Grolsch bereikt de top

We hebben allemaal wel eens beelden gezien van stoere bergbeklimmers die net de top van een berg hebben bereikt. Daar zitten ze dan, trots en opgelucht. Meestal staan ze naast een vlag met hun nationale kleuren.

Zo niet Lucas Smits van Waesberge, Area Manager voor Grolsch in Duitsland. Hij plantte weliswaar een vlag toen hij de top van de Mont Blanc bereikte, maar dan wel de Grolsch-vlag! Hier volgt zijn verhaal.

Iemand die de Mont Blanc (4807 m) wil beklimmen, moet over een uitstekende fysieke en mentale conditie beschikken. Technisch gezien is de klim niet zo moeilijk, maar er zijn diverse ravijnen waarin onervaren klimmers gemakkelijk kunnen verdwijnen! Ook de plotselinge weersomslagen vormen eveneens een gevaar.
Door de weersomstandigheden kan de berg gedurende slechts drie maanden per jaar worden beklommen. Toen Lucas en zijn collega-klimmers hun avontuur in juli begonnen, waren de omstandigheden prima. De eerste twee dagen werd op hoogte getraind om de behendigheid met de touwen verder te verbeteren en het klimmen met stijgijzers (voor het oversteken van gletsjers) te oefenen.
Er zijn wel 300 verschillende routes naar de top van de Mont Blanc. Omdat Lucas en de andere leden van de groep geen bijzonder ervaren klimmers waren, kozen ze voor de zogenaamde toeristenroute. Dit mag dan wel de eenvoudigste route lijken, het is allerminst vergelijkbaar met een wandelingetje in het park. De eerste dag klommen ze tot op 3800 meter. Tijdens die dag hadden ze te maken met een aantal rotsverschuivingen. Mede dankzij de verbale ondersteuning van de ervaren gids werd het moeilijke parcours met succes afgelegd.
De groep verbleef de eerste nacht in een primitieve hut. Gelukkig (?) was het een korte nacht. De tocht werd even na middernacht al weer voortgezet, omdat een gletsjer het best kan worden beklommen wanneer de oppervlakte hard bevroren is. Overdag, wanneer de zon schijnt, wordt het ijs zachter, hetgeen problemen kan opleveren.
In het donker was de berg schitterend.



Lucas Smits van Waesberge (r) met de Grolsch-vlag boven op de Mont Blanc

De hemel was adembenemend helder, met ontelbare sterren boven een slingerend lint van verlichte klimmers tegen de berg.
Uiteindelijk bereikten ze de top. Toen Lucas zijn handschoenen uitdeed om een foto te maken, bevroren zijn handen onmiddellijk - op de top was het -20°C!

Een ander probleem was de constante, stekende hoofdpijn ten gevolge van de ijle lucht op deze hoogte. In de buurt van de top stak bovendien een stevige wind op, wat het lopen over smalle richels uiterst gevaarlijk maakte.
En de vlag dan? Vanaf het begin wilde Lucas zijn prestatie in Grolsch-stijl gedenken. Hij had overwogen enkele beugelflessen Grolsch mee te nemen naar de top, maar besloot later wijselijk hiervan af te zien. De top van de Mont Blanc is nou niet de aangewezen plaats voor het openen van de beugelfles. Daar zijn andere locaties veel beter voor . De veel lichtere vlag bleek echter een prima alternatief.

Na het lezen van bovenstaand reisverslag is onze bewondering en respect voor Lucas S. v. W. alleen maar toegenomen.

KRONIEK
Grolsch
December 1999 - Jaargang 19 - Kwartaaluitgave voor het personeel van de Grolsche bierbrouwerij - Nr. 4



Bij het begin van een nieuw tijdperk

Nog 'n paar dagen en de twintigste eeuw is voorbij. We schrijven dan nooit meer "negentienhonderd zoveel!" Voortaan hebben we het over de éénentwintigste eeuw en we beginnen elk jaartal met een TWEE! Het allereerste jaar noemen we 2000, afgekort tot '00. Toch gek, als je bedenkt dat we tot nog toe alleen de jaren 1923, 1940-1945, 1972 of 1987 kenden. Het komt nooit meer terug. Het is weg. Voorgoed. Verandert de wereld dan zo drastisch? Ik denk van niet.

Natuurlijk, de overgang van 1999 naar 2000 is een hele bijzondere stap. Het duurt slechts een onderdeel van een seconde; dan is het gebeurd. En wat dan? De aarde draait gewoon door. De zon blijft zijn licht schijnen en zijn warmte afgeven.

En Grolsch blijft bier brouwen en verkopen. Grolsch blijft zijn trouwe bierliefhebbers verzorgen door het lekkerste bier van Nederland te maken. Geniet van Grolsch Wintervorst en je weet het.

Grolsch blijft de belangrijkste adviseur voor de optimale schapindeling in de winkel. We weten er alles van.

De kwaliteit van ons eindproduct wordt nu, maar ook in de volgende eeuw nog steeds verbeterd waar het maar kan. Onze beugelflessen worden nu allemaal met vrijwel 100% nauwkeurigheid gesloten. 3 Rico's op colonne 1 in Groenlo zorgen daarvoor.

Ook op logistiek gebied zijn we, kwalitatief gezien, de nummer 1 van Nederland geworden.

Dat we al jarenlang mooie, leuke en bijzondere bierartikelen op de markt brengen, wordt door het Grolsch Verzamelaars Gilde bewezen. Hun grote, jaarlijkse ruilbeurs in Groenlo was opnieuw een groot succes (en wat 'n mooi glas kregen die bezoekers weer cadeau).

Dat Grolsch zich vernieuwt blijkt weer als je de modernisering van onze exportverpakkingen ziet. De verschijningsvorm van Grolsch in het buitenland is nu gereed voor de volgende eeuw. Op Aruba kan men sinds kort het Grolsch bier proeven dat bij Balashi is gebrouwen. En het smaakt.

En als u nu werkelijk nog meer wilt weten over Grolsch dan moet u onze nieuwe internetsite bezoeken. U kunt daar langer dan een uur van alles aan de weet komen. Sterker nog: u kunt daarmee zelfs beugelpunten mee verdienen, lees het maar gauw.

Het enige wat u niet op onze site kunt lezen is de nederlaag die Grolsch geleden heeft tegen het team van onze D.O.N.-agenten. Goed, het was vriendschappelijk, maar toch.

Enfin, u ziet het, 2000 is een mijlpaal, maar geen keerpunt. Nee, Grolsch vervolgt zijn weg, zijn eigen weg. Een weg van vernieuwingen, van aanpassingen of van opleidingen. U leest er alles over op de volgende pagina's. Wat ons rest, is u namens alle redactiemedewerkers een zeer plezierige en vooral gezellige jaar- en eeuwwisseling te wensen en een voortvarend, gezond en blij nieuwjaar. Welkom 2000!

COLOFON

GROLSCH KRONIEK

Nr. 4, 19e jaargang, December 1999.
Een driemaandelijkse uitgave,
bestemd voor het personeel van
de Grolsche Bierbrouwerij.

REDACTIE-ADRES

Grolsch Kroniek
Postbus 55
7500 AB Enschede

REDACTIE-RAAD

P. van Rooijen
P. Gaasendam
G. ten Cate
F. v.d. Lee
P.E.A. Könings

VORMGEVING

Pitch Advertising Marketing b.v., Enschede.

© 1999 - 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.

Wij staan aan de vooravond van het jaar 2000 en ook de 21ste eeuw en het derde millennium komen steeds dichter bij.

Meer dan ooit is deze jaarwisseling een goede gelegenheid om stil te staan bij de toekomst van de brouwerij. Veel zaken kunnen en moeten veel beter. Wij weten allemaal om welke punten het gaat en wij zullen hier ook in de toekomst harder aan moeten werken.

Thans wil ik echter stil staan bij de vele goede dingen die bij Grolsch gebeuren. Zaken die tot stand gebracht zijn door onze voorgangers en door ons zelf. Goede dingen die wij zelf in stand moeten houden, niet alleen voor ons zelf maar ook voor onze opvolgers. Wij mogen met vertrouwen de volgende boeiende tijd tegemoet zien.

Namens mijn collega's wens ik u ook een vrolijk, gezond en succesvol 2000 toe.

J. Troch

Vertrouwen

* Grolsch is als 2e geëindigd bij de uitverkiezing van het Merk van de Eeuw.

* Grolsch behoort tot de top 10 van beursgenoteerde bedrijven qua duidelijke strategie.

* Grolsch heeft nooit mensen gedwongen ontslagen.

* Grolsch heeft nog nooit verlies geleden.

* Als percentage van de omzet mag de netto-winst van Grolsch tot de hoogste in de brouwerijwereld gerekend worden.

* Grolsch heeft een ononderbroken dividend uitgekeerd.

* Grolsch wordt door consumenten beschouwd als de meest innovatieve brouwerij van speciaalbieren.

* Naar omzetwaarde van merken binnen de grote retailers scoort Grolsch bij de top 10.

* Grolsch is 1 naar: merkwaarde, producteigenschappen, reclame-eigenschappen.

* De grote retailers beschouwen Grolsch al jaren als één van de meest betrouwbare leveranciers.

* De Grolsch Horeca-academie is uniek in Nederland.

* Grolsch gaat de mooiste, meest efficiënte en milieuvriendelijke brouwerij van Europa bouwen.

* Grolsch is het snelst groeiende premium pilsmerk in Engeland.

* Grolsch is het snelst groeiende importbier uit Europa in de USA.

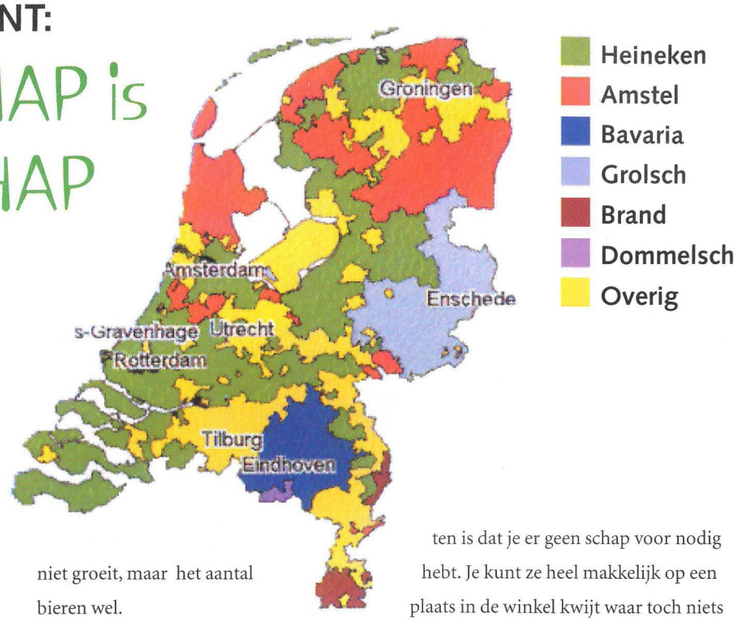
* Grolsch is winnaar van de Nederlandse Logistiek Prijs 1999.

* Grolsch heeft niet alleen in 1998, maar ook in 1999 de Grand Prix Customer Service Award in de wacht gesleept.

SPACEMANAGEMENT:

vakmanSCHAP is meesterSCHAP

SPACEMANAGEMENT IS EEN DISCIPLINE BINNEN TRADE MARKETING, DAT OP ZIJN BEURT WEER EEN ONDERDEEL IS VAN DE AFDELING THUISVERBRUIK.



Er wordt vaak lacherig gereageerd als je zegt dat je Spacemanager bent, omdat ze dit associëren met Marsmannetjes of Spacecake. Dit heeft er (helaas) niets mee te maken. Spacemanagement betekent ruimtebeheersing: het zo efficiënt mogelijk omgaan met de beschikbare (schap)ruimte. De doelstelling van Spacemanagement is het verhogen van het rendement van het totale bierschap, verbeteren van de kwaliteit van de bierpresentatie en de positie van Grolsch op de winkelvloer.



De supermarkten worden steeds groter, maar het aantal artikelen, waaruit het assortiment bestaat, groeit even snel mee. Een veel gehoorde kreet in het vak is dan ook 'Het schap is niet van elastiek'. Dit probleem speelt nog sterker voor het bierschap, omdat daar het aantal meters niet groeit, maar het aantal bieren wel.

Het idee heerst nog steeds dat er op bier (lees: pils) nauwelijks iets wordt verdiend en dat je bovendien veel werk hebt met het vullen van het schap door de zware kratten. Hierdoor is de biercategorie helaas nog steeds een stiefkindje van de supermarkt. Liever wordt er extra ruimte toegekend aan winstgevender groepen zoals de versgroepen en de wijnen bij de drankengroepen.

Bovendien denkt men zich met die groepen beter te kunnen profileren dan met een 'noodzakelijke' groep als bier.

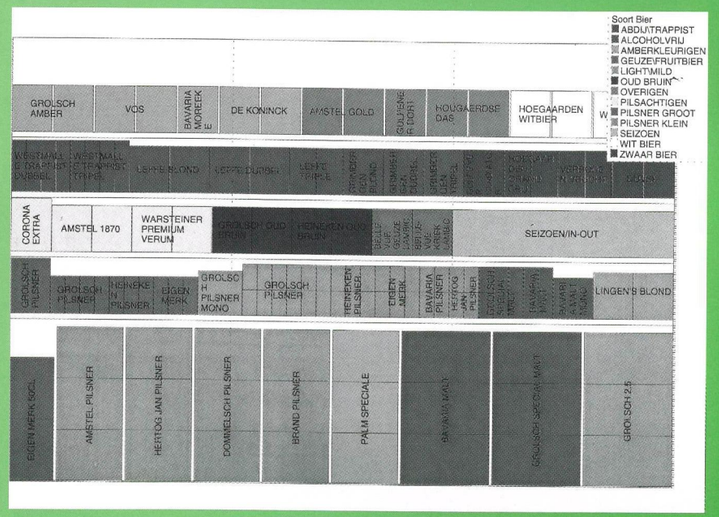
Behalve de ruimte die aan bier wordt gegeven is ook de presentatie lang niet optimaal. Het 'voordeel' van pils in kratten is dat je er geen schap voor nodig hebt. Je kunt ze heel makkelijk op een plaats in de winkel kwijt waar toch niets anders kan staan, zoals in een hoek, bij een pilaar etc. Dat dit niet ten goede komt van een goede presentatie is duidelijk. Bovendien worden de kratten vaak veel te hoog gestapeld en staat het bier op verschillende plaatsen in de winkel. Kortom: werk aan de winkel voor ons.

In het oosten van het land, waar de meesten van ons de boodschappen doen, is de ruimte die door Grolsch bieren wordt ingenomen meestal dik in orde, hier staat het soms zelfs op pallets. Grolsch heeft in de eigen regio dan ook in pils een aandeel van 54% in de pijpjes en maar liefst 87% in het halve liter segment. Ga je echter wat verder het land in dan wordt dit beeld helaas wel wat anders.

Zie bovenstaand plaatje van de marktleiders (marktaandeel>35%).

We maken schappenplannen voor zowel de hoofdkantoren van supermarktorganisaties als voor individuele winkels. In het eerste geval zijn dit vaak meerdere plannen voor verschillende regio's in het land en voor verschillende metrages schappen.

In het laatste geval is het een op maat gemaakt schappenplan waarbij rekening wordt gehouden met de huidige afzetten, het schapmateriaal, de klantenkring, formulekenmerken e.d.. We proberen daarin voor onze producten een zo goed mogelijke positie te verkrijgen. Wel dienen we objectief te blijven en er voor te zorgen dat alle producten die plaats en hoeveelheid in het schap krijgen die ze verdienen. Doe je dit niet dan betekent dit dat de relatie met de handel kan verslechteren en dat je niet meer gezien wordt als een vakkundige en betrouwbare handelspartner.



Bij het maken van deze schappenplannen maken wij gebruik van een grafisch computer-programma genaamd Intercept, hiermee kun je het schap (3D) nabouwen. Bovendien kun je hiermee diverse berekeningen uitvoeren. Zo kan je b.v. laten berekenen of er voldoende voorraad in het schap staat om aan de vraag te kunnen voldoen.

Door onze ervaringen op de winkelvloer en gesprekken met klanten hebben we inmiddels een goed beeld hoe een bierschap er uit zou moeten zien; dit noemen we de Grolsch schapvisie.

In het kort zullen we hieronder deze schapvisie weergeven, verduidelijkt met een plaatje van een bierschap zoals dat eruit kan zien, volgens deze visie, in onze regio (Nielsen district 4).

Plaats in de winkel:

* Al het bier bij elkaar (kratten, blik, speciaalbier).
* Eind van de winkel.
* Rechts van de looprichting.
* Bij de productgroepen fris, wijn en chips.
* Dicht bij magazijn.

Presentatie:

* Horizontale presentatie.
* Ruimte voor in/out producten (zoals 4 jaargetijden).
* Hoeveelheid in het schap afgestemd op de vraag.
* Alleen bieren (geen mixdranken e.d.).
* Kratten maximaal 7 hoog.
* Indeling: 1. naar categorie bier (pils, alcoholvrij, speciaal), 2. verpakkingsvorm (en inhoud).
* Speciaalbieren gegroepeerd naar soort bier (zie afbeelding op pagina hiernaast).

Speciaalbier-gedeelte van bovenstaand schap, indeling naar soort bier:

Op deze manier kunnen wij een flink stuk service en efficiency aan onze afnemers bieden. Of ze nu groot, middelgroot of klein zijn, zij, maar ook wij kunnen voordeel daarbij hebben.

Hanneke Wormmeester
& Sandra Steinmeijer

INSTRUCTIEDAGEN
voor horeca-ondernemers
MET KELDERBIER

HET AANTAL RELATIES MET EEN KELDERBIERINSTALLATIE GROEIT GESTAAG. GROTE HORECA-GELEGENHEDEN, WAAR PER JAAR VEEL BIER WORDT GETAPT BESCHIKKEN REEDS OVER EEN KELDERBIERINSTALLATIE.



Eén van onze kelderbierwagens aan het lossen bij de "Gulden Beugel" in Oldenzaal.

En ze kunnen deze installatie niet meer missen. Logisch zou men kunnen zeggen, want: met een kelderbierinstallatie tapt men een betere kwaliteit bier door een constant laag gehouden temperatuur. Er treedt geen tapverlies op, er is geen koolzuur nodig (door de toepassing van zakken in de tanks) en er is een hoge bedrijfszekerheid, omdat er altijd getapt kan worden. Bovendien is het energieverbruik lager en, belangrijk voor het personeel, er hoeft niet meer met zware bierfusten gesjouwd te worden.

Maar het horeca-personeel, dat bij onze kelderbierrelaties nogal eens wisselt, moet toch wel heel goed op de hoogte zijn van de werking van zo'n installatie, en "hoe doe je dat zo veilig, hygiënisch en efficiënt mogelijk?"

Dat nu krijgen ze te horen op de zogeheten Kelderbier Voorlichtingsdagen op de brouwerij in Enschede.

Hennie Heinsmann, hoofd van de Horeca Tap Technische Service, geeft onderricht en laat alles nog eens duidelijk zien aan de hand van dia's en ander voorlichtingsmateriaal. Dat deze 1-dagscursus vruchten afwerpt, merken onze kelderbierchauffeurs: bij de klant zijn ineens een aantal zaken veel beter geregeld. En daar hebben én de klant én Grolsch veel plezier van. Er daar was het nou allemaal net om begonnen.

NEDERLANDSE LOGISTIEK PRIJS 1999
voor Grolsche Bierbrouwerij Nederland B.V.

Op 9 november 1999 is de Nederlandse Logistiek Prijs uitgereikt aan onze brouwerij. De Prijs werd in ontvangst genomen door de heer A. de Groen, directeur Logistiek. De prijs werd uitgereikt door Prof. Dr. H.B. Roos, voorzitter van de jury.

Onze brouwerij heeft zich in logistiek opzicht tijdens de afgelopen jaren uitstekend geprofileerd. De aandacht voor de integrale goederenstromen heeft geleid tot een evenwichtig beleid. Commercie, Productie en Logistiek hebben sinds 1997 gezamenlijk gewerkt aan een programma, waarin klanttevredenheid een van de belangrijkste doelstellingen is. In dit programma is zeer veel nadruk gelegd op het feit, dat de eigen medewerkers hierbij centraal staan, hetgeen door middel van diverse workshops en projecten zeer goed uitgewerkt is.

Dit heeft geleid tot een logistieke organisatie, die op dit moment uitstekende resultaten boekt. Een van de belangrijkste resultaten is het realiseren van bijna 100% leverbetrouwbaarheid en een uitstekend serviceniveau, in combinatie met slechts 3-4 dagen voorraad.

Een van de uitgewerkte processen betreft de minimalisering van doorlooptijd van een aantal leveringen. Zes uur nadat de consument zijn boodschappen heeft afgerekend in de winkel, wordt op basis van kassa-informatie (die elektronisch direct voor de brouwerij beschikbaar is) opnieuw geleverd.

Veel aandacht is besteed aan praktische samenvoeging van geautomatiseerde voorraadinformatie met commerciële verwachtingen.

Ketengericht denken komt o.a. tot uiting in enerzijds het praktisch omgaan met toevoegen van reclame-uitingen aan de primaire goederenstroom, en het recentelijk zekerstellen van de aanvoer van mout: de belangrijkste grondstof van bier.

Samenvattend is de jury van mening, dat de Grolsche Bierbrouwerij Nederland B.V. een uitstekende logistieke prestatie realiseert. Met name aandacht voor logistiek in het beleid, zorg voor klanttevredenheid en de pragmatische combinatie van (elektronisch beschikbare) informatie met commerciële doelstellingen zijn goed uitgewerkt. De Grolsche Bierbrouwerij heeft een logistieke organisatie, die professioneel is, potentieel heeft voor de toekomst, en een belangrijke positieve bijdrage levert in de integrale bedrijfsvoering van de brouwerij.

Prof. Dr. H.B. Roos reikte de Logistiek prijs uit aan Ing. A.F.Ch.M. de Groen directeur Logistiek van Grolsch.



De Nederlandse Logistiek Prijs, een initiatief van de vereniging Logistiek management (vLm), wordt ieder jaar uitgereikt aan een bedrijf dat zich op bijzondere wijze onderscheidt in het toepassen van modern logistiek management.

Grootcafé
de Swetser, Drachten

GEERT BOSMAN OPENDE IN MEI VAN DIT JAAR GROOTCAFÉ DE SWETSER, DE (VOORLOPIG) LAATSTE IN EEN SERIE VAN 5 "S/ZWETSERS", (ZIJN 6E BEDRIJF!), BINNEN EEN TIJDSBESTEK VAN 4 JAAR! IN GORREDIJK IS HET ALLEMAAL BEGONNEN.
AL SNEL VOLGDEN STEENWIJK EN WOLVEGA, EN SINDS 1,5 JAAR WORDEN IN HEERENVEEN EEN SWETSER MET ERNAAST DISCOTHEEK HEAVEN GEËXPLOITEERD.

"Komt de Swetser, komt Grolsch"!!



Ditmaal is de locatie midden in het uitgaanscentrum van Drachten, in een voormalig snookercafé. Bosman en Grolsch gingen samen aan de slag.
De zaak werd helemaal leeggehaald, dikke pakken isolerende materialen werden aangebracht.

Ondertussen zaten de mensen van ons bouwbureau niet stil. Zij maakten diverse tekeningen waarmee de benodigde vergunningen aangevraagd konden worden.Ook de HTTS had voorbereidende adviezen en werkzaamheden op een vlotte, gedegen manier voor elkaar.

De verbouwing vorderde, en 350 m2 (!!) verkoopoppervlakte kreeg een schitterend donker
bruin aanzien. "Spullen" die ieder ander op zolder zou laten staan, kregen hier een plek aan wand of plafond. Een prachtige aankleding ontstond. Twee gigantische bars van 15 meter, oude wijnvaten als statafels, kerkbanken en gietijzeren hekwerken zorgden voor de typische "Swetser" sfeer.
Het voorste gedeelte is door de week gewoon open. Bij drukte op donderdag en in het weekend of bij reserveringen wordt het achterste (dans)gedeelte erbij getrokken.
Voor de rest is het gewoon elke dag feest in de Swetser!!
Prettig gestoorde mensen achter de bar, goed (en véél) bier uit de tap zorgen op elk moment van de week voor "het Swetser leven gevoel"!!!

Wij weten als geen ander dat "goede dingen tijd nodig hebben".
Geert Bosman heeft dit eens te meer bewezen door eerst andere brouwerijen te ervaren, maar uiteindelijk :
"Komt de Swetser, komt Grolsch"!!

Tot ziens in Drachten !

Han Berendschot

DE KRONIEK

Kroniek: Verhaal dat op zich zelf staande feiten vermeldt in chronologische volgorde.

Blues: Volksliedje van de Amerikaanse neger.

Jazz: Amerikaanse dansmuziek met sterke invloeden van negermuziek en gekenmerkt door gesyncopeerde ritmen.
E.e.a. volgens Koenen-Endepols Handwoordenboek der Nederlandse taal.

Wat, zul je zeggen, heeft dit alles met elkaar te maken?

Nou, in Heerlen aan het Pancratiusplein, het uitgaanshart van de stad, hebben ze dit alles bij elkaar opgeteld.

In de Kroniek te Heerlen wordt het bier op een zeer charmante manier getapt en aan de man gebracht.



In samenwerking met ons bouwbureau is hier een prachtige nieuwe Grolsch zaak neergezet:

Jazz en blues café DE KRONIEK

Iedere woensdag, vrijdag en zondag live muziek!!!!!!! Zalig genieten van de meest uiteenlopende stijlen van muziek, natuurlijk onder het genot van de Grolsche bieren die hier op fust verkocht worden. Dames, heren, het hoeft geen betoog: mocht u in de buurt zijn dan loont het om ook eens een bezoek aan DE KRONIEK te brengen, waar u middels DE KRONIEK van op de hoogte bent gebracht.
Tot ziens in het zuiden

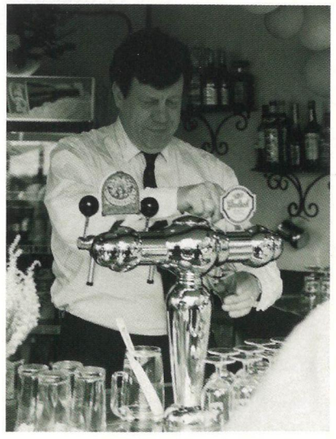
Henk Hermans

BURGEMEESTER VAN ROTTERDAM ZET CARROUSEL Opstelten

De familie Claassen van Grand Café Koriander aan de Kromme Zandweg 79 te Rotterdam heeft zaterdag 17 juli op feestelijke wijze hun nieuwe (zelf gebouwde) buitenbar-carrousel geopend. Grand Café Koriander wordt reeds enige jaren met succes geëxploiteerd door de familie Claassen en uitbreiding was daardoor noodzakelijk geworden.

Voor het Koriander is een zeer aantrekkelijke en gezellige tuin ontstaan waar uitstekende gerechten en een mooi glas bier (bron: Cees van Oeveren, Account Manager) worden geserveerd. Burgemeester mr. I.W. Opstelten van Rotterdam heeft de opening verricht door middel van het tappen van een glas Grolsch bier. Al snel bleek dat het tappen uit een "ander" vaatje door burgemeester Opstelten geen problemen opleverde en vonden de glazen bier gretig hun weg.

De familie Claassen en hun medewerkers hebben in korte tijd een aanzienlijke klan-



tenkring opgebouwd en er kan worden vastgesteld: uiteindelijk wint kwaliteit altijd. Proficiat.

Simon Dekker

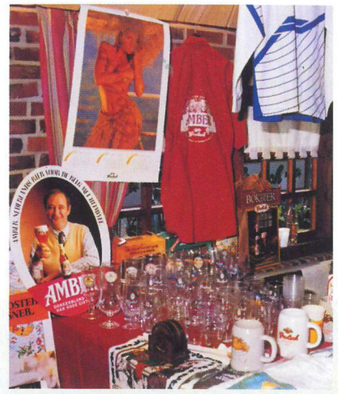
6e GROTE BEURS van het Grolsch Verzamelaars Gilde opnieuw druk bezocht

OP 7 NOVEMBER JL. HIELD HET GROLSCH VERZAMELAARS GILDE WEER HAAR JAARLIJKSE GROTE BEURS OP CAMPING MARVELD TE GROENLO. GLAZEN, PULLEN, VILTJES, ETIKETTEN, AFSCHUIMERS, KALENDERS, SPEELKAARTEN, UITHANGBORDJES, SPIEGELS, BEUGELFLESSEN (ZOWEL BRUIN ALS GROEN), KROONKURKEN ENZOVOORTS, ENZOVOORTS. ALLES WAAR MAAR GROLSCH OP STAAT WERD INTERESSANT GEVONDEN. VELE VERZAMELAARS KONDEN GELUKKIG HUISWAARTS KEREN, OMDAT ZIJ UITEINDELIJK HET LANG GEKOESTERDE VOORWERP AAN HUN VERZAMELING KONDEN TOEVOEGEN. ONDER DE BEZOEKERS LIEPEN OPVALLEND VEEL MEDEWERKERS VAN GROLSCH; OOK ZIJ BEHOREN VAAK TOT VERWOEDE VERZAMELAARS.
ALLE BEZOEKERS ONTVINGEN BOVENDIEN EEN PRACHTIG GLAS MET EEN SPECIALE BEURSBEDRUKKING: ALWEER IETS OM TE VERZAMELEN EN TE BEWAREN.



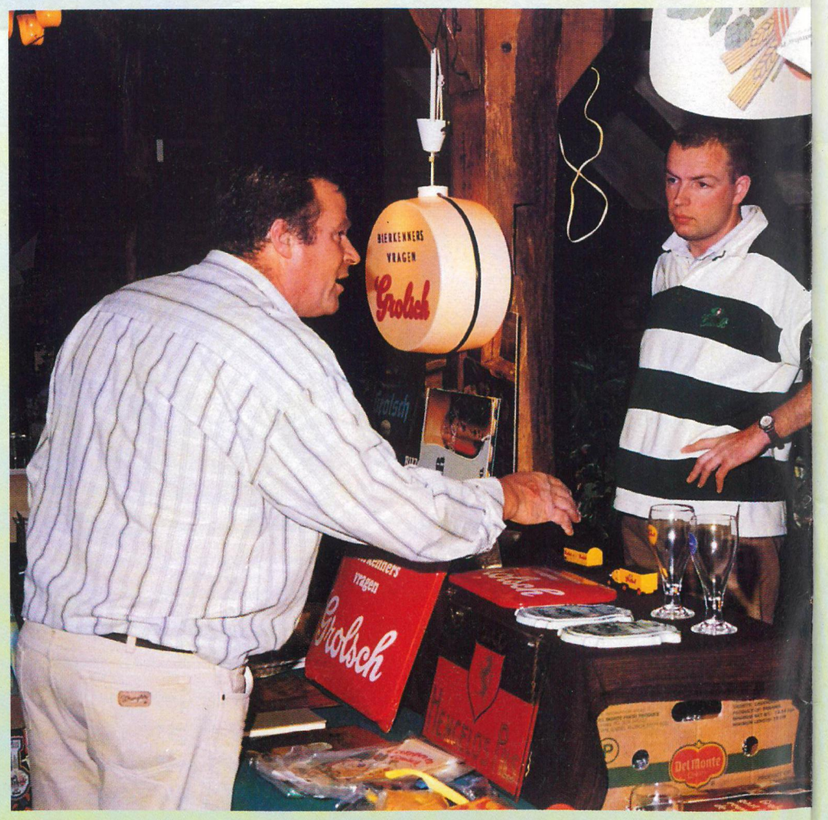
Wie biedt voor dit aparte "Brandweer"-glas?

Ook van Amber wordt alles verzameld.

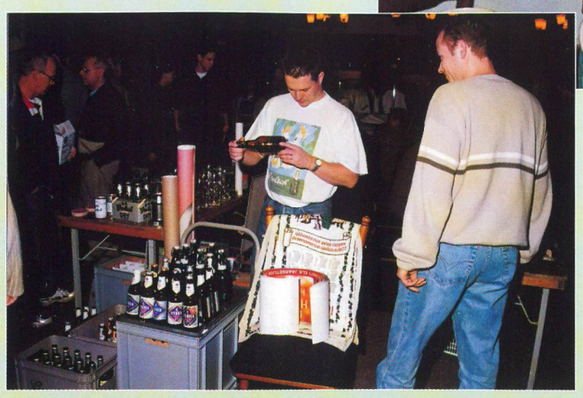




Mooi kalendertje, hè?



Wat kost me nou dat glas?



Is die fles nou wel heel?

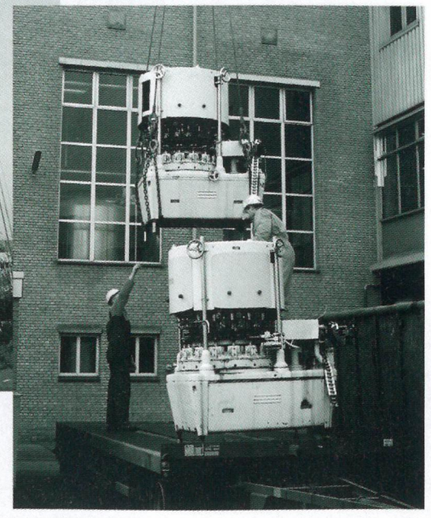
Derde RICO automatische oplegger/sluiter geïnstalleerd op colonne 1 in Groenlo

Het is alweer een jaar geleden, dat de 1e RICO een plaats kreeg op de beugelflescolonne in Groenlo. Deze machine was in nauwe samenwerking tussen de fabrikant en de Grolsch-technici van Groenlo ontwikkeld.

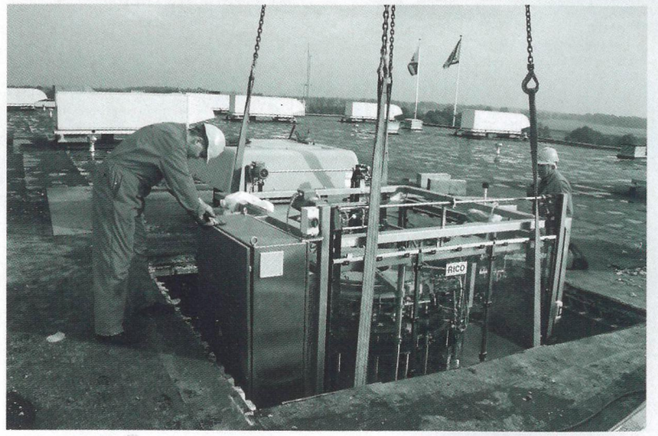
Wat men verwacht had geschiedde: deze nieuwe oplegger/sluiter beviel uitstekend! Een machine die eerst de beugelsluiting op de fles legt en de fles daarna ook meteen sluit. Een 2e RICO was dan ook snel besteld én geplaatst. En nu dan de 3e. De ervaring die was opgedaan met RICO 1 en 2 heeft tot gevolg gehad, dat aan RICO 3 ook nog een aantal aanpassingen is aangebracht.
Deze completering van colonne 1 betekent dus wéér een grote stap vooruit om een perfect product af te leveren. Per slot komen er 50.000 beugelflessen per uur van deze colonne, die allen, zonder uitzondering, 45 cl. bier opgesloten houden tot het moment dat de echte bierliefhebber de fles met de bekende 'plop' opent.



De grootste kraan, die Van Wezel heeft, tilde de RICO precies boven het gat in het dak.

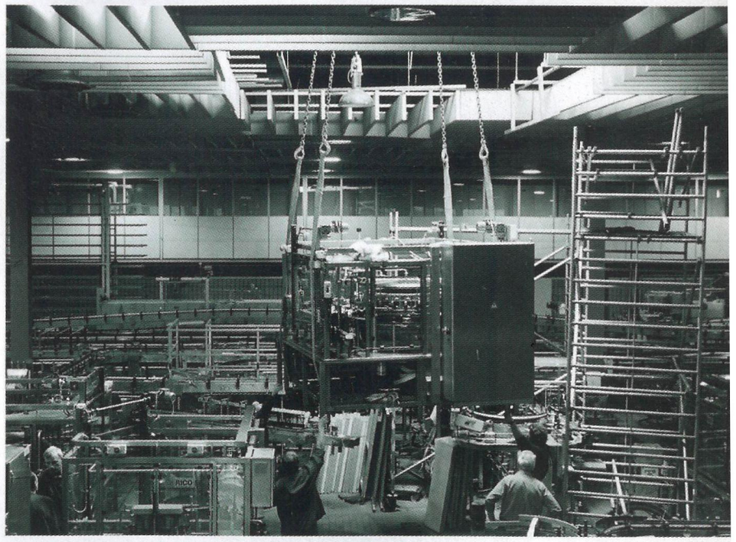


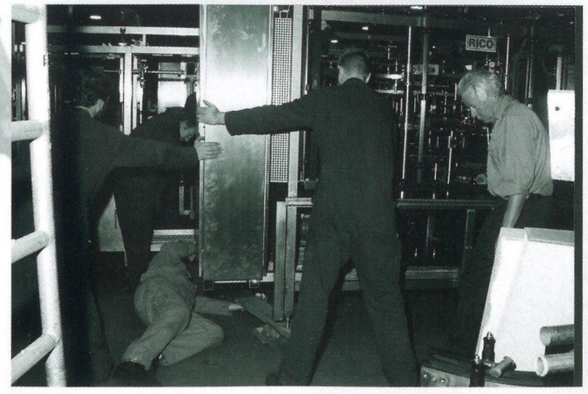
Voordat de RICO naar binnen werd getakeld, verlieten de oude opleggers en sluiters via het dak de bottelarij. Op een platte aanhanger verlieten zij voorgoed het brouwerij-terrein.



Zeer precies werd de RICO door het dak naar beneden gelaten.

Het was wel een passen en meten bij het neerlaten.





Met vereende krachten werd de RICO op zijn plaats gezet. Direct daarna begon de montage.

Houdt u ook zo van muziek?



DAAR LEES IK IN DE KRANT, DAT JE RONDHANGENDE JONGEREN KUNT VERDRIJVEN DOOR MUZIEK VAN MANTOVANI OF BING CROSBY TEN GEHORE TE BRENGEN. IK KAN MIJN OGEN NIET GELOVEN: STAAT DAT DAAR NU WERKELIJK?

Ja, het staat er. Echt. Hoe is dat nu mogelijk? Loop ik dan zo ver achter? Vinden jongeren dan alleen dat gebonkebonkebonk maar mooi, dat tot mij doordringt vanuit mij voorbij razende auto's? Ik heb toch de indruk, dat in de Kersttijd menigeen nog luistert naar een CD-tje, waarop o.a. Bing Crosby zijn Dreaming of a white Christmas zingt. Dat hoort natuurlijk ook wel een beetje bij de tijd van het jaar, dat melancholieke en die stem van Bing Crosby. Verder hoor je ook nog maar weinig van hem, bedenk ik. Hoe was dat vroeger nu eigenlijk? Thuis had je een radio en als je ging dansen was er dansmuziek. En je had de Harmonie en de opera's en operettes in de Schouwburg. Als het meezat had je een grammofoon met een paar 78-toerenplaten, met of zonder krasjes. Opeens waren daar de 45-toerenplaten en even later de LP's: twintig tot dertig minuten muziek aan één stuk! Mijn vader was dol op de Csardas van Monti, de ouverture Wilhelm Tell en de ouverture Orpheus in der Unterwelt.

Dat hoorde ik dus nog al eens en zo begon ik aan dat genre te wennen. Echt klassiek, nee, dat was niets voor mij. Tot ik op de radio Eine Kleine Nachtmusik van Mozart hoorde. Toen was het hek van de dam en groeide mijn passie voor Mozart. Maar ik hield ook van vrolijke deuntjes en wijsjes en van Tino Rossi. Als er een film met hem draaide, was ik present met mijn moeder en later met Klaas. Met zijn zoetgevooisde stem zong Tino "Parlez-moi d'amour". Je hart stond op barsten als je dat toevallig hoorde en net verliefd was. Zou dat nu bij dat gebonkebonk van tegenwoordig ook gebeuren? Ik kon maar niet genoeg krijgen van die stem van Tino Rossi, al beschreef één van mijn vriendinnen zijn stem als het geluid van een slak, die door een strooppot glijdt. Toen waren de meningen dus ook al verdeeld.

Jaren later kreeg ik van Sinterklaas een LP van Peter Anders en dat was echt iets anders, want Peter Anders, zo las ik op de hoes, was een Duitse Kammersänger en wat 'ie in onze huiskamer ten gehore zou brengen, daar hield ik absoluut niet van. Maar als je niet hebt, waarvan je houdt, moet je maar houden van wat je hebt en ik begon schoorvoetend de LP te draaien en al breiend te beluisteren. Na drie keer draaien was ik verkocht: ik vond Peter Anders geweldig. Zoals hij "Martha, Martha, du verschwandest" kon zingen, met zo'n verlangen in zijn stem, of "Lebe wohl mein Flandrisch Mädchen" - prachtig! Klaas deelde mijn mening niet. Die had in de Sinterklaasdrukte niet goed uitgekeken en dacht mij een LP van Peter Alexander te hebben gegeven, waar hij wel van hield. Wie kent hem nog, Peter Alexander? Hij zong best leuk maar het klonk wel totaal anders dan de sound van die andere Peter!

De kinderen werden groter en ik stond 's morgens in de keuken twee broden te verwerken tot ontbijt- en lunchpakketten onder het genot van Muziek voor Miljoenen. De hele familie werd gedwongen mee te luisteren en ik herinner mij een paar regels uit een Sinterklaasgedicht, dat ik in die tijd kreeg: "En zet de radio maar lekker hard aan met jouw lievelingsmuziek, wij horen het ook wel aan." Lief toch?

Opeens kwam toen het cassettebandje op de markt en slechts weinig later de CD. Wat een gedoe allemaal, wat een veranderingen. Een kast vol platen, dozen vol cassettebandjes en nu weer een CD-speler? Daar wilde ik niet meer aan beginnen. Maar ik ging toch voor de bijl. De torens met alles erop en eraan kwamen in de mode. Maar voor Klaas geen toren! We hadden de TV op een tafeltje staan met de pick-up eronder. Daartussen kon nog wel een plank gemonteerd worden, zag Klaas met kennersoog en hij ging aan de slag met hamer, zaag en schroevendraaier. Een paar dagen later kon ik CD's afspelen. Het aantal daarvan liep ook snel op, want omdat ik toch "alles" al had, vroeg ik alleen maar CD's of platenbonnen als cadeautje. Eén van mijn favoriete CD's is die van Andrea Bocceli, die begint met "Con te partiro...": met jou zal ik gaan... Dat zei heel lang geleden ene Jozef tegen Maria en zij gingen naar Bethlehem, waar Maria een zoon baarde. En is dat niet de oorsprong van het Kerstfeest?

Graag wens ik u een fijne Kerst met veel mooie muziek en natuurlijk alle goeds voor dat magische jaar 2000. Dat om klokslag twaalf de lampen mogen blijven branden en de verwarming geen verstek laat gaan!

Amber



Senioren-uitstapje
Grolsch Groenlo 9-9-1999

Op een stralende donderdag , 9 september jl., vond het jaarlijkse uitstapje van de senioren van Groenlo plaats. Een geluksdag, maar daardoor ook helaas veel afvallers i.v.m. bruiloften. Maar niettemin vertrokken we die ochtend met drie bussen, toch nog goed voor 127 deelnemers.

Iedereen was ruim op tijd, wat voor ons een teken was dat iedereen er zin in had. Exact 08.30 uur konden we dan ook vertrekken richting Dalen in Drente. In een sfeervol restaurant genoten we van een vers bakje koffie met gebakje, waarna de tocht vervolgd werd naar Borger voor een bezoek aan de glasblazerij van de familie Pfeifer. Brouwen is een vak apart, maar glasblazen zeker ook. Door alle ovens die stonden te branden, was het enorm warm in de blazerij, iets wat veel mensen aan het brouwhuis deed denken. Met verbazing en bewondering werden de verrichtingen bekeken van de glasblazer. Ook was er nog gelegenheid tot het kopen van een souvenir, al werd door een aantal deze tijd benut om in het tegenovergelegen jongerencentrum een pilsje te nuttigen.



De glasblazer van de familie Pfeifer trok 'n aandachtig publiek.

Na het bezoek aan de glasblazerij waren niet alleen veel portemonnees een stuk lichter, ook de magen begonnen aardig leeg te raken en dus werd koers gezet naar Drouwen. Daar aangekomen konden we genieten van een smakelijke Drentse broodmaaltijd.

Na de broodmaaltijd met een heerlijke boerenomelet en een kroket, was het wachten op de plaatselijke gids die de rondleiding door de omgeving zou verzorgen. De gidsen, allen bewoners uit de naaste omgeving, voerden ons langs mooie vennen , bossen, het huis van Bartje, hunebedden en karakteristieke boerderijen. Doordat twee van de gidsen al aardig op leeftijd waren, wisten zij veel over "de goede, oude tijd" te vertellen, met grappige anekdotes.

Na afloop van de rondleiding was er gelegenheid tot het nuttigen van een consumptie. Hier was bewust voor gekozen, en met succes bleek, want zo kon iedereen lekker even van de zon en elkaar genieten en konden oude herinneringen worden opgehaald. Aangezien de weergoden ons ook dit jaar weer goed gezind waren, begaf nagenoeg iedereen zich op het terras om nog van de zon te genieten.

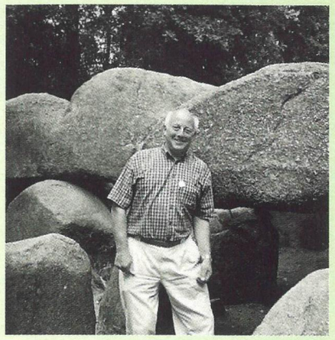


Het grote gezelschap senioren liet zich gewillig op de foto vastleggen.

Tegen half vijf vertrokken we weer richting Groenlo. Weliswaar 10 minuten later dan gepland want sommigen genoten zo van de zon en hun pilsje, dat ze compleet de tijd vergaten. Een goed teken, want als iedereen 10 minuten te vroeg in de bus zit moet je jezelf toch gaan afvragen of iedereen het wel naar de zin heeft. Maar goed om 16. 30 uur kon er naar restaurant Asser Esch gebeld worden met de mededeling dat we onderweg waren en dat "de piepers opgezet konden worden".

De terugreis, toch nog twee uur, was zo voorbij. Al kletsend en genietend van de omgeving reden we terug. Door de reiscommissie was gezorgd voor een lekkere versnapering en een drankje en zo ging de tijd toch nog heel snel voorbij. In bus 3 werd zelfs uit volle borst meegezongen met de Duitse Schlagers en Nederlandse zeemansliederen. Voor andere weggebruikers zal dit ongetwijfeld een leuk gezicht zijn geweest.

Tegen 18.30 uur arriveerden we bij het sfeervolle restaurant Asser Esch. Een thuiswedstrijd aangezien het restaurant tegenover de brouwerij ligt. Na eerst een aperitiefje genuttigd te hebben, konden we genieten van een heerlijk, goed verzorgd diner. Toch nog later dan verwacht keerde iedereen huiswaarts met een tevreden gevoel, want het was een hele fijne dag.



Zo, dat zijn nog eens steentjes!

Tot slot rest ons nog Mieke Rooks-Scharenborg en Anton Overkamp te bedanken voor hun jarenlange inzet als bestuurslid van de reiscommissie. Na jarenlang actief te zijn geweest, vonden ze het nu tijd om de fakkel over te dragen. Helaas konden ze dit jaar beiden niet aanwezig zijn, en daarom zullen we hen persoonlijk bedanken op de eerst volgende vergadering. Joop Frank en Willemien Gerritsen-Kolkman nemen hun taak als bestuurslid over. Wij wensen hen daarbij heel veel succes.

Volgend jaar vindt het uitstapje plaats op donderdag 7 september 2000! We hopen dan op net zoveel enthousiasme te mogen rekenen als dit jaar.

Ton Wopereis,
Anne Marie Groot Zevert en
Angélica Jochoms

De liefde voor de beugelfles van Grolsch

Je hebt een mooi terras achter het huis met rieten stoelen voor de rustige momenten des levens. En toch mis je iets als je daar zo rustig zit. Juist, je lievelingsdrank. Geen nood. Je draagt wat kratten naar buiten en je bouwt van al die mooie flessen een heuse bank. En reken maar dat je dan goed kan zitten, uitrusten en nog veel meer.
En wat zal dat bier lekker smaken!

Met dank aan Café Brinkman te Hardenberg.



Een Leolux-bank van beugelflessen Foto: Onno Bouwman



Meeste voorkeur voor Grolsch Premium Pils

Eind september organiseerde men in het recreatiepark "De Holle Poarte" in Makkum een proeverij voor 40 café-eigenaren uit de (Friese) omgeving. Een streek waar Grolsch nog het één en ander naar zich toe kan trekken. Men had maar liefst 10 merken pils aangesloten, die door de deelnemers stuk voor stuk getapt konden worden. Alle bieren werd beoordeeld op smaak, geur, schuimkraag, kleur. Ook moesten zij aangeven welk bier zij zojuist hadden getapt. Toen de fusten uiteindelijk van hun verpakking werden ontdaan, werd meteen de uitslag bekend gemaakt. Op de 1e plaats: Grolsch met 255 punten. Grolsch deelde de eerste plaats met Bavaria, die evenveel punten haalde.
Op de 3e plaats kwam Präsidenten, 4e : Dommelsch, 5e : Leeuw, 6e : Prins Hendrik, 7e : Heineken, 8e : Lindeboom, 9e: Budels en 10e : König. Nou hoort u het eens van echte kenners: Friese cafébazen.
Al met al: een prachtige test met een prachtige uitslag!

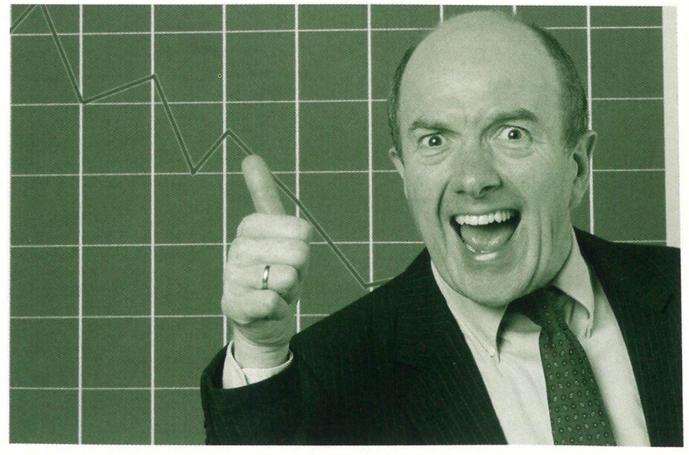
Grolsch heeft het ISO 9001-certificaat gehaald!

IN 1993 BEHAALDE DE GROLSCHE BIERBROUWERIJ HET ISO9002-CERTIFICAAT; EEN KWALITEITSSYSTEEM MET EEN INTERNATIONALE STANDAARD, WAARAAN WERELDWIJD VEEL BELANG GEHECHT WORDT.

In dit systeem staan, wat onze branche betreft, alle essentiële functies voor een brouwproces beschreven. Dat wil zeggen: inkoop, planning, bereiding, bewerking, distributie, etc.
De certificering wordt aan diegenen toegekend die kans zien om de in eigen huis vastgelegde procedures en afspraken stipt op te volgen. Vanzelfsprekend moeten die procedures en afspraken voldoen aan de vastgelegde normen. Maar dat was 1993.

Drie jaren later, in 1996, werd na een uitvoerig controle-onderzoek (een zogenaamde recertificeringsaudit) de certificering opnieuw voor 3 jaren verleend. Op dat moment echter is een aparte ISO-projectgroep in het leven geroepen om het ISO 9002 uit te breiden naar ISO 9001. Deze projectgroep werd samengesteld uit diverse medewerkers van de afdelingen Marketing, Productontwikkeling en Verpakkingsontwikkeling. Met het uitbrengen van de 6 beugelbieren in 1997 werd de nodige ervaring opgedaan. Allerlei procedures werden uitgedacht en opgesteld, checklisten gemaakt, enzovoorts. Ook van de kant van Lloyd's ontvingen wij een aantal waardevolle adviezen.
In juni van dit jaar werd de procedure door de directie goedgekeurd, waarna de implementatie gestart kon worden. In de ogen van Lloyd's heeft Grolsch dat allemaal perfect gedaan, wat uiteindelijk resulteerde in het verlenen van het begeerde ISO 9001-certificaat.

Dat betekent concreet dat deze ISO 9001-certificering door Lloyd's Register Quality Assurance nu betrekking heeft op het ontwikkelen, brouwen, verpakken en distribueren van onze bieren. Woorden van waardering en dank, vergezeld van onze oprechte felicitaties aan het tot stand komen van deze voor de kwaliteitsbeheersing zo belangrijke ISO-certificering.



Grolsch International introduceert de nieuwe kroonkurkfles



IN DE HERFST VAN 1997 IS DE MARKETING-AFDELING VAN GROLSCH INTERNATIONAL, IN OVERLEG MET ONZE DISTRIBUTEURS, BEGONNEN MET HET ONTWIKKELEN VAN EEN NIEUW ONTWERP VAN ONZE KROONKURKFLES, ONS BLIKJE EN ONZE SIXPACKVERPAKKING.

Het doel was een visueel aantrekkelijke, consistente en herkenbare lijn te ontwikkelen waarin de Grolsch-identiteit in al haar facetten tot uitdrukking zou komen. Eerst werd onderzocht hoe de kroonkurkfles zó zou kunnen worden aangepast dat deze direct als een Grolsch-product herkenbaar zou zijn. De oude kroonkurkfles viel namelijk tussen andere flessen niet echt op en werd door de consument gemakkelijk over het hoofd gezien. Heel anders dus dan de beugelfles, die juist dé blikvanger van Grolsch is. Het werd al snel duidelijk dat het beter was een geheel nieuwe kroonkurkfles te ontwerpen die duidelijk verwantschap zou vertonen met onze beugelfles. Dat was niet de enige opdracht voor de ontwerpers, zij moesten ook duidelijk overbrengen dat de fles een erfgoed van 400 jaar vertegenwoordigt. Geen eenvoudige taak dus.

Er werd een internationaal project gestart, waaraan werd deelgenomen door Grolsch International, Grolsch Nederland, Grolsch UK en Seagram, onze partner in de VS. Een aantal ontwerpbureaus werd om ideeën gevraagd. Behalve met het uiterlijk van de fles, moest ook rekening worden gehouden met allerlei andere factoren: zo moest de fles lichtgewicht zijn om de transportkosten niet te verhogen, consistent worden vormgegeven voor een reeks verschillende formaten en de kostprijs moest gelijk blijven.

Uiteindelijk werd een Brits bureau gekozen voor het ontwerpen van de nieuwe fles en verpakking. Dit bureau diende verschillende voorstellen in, waaruit na zorgvuldige afweging een ontwerp werd geselecteerd. Dit gekozen ontwerp werd aan een uitgebreide test onderworpen in Groot-Brittannië, Frankrijk en de VS. Consumenten vonden dat de nieuwe fles er duidelijk op vooruit was gegaan. Opmerkingen waren onder meer: 'Fraaie verbetering', 'Meer status,' 'Typisch Grolsch' en 'Interessante en onderscheidende vormgeving'. De nieuwe sixpackverpakking werd eveneens uitgebreid getest en werd net zo positief ontvangen: 'Dynamisch en modern, 'Stijlvol' en 'Goede verbetering'.

Na de aanpassing van de kroonkurkfles en de verpakking, was het de beurt aan het blikje. Ook voor het ontwerp van het nieuwe blikje gold dat het een onmiskenbaar deel moest gaan uitmaken van de Grolsch-'familie'. Een Nederlands bureau met een studio in Groot-Brittannië werd gevraagd enkele voorstellen te doen. Het winnende blikje was van een zeer modern ontwerp waarin een mat en glanzend zilver werd gecombineerd met het Grolsch-logo. Het logo zorgde voor directe herkenning en werd enigszins aangepast om de Grolsch-merknaam nog meer te benadrukken.



Het blikje werd getest bij consumenten in Groot-Brittannië, Nederland en de VS. Ook hier waren de reacties zeer positief en dat leidde ertoe dat werd besloten om het blikje tegelijk met de nieuwe fles en sixpacks te introduceren.

Tijdens de internationale marketingdagen in september werden alle nieuwe ontwerpen intern gepresenteerd door 'body-painted' dames (de bijgaande foto maakt verdere uitleg overbodig).

Om nu de nieuwe ontwerpen ook bij onze partners en distributeurs onder de aandacht te brengen, wordt een teasercampagne georganiseerd. Deze campagne bestaat uit drie mailings waarin elke keer een groter tipje van de sluier wordt opgelicht, onder andere met behulp van een boekje waarin de nieuwe lijn op een thematische wijze wordt gepresenteerd. Dit boekje treft u bij deze Kroniek aan.

De nieuwe verpakking wordt aan de consumenten gepresenteerd via promotiematerialen, zoals pavoiseervlaggen, opblaasbare flessen en viltjes. De mediaondersteuning vindt plaats via advertenties gericht op onze handelspartners. Zowel in bars als in supermarkten is een duidelijke herkenning van Grolsch van essentieel belang. In veel gevallen is de keuze voor een bier afhankelijk van het uiterlijk of de gevoelswaarde van de fles of het blikje. Daarom is de verpakking zo belangrijk: de miljoenen mensen - met name in het buitenland - die nog nooit Grolsch hebben geproefd, krijgen hun eerste indruk van ons bier via de verpakking.

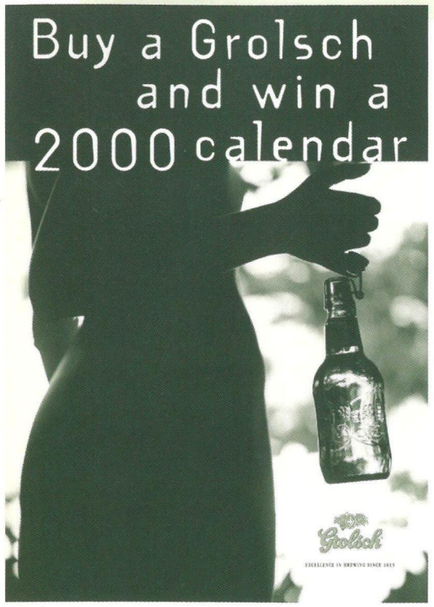
Ten slotte nog een belangrijk punt. We zijn natuurlijk uitermate trots op de nieuwe verpakkingen. Maar we zijn eigenlijk nog trotser op de manier waarop deze tot stand zijn gekomen en zijn gerealiseerd. Het was een lang proces dat veel toewijding van de betrokkenen heeft gevergd. Het was een internationale, multidisciplinaire prestatie waaraan veel mensen zowel binnen als buiten de brouwerij hebben meegewerkt, hetgeen ook vereist was voor een succesvol resultaat. Deze prestatie bewijst eens te meer dat we een hecht bedrijf zijn van mensen die gezamenlijk werken aan het wereldwijde succes van Grolsch.

De nieuwe kroonkurkfles, consumentenverpakking en blikken zullen begin 2000 worden geïntroduceerd.



GROLSCH-MILLENNIUMCAMPAGNE

Tijd voor een feestje



De overgang naar een nieuw millennium maak je niet elke dag mee. En de kans is vrijwel nihil dat iemand van ons er de volgende keer nog bij zal zijn. Daarom heeft Grolsch besloten het millenniumfeest luister bij te zetten door verkooppunten en consumenten te laten deelnemen aan haar millenniumcampagne. Deze campagne zal worden gehouden op de Kanaaleilanden, in Frankrijk, Duitsland en in Oost-Europa. Verkooppunten die deelnemen ontvangen een authentieke Grolsch-klok die gebaseerd is op onze 5 liter-beugelfles. Als onderdeel van de campagne ontvangen de consumenten kraskaarten, waarmee ze kans maken op een unieke Grolsch-kalender met foto's van de Nederlandse fotograaf Frans Jansen. Zowel de kalender als de Grolsch-klok worden vast en zeker gewilde verzamelobjecten.

Behalve de bovenstaande artikelen, geeft Grolsch ook prachtige posters uit, waarmee verkooppunten aandacht voor de campagne geven.



De 5l- beugelfles met ingebouwde klok.

De Grolsch-poster die aandacht vraagt voor de kalender-campagne

KOKEN MET AAFJE

Sweet X-mas Duck

(zoete kersteend)

4 eendeborsten
peper en zout
1 flesje Grolsch Wintervorst
2 fijngesnipperde sjalotjes
1 eetlepel mosterd
1 sinaasappel uitgeperst
1/2 eetlepel gembersiroop
1/2 theelepel kaneel
4 eetlepels bramen/bosvruchtenjam
1 kippenbouillon blokje
50 gram roomboter

Bereiding:
Vel van eendeborst met een ruitpatroon insnijden. Buitenste vetrandjes en pezen eraf snijden. Afsnijdsel zachtjes uitbakken in een droge pan. De sjalotjes toevoegen en ongeveer 2 minuten in het eendevet bakken. Nu het bier, mosterd, sinaasappel, gembersiroop, kaneel, bramenjam erbij doen en alles los roeren. Het kippenbouillon blokje boven de saus verkruimelen en tot de helft inkoken. De saus passeren door een schone theedoek. Eendeborst peperen en zouten. De eendeborst aan beide kanten 6 minuten bakken. Ondertussen saus weer aan de kook brengen, zout en peper naar smaak toevoegen, pan van het vuur halen en de koude roomboter erdoor roeren. De eendeborst op een voorverwarmd bord leggen en de saus erover verdelen. Lekker met tagliatelle en spruitjes.

De rode draad van de Grolsche Ondernemingsraad

"SINDS EEN AANTAL JAREN WERKT DE OR VAN GROLSCH MET EEN BELEIDSPLAN. MEN MOET HET BELEIDSPLAN VAN DE OR ZIEN ALS EEN RODE DRAAD, DIE HET WERK VAN DE OR ZICHTBAAR EN TASTBAAR MAAKT. EEN AANTAL PRIORITEITEN UIT DAT BELEIDSPLAN BETREFT ZAKEN DIE VOOR DE TOTALE GROLSCH-GEMEENSCHAP VAN EVIDENT BELANG ZIJN." AAN HET WOORD JAN G. WESTENDORP, VOORZITTER VAN DE ONDERNEMINGSRAAD.



Nu, in 1999, heeft de thans zittende ondernemingsraad een tweede beleidsplan opgesteld, voor de jaren 1999 tot 2002. "Ook in dit beleidsplan heeft de raad een zestal prioriteiten opgesteld, waaraan de OR in de komende tijden veel aandacht zal besteden," aldus Westendorp.

Deze prioriteiten , die nu stuk voor stuk vermeld staan, in het groene boekje 'De Rode Draad van de Grolsche Ondernemingsraad', zijn de basis van het nieuwe beleidsplan. De OR is vast van plan deze zaken professioneel aan te pakken. "Maar", zegt Westendorp, "we kunnen dat niet alleen. De OR is een vertegenwoordiging van alle medewerkers; de OR treedt namens die medewerkers op, dus moet zij ook goed weten, wat de medewerkers denken over al die verschillende zaken, die in het beleidsplan staan vermeld. Het is daarom van zeer groot belang, dat de OR met de achterban contact heeft.

Een beleidsplan is dan ook een echt werkplan, als alle medewerkers zich met dat werkplan bezighouden. Daarom geef ik u allen een goedbedoeld advies in de vorm van een verzoek: Spreek uw vertegenwoordiger in de OR er eens op aan. Er zijn genoeg interessante en belanghebbende onderwerpen, die de raad behandelt. Op die manier kan de raad haar taken naar behoren en tot tevredenheid uitvoeren. En dat is in uw aller belang."

In het eerste beleidsplan van 1995 waren ook al een aantal prioriteiten opgenomen. Dit waren de onderwerpen: opleidingen, de nieuwe brouwerij, ondersteunende diensten, maar ook het invoeren van functioneringsgesprekken, prépensioen, enz. Een groot aantal zaken daarvan zijn succesvol afgerond.

Met deze wens van Jan Westendorp, voorzitter van de ondernemingsraad, zijn wij het van harte eens. Dus lees het groene boekje met de rode draad!

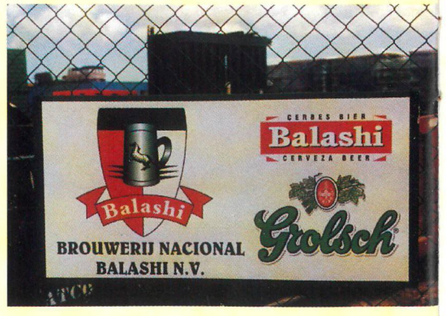
Brouwerij Nacional Balashi N.V. officieel in gebruik genomen

Op 8 oktober jl. is met veel ceremonieel de Balashi brouwerij op Aruba geopend. Grolsch heeft met deze splinternieuwe brouwerij op een van benedenwindse eilanden een 10-jarige licentie-overeenkomst gesloten voor het brouwen van Grolsch Premium Pilsner voor de Arubaanse markt (wij berichtten al hierover in de vorige Kroniek).

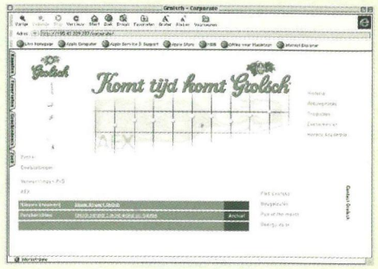
De Balashi brouwerij tegen de mooie Arubaanse lucht.



In de aanloopperiode naar deze officiële opening was er al een ander heuglijk feit te vieren: op maandag 30 augustus waren 1.000 gasten op de brouwerij uitgenodigd om het eerste Grolsch bier dat op deze Balashi brouwerij was gebrouwen, te komen proeven.
Zij waren hoofdzakelijk afkomstig uit de horeca-branche. Ter gelegenheid van dit belangrijk gebeuren werd er een groot feest gehouden met veel muziek en dat tot diep in de nacht doorging.
In de dagen erna werd door een delegatie van de brouwerij bezoeken afgelegd bij de bekendste horeca-gelegenheden van het eiland.
Op vrijdag organiseerden de 24 meest bekende bars/café's een happy hour van 's middags vier tot 2 uur in de nacht. Het brouwerij-personeel deed per bus alle horeca-gelegenheden aan en overhandigden ter plekke de inmiddels bekende 5 liter beugelfles.
Op zaterdag 4 september werd deze Grolsch feestweek afgesloten met een groot live concert met optredens van vele bekende Arubaanse artiesten.
Ja, dat Grolsch Aruba veroverd heeft, daar is iedereen het inmiddels wel over eens.



Grolsch is veel meer dan bier alleen!



BEZOEK DE ALLERNIEUWSTE INTERNETSITE VAN GROLSCH

Als 1e brouwerij in Nederland introduceerde Grolsch al in 1994 een eigen site op Internet. Deze site was toen echter zijn tijd ver vooruit. En omdat het fenomeen 'Internet' nog zo nieuw was, schoot het zijn doel eigenlijk voorbij. Geleerd hebbende van deze verkeerde inschatting, kwam in 1996 een volkomen nieuwe site tot stand die veel toegankelijker was. Op deze site kon men productinfo verkrijgen, informatie over de brouwerij en veel over de relatie tussen Grolsch en 'film'.

De volgende stap op het internet was een engelse versie, die bedoeld was voor de internet bezoekers in het buitenland, lees: de hele wereld, onder www.grolsch.com.

Vanaf 10 november jl. hebben we een nog uitgebreidere site geïntroduceerd, die geavanceerder is, en waarmee veel informatie interactief verkregen kan worden. Ook op deze nieuwste internetsite van Grolsch speelt 'film' weer een belangrijke rol. Zo is er de Grolsch Movie Matrix met de allernieuwste premières, prijsvragen en zelfs filmbloopers! Tevens is aandacht besteed aan corporate informatie met de laatste persberichten, maar ook onze bedrijfsdoelstellingen, beursgegevens, enz.
Vanaf volgend jaar komen ook de vacatures op onze site. Natuurlijk kan iedereen een kijkje nemen in onze Grolsch-shop en artikelen meteen bestellen: e-commerce heeft dus ook bij Grolsch zijn intrede gedaan.

En weet u wat ook leuk is? Het downloaden van allerlei dingen vanaf onze site, zoals het plopgeluid van de beugelfles,



maar ook de Grolsch reclametune.
Aantrekkelijk is het verzamelen van 'beugelpunten': het actief zijn op de Grolsch-site wordt beloond met beugelpunten, die recht geven op korting. En zo kunnen we nog wel even doorgaan...

Dat we nu weer een goede up-to-date site hebben uitgebracht, blijkt wel uit het aantal bezoekers aan onze site. Dat zijn er inmiddels duizenden en nog eens duizenden. De gemiddelde tijd die op de Grolsch-site wordt doorgebracht bedraagt al meer dan 10 minuten. En als je alles van Grolsch wilt zien, nou trek daar dan maar minstens een uur voor uit!
Eens proberen? Nederland: www.grolsch.nl en internationaal: www.grolsch.com

Jayke van Dielen & Peter Schreurs

nieuwe medewerkers

ENSCHEDE



S.M. Wijnhoud (Sylvia)
Geb: 11.03.1974
Functie: Assistente Hoofd Interne Zaken
In dienst: 06.09.99



A.M.C. Kiezenbrink (Marie-Claire)
Geb: 04.02.1976
Functie: Verkoop Assistente
Afdeling: Horeca
In dienst: 01.09.99



R.E. Snoeck (Remco)
Geb: 01.03.1968
Functie: Horeca Inspecteur West Zuid
In dienst: 01.10.1999



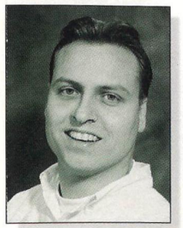
J.K.A. Knijnenburg-Woelinga (Jeannette)
Geb: 08.07.1970
Functie: Horeca Inspecteur West-Noord
In dienst: 01.09.99



I.M.M. Bulters (Irene)
Geb: 15.10.1969
Functie: Administratief Medewerkster
Afdeling: Financiële Administratie
In dienst: 01.09.99



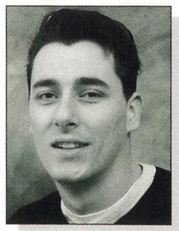
K. Geerdink (Karen)
Geb: 12.08.1965
Functie: Coördinator Loopbaan Oriëntatie Centrum
Afdeling: Personeel & Organisatie
In dienst: 11.10.99



W.J. Oudehinken (Willem-Jan)
Geb: 06.06.1974
Functie: Customer Service Medewerker Duty Free
In dienst: 01.09.99



J.N. Krikke (Nicole)
Geb: 19.08.1975
Functie: PR Assistente
Afdeling: In- en Externe Betrekkingen
In dienst: 01.10.99



J. Nawijn (Joost)
Geb: 30.08.1975
Functie: Analist
Afdeling: Kwaliteitsdienst
In dienst: 01.11.99



R.M.A. Arens-Fischer

12,5 jarig jubileum

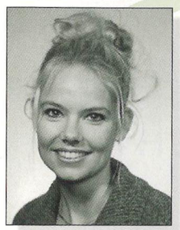
ENSCHEDE

De volgende medewerkers hebben een zilveren insigne voor hun 12,5-jarig dienstverband ontvangen.

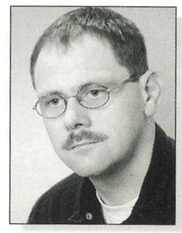
H.B.J. Deterd Oude Weme
01-11-1999
S.E.G. Pieksma-Driemel
01-11-1999
R.M.A. Arens-Fischer
01-11-1999



A.G. Helmus (Alfred)
Geb: 19.09.1972
Functie: Medewerker Management Accounting
Afdeling: Financiële Administratie
In dienst: 01.11.99



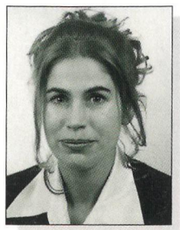
M.Y. de Gruil (Micha)
Geb: 02.02.1974
Functie: Assistente National Account Manager
Afdeling: Thuisverbruik
In dienst: 01.11.99



A.J.H. Ordelmans (Arjen)
Geb: 13.08.1961
Functie: Allround Storings- en Onderhoudsmonteur
Afdeling: Electrotechnische Dienst
In dienst: 01.11.99



M.D. ter Brugge (Marieke)
Geb: 01.03.1972
Functie: Projectmanager NBO
In dienst: 01.11.99



N. Odink (Nicole)
Geb: 22.11.1972
Functie: Secretaresse
Afdeling: International
In dienst: 01.11.99

J.F.F.I.N. Haeck (Jos)
Geb: 19.01.1956
Functie: Manager Mouterij
Afdeling: Mouterij Kloosterzande
In dienst: 25.08.99

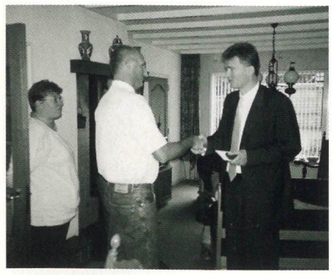
25 jarig jubileum

ENSCHEDE

G.J.H. Lohuis
16-09-1999
A.H. Nettenbreijer
16-09-1999
J. Nijhuis
16-10-1999
R.B.S. Prinsen
01-11-1999
W.G.M. Tönis
01-11-1999
H.F. Oude Luttikhuis
02-12-1999



Dhr. A.H. Nettenbreijer



Dhr. G.J.H. Lohuis

overleden

ENSCHEDE

J.H. Bakker
Overleden: 12-10-1999 (pensioen)

A.J. Oude Luttikhuis
Overleden: 31-10-1999
(ouderenregeling)



Dhr. R.B.S. Prinsen

40 jarig jubileum

ENSCHEDE

De volgende medewerker heeft een gouden insigne met briljant voor zijn 40-jarig dienstverband ontvangen.

L.M.F. Kokkelink
14-12-1999

uit dienst

ENSCHEDE

M.G. van Knapen
Uit dienst: 31-08-1999
M. Bos
Uit dienst: 15-09-1999
H. Plaggenborg
Uit dienst: 30-09-1999
D. Wiggers
Uit dienst: 30-09-1999**T.P.G.**
Warmerdam
Uit dienst: 30-09-1999
K.C. Snijders-Fischer
Uit dienst: 15-10-1999
M. Bosch
Uit dienst: 31-10-1999
D. Egeler
Uit dienst: 30-11-1999

promoties en benoemingen

ENSCHEDE

Heubach, M.A.
per 01-11-1999
Verpakkingsanalist
afdeling Kwaliteitsdienst

Elderink-Varwijk, T.C.J.O.
per 15-11-1999
Administratief Medewerkster
Kwaliteitssystemen
afdeling Productie Algemeen

M. Verboom
(duofunctie met P. Gosses)
Marketing Assistente

P.M. Gosses
(duofunctie met M. Verboom)
Marketing Assistente

Dijkhuis, A.
per 01-12-1999
Sales Promotions Coördinator
afdeling Thuisverbruik

S.A. Middelhoff
per 01-12-1999
Manager NBO

L.J.H.M. Putmans
per 01-12-1999
Hoofd Marketing

B.E. Kouwenhoven
per 01-12-1999
Commercieel Economisch Controller
afdeling Commercie Nederland

Rectificatie
In de vorige Kroniek is bij de vermelding van degenen die in Groenlo hun 25-jarig jubileum gevierd hebben een foutje gemaakt. Als jaartal van in dienst treding is per abuis 1999 vermeld. Dit had uiteraard 1974 moeten zijn. Onze excuses hiervoor.

H. Berends
per 25-12-1999
Functionaris Klantenklachten
afdeling Productie Algemeen

A. Baron
per 01-01-2000
Senior Brandmanager Pilsner
afdeling Marketing

K.J. van 't Hof
per 01-01-2000
Hoofd Verkoop Thuisverbruik

12,5 jarig jubileum

GROENLO

G.M. Hekelaar
01-06-1999

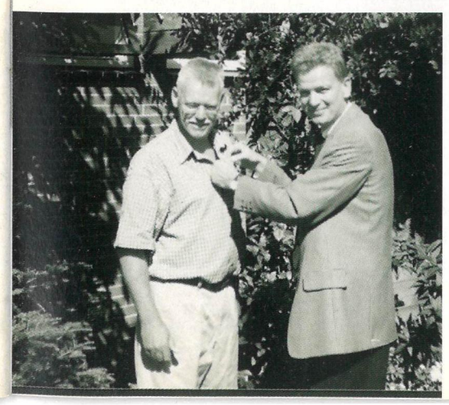
H.B.J. Tuinte
01-11-1999

W.A.M. Wessels
09-12-1999

Dhr. H.C.F. Laarveld



Dhr. B.J.M. Klein Gunnewiek





Dhr. H.P. Meyer

25 jarig jubileum

GROENLO

H.P Meijer
In dienst: 05-08-1974
Receptie: 02-09-1999

L.J.G.M. Gebbinck
In dienst: 21-08-1974
Receptie: 02-09-1999

H.C.F. Laarveld
In dienst: 02-09-1974
Receptie: 02-09-1999

B.J.M. Klein Gunnewiek
In dienst: 01-08-1974
Receptie: 23-09-1999



Dhr. L.J.M. Gebbinck

overleden

GROENLO

B.H. Oldenkotte
Overleden: 20-10-1999

40 jarig

GROENLO

B.G.M. Frank
In dienst: 17-08-1959
Receptie: 23-09-1999



Dhr. B.G.M. Frank

uit dienst

GROENLO

G.J.A. Rauwers
Uit dienst: 18-06-1999

J.H. Gobbels
Uit dienst: 04-09-1999
Wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.

M.M. de Vries
Uit dienst: 01-10-1999
Wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.

W.B. Vos
Uit dienst: 22-10-1999
Wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.

T.H. Borgyink
Uit dienst: 04-12-1999
Wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.

De Military van Boekelo

is een pracht evenement

HET IS EEN FENOMEEN IN TWENTE. ELK JAAR, BEGIN OKTOBER, ALS HET MAÏS NET VAN HET LAND GEHAALD IS, IS DAAR DAT INDRUKWEKKENDE EN SFEERVOLLE PAARDENEVENEMENT: DE MILITARY.



De koetsier van de bierwagen rijdt de Burgemeester van Enschede en onze heer Troch met strakke hand rond over het hoofdterrein.

Tijdens het afsluitende springconcours had men aan Grolsch een goed houvast!

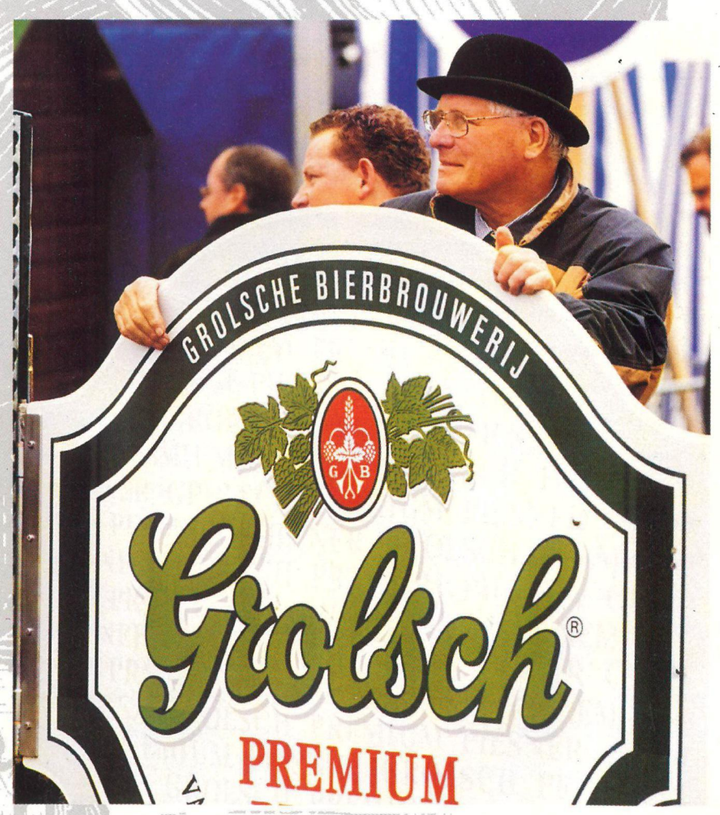


De heer Troch overhandigde mark Todd de koperen beugel.

we hem nog wel op de Olympische Spelen). Op de tweede plaats maakte de heer Troch, samen met Burgemeester Mans van Enschede een rondrit op het hoofdterrein voordat de prijs aan de winnares van de Military, de Duitse Marina Loheit, werd uitgereikt. Ja, de Military van Boekelo was weer een geslaagd evenement in alle opzichten.

Vooral op zaterdag, als de steeple-chase en de crosscountry verreden worden, verzamelen duizenden en nog eens duizenden toeschouwers zich voor en om de hindernissen. Zo ook op zaterdag 9 oktober jl. Het weer zag er dreigend uit, maar dat weerhield de grote stroom toeschouwers er niet van om bezit te nemen van het prachtige parcours.

Grolsch, hoofdsponsor van de Military, had de zaken langs het gehele parcours en ook in het strodorp weer goed voor elkaar. Natuurlijk is daar dagen van tevoren hard gewerkt om alles op tijd klaar te krijgen. Maar dat lukte ook dit jaar weer voortreffelijk. Onze voorzitter van de Raad van Bestuur, J. Troch, had 2 belangrijke taken. Ten eerste mocht hij Mark Todd huldigen, die voor de laatste keer aan Boekelo deelnam (volgend jaar zien



Senioren-uitstapje
Grolsch Enschede

DEZE DONDERDAG MET DE MERKWAARDIGE DATUM 9-9-99 MOESTEN WE AL VROEG OP HET GROLSCH-TERREIN AANWEZIG ZIJN. NOG NOOIT WAREN WE MET ZOVELEN: 148 PERSONEN.

Twee enorme bussen van vijftien meter lengte van Arke draaiden het terrein op. Er moest echter ook nog een Grolsch-busje en een personenbusje aan te pas komen om ons allen deze dag te vervoeren naar Haselüne en Papenburg. Voor mijn groep begon de dag al bijna met gewonden: de automatische slagbomen daalden plotseling neer. De mensen, die er onder stonden, konden gelukkig nog tijdig uitwijken, maar het was wel even schrikken. Dit was echter het enige incident op deze prachtige, zomerse dag.

Via Lonneker en Oldenzaal reden we richting de Lutte, over de nieuw aangelegde afslag en bij de Poppe reden we Duitsland binnen. Er zijn gemakkelijker wegen, zei onze chauffeur Frans, maar wij willen u graag over een mooie route naar Haselüne rijden en hij trok de zonnegordijnen omhoog, opdat we allemaal het kasteel van Bentheim goed zouden zien. Het was nog een beetje nevelig, wat een heel mooi plaatje opleverde. We waren later vertrokken dan gepland en kwamen dus ook te laat aan bij de Westerholtse Burgmann's Hof, waarin de op één na grootste jeneverstokerij (volgens de gids) van Europa gevestigd is, de fa. Berentzen. Die van de Apfelkorn en de Puschkin en inmiddels ook van Doornkaat en Strohrum. Door hen heeft Haselüne een schitterende bijnaam verworven: Foezel City! We waren er om tien uur en werden al op straat opgewacht door een gids, want evenals Grolsch heeft Berentzen geregeld bussen vol mensen, die het bedrijf willen komen zien.

Mijn groep kon gaan koffie drinken in de Ridderzaal. In die zaal bevond zich in een nis nog een altaar - ook stond er een stoel, waarop jonge edelen tot ridder werden geslagen. Ik vroeg me af, of het dan een burcht was geweest hier. Nee, vertelde onze gids. Vroeger had Haslüne een echte burcht bevolkt door ridders, die over het dorp waakten, maar toen kreeg Haselüne stadsrechten met een bijbehorende stadsmuur en werd de burcht overbodig. De ridders kwamen zonder werk en omdat er nog geen WW bestond en ze toch moesten leven, werden er in de stadsmuur een aantal kasteelachtige woningen voor hen gebouwd. Een lap grond en een aantal arbeiders kregen ze er nog bij en zo ontstond de Burgmann's Hof. We hebben het nu over het jaar 1385 - ruim zeshonderd jaar geleden dus. In de vorige eeuw waren er nog een zestal over: nu alle zes in het bezit van de fa. Berentzen. In één ervan wonen ze en deze gebruikten ze om er de distilleerderij in te vestigen: een distilleerderij in een stadsmuur!



Onze gids vertelde, dat de fa. Berentzen een vergunning heeft voor 1,6 miljoen liter alcohol van 96% per jaar. Veel van die alcohol lag opgeslagen in vaten in een kelder onder het plein waar we overheen liepen. Daar mocht dan ook niet gerookt worden. Na de bezichtiging van de afvul-afdeling (niets nieuws voor een Grolsch-man) en een stukje distilleerderij was het tijd voor de lunch. Kannen koffie en thee en schalen met gesmeerde boterhammen stonden al klaar. Daarna kwamen de flessen met Apfelkorn en ik weet niet hoeveel soorten drank om te proeven. Degene, die de flessen bracht, werd telkenmale met gejuich begroet. Tenslotte mochten we de glaasjes nog mee naar huis nemen. Het was die dag mooi weer, maar sommigen hadden het wel uitzonderlijk warm!

Warm of niet, we moesten de bus weer in, na eerst nog een flesje of meer te hebben ingeslagen in de verkoophal.

Onze tweede bestemming voor vandaag was de Meyer Werf(t) in Papenburg. Tweehonderd jaar lang bouwen ze al schepen bij Meijer en inmiddels beschikken ze over het grootste overdekte bouwdok ter wereld. Zijn wij vandaag even in de wereld van de superlatieven! Het dok is 370 m. lang, 101,5 m. breed en 60 m. diep. Hier kan een schip afgebouwd worden zonder dat men last heeft van de weersomstandigheden. Ze hopen er binnenkort nog 140 m. bij aan te mogen bouwen, want ze hebben een schip in bestelling, dat niet meer in dit bouwdok past. Alles bouwen ze, van gastankers tot cruise-schepen, van veerboten tot boten, waarmee bijvoorbeeld 80.000 schapen vervoerd kunnen worden naar Saoedi-Arabië. Jammer, dacht ik, dat wij in Nederland bijna geen schepen meer bouwen, terwijl wij toch de scheepsbouwers bij uitstek waren!

We beklommen de trappen met totaal 70 treden om boven in het bouwdok te komen, zodat we een goed overzicht hadden over het geheel. Onze gids was helemaal lyrisch over zijn scheepswerf! Toen we uitgekeken waren en wisten dat de letters op de wanden van het dok zeven meter hoog waren, vertrokken we weer om nog even een kijkje te nemen in het stadje Papenburg. Het bleef een beetje bij neerstrijken op een terrasje, want het was weer om dorst van te krijgen. We verlieten Papenburg om half vijf en onze chauffeur besloot een eind over de Autobahn te rijden om niet al te laat aan te komen bij Annink-Pot. Daar hebben ze weliswaar magnetrons, hoorde ik iemand in de bus zeggen, maar da's toch ook niet alles! We arriveerden er om ongeveer half zeven. Op de tafels stonden de slaatjes al klaar. Er lag ook een muntje achter ieders bord voor het eerste glas drinken: heel leuk.

In de bus hadden we nog moeten raden op welke dag in 1997 er 90.440 kratten bier worden afgeleverd op één dag - eergisteren waren het er 41.160. Iedereen was heel benieuwd op welke dag dat dan wel was geweest want niemand wist eigenlijk goed raad met deze vraag. Laat het nu 27 december zijn geweest. Dat had niemand verwacht, op mevrouw ter Weele na, die dan ook met de eerste prijs ging strijken. De 2e en 3e prijzen gingen naar onze tafelgenoten, B. Kerver en zijn echtgenote. Zij waren er met 7 en 9 november het dichtste bij. Gefeliciteerd prijswinnaars.

Restte ons nog het genieten van het ijsdessert en voor we het wisten zaten we al weer in de bus naar Grolsch.

Het was een gezellige, leuke dag met interessante excursies. Op zo'n Grolsch-reisje zie je nog eens wat! Hartelijk bedankt organisatoren! En graag tot volgend jaar!

J. Meekes-Wegdam

D.O.N. - Grolsch 2-0

DE ORGANISATOREN VAN DE D.O.N.-DAG 1999 HADDEN ALS INTERMEZZO EEN HEUSE VOETBALWEDSTRIJD GEORGANISEERD.

Om half vier huppelden de spelers van onze drankenhandels, versterkt met ene v.d. Kerkhof enthousiast het veld op. Het Grolsch-team deed het een en ander aan 'n warming up, want het was wel wat fris, zo in de open natuur van de UT. Alle overige deelnemers aan deze D.O.N.-dag traden met groot enthousiasme op als supporters. Gelukkig dat de twee coaches de nodige uitleg aan de toeschouwers gaven, want anders was die middag heel anders verlopen. De stand tijdens de match werd professioneel bijgehouden door onze geachte afgevaardigden uit het noorden. Er werd natuurlijk veel gelachen. Wat wel vreemd was, was dat de scheidsrechter uit de eerste helft, besloot om in de tweede helft zelf mee te gaan doen. Het mocht niet baten. De D.O.N. trok de winst terecht naar zich toe. Zij ook blij! Het was een leuk initiatief.

Het team van Grolsch vol goede moed!







De bediening van het score-bord was in vertrouwde handen.

Het gelouterde voetbalteam van de D.O.N.

Kleurplaat

De redactie is de afgelopen weken bedolven onder de kleurplaten. Met veel enthousiasme hebben jullie de "boer met trekker" voorzien van de prachtigste kleuren. We ontvingen deze keer maar liefst 60 kleurplaten!! Dat is twee keer zoveel als de vorige keer. Uit deze hele berg zijn uiteraard weer drie prijswinnaars tevoorschijn gekomen. Dat zijn: Marijn Oonk (4 jaar) uit Winterswijk, Jeanin Posthumus (5 jaar) uit Beuningen en Charlot Schutten (10 jaar) uit Borne. Alle drie Van Harte Gefeliciteerd.
Natuurlijk tref je in deze Kroniek weer een leuke kleurplaat aan. We wensen jullie veel plezier hiermee en kijken uit naar jullie creatieve inzendingen. Tot woensdag 23 februari kun je je kleurplaat sturen naar: Redactie Grolsch Kroniek, Postbus 55, 7500 AB Enschede.



PUZZEL

De puzzel weer terug van weggeweest... nou dat hebben we geweten! Het aantal inzendingen overtrof onze stoutste verwachtingen. Uit de overweldigende stapel inzenders zijn drie winnaars getrokken: mevrouw Damhuis-Hekke uit Losser, Domingo Jans uit Groenlo en Jacco van Vliet uit Atlanta / U.S.A.
Er zat een klein addertje onder het gras want het woord "O.R." kon op meerdere plaatsen worden ingevuld. Slechts in ÈÈn enkel geval moest je hiervoor de letters O en R wegstrepen. In de andere gevallen maakten de letters al deel uit van een ander woord, zoals bijvoorbeeld in proeftijd of wintervorst. Was O.R. op de juiste plaats weggestreept dan vormden de overgebleven letters het woord "drinktemperatuur".
Zoals vorige keer reeds vermeld willen we wat meer variatie aanbrengen in de puzzels. Na de doorloper uit de vorige Kroniek, hebben we nu een kruiswoordpuzzel voor u. De gekleurde hokjes vormen een woord dat u tot woensdag 23 februari kunt inzenden. Het redactie adres is Postbus 55, 7500 AB te Enschede.

Kruiswoord

HORIZONTAAL

1 accu, 6 bovenmenselijk wezen, 9 sluipend voortbewegen, 14 niet deze, 15 zangstem, 17 duivenverblijfplaats, 18 klungel, 19 zeevis, 20 vliegend dier, 22 kruipend dier, 24 vanwege, 25 geit, 26 magnetische band voor opname, 28 platvis, 30 nummer afk., 31 scherpe kant van een mes, 32 merci, 34 papegaai, 36 landsvrouwe, 37 oude soldaat, 38 oostnoordoost afk., 39 geneeskrachtig kruid, 42 plechtige belofte, 43 rivier in Friesland, 45 danig, 47 spelleiding, 48 besluit, 49 Frans lidwoord, 50 jonge hond, 52 leger, 53 beeltenis, 54 transportmiddel, 55 deel van een wagen, 57 lief meisje, 59 boot, 60 grote aap, 61 bepaalde hoeveelheid, 62 bevrijd.

VERTIKAAL

2 levenslucht, 3 zacht metaal, 4 voorzetsel, 5 wilde muziek, 6 rij militairen, 7 niet even, 8 blussen, 10 stuurrad, 11 idem afk., 12 ziekte bij pluimvee, 13 geestdrift, 15 heks, 16 soort vleeswaren, 18 oorlap, 19 Italiaanse vrouw, 21 lokvogel, 23 zuiper, 25 rivier in Frankrijk, 27 deerlijk, 29 bevrijd, 31 noordnoordoost afk., 32 afval van steen, 33 Trans-Europa-Express afk., 35 houten vat, 40 dorpsweide, 41 waterjuffer, 44 Europese munteenheid, 46 bui of frats, 48 rivier in Duitsland, 49 traag en sloom, 51 via, 54 Katholieke Radio-omroep afk., 56 muzieknoot, 58 onder andere afk., 59 ofschoon.

IDEEËNBUS GROENLO.

BELOONDE IDEEËN:

De heer A.A.J. Stam ontving een beloning voor zijn idee om bij de afruimer van colonne 3 een bedieningspaneel beneden aan te leggen. Hierdoor zijn storingen sneller te verhelpen.

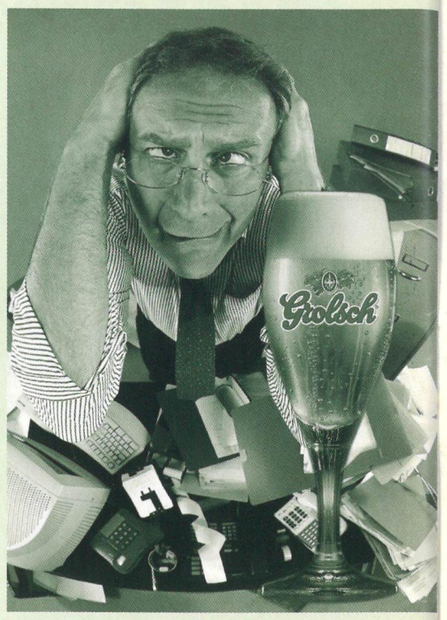
Het idee van de heer M.G.J.M. Overbekking, om het uitwerpgedeelte bij de ICH te verkleinen, draagt bij aan de verbetering van het systeem op colonne 1.

Het idee van de heer W.W.M. Huls handelde over de aanschaf van flowmeters op evenemententanks voor de afdeling evenementenservice. Door zijn idee heeft Grolsch een aanzienlijke besparing gerealiseerd.

Door het idee van de heer J.J. Taalman kan iedere vrachtwagen uitgerust worden met een extra spiegel. Hierdoor verkleint de dode hoek aan de rechterzijde van de vrachtwagen, dit verhoogt de veiligheid.

Mevrouw Kormelinck gaf aan dat het handig is om de knop "manuel aussonderen" op colonne 1 te verplaatsen richting operators. Hierdoor zijn ondervulde flessen sneller uit het proces te halen.

Door het idee van de heer Oesterholt is een noodstop op colonne 4 verplaatst en kunnen de operators sneller handelen als een vakverdeling verkeerd in de dozen valt.



Personeelsvereniging De Hopbel

HARTENJAGEN OKTOBER 1999

1e prijs	J. Leushuis	(135)
2e prijs	K. Edeling	(185)
3e prijs	J. Middag	(191)
poedelprijs	R. Wilbers	(300)

HARTENJAGEN NOVEMBER 1999

1e prijs	Van Raay	(151)
2e prijs	Leushuis	(184)
3e prijs	P. Madenesse	(192)
poedelprijs	L. Witting	(278)

KRUISJASSEN OKTOBER 1999

1e prijs	H. Olde Daalhuis	(3098)
2e prijs	T. Kosters	(3026)
3e prijs	S. Plaggenborg	(2985)
poedelprijs	B. Klosse	(2289)

KRUISJASSEN NOVEMBER 1999

1e prijs	H. Kraayenvanger	(3208)
2e prijs	T. Drent	(3086)
3e prijs	A. Broekhuizen	(2997)
poedelprijs	J. Pijpker	(2159)

Opleidingen bij Grolsch

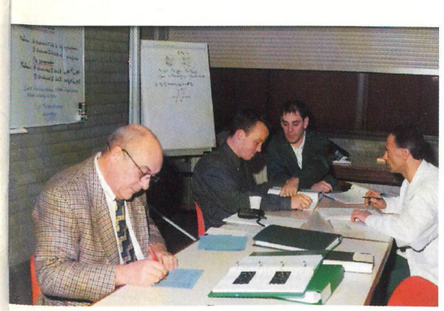
Rondom de productie-afdelingen gonst het voortdurend.



In het nieuwe instuctielokaal spijkeren de cursisten hun kennis bij!

En dat is niet vanwege het millennium. De laatste tijd hoor je meer en meer over opleidingen.

Opleidingen doe je om jezelf te ontplooien en om beter je functie te kunnen uitoefenen. Opleidingen zijn belangrijk voor jezelf, maar ook voor het bedrijf, om bij te blijven in de markt.
Natuurlijk waren opleidingen en trainingen er altijd al wel. Zoals de interne werkplekopleiding, waar op dit moment een gehele nieuwe opzet voor wordt gemaakt. Maar nu is het anders.
Sinds dit jaar zijn binnen Productie alle opleidingswegen voor elke medewerker structureel ingepland voor de komende jaren. En in september 1999 begon de eerste grote groep aan zijn opleiding op allerlei niveaus. Naast Basiseducatie is er de cursus Schakelen wiskunde / natuurkunde. In 12 lessen wordt weggezakte kennis opgehaald. Na deze eerste cursussen kan worden ingestroomd in een VaPro-opleiding (Vakopleiding Procesindustrie volgens de duale leerweg).



Op dit moment zijn ruim 40 medewerkers bezig met een VaPro-opleiding. Het Open Leersysteem, met schriftelijke lessen, maar ook CD-i of CDRom lessen betekent dat er een beroep wordt gedaan op ieders zelfdiscipline. En dat wordt goed opgepakt. Menig uurtje gaat op aan deze best pittige opleiding. Om onze medewerkers de ruimte te geven om aan de opleiding te werken, is in Enschede een nieuw instructielokaal geopend. In deze nieuwe ruimte kunnen de medewerkers in hun eigen tempo huiswerk maken, CD-i's bekijken of aan praktijktaken werken.
De afdeling Opleidingen houdt zich bezig met alles wat maar met opleidingen te maken heeft. Voor elke medewerker en elke afdeling van Grolsch. Van aanvraag van een opleiding tot en met de uitvoering en evaluatie. Hiervoor is een gedegen en professioneel opleidingsplan van belang. In de komende periode zullen de afdelings-opleidingsplannen voor het komende jaar(en) weer worden opgesteld. Wij willen dan ook vragen dit zo nauwkeurig mogelijk te doen.

Heb je ook interesse in een opleiding? Praat erover met je chef, vraag informatie bij Opleidingen en vul een aanvraagformulier in. Deze formulieren zijn verkrijgbaar bij het Hoofd van Dienst, de Personeelschefs en de afdeling Opleidingen.

Afdeling Opleidingen



Sinterklaas in Groenlo









Het jaarlijks bezoek van de Goedheiligman aan de brouwerij in Groenlo verliep deze keer niet zo gladjes als in voorgaande jaren. Het probleem was namelijk Sint Nicolaas zelf. Zijn pieten hadden hem uit het oog verloren sinds hun uitje de avond ervoor. En zo kon het gebeuren, dat Sint Nicolaas zijn roes lag uit te slapen in een van de bijgebouwen van de kantine, alwaar hij al snurkend werd aangetroffen.
De hoofdpiet, samen met de fietspiet, de snoeppiet en de dakpiet wekten de Sint en toen kon het feest beginnen.

Maar voor het zover was, konden de kinderen en hun ouders genieten van een optreden van de wereldberoemde illusionist JOVANDO, die met behulp van allerlei ingewikkelde attributen de toeschouwers in extase bracht. Hoogtepunt was een enorme steekvlam, die wel tot het plafond reikte, en die de duifjes in het hok de stuipen op de vlerken joeg.

Gelukkig konden alle kinderen met een prachtcadeau naar huis.

Sinterklaas in Enschede





De Sint bezocht ook Enschede

Het waren er 157. Eenhonderdzevenenvijftig kinderen zaten opeengepakt op zaterdag 4 december in de kantine van Grolsch om maar niets te missen van Jan Klaassen en zijn poppenkast. “Caroline en Ruwert” brachten een spannend verhaal, waarbij de sleutel van de schatkamer van Sinterklaas een grote rol speelde.
Sint Nicolaas had zich omringd met 3 nieuwe Pieten en een Pietje van de voorgaande jaren, de Cadeau Piet. Toen het bijna vier uur was geworden, konden de vaders en moeders met hun kinderen de cadeau’s ophalen. Wat ‘n feest!

Een speciaal dankwoord gaat, namens de Sint, uit naar alle vrijwilligers, zowel in Groenlo als in Enschede, die deze Sint Nicolaas vieringen zo voortreffelijk hebben laten verlopen. Hulde.



