

Ravalico, R.F.
Uit dienst 30-04-'98

Westerveld, A.C.
Uit dienst 30-04-'98

Schwirtz-Krabshuis, J.W.
Uit dienst 15-05-'98 wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd

Mentink, J.F.H.
Uitdienst 31-05-'98

Verschuer van, W.F.F.
Uit dienst 31-05-'98

Heuvel van de, W.H.J.
Uit dienst 28-06-'98 wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd

Achtereekte, G.J.
Uit dienst 30-06-'98

Koopman, W.
Uitdienst 30-06-'98

Uit dienst
Groenlo

Pensioengerechtigde leeftijd Groenlo
Klein Willink, B., 22-07-1998

Overleden
Enschede

Bosch-Franken, G.R.T
overleden 26-06-'98

Weijkamp, A.H.
overleden 17-07-'98 (pensioen)

Koken met Aafje

Varkenshaas
met een abrikozen-boksaus

(4 personen)

Ingrediënten:

- 200 gr. gedroogde abrikozen
- 2 eetl. rozijnen
- 1 ui
- 1 rood Spaans pepertje
- 2 rode paprika's
- 2 eetl. gembersiroop
- 4 varkenshaasjes
- theel. kaneel
- 1 theel. korianderpoeder
- zout en versgemalen peper
- 0,3 l. vleesbouillon, gemaakt van 1 vleesbouillon tablet en 1 flesje Grolsch Herfstbok
- olie en boter

Voorbereiding:

de abrikozen een paar uur in heet water laten weken. De uien snipperen en het pepertje fijnhakken (evt. met de zaadjes, dan wordt het gerecht pittiger). Snijd de paprika's in blokjes. De abrikozen laten uitlekken en halveren.

Bereiding:

Olie en boter verhitten in een braadpan. De varkenshaasjes rondom braden tot het mooi gekleurd is. Bestrooi de varkenshaasjes met zout en peper en leg het vlees op een voorverwarmde schaal en dek het af met aluminiumfolie. De ui, het pepertje, de paprika en korianderpoeder in het braadvet fruiten tot de ui glazig is. Afblussen met bouillon en aan de kook brengen. Voeg de abrikozen, de rozijnen en de gembersiroop toe. Het vlees in de saus leggen en met de deksel op de pan 20 minuten laten stoven. De saus tegen de kook aanhouden (niet laten koken). Neem het vlees uit de pan en houd het warm. Pureer de saus grof met de staafmixer en proef of er nog zout of peper bij moet. Snijd het vlees in schuine plakken en serveer het met de saus. Eet hierbij rijst met roergebakken boontjes.

Eet Smakelijk *Aafje*

De Batavierenrace 1998

25 april jl. was het weer zover. De grootste estafetteloop ter wereld, de Batavierenrace ging voor de 26ste keer van start. De Batavierenrace is een estafette die van de universiteit van Nijmegen naar de UT in Enschede wordt afgelegd. Een afstand van 175 kilometer!

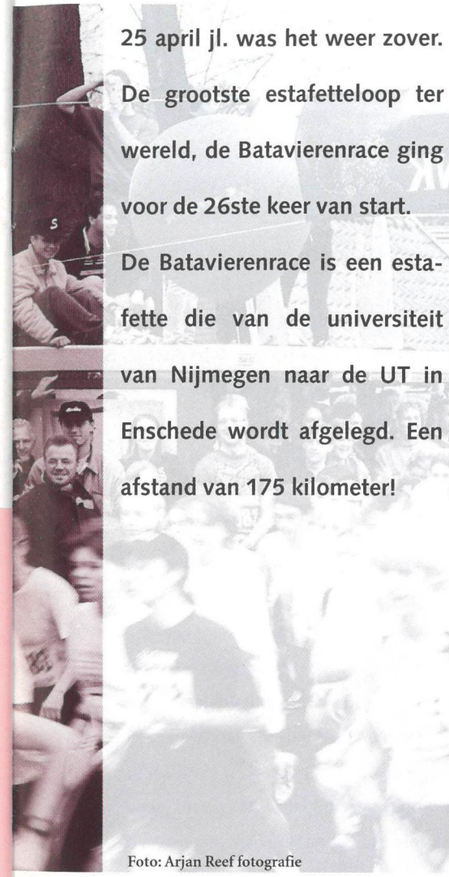




Foto: Arjan Reef fotografie

De geschiedenis van deze estafetteloop is als volgt: In navolging van de Batavieren, die in 50 voor Christus op vlotten de Rijn afzakten, werd in 1973 een estafetterace georganiseerd van Nijmegen naar Rotterdam. Vanwege infrastructurele problemen heeft men in 1974 de eindbestemming naar Enschede verplaatst. De naam "Batavierenrace" bleef echter behouden. Maar liefst 6.500 studenten, een mengeling van topsporters en zwoegende recreanten, lopen de afstand in 25 etappes.

Klokslag middernacht klinkt het startschot in Nijmegen. De finish is rond 17.00 uur in Enschede.
En daar gebeurt het belangrijkste ..... HET FEEST !!!!!!!
Of het nu goed of slecht weer is, een enorme plas bier wordt tot in de kleine uurtjes weggedronken. De organisatie, een team van studenten onder de bezielende leiding van Tonnie Buitink, (hij organiseerde het slotfeest al voor de 25ste keer), had een perfect programma in elkaar gedraaid.

Er was een bandjes-festival op het plein, een feesttent voor het Vrijhof en alle tanks waren gevuld voor de party in de Bastille. Het feest duurde voort tot in de kleine uurtjes en toen de kruitdampen waren opgetrokken kon er weer een nieuw record in de boeken worden bijgeschreven.

Op naar de 27 ste Batavierenrace en het 26ste slotfeest!!

Erik Kottink

De *horeca-binnendienst* ging naar buiten

Zaterdag 15 augustus was het weer zover. Een super enthousiaste en gemotiveerde binnendienst van de afdeling Horeca begon om 14.00 uur aan het jaarlijkse 'uitje'. De organisatie, in handen van Meike en Robert, had gekozen voor een superlocatie hier in de regio (die Wiggers zou ook eens iets organiseren buiten Twente; misschien in de volgende eeuw): Café Restaurant 'het Benteler' te Bentelo. Deze horecagelegenheid wordt geleid door René en Jorika Oosterholt. Zij staan garant voor gastvrijheid, creativiteit en waar voor je geld. Uit de vele ontspanningmogelijkheden die 'het Benteler' biedt, hadden Meike en Robert gekozen voor een huifkartocht met aansluitend een culinaire sessie waar je U tegen zegt.

Met de PvRG's [1] in de achterzak gaf de organisatie om 14:30 het startsein voor de huifkartocht. De huifkar was uitgerust met een complete biertechnische installatie en alles wat een moderne bar vereist. Onze chauffeur voor deze middag was Michael. Hij liet zich alleen aanspreken wanneer je zijn voornaam correct uitsprak; Michael gelijk aan de voornaam van de beroemde Formule-1 coureur Schumacher, waar hij overigens qua rijstijl en uiterlijk weinig op leek.

Centraal deze middag stonden helaas niet de gezelligheid en het vertier. Een ongezonde en onsportieve krachtmeting tussen kleine teams van collega's en partners, vormde samen met een continue eet- en drinkorgie de boventoon van dit uitje. Het gemêleerde gezelschap werd opgedeeld in vier groepjes; bij de naamgeving aan deze groepjes kwam ook hier het in de levensmiddelenbranche veel gebruikte vierjaargetijden-concept prima van pas.

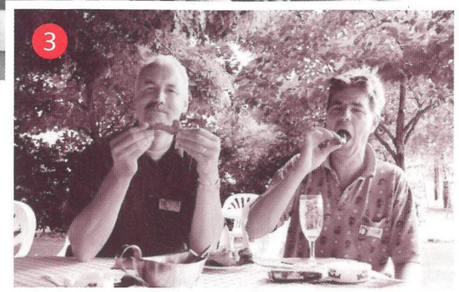
Tijdens de huifkartocht werd het gezelschap onderworpen aan enkele uitdagende spel-activiteiten. Sommige lieden dachten maar aan twee spelletjes; dat ene spelletje waar ze eigenlijk de hele dag aan denken en het spelletje 'tapje open - glaasje vol - tapje dicht -glaasje leeg - tapje open - etc'. Beide spelletjes stonden niet op het officiële programma van de organisatie, en records die eventueel op deze onderdelen werden gevestigd zouden dan ook nooit een officiële nationale of internationale status kunnen krijgen, laat staan dat ze punten zouden opleveren voor het groepsresultaat van deze dag.

Het Wintervorst-team lag na het eerste spel op de goede koers naar de eerste plaats. Het 'kiezen' tussen de woordjes GOED en FOUT in dit spel ging dit goklustige trio erg goed af. De goedlachse captain (man met Guus-Hiddink-snor) liet zich dan ook achteroverleunend graag een versnapering uitserveren, waarover de heer de Nijs zojuist had gezongen dat het weer 'bitter en best en beter dan de rest' was. Vooral de laatste vier woorden klonken de captain als muziek in de oren. In de laatste twee spelen moest dit team het achterste van haar tong laten zien. Helaas was dit onvoldoende om in de eindrangschikking bovenaan te staan.

Het Herfstbok-team ontwikkelde vanaf het eerste spel een duidelijke voorliefde voor de laatste plaats. Team-captain Kirsti wist namelijk dat de vierde prijs onder andere bestond uit een Grolsch-aansteker. Daar haar twee teamgenoten, de hele middag in het niet-rokers-gedeelte van de huifkar hebben gezeten, zag ze zich al, voor aanvang van welk spel dan ook, de trotse eigenaresse van drie aanstekers. En daar kun je toch weer drie weken mee vooruit.


1


2


3

Tijdens de tussenstop werden er drie spelen afgehandeld. De afdeling P&O had er vooraf bij de organisatie van deze dag op aangedrongen om deze onderdelen te schrappen met het oog op het feit dat men het ziekteverzuimpercentage 1998 onder de 15% wou houden.

Het betrof de onderdelen:

- zaklopen
- boogschieten
- eierenschieten met wind-buks

Vooral bij dit laatste onderdeel blijkt een deskundige begeleiding toch wel onontbeerlijk te zijn. Het Lentebok- en Zomergoudteam, onder de bezielende leiding van respectievelijk Henk H. en Miranda D., waren vooral bij deze fysieke spelletjes de betere ploegen. Miranda en 'haar team-slaven' Carla Hazewinkel, Robin "lange broek" Beverdam en Bert-590-Kolthof hebben uiteindelijk de slijtageslag gewonnen. Hulde! Tijdens het naborrelen heeft Zomergoudcaptain Henk nog 'n Bill Clinton-achtige act opgevoerd: hij begon op het terras intiem te zoenen, met iets niet zijnde zijn vrouw. Het verschil tussen Henk en Bill is dat Bill het in het geheim deed, en Henk in het openbaar waar zelfs Carla, zijn vrouw, getuige van mocht zijn. Een ander verschil is dat Bill nog weet met wie hij het heeft gedaan; Henk niet, want de vogel (lees wesp) was snel gevlogen.

Voor een leuk feest met activiteiten is 'het Benteler' zeker een goede tip om eens te gaan kijken of navraag te doen. En weet U niet precies waar het is in onze regio, Andre Groothuis wijst U elke dag graag de weg.

1) PvGR = Peter van Rooijen Geeltje

Robert Wiggers

1 Iedereen had een vaste plek in de huifkar.

2 Onderling hadden de dames de grootste lol totdat ze de windbuks moesten hanteren.

3 De captains van het Wintervorst en Zomergoud bewezen dat zij de meest primitieve etenswijze nog prima beheersten. Gezellig samen kluiven van één bordje.

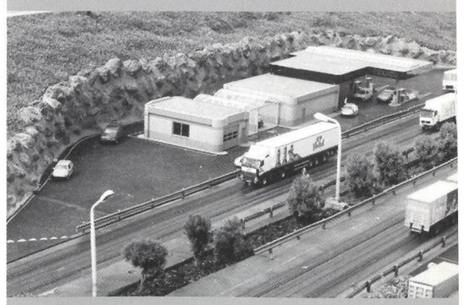
Grolsch doet het altijd in het groot *(maar soms in het klein)*

Ons bier wordt dagelijks, d.w.z. 's ochtends, 's middags en 's avonds over alle provincies van Nederland gedistribueerd. De afdeling Logistiek is verantwoordelijk voor dit transport.

Waar ze echter geen vat op hebben, is die ene vrachtauto die onafgebroken langs de snelweg in Den Haag rijdt en dan ook nog zónder chauffeur. Namelijk op de snelweg van Madurodam. Elke dag staan duizenden mensen van heinden en verre naar al die vrachtwagens te kijken. En dan komt weer die prachtige truck met die beugelflessen voorbij...

Even verderop, op een rustig plekje, kom je opnieuw voor een verrassing te staan: een echt Grolsch-café, met een terras, fietsenrek, terrasschotten en een (scheefhangende) lichtbak (de afdeling buitenreclame is bij deze gewaarschuwd).

Het is een leuk moment van herkenning daar in dat Den Haag. Zo ziet u maar weer: Grolsch is overal!





Eten en leren op z'n Frans

Lucienne is een gepensioneerde, Franse onderwijzeres. Toen ze haar diploma aan de Ecole Normale, de Frans P.A., behaald had, werd ze benoemd. Solliciteren was er niet bij. De studie was gratis - daarna kreeg je een plek aangewezen, waar je kon beginnen. Wilde je dat niet, dan moest je alsnog je studie terugbetalen. Het lijkt me nog niet zo'n gek systeem in een land met zoveel kleine dorpen en gehuchten. Je kwam nooit erg ver van huis terecht, want het onderwijsstelsel wordt departementaal geregeld. Lucienne werd benoemd in Jouy-le-Portier (hoe kleiner het gat, hoe langer de naam), een dorp van driehonderd zielen met een burgemeester, die op een kasteeltje aan de rand van het dorp woonde. Hij had op zijn kasteel geen elektriciteit en wilde dat ook niet hebben, want hij was blind. Elektrische apparaten waren er vijftig jaar geleden nog niet zoveel en licht had hij niet nodig. De school telde drie leerkrachten, waarvan er één de directrice was. Samen woonden ze boven de school in een soort appartement. Als onderwijskracht in Frankrijk hoef je je geen zorgen te maken over woongelegenheid: die krijg je er automatisch bij. Het was er heel rustig en vredig, daar in Jouy. De kippen scharrelden lustig rond op de Cour (schoolplein) en af en toe hoorde je het kukleku van de haan. Er was een bakker, een slager en een groentenboer en een klein kruidenierszaakje. Eens per week was er een markt, waar vooral de boeren uit de omgeving hun producten, vaak kaas, aan de man probeerden te brengen. Eens in de twee weken kwam er een koopman met een bestelwagen vol kleding voorrijden, die vooral belangstelling kreeg van de vrouwelijke helft van de inwoners. Lucienne gaf les op alle dagen van de week behalve op zondag en op donderdag. Een vrije woensdagmiddag had men niet en ook op zaterdagmiddag was er school. De donderdag was de dag van mijnheer Pastoor, die dan de kinderen katechismusles gaf in de kerk. Dat gebeurde niet op school, want praktisch alle scholen waren openbaar. (De schooltijden zijn tegenwoordig wel anders.)

De leerkrachten benutten de donderdag om huishoudelijke karweitjes op te knappen. Ze hadden een grote bezem, waarmee de houten vloeren werden aangeveegd. Rond de tafel vegen gebeurde trouwens na iedere maaltijd, want er wordt daar heel wat afgekruimeld met dat lekkere, knapperige stokbrood. In Frankrijk wordt er 's middags en 's avonds warm gegeten, maar niet op onze Hollandse manier, en altijd met stokbrood. Het wordt in grote hompen gesneden opgediend en 'n ieder legt zo'n homp naast zijn bord. Bij ieder gerecht worden er steeds stukjes van afgetrokken en zo eet men achtereenvolgens soep met stokbrood, groenten met stokbrood, gekookte ham met stokbrood, sla met stokbrood etc. Boter staat zelden op tafel, jus lijkt een onbekend iets. 's Avonds herhaalt zich hetzelfde ritueel van 's middags, alleen is er dan vaak geen soep maar wel gebraden vlees. Zijn er gasten of is het feest, dan volgt na de kaas nog een zoet dessert: taart of ijs en dat zonder brood. Altijd staat er wijn en water op tafel. Als je wilt kun je nog een kop sterke, zwarte koffie krijgen en vóór het eten is er het aperitief. Een uitnodiging voor een avond bij een Fransman betekent meestal, dat je op het avondeten wordt uitgenodigd. Iemand 's avonds uitnodigingen en hem dan een kop koffie met gebak voorzetten en vervolgens een borrel met zoutjes en een hapje, dat is hen totaal vreemd.

Na een aantal jaren in Jouy wilde Lucienne wel ergens anders naar toe. Dat kon ze kenbaar maken en toen er een plekje vrij kwam in een grote plaats kwam ze daarvoor in aanmerking.

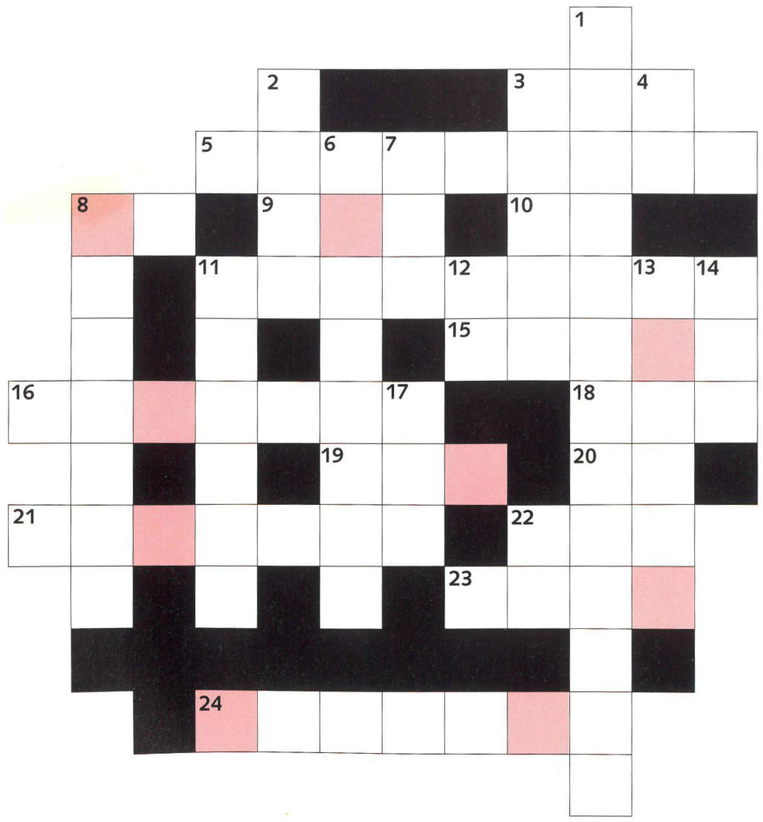
De zomervakanties duurden toentertijd drie maanden, maar verder in het jaar waren er geen vakanties. Dat was een hele ruk en je moest als ouders maar zien, dat je je kroost drie maanden zoet hield. Maar ze hadden in Frankrijk de Colonie uitgevonden. Ieder kind kon een paar weken naar de vakantiekolonie in een andere streek. Zo leerden ze, dat de wereld er elders anders uitzag en dat mensen andere, onbekende gewoonte konden hebben. Wie in de bergen woonde, kon naar het water en omgekeerd. Die weken in de Colonie waren voor veel kinderen dolle pret. Op 1 oktober konden ze dan weer met frisse moed aan het leerproces beginnen. Evenals hun leerkrachten.

Amber.

Oplossing puzzel en kleurplaat

De redactie heeft dit keer maar een paar kleurplaten van jullie ontvangen. Waarschijnlijk vonden jullie 'm zo mooi dat je je kleurplaat niet wilde opsturen. Dat geeft niet hoor. Maar als je je tekening niet opstuurt, maak je ook geen kans op een leuk prijsje. Sanne Boerboom (2) uit Loo, Dennis Lamers (4) uit Beuningen en Leonie Hulshof (8) uit Lochem hebben een prijsje gewonnen. In deze Kroniek vind je weer een nieuwe kleurplaat. Je kunt dit tot 1 november a.s. sturen aan: Redactie Grolsch Kroniek, t.a.v. Paula, Postbus 55, 7500 AB Enschede.

Het begon al in april of mei. Mensen werden zenuwachtig, lijsten met voetbalpoules werden gemaakt en het geld werd ingezet. Eenmaal zover, zat iedereen uitgedosd in het oranje aan de buis gekluisterd en zodra Nederland een punt scoorde dan was het huis te klein. Iedereen had het of kreeg het: 'Oranjekoorts'. Dat was ook de oplossing van de puzzel van de vorige Kroniek. 3 'voetbalfans' hadden de puzzel en het woord goed. Mireille Mulder uit Oldenzaal, Mevrouw Albering uit Groenlo en H. Kremer uit Enschede hebben hun prijs reeds thuis ontvangen.



Onderstaand geven wij u met plezier een nieuwe cryptogram. U weet hoe het werkt. De puzzel en het gevonden woord moeten goed zijn. Stuur uw oplossing voor 1 november a.s. aan: Redactie Grolsch Kroniek, Postbus 55, 7500 AB Enschede.

Horizontaal

3. Gerecht voor de klap.
5. 's Ochtends vroeg aan de waterkant zit z'n engelhaar in de war.
8. Een paar zonder de slee is nog maar één ouder.
9. Een niet cryptisch meisje.
10. De man uit 5 kan dit in Amsterdam controleren?
11. De letters op een berg staan bij de boer op stal.
15. Is Opa er dol op, van deze muziek?
16. Strijkman, maar niet in de huishouding.
18. Met deze erop kom je niet veel vooruit.
19. Een overspelige man uit het noorden.
20. De afkorting van een tunnellamp?
21. Ondergang van een meniscus?
22. Taai, alleen het end is een liefkozing waard.
23. Wanneer men er aan gevoeld wordt, is het minder prettig!
24. Muziekinstrument van een cent.

Verticaal

1. Bijt men hiermee in de kokos?
2. Is ze ge de overwinning schuldig.
3. Aan je hoofd als je het te ruste legt.
4. Nuchter zijn ze niet naamloos.
6. Van regen en sneeuw ga je knock-out.
7. Ga 's opzij met die lucht.
8. Moet niet alleen in een Engels ziekenhuis geduldig zijn.
11. Vader heeft het meisje in de koffer.
12. Met Ka was ze op de botermarkt.
13. De verstrooide leider is altijd welkom vanwege zijn verdienste.
14. Verdraaid mal dit jonge schaap.
17. Let er op de terugweg wel op.
22. Dit foutje is reeds ingeslopen op 4.