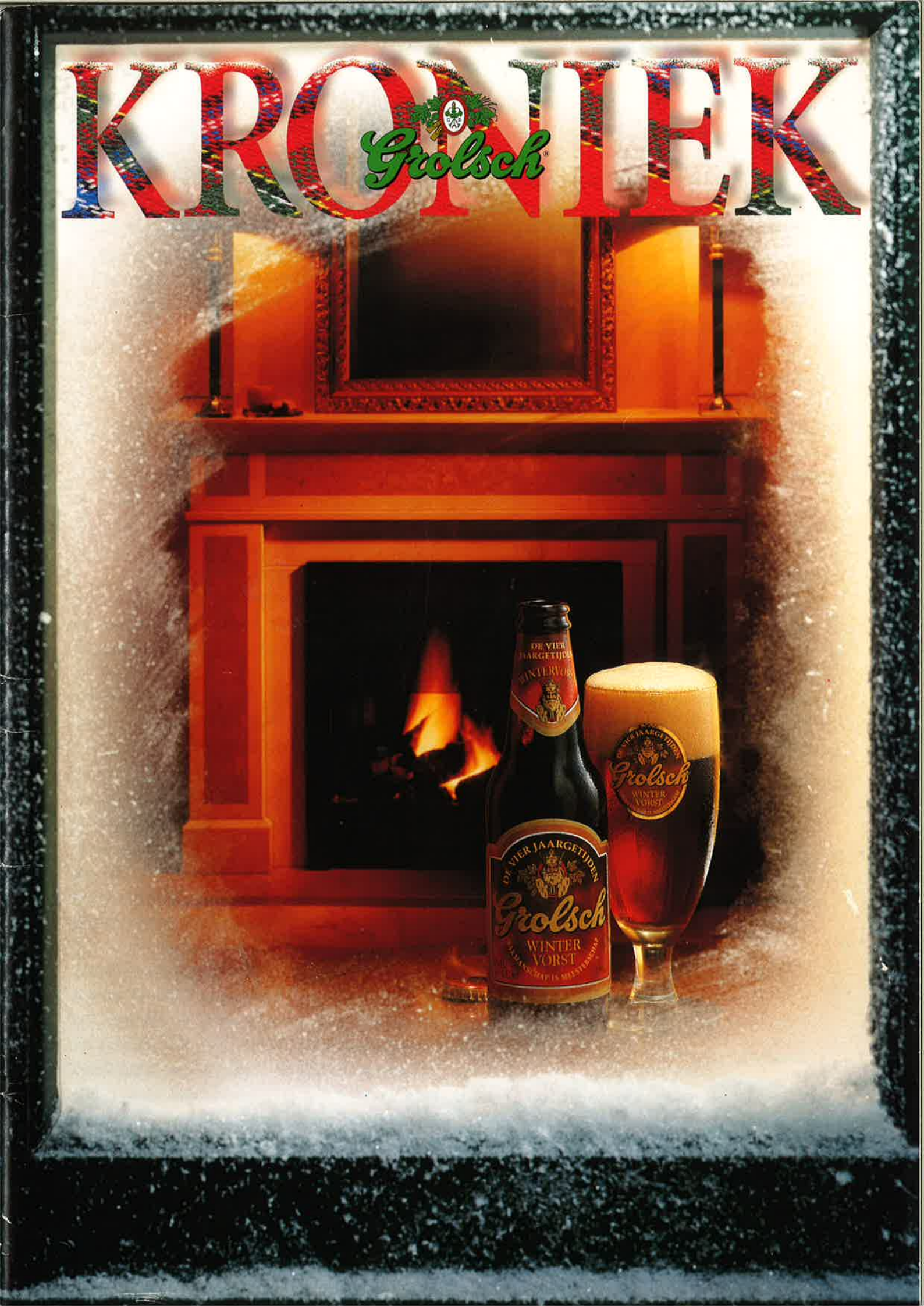
# KRONIEK

Grolsch



# Bezig

*Het is druk bij Grolsch. Nog niet eerder in de geschiedenis van Grolsch zijn er zoveel activiteiten ontplooid als in 1995. Op zeer veel fronten is er hard gewerkt. Aan verbeteringen, aan vernieuwingen maar ook aan nieuwe ontwikkelingen. Aan het bier-assortiment van Grolsch werden maar liefst 2 totaal nieuwe biertypen toegevoegd: Grolsch Zomergoud en Grolsch Wintervorst. Naast de 2 bestaande seizoensbieren, Lentebok en Herfstbok, nog eens 2 specialiteiten om elk jaargetijde zijn eigen bier te geven.*


## COLOFON

**Grolsch Kroniek**
Nr. 4, 15e jaargang, december 1995.
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.
Cover foto de Fotografen Oldenzaal.


© 1995 - 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 succes van Zomergoud kennen we allemaal. Eén dag vóór zijn verjaardag kwam Sint Nicolaas, tussen alle bedrijven door, de introductie van Wintervorst van Grolsch met zijn aanwezigheid opluisteren. De roem van dit nieuwe bier was blijkbaar al tot Spanje doorgedrongen, gelet op de zeer treffende en soms verbazingwekkende uitspraken die de Sint tijdens deze gezellige bijeenkomst deed. Een grotere bierliefhebber van dit prachtige winterbier hadden we nog niet meegemaakt.

Eind november werden we op de hoogte gebracht van de omwenteling op reclame-gebied van Grolsch: de succesvolle campagne 'Op een dag...' maakte plaats voor de gloednieuwe campagne: 'Komt tijd komt Grolsch'. Heel Twente, de hele Achterhoek, ja heel Nederland sprak daarover. En nog!

Het Grolsch-logo onderging een paar kleine, onopvallende, maar wel belangrijke wijzigingen. Ik mag u verwijzen naar de brochure, die u bij deze Grolsch Kroniek aantreft. Ook heeft Grolsch een aantal van zijn verpakkingen gewijzigd en uitgebreid. Het 50 cl blik is erbij gekomen.

Grolsch Export introduceerde een geheel nieuwe flesjes-lijn: de kroonbeugelflessen. Afgeleid van de beroemde beugelfles met dezelfde omtrekvormen en reliëfwerking, doch zonder beugelsluiting maar mét kroonkurksluiting.

De relatiekring van Grolsch in de horeca breidde zich verder uit. Een flink aantal karakteristieke en voorname panden werden op ons biermerk overgezet.

Ook voor Grolsch Special Malt werd een nieuwe reclame-campagne ontwikkeld onder de alleszeggende slogan: Grolsch Special Malt - lekker nuchter. In deze Kroniek leest u er alles over. Het einde van al deze vernieuwingen is nog niet in zicht. In 1996 - en dat jaar begint al over een dikke week - gaat Grolsch door. In februari komen er nieuwe etiketten. De pijpjes van Grolsch gaan straks in spiksplinter nieuwe kratten. En ga zo maar door.

En al deze activiteiten veroorzaken grote drukte. Op vrijwel alle afdelingen. Van Bier-ontwikkeling en -bereiding tot Afvulafdeling. Van Export-afdeling tot Transport. Van Marketing tot Reclame-magazijn. Van Automatisering tot Binnendienst. Van Juridische Zaken tot Bouwkundige Dienst. Enfin, 1995 begon druk, had een werfelend einde en 1996 belooft een zelfde jaar te worden.

De redactie wenst u allen hierbij veel succes, moed en doorzettingsvermogen. Geniet van uw feestdagen en start straks het nieuwe jaar met een opgewekt gevoel. Ook in 1996 zal het weer druk worden.







*Het is traditie geworden dat de directie-voorzitter in de december-uitgave van de Grolsch Kroniek bespiegelend terugblikt op het bijna afgelopen jaar. Het is lastig om dit jaar op één pagina de revue te laten passeren, juist omdat er in 1995 zoveel is gebeurd. Laat ik er daarom enkele hoofdzaken uitpakken.*

# Grolsch moet groeien.

U herinnert zich ongetwijfeld nog het feest dat we samen hebben gevierd bij de introductie van de 'vier seizoenen'.

Wie had op 16 maart in het Muziekcentrum in Enschede kunnen bevroeden, dat Grolsch Zomergoud onze hooggestelde verwachtingen nog verre zou overtreffen. Deze frisse nieuwkomer in ons bier-assortiment was tijdens de prachtige zomermaanden bijkans niet aan te slepen. Dit succes dreigde begin augustus echter overschaduwd te worden toen we de voorpagina van 'Nederlands grootste ochtendkrant' haalden vanwege klachten over ons pils.

Door voortvarend optreden richting handel en consument konden de omvang en de gevolgen gelukkig snel tot een minimum worden beperkt.

Onze status van kwaliteitsbrouwer legt ons allemaal de verplichting op dat zoiets nooit meer mag voorkomen.

Hoewel het jaar nog niet om is en de verkoopcijfers over december natuurlijk nog niet bekend zijn, staat nu al wel vast dat Export over 1995 een mooie afzetgroei heeft gerealiseerd. Een agressieve aanpak in combinatie met uitbreiding van de distributie zorgden voor een toename van het volume met enkele tientallen procenten; maar misschien is het enthousiasme dat van de export-medewerkers afstraalt wel de belangrijkste verklaring voor dit succes! Toch zou ik het te gemakkelijk vinden om 1995 te kenschetsen als het jaar van het succes van Grolsch Zomergoud of het jaar van de opmerkelijke exporttoename. Het jaar 1995 is immers ook het jaar van enerzijds het dagelijkse solide werk van U allen en anderzijds het jaar waarin een basis is gelegd voor de toekomst en waarin belangrijke besluiten zijn genomen voor de komende jaren. U heeft eind november vrijwel allemaal één van de informatiebijeenkomsten in Groenlo of Enschede bijgewoond. U heeft toen de première meegemaakt van onze nieuwe reclamecampagne ('Komt tijd Komt Grolsch'). Dit is een belangrijk onderdeel uit een vernieuwingsprogramma dat ervoor moet zorgen dat Grolsch ook in de komende jaren kan doorgroeien. Met dit programma, dat voorziet in grote investeringen, is en wordt een belangrijke voorwaarde voor verdere groei geschapen; maar niet meer dan dat. Immers het welslagen van zo'n programma, de daadwerkelijke groei, zullen wij allemaal, door onze inzet als bedrijfsgemeenschap, moeten 'afdwingen' in een biermarkt binnen en buiten Nederland, waar de concurrentie hard is. Dat kan alleen door ons enthousiasme, onze creativiteit, door onze bereidheid ook buiten onze dagelijkse routine nieuwe uitdagingen op te pakken, dus met het innemen van een flexibele en vooral klantgerichte opstelling; ook klantgericht naar collega's. Al deze facetten vormen tezamen onze toegevoegde waarde. Investeren in nieuwe activiteiten kan in principe immers elke brouwerij en al onze concurrenten voeren veranderingen door. Wij moeten proberen net dat beetje extra te brengen. Hierin schuilt het geheim voor toekomstige groei. Ook in 1996 reken ik op ieders inzet!

Gaarne wens ik U mede namens mijn collega's gezegende kerstdagen en een feestelijke jaarwisseling temidden van degenen die U dierbaar zijn.

*P.P. Snoep*



**14 Oktober jl. werden we aangenaam verrast. Dit was immers de datum waarop 'Hare Majesteit Koningin Beatrix aan Grolsch N.V. het predikaat Koninklijk verleende. Hoewel de geschiedenis van Grolsch teruggaat tot in het begin van de 17de eeuw, was het op 14 oktober precies 100 jaar geleden dat de 'Naamlooze Vennootschap van Koophandel' werd opgericht waaruit Grolsch N.V. in zijn huidige vorm direct is voortgekomen.**

Naar aanleiding van de verlening van het predikaat Koninklijk is mij door velen in onze onderneming de vraag gesteld 'Hoe gaat zoiets in zijn werk?', maar ook 'Hoe gaat Grolsch het predikaat gebruiken?'. Wat betreft de eerste vraag is wel het belangrijkste dat de beslissing tot toekenning van het predikaat Koninklijk aan een onderneming een geheel eigen, persoonlijk besluit van Koningin Beatrix is. Bij uitzondering geldt voor die beslissing geen ministeriële verantwoordelijkheid.

P r e d i k a a t

# 'Koninklijk' voor 100-jarig Grolsch N.V.




Drs. J.H.H. Mans, burgemeester van Enschede, reikte tijdens de viering van het eeuwfeest in huis Verwolde te Laren (Gld) namens Hare Majesteit de bij het predikaat behorende oorkonde uit aan drs. P.P. Snoep, voorzitter van de raad van bestuur van Grolsch N.V. De heer Mans merkte daarbij onder meer op dat het honderdjarig jubileum van Grolsch N.V. slechts een aanleiding vormt - overigens wel een bijzondere - voor de verlening van het predikaat: 'Het predikaat wordt immers alleen op zwaarwegende gronden verleend door het Staatshoofd persoonlijk en op eigen gezag'. De heer Snoep betrok in zijn dankwoord de inbreng van velen binnen en buiten de onderneming: 'Wij zijn buitengewoon vereerd en wij zien de Koninklijke onderscheiding als een kroon op de reputatie van Grolsch en als een erkenning voor al diegenen die hieraan door de jaren heen hebben bijgedragen'.

Hoe Grolsch het predikaat gaat gebruiken, zal in de komende tijd duidelijk worden. De verlening ging vergezeld van een aantal regels, die wij zorgvuldig moeten naleven. In twijfelgevallen is het de gewoonte zekerheidshalve vóóraf de mening van het Hof te vragen. Dat Grolsch het predikaat Koninklijk heeft gekregen, is een eervolle maar voor onze gehele onderneming ook een serieuze zaak: zoals 'adel verplicht', zo verplicht ook deze Koninklijke onderscheiding.

*W.F.F. van Verschuer*



# *Accijns ongelijkheid heeft kwalijke gevolgen.*

*De Confederatie van Brouwerijen in de Europese Gemeenschap, sprekend namens de nationale organisaties van de 15 lidstaten (voor Nederland dus het Centraal Brouwerij Kantoor), heeft een dringend beroep gedaan op de Europese Commissie om de accijnzen op bier in de verschillende landen terug te brengen tot een zo laag mogelijk niveau. De gezamenlijke brouwerijen zijn van mening dat dit het enige juiste antwoord is op de oneerlijke concurrentie-verhoudingen, parallel-importen en fraude. Accijnsverlaging, kortom, is noodzakelijk om ook op langere termijn een gezonde werkgelegenheid in deze industrietak te verzekeren.*



**Het bierlandschap in de EG**

De brouwerij-industrie in de Europese Unie, tezamen met Noorwegen en Zwitserland, neemt met 325 miljoen hectoliter bier (Ned: 22 miljoen hectoliter) per jaar ruim 25% van de totale wereldproduktie voor haar rekening. In Europa wordt al eeuwenlang bier gebrouwen, vandaag de dag in ongeveer 1750 brouwerijen. De produktie, distributie en verkoop van bier verschaft aan circa 4 miljoen mensen een baan; 2,5 miljoen direct (zoals U en ik) en 1,5 miljoen indirect: dus van de boer die brouwerij-gerst verbouwt tot de schoonmaker in het café. Bier heeft in Europa niet alleen een lange traditie, maar ook een rijke cultuur.
De Europese consument heeft de keuze uit een unieke verscheidenheid van duizenden verschillende biermerken en vele biersoorten. De ingezetenen van de EG drinken jaarlijks gemiddeld 80 liter bier (Nederland: 90 liter), dat kan dienen als dorstlesser, begeleider of ingrediënt van maaltijden en als 'socialiser'. Het wordt thuis genuttigd of in één van de 1,4 miljoen cafés, hotels, restaurants en andere uitgaansgelegenheden, waarvan men er in Nederland ca. 40.000 aantreft. Dit rijke Europese culturele erfgoed wordt nu door de lidstaten zwaar belast met accijnsheffingen.

**Open grenzen**

Op 1 januari 1993 gingen alle grenzen tussen de lidstaten van de Europese Unie onderling open. De Europese Commissie ging er toen nog vanuit dat door het vrije verkeer de lidstaten 'vanzelf' tot een zekere harmonisatie van accijnstarieven zouden komen. Dus dat de lidstaten met lage accijnsheffingen op alcoholhoudende dranken die zouden verhogen (voorbeeld Frankrijk) en die met hoge heffingen (voorbeeld Ierland) die zouden verlagen. Dit bleek een misrekening te zijn, want de praktijk wees anders uit: accijnsverlagingen kwamen er niet, omdat de nationale regeringen in kwestie dan heel veel inkomsten zouden moeten missen en accijnsverhogingen bleven uit, omdat dit op nationale schaal zou kunnen leiden tot verstoring van de economie. Ook de Europese Commissie voerde nooit zijn intenties uit, nl. het vaststellen van minimum en maximum tarieven. Onder druk van de nationale overheden is het hiervan niet gekomen. De Commissie heeft uitsluitend een minimum tarief vastgesteld, nl. ca. *f* 0,15 per liter van 5% alc.vol. Het minimum tarief voor wijn werd daarbij vastgelegd op nul. De gehanteerde tarieven in de lidstaten kunnen sterk uiteenlopen, van een paar dubbeltjes tot maar liefst ca. *f* 2,00 in Ierland bijvoorbeeld! Deze ongelijkheid heeft twee bezwaren.

**Smokkelen**

Met de open grenzen is de mogelijkheid ontstaan om in een buurland met lage accijnzen een busje vol te laden met bijvoorbeeld 1.000 liter bier en dit in het eigen land binnen te brengen. Dit is verboden indien dat met commerciële bedoelingen gebeurt; tenzij in het land van herkomst belasting is betaald. Maar waar vindt die controle nog plaats en wie kan vaststellen wat een commerciële bedoeling is.

Uiteindelijk kunnen ook 10 buren besluiten om vanwege de belastingvoordelen voor privé-doeleinden gezamenlijk 1.000 liter bier in dat buurland in te kopen. In die situatie is zoiets niet onwettig. Wie de wet wil ontduiken, heeft een grote kans van slagen: er zijn mooie winsten te behalen tegen een gering risico van ontdekt te worden. Echt smokkelwerk dus.

**Fraude op papier**

Wat onder papieren fraude wordt verstaan, kan het beste duidelijk gemaakt worden aan de hand van het volgende voorbeeld. Een Engelse fraudeur koopt een partij bier in eigen land en verkoopt het aldaar op de zwarte markt onder de gangbare prijs. Hij stuurt een rekening aan een (niet bestaande ?) 'koper' in Frankrijk. Deze stuurt een vals ontvangstbewijs voor de uiteraard nooit aangekomen partij bier. De Engelse fraudeur A stuurt dit ontvangstbewijs naar de belasting-inspecteur in zijn land, die hem vervolgens keurig de belastingen 'terugbetaalt'. Dit is het meest simpele voorbeeld van veel voorkomende gevallen; dat de fraudeurs de nodige variaties op dit thema hebben gevonden, laat zich raden. Deze vorm van fraude is heel moeilijk te controleren en derhalve lastig te bestrijden.

**Bier en wijn, meten met twee maten**

In zeven EG-landen en in Zwitserland wordt door de staat geen belasting geheven op wijn, terwijl in Frankrijk bijvoorbeeld de accijns op bier zes keer zo hoog is als op wijn! De Europese Commissie heeft in oktober 1992 voor alle lidstaten een minimum tarief voor alcohol en alcoholhoudende dranken vastgesteld en tegelijkertijd toegestaan dat er een 0-tarief mag worden gehanteerd voor wijn. Dit meten met twee maten heeft de marktverhoudingen in vijf lidstaten verstoord, nl. in die landen die gedwongen werden de accijns op bier te verhogen bij een gelijkblijvende accijns op wijn. Dit heeft oneerlijke concurrentie in het leven geroepen tussen twee alcoholische dranken met in principe dezelfde eigenschappen, nl. - mits verstandig gebruikt - niet schadelijk voor de gezondheid en misschien wel levensverlengend volgens de jongste medische inzichten. Een meer redelijke verhouding zou dan ook realistischer zijn.

**Accijnzen zijn inefficiënt en onnodig**

Duidelijk is dat de politiek van de Europese Commissie, nl. harmonisatie van accijnstarieven, niet heeft gewerkt.
Maar waar gaat het nu uiteindelijk om? De belastingen op bier belopen ongeveer 37% van de belastingen op alle dranken.

Al deze belastingen op dranken vormen 12% van alle accijnzen die binnen de EG geïnd worden. Deze accijnzen tezamen maken 6,7% uit van de totale belastinginkomsten in de lidstaten tezamen. Met andere woorden: het huidige regime van op bier geheven accijnzen, die de markten verstoren, vormen uiteindelijk slechts 0,3% van de totale belastingontvangsten. In dit licht is het bijzonder vreemd dat de Europese Commissie in het belang van de totale bierindustrie nalaat maatregelen te treffen. Misschien dat het jongste pleidooi vanuit de bierindustrie de Europese Commissie tot de geëigende daden kan bewegen.

*C. Dubbeldam*

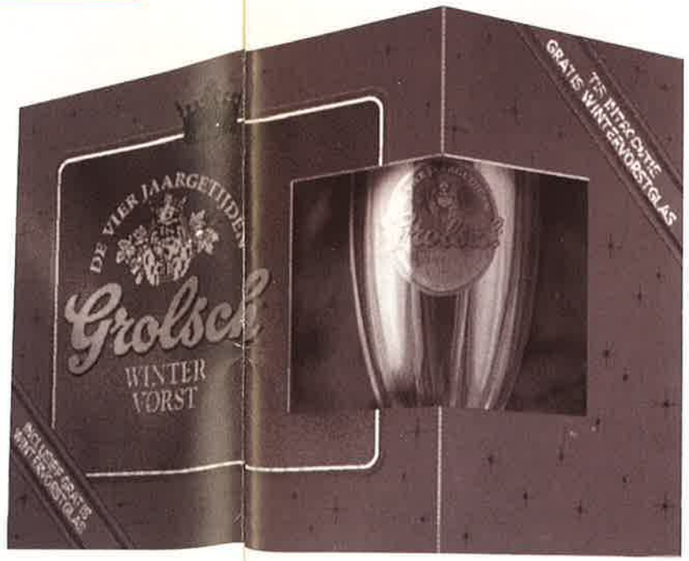





# *Met Grolsch Wintervorst zijn de Vier Jaargetijden rond!*

***Na langdurige en nauwgezette voorbereiding introduceerde Grolsch in maart j.l. de Vier Jaargetijden. Daarmee geeft Grolsch elk jaargetijde zijn eigen bier. Lentebok, Zomergoud en Herfstbok werden met succes gelanceerd en met enthousiasme ontvangen. Grolsch Wintervorst maakt nu het kwartet compleet.***

Wintervorst is misschien wel het meest bijzondere van de vier specialiteiten. Het is een typisch winterbier, vooral als het buiten onaangenaam koud is door vorst en sneeuw. Dan is het binnen juist behaaglijk warm en dus vraagt het om een stevig winterbier. Grolsch Wintervorst is een warm en kruidig bier, vol en zacht van smaak. Een zorgvuldig gekozen mengsel van honing, sinaasappelschillen en akkerhoningklaver geeft het bier een flinke dosis diepgang. Het bevat 7½% alcohol, is het lekkerst op een drinktemperatuur van ca. 8 tot 10 °C en is vanaf 4 december a.s. in Nederland verkrijgbaar in flesjes van 30 cl, alsmede aan de tap van de echte biercafés.
Speciaal voor de feestmaand december is Grolsch Wintervorst ook verkrijgbaar in 1½ l Magnum-flessen.
Dan is er ook een introductie-cadeauverpakking met 6 flesjes en een gratis Wintervorstglas.
Grolsch Wintervorst zal met een geheel eigen t.v.-commercial aan de Nederlandse bierkenners gepresenteerd worden.






# Grolsch in Zaandam

## Grolsch in goud

De Afdeling Onroerend Goed huurt of koopt op mooie horeca-lokaties in het land panden, ter ondersteuning van de activiteiten van de horeca-inspecteur.
Een mooi voorbeeld daarvan vormt het pand in Zaandam, aan de Dam, een onlangs heringericht en opgeknapt plein in het centrum. Eén van de mooiste panden op dat plein is volledig




gerestaureerd, zelfs praktisch geheel herbouwd en herbergt nu een grand café. In de nieuwe voorgevel heeft de gedreven exploitant, Hans van Dalen, zijn trots op zijn brouwer tot uitdrukking gebracht door 'Grolsch' in het houtwerk te laten uitsnijden en te laten inleggen met bladgoud.
Het exterieur van dit monumentale object sluit fraai aan bij het opvallend moderne interieur, waarin lood het meest gebruikte materiaal is.
Een ander voorbeeld is het onlangs geopende café-brasserie de Spieghel aan de Wal te Oss. Dit is om meer redenen een goed voorbeeld van samenwerking, omdat het wordt geëxploiteerd door Arnaud Boskma, een leerling van onze Horeca Academie.

*Guido Prins*

# Kasteel De Essenburgh

## Hierden



Op de Veluwe, tussen Harderwijk en Nunspeet, ligt Hierden. Even buiten het dorp vindt u De Essenburgh, een schitterend gelegen 17e eeuws kasteel. Hier kunt u verblijven om de 'waan van de dag' voor een moment achter u laten. Rondom het kasteel ligt een prachtig aangelegde tuin, waar u 'Op een Dag', zomaar 'Kunstschilders' aan het werk kunt zien tijdens druk bezochte schildersweken en -weekeinden. Na een grondige verbouwing van de kelder is hier een prachtig café ontstaan voor conferentie-deelnemers en 'Kunstschilders'. Vanaf 1996 zullen hier Grolsch bieren getapt gaan worden en wellicht dat onze vier jaargetijden de kunstschilders nog verder zullen inspireren.

*René den Blanken*

# Eetcafé Plein elf

## Woerden

Woerden met zijn zeer gezellige oude binnenstad heeft een prachtig eetcafé erbij met zomers een terras van 80 stoelen om alle bruidsparen de revue te zien passeren die het stadhuis betreden. Naast het oeroude stadhuis van Woerden is vanaf 11 november eindelijk Grolsch te happen. Vijf kranen, oude houten vloer, antieke panelen, drapage's en glas in lood gaan een sfeer brengen die geheel past. Ruud Klokgieter, de initiatief nemer, is er al helemaal klaar voor. De zaak was nog niet verbouwd en Ruud tapte al vijf vaten per week. Een levensgrote kroon, getekend op het enorme krijtbord, siert de linkerwand waar straks onze mooie binnenreclame naast zal komen te hangen. Dus voor de heerlijke Grolsch bieren gaan we naar Woerden.

*Arnoud Zandvliet*






# De Arendshoeve

## Bergambacht



'Op tweede huwelijksaanzoek ook het 'ja'-woord gekregen.'
Het begon eigenlijk al meer dan anderhalf jaar geleden toen ik nog niet in dienst was van de Grolsche Bierbrouwerij. Omstreeks die tijd vroeg ik mijn vrouw Olga op een zeer speciale manier ten huwelijk in de Arendshoeve te Bergambacht. Achter de schaduw van de 126 jaar oude molen Den Arend ligt het schitterende kleinste 5 sterren hotel/restaurant van Nederland. Een zeer luxueus hotel met 27 kamers, een prachtige ontspanningsruimte met bubbelbaden en sauna's en een culinair Italiaans georiënteerd specialiteiten-restaurant waar men van heerlijke spijzen kan proeven met een omlijsting van een ruime wijnkeuze vanaf *f* 39,50 voor de huiswijn tot *f* 495,00 voor een mooie Marqaux uit '80. Het hotel-restaurant ligt midden in een mooie tuin waar zomers de gasten ook buiten kunnen genieten van de zon. De zon, het nieuwe thema en logo volgend jaar van de Arendshoeve. Verrast waren de nieuwe directeuren, de heer en mevrouw Wondergem, de sommelier de heer Nieuwendijk en mevrouw Andeweg dan ook toen zij het Zomergoud onder de loep namen. Het 27 kamers tellende hotel-restaurant biedt tevens plaats aan bruidsparen etc. om de mooie zaal te gebruiken voor feesten e.d. Er is een mooi Engels café en een terras voor 80 personen. Wilt u uw vrouw, man, vriend, vriendin of uzelf eens echt laten verwennen dan adviseer ik u gebruik te maken van een van de vele arrangementen die de Arendshoeve voor u heeft samengesteld. Ik mag zeggen dat wij trots mogen zijn met deze nieuwe relatie.

*Arnoud Zandvliet*

# Café de Tijd

## Wageningen




De markt in Wageningen wordt steeds mooier. Nadat reeds drie andere Grolsch bedrijven hun deuren hadden geopend, werd het nu 'tijd' voor 'Café de Tijd'.
Met behulp van ons projectenbureau werd een oud stoffig cafébedrijf omgetoverd tot een modern, sfeervol horecabedrijf. Door aanbouw werd de oorspronkelijke oppervlakte verdubbeld, de oude inrichting werd bij opbod verkocht en de rest werd in de container gedeponeerd. Al pratende met de nieuwe ondernemers, Leo Horden en Henry Witmer, werd een compleet nieuw inrichtingsplan opgesteld en onze timmerwerkplaats zorgde voor de perfecte uitvoering. Resultaat: een café met een verrassende combinatie tussen eten en vooral drinken en met name Grolsch en haar specialiteiten. Ook in de zomer is het heerlijk toeven op het terras, indien u tenminste een plaatsje kunt krijgen op één van de 150 stoelen. Kortom een echte aanrader om eens een kijkje en vooral een slokje te nemen.

*Willem Hovinga*

# Grolsch Special Malt

## Lekker nuchter

De biermarkt is in beweging. Sinds het eind van de tachtiger jaren worden naast het hoofdprodukt pils een reeks nieuwe biersoorten geïntroduceerd. De Nederlandse brouwerijen spelen in op de wensen van de bierdrinkers en biergenieters. En zo ontstonden drie belangrijke bier-segmenten: het pils-segment, het alcoholvrije bier-segment en het segment van speciale bieren. Grolsch is in al deze segmenten zeer actief! Goed voorbeeld is de introductie dit jaar van de Vier Jaargetijden in het segment van speciale bieren. En met succes mogen we wel zeggen. Ook het segment alcoholvrij heeft de laatste jaren sterk de aandacht getrokken. Met Grolsch Special Malt zijn wij in dit segment goed vertegenwoordigd. In november is Grolsch met een totaal nieuwe reclamecampagne gestart. Productmanager Paul Mulder vertelt ons hierover...

**Hoe staat het met het segment alcoholvrij bier?**

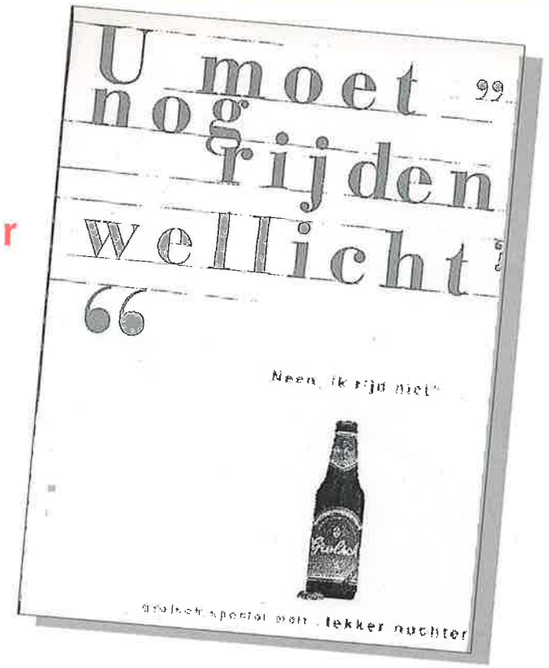
'n Paar jaar geleden, direct na de introductie van Grolsch Special Malt en een paar andere merken schoot het aandeel van alcoholvrije bieren in Nederland naar zo'n 8% van de totale bierconsumptie. Verreweg het hoogste aandeel in vergelijking met de ons omringende landen. In die tijd kreeg het alcoholvrije bier ook veel aandacht in de media. Vandaag de dag is dat aandeel alcoholvrije bier gestabiliseerd op zo'n kleine 5%. Dat is nog altijd een zeer aanzienlijk volume van de totale bierconsumptie.

**Gaat Grolsch weer adverteren?**

Grolsch neemt in dit segment een belangrijke plaats in. Grolsch Special Malt is het premium-merk onder de alcoholvrije bieren.

De consumenten van alcoholvrij bier zijn bewuste kopers. Daarom willen we de merkbekendheid van Grolsch Special Malt dan ook sterk onderhouden. Dat doen we met een totaal nieuwe reclamecampagne, waarmee we vorige maand gestart zijn.

In de afgelopen jaren hadden we hoofdzakelijk t.v.-spots ingezet om de merkbekendheid van Grolsch Special Malt te verkrijgen. De slogan 'Grolsch Special Malt, het enige malt dat zich Grolsch mag noemen', speelde hierbij vanzelfsprekend een belangrijke rol. Nu onze merkbekendheid op een mooi niveau zit, vinden we het tijd voor een nieuwe campagne. Ook de mediatypes die we gaan inzetten voor Grolsch Special




Malt zijn nieuw, namelijk tijdschriften en radio.

Via de tijdschriften verwachten we de consument goed te kunnen bereiken en de nieuwe campagne wat langer onder de aandacht van de consument te brengen. Men 'zapt' niet zo snel weg van de reclame als bij de t.v.! De radio-spots moeten vervolgens de tijdschriften-campagne goed ondersteunen.

Met ons reclamebureau hebben we een lijst van tijdschriften geselecteerd, waarmee we juist die bewuste kopers van Grolsch Special Malt kunnen bereiken. Dat zijn bijvoorbeeld de opiniebladen zoals Elsevier, Vrij Nederland, HP/De Tijd, maar ook bladen als Quote, Man, Oor, Voetbal International en ook VIVA en Opzij.

**Hoe ziet die nieuwe campagne eruit?**

Uitgangspunten voor de nieuwe campagne waren:

- de campagne moet een 'eigen gezicht' hebben
- typisch Grolsch, maar ook wat lichtvoetig en nuchter
- passend bij het bier

En zo zijn we gekomen tot de nieuwe campagne, waarvan we één advertentie bijgaand afbeelden. Er wordt 'n vraag gesteld, waarop 'n lekker nuchter antwoord wordt gegeven met een licht ironische ondertoon. En onder het flesje de korte aftiteling: 'Grolsch Special Malt. Lekker nuchter.'

Lekker staat voor lekkere smaak en nuchter staat voor alcoholvrij. En dat is de essentie van onze boodschap. In november en december vooral zal deze campagne in de bladen staan en op de radio te horen zijn. Dit doen we natuurlijk met het oog op de komende feestdagen, wanneer de bierconsumptie in Nederland behoorlijk toeneemt.

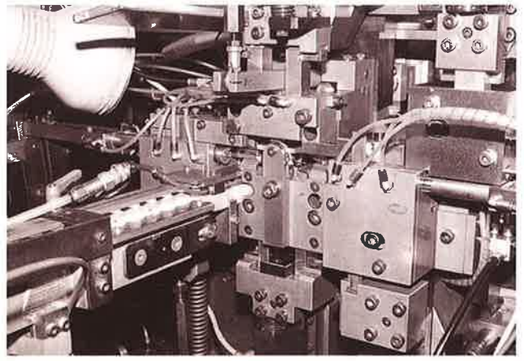
*P. Könings*





# Een beugel is ook maar een 'veertje'.

**Deze opmerking van een directeur van een verenfabriek werd gemaakt tegen de bedrijfsleider van onze brouwerij in Groenlo. Een opmerking met gevolgen.**



Na een aantal pogingen onze beugelmachine in Groenlo op het vereiste rendement te krijgen, moeten we toegeven dat een Bihler beugelmachine een machine voor specialisten is en niet voor brouwers. De Hengelose Verenfabriek Bakker is dé specialist op het gebied van veren en Bihler machines. Na enkele voorbereidende gesprekken is in maart 1995 besloten een gezamenlijk engineeringsproject te starten met als doel het optimaliseren en verhogen van de beugelproduktie en -montage. Na enkele maanden van samenwerking kunnen we concluderen dat Grolsch met HVB prima 'door de beugel' kan.

De behoefte aan beugels voor onze beugelfles neemt jaarlijks toe. Dit vooral door de sterke groei van de eenmalige export beugelfles.

Voor 1996 is met een forse toename rekening gehouden. In deze behoefte aan beugels wordt voorzien door ze te kopen of zelf te produceren. De eigen produktie en montage heeft - naast een belangrijke kostenbesparing - het voordeel dat het ons minder afhankelijk maakt van derden.

In 1988 werd onderkend dat het zelf maken van de beugel genoemde voordelen wel degelijk opleverde en werd overgegaan tot de investering in een Bihler machine. Ruim anderhalf jaar later was de machine gereed om beugels te produceren en op te zetten. Naast het unieke karakter van de beugelfles werd snel onderkend dat het produceren van een beugel net zo uniek is. Door de ingewikkelde bewerking van drie halffabrikaten, namelijk een knop, staaldraad en een rubberen ring kon het rendement slechts gedeeltelijk gerealiseerd worden. Van het automatisch opzetten van de beugel op de fles was toen nog geen sprake. Een eerste goede aanzet om de output te verhogen was in 1993. In het kader van de verbeteringsprojecten werd een projectgroep gestart die het rendement en de verbeteringsmogelijkheden van de machine in kaart heeft gebracht.

De samenwerking met HVB beslaat in principe een periode van ca. twee jaren. De doelstelling is in het eerste jaar de machine op het gestelde rendement van 80%, ofwel 26.000 beugels per dag, te brengen. Dit betekent in dagdienst een jaarlijkse produktie van 6,5 mln beugels. Deze eerste doelstelling is inmiddels gerealiseerd. De volgende is te starten met het automatisch opzetten van beugels op de fles. Daarnaast zal de machine vanaf april 1996 in een twee-ploegendienst gaan werken.

De verwachte output is dan ca. 10 mln eenheden. Voor de begeleiding van dit project is er een stuurgroep opgericht onder leiding van de heer Gerssen, directeur van de HVB. In deze groep zijn verder de verschillende disciplines van HVB en Grolsch vertegenwoordigd. Zaken als grondstoffenkwaliteit, opleiding personeel, procesbeheersing en technische know how is de inbreng van HVB.

De resultaten van het project en de samenwerking met HVB zijn tot nu toe positief. De stuurgroep is ervan overtuigd dat de uiteindelijke doelstelling van het produceren en automatisch opzetten in een meerploegendienst gerealiseerd wordt en dat het zelf produceren van een 'veertje' een belangrijke resultaatsbijdrage betekent.

*B. Dickhoff*



Onder het toeziend oog van o.a. de heren Snel en Hazewinkel (resp. Hoofd Horeca en Hoofd Horeca Binnendienst) knipte de heer Troch - geholpen door Alice Hagels - het lint door. HSS was daarmee in gebruik genomen.

# *Snelle management-informatie door introductie van het Horeca Support System.*

Informatie is iets waaraan iedereen thans behoefte heeft. Daarom kregen alle medewerkers van de horeca-buitendienst indertijd een PC mee naar huis. De eerste stap naar uniformiteit was daarmee gezet. Echter, ideaal was het nog zeker niet. Standaardisatie was nog lang niet bereikt. Begin 1995 werd een begin gemaakt met het opzetten van een geheel nieuw computer-programma.

*Als je 5.000 horeca-relaties hebt, dan heb je ook 5.000 verschillende dossiers. Immers: er zijn geen 2 horeca-relaties aan elkaar gelijk. Vroeger, toen er nog geen computers werden gebruikt, waren alle gegevens van onze horeca-relaties verzameld in dossiers. Wilde je iets weten, dan 'moest het dossier gelicht worden', kopiëren, opsturen over de post, klaar. Dat duurde dus veel te lang en het gaf zeker geen overzicht, geen informatie.*

Alle commerciële afspraken met klanten, omzetten (geprognotiseerd en gerealiseerd), bestaande installaties, bruikleen, het aantal bezoeken van de inspecteur etc. etc. werden verzameld en in de computer ingevoerd. Kortom: alle gegevens van alle relaties in één systeem. Eenmaal opgeslagen in de computer geeft dat de zo noodzakelijke management-informatie. Snel op te vragen en snel te verkrijgen! Op dinsdag 17 oktober jl. werd de invoering van dit nieuwe Horeca Support System met een officieel tintje in gebruik genomen.

De heer J. Troch met assistentie van Alice Hagels van de Horeca Tap Technische Service knipte het lint door, waarmee de toegang tot het HSS was vrijgemaakt.

*P. Königs*








# Wees eens hip en vul de PIB.

Door het jaar heen organiseren wij regelmatig promoties met onze bieren. Dit varieert van nationale promoties tot regionale promoties en tot promoties die specifiek voor een bepaalde winkelformule ingezet worden.

U zult begrijpen dat marketing en thuisverbruik vaak bij elkaar zitten om originele promoties te bedenken. De laatste tijd komen er echter ook steeds meer ideeën van andere medewerkers van de brouwerij. Vanzelfsprekend juichen we dit toe. Sterker nog, we willen het graag stimuleren. Uw creativiteit helpt ons immers. Om één en ander echter beter te structureren, zullen we met ingang van 1 januari 1996 een Promotie-Ideeën-Bak (afgekort PIB) neerzetten op het secretariaat van marketing (kamer 209). U bent allen van harte uitgenodigd om de PIB te vullen. Hieronder volgen voor de goede orde nog een aantal voorwaarden waaraan elke promotionele actie van Grolsch in ieder geval moet voldoen:

- Onze bieren (m.u.v. Grolsch Special Malt) mogen niet gratis of tegen een symbolische prijs worden weggegeven.
- We mogen ons niet speciaal richten op jongeren.
- Geen associatie met sport of gezondheid.
- Geen associatie met verkeer (m.u.v. Grolsch Special Malt).

We hopen dat de PIB met leuke en creatieve suggesties gevuld gaat worden!

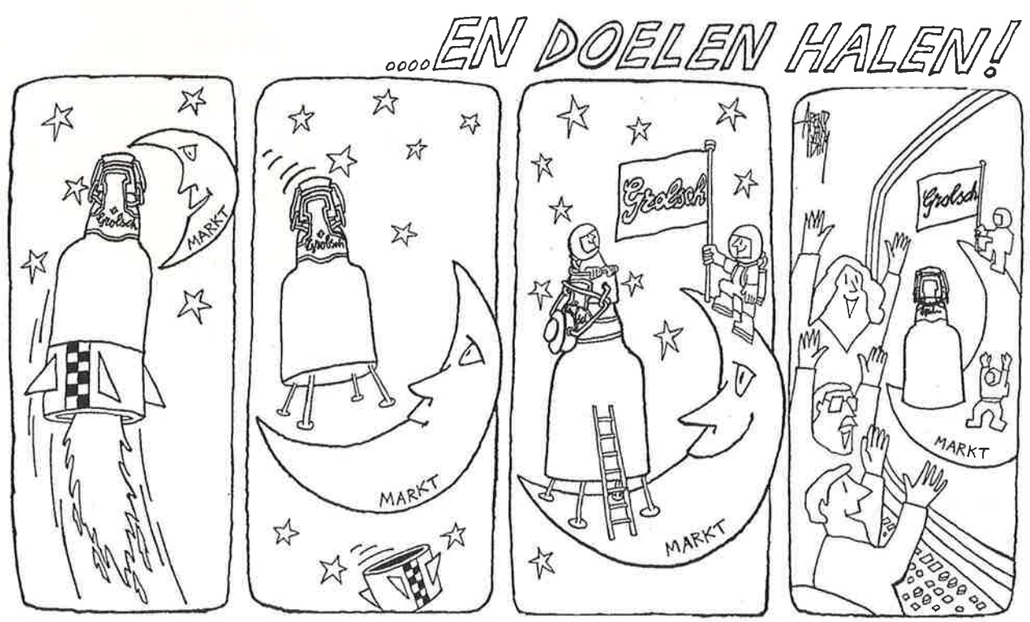
*Afdeling Marketing*

# *Bokbierboottocht*

Het mooie van een stad als Amsterdam is dat je per boot eigenlijk overal kunt komen. En waarom zou je dan per auto gaan? Die gedachte bracht ons tot het huren van een boot met een welwillende schipper die ons rondvoer gedurende enkele uren door de wateren van deze mooie stad. De reden om dit te doen was de introductie van Grolsch Herfstbok 1995.

Een ludieke introductie op een boot met een tiental Grolsch relaties. De sfeer was ongedwongen en de regen bleef uit terwijl de mist het omgekeerde deed. Die woensdagavond bezochten we Café Tisfris, Café Het Boek, De Jaren, Café de Beiaard, Café Krom, Café Willem II. Het bokbier viel in goede kelen, de broodjes waren heerlijk, het sfeertje ongedwongen terwijl de verschillende ondernemers elkaar beter leerden kennen. Iedereen bedankte de organisatie hartelijk en men vond dat een hele gezellige avond ten einde was. Toch nog een Herfstbokje en dan naar huis... We zijn niet de grootste familie van Nederland maar die avond wel de gezelligste.

*Marcel Kroes*



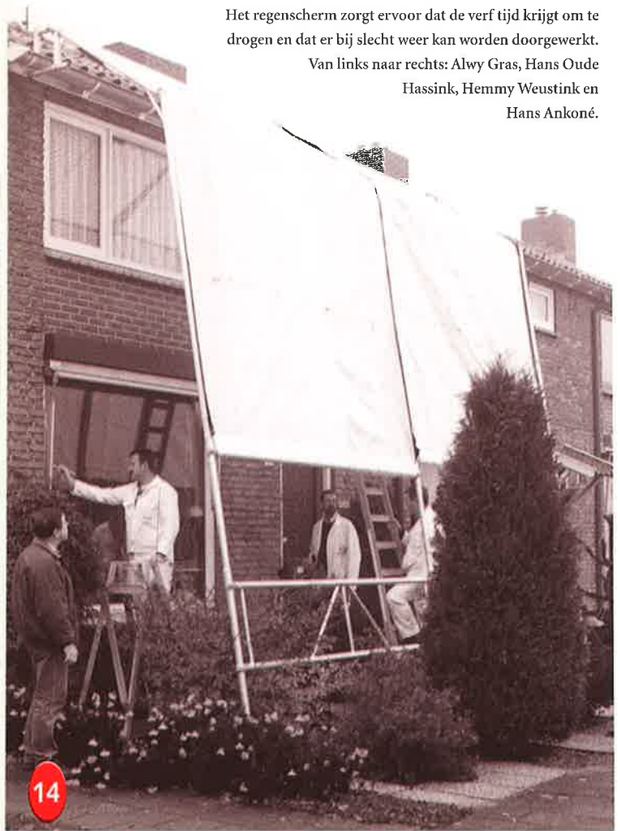


# Minder oplosmiddel, hogere vulling en verbeterd strijkvermogen

**Deze drie resultantes hebben niets met bier te maken. Toch heeft het indirect wel met de brouwerij te maken. Bier wordt gedronken in horeca-panden. Die horeca-panden moeten er goed uitzien, o.a. om klanten te trekken, dus moeten die panden goed worden onderhouden. Dat betekent weer dat die panden van buiten, maar ook van binnen geschilderd moeten worden. Het hout moet worden beschermd of kan een ander kleurtje krijgen. En zo komt de schilder er aan te pas.**

De brouwerij heeft heel wat schilderwerk te vergeven. Immers, onze brouwerij bezit nogal wat onroerend goed, zoals horeca-panden, kantoorpanden, maar ook heeft Grolsch een aantal woningen in bezit. En dat vraagt om onderhoud. Nu worden er vandaag de dag flink wat eisen aan dat schilderwerk gesteld. Niet alleen aan de kwaliteit, maar ook aan de soorten verf, oplosmiddelen en de verschillende verwerkingsmethoden. Dat heeft uiteraard ook te maken met milieu-eisen. In 1981 werd een convenant gesloten, waarin de afspraak werd gemaakt, dat in het jaar 2000 de uitstoot van koolwaterstoffen bij het gebruik van oplosmiddelen in synthetische lakken en andere verfprodukten met 50% verminderd moet zijn. Onze onderhoudsschilders kregen hiermee ook te maken. Sinds kort is men dan ook overgegaan op andere verfsoorten, de zogeheten High Solid primers (grondverven) en lakken. De eerste proef met deze nieuwe High Solid produkten is nu genomen bij het onderhoud van een aantal woningen van de brouwerij in de Roombeekstraat. Het eerste grote verschil tussen het schilderwerk van nu met dat van vroeger is dat men in plaats van 3 lagen (grondverf-voorlak-aflak) het men nu met 2 lagen af kan: grondverf en direct daaroverheen de aflak. Deze nieuw verfprodukten hebben namelijk een uitstekende vulkracht, zijn zeer goed dekkend, hebben een verbeterd strijkvermogen en zij vloeien ook beter. En bij deze High Solid lakken is de uitstoot van koolwaterstof met meer dan 50% verminderd door het gebruik van minder oplosmiddel. De toepassing van deze nieuwe laksoorten geeft zodoende flinke besparingen: er wordt een laag verf weggelaten (de voorlak), er wordt minder materiaal gebruikt, er worden minder uren per $m^2$ gemaakt, en de verwerking is nog eens gemakkelijker geworden. De droogtijd is echter wel wat langer geworden. Door het gebruik van regenschermen krijgt de verf toch de tijd om aan te drogen en deze schermen zorgen er ook voor dat er bij slecht weer gewoon doorgewerkt kan worden. Stonden onze schilders er in het begin nog wat afwachtend tegenover, nu na het gereedkomen van het schilderwerk in de Roombeekstraat weten ze het zeker: High Solid verft beter, sneller, met 'n prima resultaat en met minder uitstoot van koolwaterstof.

*P. Könings*



Het regenscherm zorgt ervoor dat de verf tijd krijgt om te drogen en dat er bij slecht weer kan worden doorgewerkt. Van links naar rechts: Alwy Gras, Hans Oude Hassink, Hemmy Weustink en Hans Ankoné.



# Ook Grolsch krijgt een

*Dinsdag 10 oktober 1995 was voor de meesten van ons een normale werkdag; niet een werkdag die ons nog jaren later zal heugen. Heel Nederland had al weer acht dagen kunnen genieten van het lekkerste bier van het seizoen: Het Grolsch Herfstbok. Onze afnemers uit binnen- en buitenland probeerden fanatiek hun orders te plaatsen bij onze brouwerij; telefonische orders, orders per fax en zelfs geautomatiseerde orderplaatsing via de computer. Bij al deze methodes speelt PTT Telecom en haar telefoonnet in Nederland een belangrijke rol. Want heel veel informatie loopt via de telefoonlijnen van de PTT.*

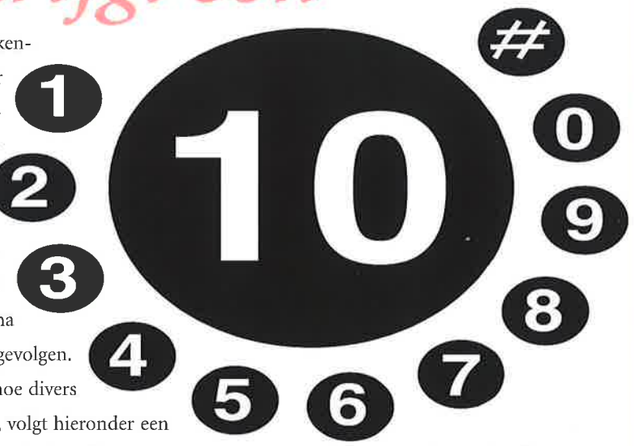
Voor PTT Telecom zelf was 10 oktober wèl een belangrijke dag in haar geschiedenis. Want op deze datum veranderden ongeveer driekwart van alle telefoonnummers in Nederland. Een grootscheepse operatie waarmee zowel particulieren als ook bedrijven te maken kregen; zo ook onze brouwerij.

Om deze veranderingen en de gevolgen hiervan goed te kunnen inschatten, was er tijdig een werkgroep samengesteld. Deze werkgroep bestond uit de volgende personen: Miriam Bosch, Diana Beverdam, Jeroen Egberink, Rosemarie Fischer, Hennie Kroep, Irene Nicolas, Arno Prins, Jennifer Willemsen, en Robert Wiggers.

De samenstelling kenmerkte zich door het grote aantal afdelingen dat vertegenwoordigd was. De wijziging van de telefoonnummers had namelijk voor bijna iedere afdeling gevolgen. Om aan te geven hoe divers deze gevolgen zijn, volgt hieronder een kleine lijst van activiteiten die uitgevoerd moesten worden:

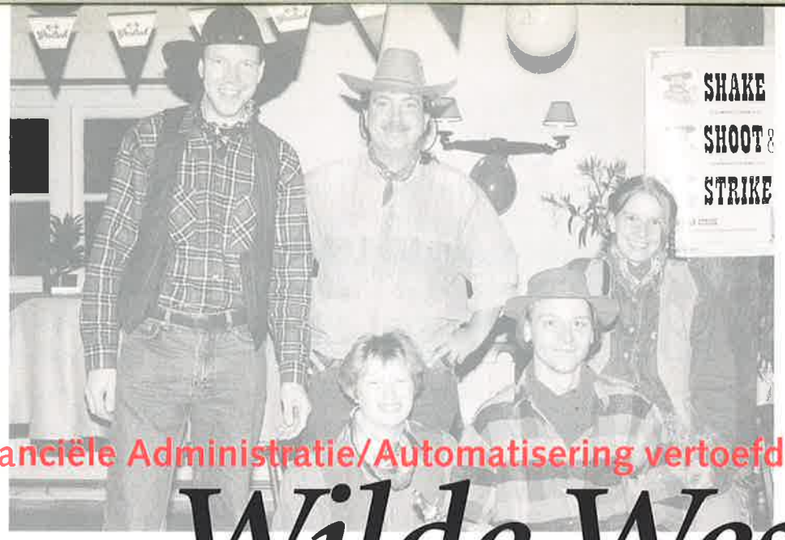
- het omnummeren van de telefooncentrale, telefoontoestellen, autotelefoons, faxen, modems, etc.
- het omnummeren van lijsten met telefoonnummers in de vele bestanden in computers
- het wijzigen van ons telefoonnummer op al ons reclamemateriaal
- het wijzigen van briefpapier, visitekaartjes, facturen, etc.
- het informeren van onze klanten en andere relaties, via een mailing, over de telefoonnummerwijziging bij onze brouwerij.

Deze lijst is zeker niet volledig, maar geeft een aardig beeld van verschillende activiteiten die ondernomen moesten worden. De hoeveelheid en de omvang van de activiteiten bracht met zich mee dat de uitvoering ervan verdeeld moest worden. Dit hield in dat sommige zaken centraal door één persoon werden aangepakt (bv. het omnummeren van de telefaxen) en dat andere activiteiten door de gebruikers zelf moesten worden uitgevoerd (bv. het omnummeren van verkorte kieslijsten in het eigen telefoontoestel).




Een prima mix, die er toe geleid heeft dat rond de 10e oktober alle werkzaamheden waren voltooid. Tot 10 april 1996 is iedereen een halfjaar 'dubbel bereikbaar'. U kunt dan zowel oude als nieuwe telefoonnummers intoetsen. Na 10 april 1996 kunt u met de oude nummers geen verbinding meer krijgen. Het is dan ook aan te bevelen om nu zoveel mogelijk de nieuwe nummers te gebruiken, om de overgang straks vlekkeloos te laten verlopen. Denkt U nog niet helemaal goed voorbereid te zijn, er zijn nog enkele omnummergidsen en zgn. numculators beschikbaar bij de afdeling Interne Zaken.

*R. Wiggers*




Financiële Administratie/Automatisering vertoefde in het

# Wilde Westen!

*Op 20 oktober jl. werd er een afdelingsfeest voor de afdelingen Financiële Administratie en Automatisering gehouden bij Café Restaurant Het Benteler in Bentelo. Het werd een geweldige Texas Night, waarbij niet alleen met losse flodders, maar ook met scherp werd geschoten.*



Het begon met het idee voor een huifkartocht. Met het huifkaridee kwamen wij op een Cowboy-avond. De organisatie ging praten met de saloonbaas en kwam mede door hem tot nog meer ideeën, van het uitnodigen van Ben Steneker, een overval door indianen, tot een echte koe in de zaal! De collega's werden opgewarmd door een uitnodiging voor de Texas Night, de posters m.b.t. Gold Strike (onze cowboydrank) en muziek van Johnny Cash. Iedereen leefde hierdoor naar het feest toe.



De zaal was samen met de saloonbaas mooi versierd en aangekleed met o.a. Grolsch vlaggetjes, balen stro en stamtafels. Op de avond zelf werden we verrast doordat iedereen ook echt in cowboy-outfit kwam. Na de koffie en de Goldstrike nam iedereen plaats in de huifkar die ruim voorzien was van drank. Na een uur over de prairie te hebben gereden, kregen wij bij een boer een pan met Texaanse bonensoep en iedereen kon daarna hoefijzers-gooien om-brandende-fakkels.



Terug bij de saloon waren er volop spare-ribs, pittige Mexicaanse taco's, kippepoten, biefstukjes en nog meer van alles wat het leven van een cowboy zo aantrekkelijk maakt.
Vervolgens kon iedereen zich bezighouden met vogelschieten (geen echte), spiekermepp'n, kaarten, dansen en Gold Strike drinken.
Een afdelingsfeest met een thema bij een zeer actieve Grolsch ondernemer; zeer aan te bevelen!!

*André Bighouse*





# Horeca-actie in Chicago

## trekt de aandacht

*Grolsch Importers Inc., een volle dochter van Grolsch Export B.V., heeft in de Verenigde Staten een stevige positie weten op te bouwen. In het segment importbieren bezet Grolsch de zesde plaats. Overal ter wereld moet een bier vooral in de horeca zijn slag zien te slaan, daar immers wordt er geproefd, ontstaat naamsbekendheid en kun je een bier zijn imago geven.*

Als vervolg daarop is de detailhandel van groot belang, omdat de consument daar immers het bier van zijn keuze aanschaft. Ook dit deel van het traject wordt steeds belangrijker, nu de markt overspoeld wordt met nieuwe bieren van met name kleinschalige brouwerijen.
Met deze volgorde in het achterhoofd zijn we in de Verenigde Staten gestart met een horeca-actie. Onze keus is daarbij gevallen op Chicago. Deze stad kent een groot aantal horecagelegenheden in het bovensegment van de markt, doorgaans met een jong, vernieuwend publiek dat over voldoende bestedingsruimte en durf beschikt om zich eens te wagen aan ons overheerlijke bier.
Om te beginnen is dit jaar een onderzoek op touw gezet. Aan de hand van gesprekken met eigenaars van de betreffende cafés en bars peilden we de bereidheid om onze campagne te ondersteunen. Ook kregen we zo een idee van de invulling van de actie, die we samen met de plaatselijke distributeur zouden gaan ontwikkelen.
Wat hield de campagne zelf in?
Van 1 juni tot en met 30 september van dit jaar hebben we in speciaal geselecteerde cafés en bars in Chicago een promotiecampagne gevoerd. Naast speciale actieprijzen voor de flessen Grolsch van 12 en 16 oz. (ca. 35 en 47 cl.) werd er door speciale promotiemeisjes, afkomstig van een plaatselijke universiteit, Grolsch-namaakgeld uitgedeeld voor een spelletje blackjack. Net als Al Capone tijdens de beroemde 'drooglegging' moesten de bezoekers hun kaarten goed uitspelen. Op die manier konden ze prijzen winnen zoals speciaal ontworpen Grolsch-badhanddoeken en trendy T-shirts en petjes. Ook maakten de bezoekers kans op verschillende prijzen door de achterkant van speciale viltjes en tafelstandaards in te vullen, waarbij de hoofdprijs bestond uit een uitstapje van een week naar Amsterdam. Omdat ook de steun van de bedrijfsleiding en het bedienend personeel van groot belang is, is ook gedacht aan een aantal incentives. Zo werden de deelnemende cafés opgesierd met prachtige grote Grolsch-spiegels en neonreclame.
Op straat reden een aantal bussen rond waarop Grolsch als het beste Nederlandse bier werd aangeprezen en bovendien trok een aantal billboards op diverse nabijgelegen stations de aandacht van de treinreizigers.




Tijdens de hete zomer van 1995 kon je ons in Chicago gewoon niet ontlopen.
De reacties op de horeca-actie zijn tot dusver erg positief te noemen. Zowel van de bedrijfsleiding en het bedienend personeel van de betrokken cafés en bars als van de consumenten krijgen we veel reacties op de originele aanpak met promotiemeisjes, blackjack en leuke prijzen. Andere bierleveranciers en distributeurs laten - op een sportieve manier - morrende geluiden horen over onze alomtegenwoordigheid en het enthousiasme onder de deelnemers. Het kwam dan ook niet als een verrassing toen de FBI op een dag met vijf politiewagens arriveerde om met tien agenten in kogelvrije vesten binnen te stormen. Iedereen werd gesommeerd tegen de muur te gaan staan. Het bleek dat de politie was getipt over een zogenaamd illegaal blackjack-spel dat gaande zou zijn. We hebben de politie er snel van kunnen overtuigen dat de tipgever (een jaloerse concurrent misschien?) het bij het verkeerde eind had en we hebben hen direct bedankt voor de publiciteit. Sindsdien doet het verhaal over de grappige Grolsch-inval nog steeds de ronde in de horeca in Chicago.
Na twee maanden campagne voeren laat het verkoopvolume in de horeca al een stijgende lijn zien. Als de voortekenen ons niet bedriegen gaat het in Chicago de goede kant op: steeds meer Grolsch-kenners en nieuwkomers raken ervan overtuigd dat Grolsch een prima alternatief is, zowel voor andere importbieren als voor bieren uit eigen land, zoals Miller en Budweiser.

*Frits Bokma*




# Gouden medaille voor Grolsch Premium Lager in US.

Het 'Beverage Testing Institute' in Amerika heeft na het beoordelen van maar liefst 55 verschillende merken Lager in Amerika, Grolsch Premium Lager tot het beste lager aangewezen. Hiermede heeft Grolsch de belangrijke onderscheiding gekregen van World Champion Pale Lager en heeft daarmee tevens belangrijke concurrenten ver achter zich gelaten. Grolsch Importers, onze dochteronderneming in Atlanta, heeft ter gelegenheid van deze uiterst belangrijke onderscheiding bijgaande advertentie geplaatst in Amerikaanse vakbladen. Eens te meer is opnieuw bewezen, dat Grolsch niet alleen in Nederland, niet alleen in Europa, maar nu ook in Amerika de hoogste waardering krijgt die zij verdient. Laten wij, naast onze terechte trots, ervoor zorgen, dat steeds meer consumenten ons bier hogelijk waarderen en zodoende tot onze vaste klantenkring gaan behoren.

Gouden medaille



# Air 2000

*Air 2000 is het verhaal van een geslaagde Britse onderneming. In een periode waarin de bestedingskracht van de Brit niet bepaald gunstig leek om een luchtvaartmaatschappij op te zetten die de nadruk legde op kwaliteit i.p.v. prijs, is men er in geslaagd om in het kwaliteitssegment van de Britse chartermarkt de leidende positie over te nemen.*

Het uitgangspunt is simpel; biedt de gast waar voor zijn geld en zorg ervoor dat je altijd alles beter doet dan je concurrent. En als je zover bent, dan begint het pas. In 1987 opgericht, vervoerde men 'maar' 400.000 passagiers. Nog geen 10 jaar later verwacht men 6.000.000 gasten te vervoeren en behoort men tot de 11 meest winstgevende luchtvaartmaatschappijen ter wereld.
En in die wereld zijn er toch vele honderden luchtvaartmaatschappijen.

Men vliegt van London Heathrow, London Gatwick, Birmingham, Exeter, Glasgow, East Midlands, Manchester, Bristol, Newcastle, Stansted, Luton en Belfast naar alle bekende vakantiebestemmingen in Europa en ver daarbuiten. Dat doet men met 4 * Airbus A320 en 14 * Boeing 757 - 200 met Rolls Royce Rb211-E4 motoren.
Tot 1995 werd er nooit bier geschonken aan boord van Air 2000. Met ingang van dit seizoen echter is daar verandering in gekomen en mede dankzij uitstekend werk van onze Britse agent Michael Dillon, heeft men gekozen voor Grolsch Premium Lager.
Na drie maal winnaar te zijn geweest van de Silver Globe for Best UK Charter Airline, is Air 2000 dit jaar onderscheiden met de Golden Globe, de prijs in de Britse vakantiemarkt. Men is dus Brits kampioen in consumententevredenheid in een veld van een vijftiental Britse chartermaatschappijen. Dat was overigens al de achtste belangrijke prijs die een consumentenorganisatie aan Air 2000 toekende.
Wij zijn er trots op dat Air 2000 haar gasten Grolsch Premium Lager aanbiedt.

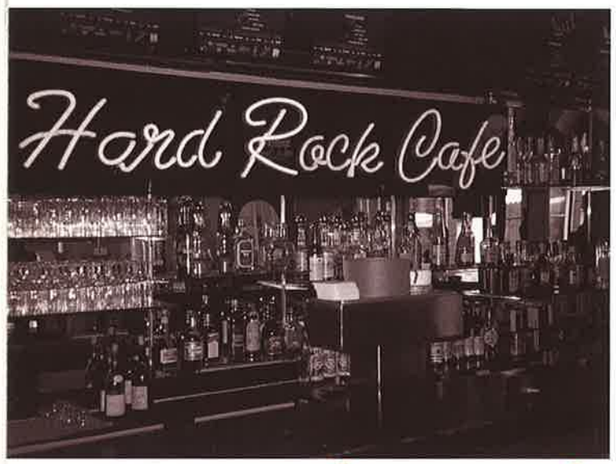
***Arend Colenbrander***




# Volksrepubliek China

Met zo'n 1,2 miljard consumenten vormt de Volksrepubliek China natuurlijk een zeer aantrekkelijke markt. Er zijn de laatste jaren dan ook al miljarden in het land geïnvesteerd. Vierentwintig uur per dag wordt er druk gewerkt aan de bouw van snelwegen, kantoortorens, woonflats en winkelcentra. Tegelijkertijd wordt de consument belaagd met de meest uiteenlopende merknamen - van auto's tot shampoo. De plaatselijke brouwerijen in de Volksrepubliek (ca. 850) produceren samen zo'n 120 miljoen hectoliter per jaar, maar de consumptie per hoofd van de bevolking is nog laag. De belangstelling voor importbier is groeiende, met name onder het toenemend aantal gestationeerde buitenlanders en onder de beter gesitueerde Chinezen. Grolsch is verkrijgbaar in de grotere steden als Beijing, Shanghai en Guangzhou, evenals in de omliggende provincies. In de nabije toekomst zal de Chinese consument meer van Grolsch gaan horen. In september waren we bijvoorbeeld aanwezig op de Food & Hotel China '95 Exhibition, een beurs die in Shanghai werd gehouden. Bovendien werd Grolsch diezelfde maand geïntroduceerd in het 'Hard Rock Café' in Beijing. D.m.v een promotiecampagne van een maand wordt de naamsbekendheid van Grolsch vergroot en wordt de voor beide partijen lonende samenwerking met het 'Hard Rock Café' verder uitgebreid.
Ongetwijfeld zullen ook in de Volksrepubliek China steeds meer consumenten kiezen voor het beroemde Grolsch Premium Lager. 'Gan bei', oftewel 'Proost, Grolsch!'

***Kelvin Chua, Grolsch Singapore***




*Eind jaren zeventig stapten twee ondernemende Duitsers het 'Hard Rock Café' in Londen binnen. Het concept van het café beviel hen wel en ze kochten de rechten om in Heidelberg hun eigen café te beginnen.*

# Hardrock *in Heidelberg*



Als een van de weinige steden heeft Heidelberg nu een eigen origineel en onafhankelijk 'Hard Rock Café', gelegen aan de Hauptstrasse 142 in het centrum van de stad. Op een warme zomeravond kun je, onder het genot van een goed glas Grolsch, op het terras de massa aan je voorbij laten trekken. Opvallend is, dat men uit alle windstreken het café weet te vinden: vrijwel elke taal is onder de bezoekers vertegenwoordigd. Het 'Hard Rock Café Heidelberg' organiseert tal van activiteiten - van rockmuziek met DJ's tot een filmavond of een live-optreden. Bovendien houdt Karl Henke, de bedrijfsleider, het hele jaar door een actie onder het motto 'redt de aarde', met o.a. donaties aan Greenpeace en inzamelingen voor het herstel van het regenwoud. Wanneer je een bezoek brengt aan het prachtige, historische stadje Heidelberg, weet je dus waar je moet zijn als je op zoek bent naar een levendig en dynamisch trefpunt: in het 'Hard Rock Café Heidelberg'.

***J. Halma***








# *Goed gekleed met Grolsch*

Grolsch beweegt zich in de hoogste kringen. Op toplokaties in Dortmund, Berlijn, Hamburg en Keulen is een speciale promotiecampagne gestart om de consument te informeren over het merk Grolsch. Men kan daarbij kennismaken met het beroemde Grolsch Premium Lager en kans maken op een uitstapje naar Parijs of Milaan.

Supermarkten en slijterijen krijgen een bezoekje van speciale promotieteams, waarbij de consument de gelegenheid krijgt met behulp van een aantal puzzelstukken de originele Grolsch beugelfles samen te stellen. Uit negen onderdelen moeten de drie goede worden gekozen.

De klanten kunnen ter plekke een gratis drankje winnen maar ze kunnen ook meedoen aan de wedstrijd en kans maken op het al genoemde uitstapje.



Dat is niet alleen bedoeld als toeristische trip maar ook om een bezoek te brengen aan Kenzo of Armani. Daarbij wordt de gelukkige winnaar geheel gehuld in designkleding van een van deze beroemde mode-ontwerpers. Kies alleen het beste, kies alleen Grolsch. Alleen met de bekende groene beugelfles heb je kwaliteit onder handbereik.

***J. Halma***






# *Introductie van de nieuwe Kroonbeugelfles in Japan.*

Naast de beugelfles in groene uitvoering heeft Grolsch nu ook het nieuwe Kroonbeugelflesje van 35,5 cl in Japan op de markt gebracht. 1 Oktober jl. was de officiële introductiedatum van deze gloednieuwe verpakking.

Dit nieuwe flesje lijkt zeer veel op de bekende beugelfles (o.a. door dezelfde reliëfwerking in het glas) doch het verschil zit in de sluiting: in plaats van een beugelsluiting wordt dit nieuwe flesje met een kroonkurk afgesloten. Vandaar ook onze benaming: Kroonbeugelfles. De introductie vindt plaats via de verkoop in de horeca.

Een leaflet, waarop twee Japanse bierdrinksters bij Café La Fête op een terrasje genieten van het Grolsch bier uit het nieuwe flesje, ziet u hierboven.

## Enschede

# *Nieuwe medewerkers*



**Doe van der, Hans Robert**
Geboren 17 maart 1967 te Amersfoort. Wonende te Enschede aan de Scherphoflanden 9. Functie: Commercieel Jurist. In dienst 01-09-'95.



**Jansen van Velsen, Wouter Pieter Jan**
Geboren 12 december 1968 te Rheden. Wonende te Enschede aan de Julianastraat 13. Functie: MD-trainee afd. Verkoop Trainees.
In dienst 01-10-'95.



**Ten Thij, Gerhard Gijsbert**
Geboren 27 maart 1963 te Glanerbrug. Wonende te Enschede aan de Livingstonestraat 41. Functie: Bouwkundig Medewerker Afd. Onroerend Goed. In vaste dienst 01-11-'95.

## Enschede

# *Zilveren*

## Insignes

De volgende medewerker heeft het zilveren insigne voor zijn 12,5-jarig dienstverband gekregen.

**Halma, J.T.A.** 01-10-'95

# *Uit dienst*

## Enschede

**Brünen-Bakker, H.M.M.**
Functie: Receptioniste
Uit dienst 30-09-'95.

**Sikking, G.** Wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd. Uit dienst 28-10-'95.

### *Overleden Enschede*

Dhr. C.M. Lamers overleden 31-08-'95
(gepensioneerd)

Dhr. J.H. Snippert overleden 06-11-'95
(gepensioneerd)

# *Promoties en benoemingen en interne verschuivingen*

**Kippersluis van, J.G.P.**
per 01-07-'95 Manager Drankenhandel Rijnmond/Van Gool.

**Brink, T.**
per 01-08-'95 Chauffeur op de afd. Transport Extern.

**Homeijer, G.J.**
per 01-09-'95 Chauffeur op de afd. Transport Extern.

**Lageveen W.I.**
per 01-12-'95 Projectmanager Gulpener op de afd. Marketing.

**Florijn, G.**
per 01-11-'95 Chef Reclamemagazijn.

**Pieksma-Driemel, S.E.G.**
per 18-09-'95 Medewerkster Kantoorzaken afd. Interne Zaken.

**Kraan, F.**
per 15-10-'95 Project- en Accountmanager op de afd. Project- en Accountmanagement.

**Mol, P.E.C.J.**
per 15-10-'95 Districtverkoopleider op de afd. Horeca District West Noord.

**Vries de, M.**
per 01-11-'95 Voorwerker Afvullijnen op de afd. Afvulling Kleinverpakking.

**Levöleger, R.T.H.**
per 29-11-'95 Commercieel Manager Export op de divisie Grolsch International.

**Piening, G.A.**
per 01-09-'95 Allround Heftruckchauffeur op de afd. Intern Transport.



## Enschede

# *Recepties*



**Florijn. G.**
25 jaar in dienst op 19-10-'95.
Receptie 19-10-'95.

**Schonewille, H.**
25 jaar in dienst 90 05-10-'95.
Receptie 27-10-'95.



**Kok, A.J.**
25 jaar in dienst op 12-10-'95.
Receptie 09-11-'95.



**Plaggenborg, H.**
25 jaar in dienst op 05-10-'95
Receptie 19-10-'95.



**Hekker, T.**
25 jaar in dienst op 01-11-'95.
Receptie 01-11-'95.

**Kremer, A.W**
Per 01-10-'95
uit dienst met de Ouderenregeling.

**Niehoff, H.H.**
Na 40 dienstjaren in de VUT
per 01-10-'95. Receptie 07-09-'95.

**Paans, G.H.**
Per 01-11-'95 in de VUT.
Receptie 27-10-'95.

**Ploth, K.D.**
25 jaar in dienst op 05-10-'95.
Receptie 28-09-'95.

# *Promoties, benoemingen en interne verschuivingen Groenlo*

**Te Brake, J.G.M.**
per 01-11-'95 Allround heftruckchauffeur op de afdeling Intern Transport.

**Frank, M.H.M.**
per 01-01-'96 Allround heftruckchauffeur op de afdeling Intern Transport.

# *Uit dienst*

## Groenlo

**Vos, F.J.**
wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd op 26-11-'95.

**Wolterinck, Th.J.H.**
wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd op 14-12-'95.

**Geurds, H.TH.A.**
wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd op 31-12-'95.

# *Terugblik*

## Groenlo

**Rondeel, A.R.P.M.**
25 jaar in dienst. Receptie 06-10-'95.



**Ten Bruin, J.G.G.**
25 jaar in dienst. Receptie 06-10-'95.



**Ernst, H.W.G.**
Uit dienst met de Ouderenregeling.
Receptie 26-10-'95.



**Groot Zevert, L.W.**
In de Vut. Receptie 26-10-'95.



**Kormelinck, C.J.E.**
In de Vut. Receptie 26-10-'95.

# *Jubileumkalender*

## Groenlo

**Woertman, A.F.J.**
40 jaar in dienst en in de Vut.
Receptie 18-01-'96.

# Uitreiking diploma's

## Magazijnmedewerker.

Op woensdag 18 oktober jl. hebben onderstaande medewerkers het diploma Magazijnmedewerker van de heer J. Rötter in ontvangst genomen. Medewerkers van verschillende afdelingen uit Enschede en Groenlo hebben het afgelopen jaar gezamenlijk een 'Incompany' cursus van de EVO gevolgd, die wisselend op de beide brouwerijen werd gegeven. Wij feliciteren de heren met dit behaalde resultaat.

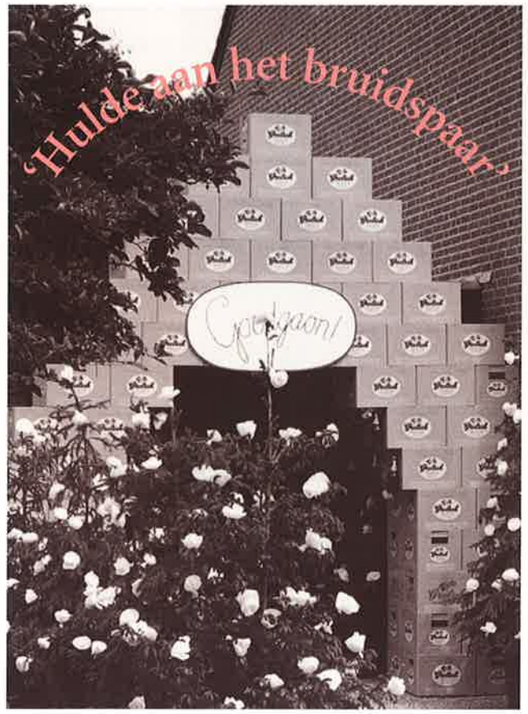




A.J.M. ten Brincke, (Groenlo)
J.H.M. Keujer, (Enschede)
H.J.G. Leusink, (Enschede)
J.G. Nijland, (Enschede)
G.A. Slagers, (Enschede)
M.T.F. Waalderbos, (Enschede)
H.H. Flierman, (Groenlo)
A.G.M. Koldewey, (Enschede)
R.A.M. te Molder, (Groenlo)
L.J.H.M. van Schie, (Groenlo)
W.H. Stoverinck, (Groenlo)
P.J.T.M. Hartman, (Groenlo)

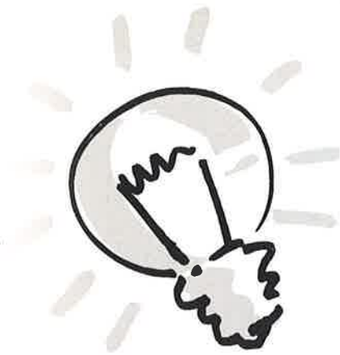
# 'Hulde aan het bruidspaar'.

Het is een goede gewoonte om het huis van het paar dat in het huwelijk treedt met een boog te versieren. Familie, buren en kennissen kunnen al hun creativiteit hierop loslaten. Maar wat doe je als de bruidegom bij Grolsch werkt? Dan is de oplossing snel gevonden. Met lege kratten bouw je de prachtigste bogen. Het huis krijgt direct een heel ander aanzien! En de bruiloft werd dus één groot feest!







# De bus van Enschede

# Wat een idee!

**Beloonde ideeën + korte omschrijving hiervan:**

De heer ***P. Diepeveen*** van de afdeling Afvulling Kleinverpakking diende het idee in om een beugel te monteren op de inloopbaan van de stapelaar, om het opspringen van kratten tegen te gaan.

**Aanmoedigingspremies:**

J.H.A. Slot, Elektrotechnische Dienst

J.G.M. Morsink, Kelderbier Transport

A.J.M. Greven, Catering

Th. G. Kamphuis op Heghuis, Afvulling Kleinverpakking

H.J. Fleer, Werktuigkundige Dienst

De heer ***H. Koershuis*** van de afdeling Werktuigkundige dienst had een idee om een nieuwe centreertulp te maken waardoor het vervangen van het rubber gemakkelijker gaat zonder kans op verwondingen of beschadigingen.

De heer ***H.J.P. Ordelmans*** van de afdeling Afvulling Kleinverpakking diende het idee in om de grijpeenheid bij de inpakker en bij de uitpakker anders in te stellen zodat een eventuele bedieningsfout niet meer gemaakt kan worden. Dit voorkomt kapotte koppen van de in- en uitpakker tijdens produktie.

De heer H.J. Goossen en de heer H.D.J. Stalknecht van de afdeling Werktuigkundige Dienst dienden een idee in om de spreiding van de koppen van de inpakker van colonne 9 te veranderen waardoor een vaste en steviger krattengeleiding aangebracht kon worden. Hierdoor kan er een tijdwinst geboekt worden bij het ombouwen van 'sixpack' naar 'loose' en omgekeerd.

De heer ***G.J. Beumers*** van de afdeling Afvulling Grootverpakking diende het idee in om de lekdetectie te voorzien van een ronde roestvrije bak met een draaiarm. Hierdoor is het geheel hygiënischer en het bespaart water.

De heer Beumers had tevens een idee om 90° C water te hergebruiken voor de loogreiniging.

# Kaartuitslagen

09-10-'95

**Hartenjagen**
1. A. Hummel 194 punten
2. J. Grashof 210 punten
3. H. Tuin 215 punten
poedelprijs H. Nieuweweme 305 punten

**Kruisjassen**
1. G. Scholten 4.333 punten
2. B. Kosse 4.015 punten
3. E.L. Broekhuizen 3.927 punten
poedelprijs J.A. Stam 2.959 punten

13-11-'95

**Hartenjagen**
1. H. Nieuweweme 172 punten
2. G. Leushuis 189 punten
3. Mevr. R. Wilbers 199 punten
poedelprijs A. Hummel 294 punten

**Kruisjassen**
1. J. Nijhuis 4.216 punten
2. A. Broekhuizen 4.077 punten
3. G. Nijhuis 4.068 punten
poedelprijs B. Asbroek 3.125 punten

# 2e Beurs Grolsch Verzamelaars Gilde wederom een groot succes

***5 November jl. was het weer zover. Meer dan 1.300 bezoekers trok de 2e beurs van het GVG (Grolsch Verzamelaars Gilde) naar het zalencentrum Marveld te Groenlo.***

Dit Gilde, dat in 1993 - nog maar twee jaar geleden - werd opgericht, was op alles voorbereid. Niet alleen vele van de bijna 500 (!) leden, maar ook andere verzamelaars en belangstellenden trokken met hun ruilobjecten, verpakt in koffers, emmers en dozen naar de beurs. En zeker niet zonder succes.

Want wat blijkt? De verzamelaars van Grolsch-attributen bezitten veel meer artikelen - en vaak in veelvoud - dan onze eigen brouwerij zelf. Hieruit kan worden opgemaakt dat er heel wat mensen zijn die in het verre, maar ook in het nabije verleden van alles bewaarden. Vaak in dozen op zolder. En eenmaal opgeborgen werd het vergeten. Totdat de zolder eens flink werd opgeruimd en dan kwamen de leukste dingen tevoorschijn. En met die oude Grolsch-spulletjes kon je iemand weer blijmaken.

's Middags werd de veiling gehouden. Ook deze werd een succes. Er werd flink geboden op zeldzame stukken, die ook weer een leuk bedrag opleverden. Zij, die speciaal op Grolsch-glazen verzot zijn, konden hun hart ophalen toen zij de glazencatalogus van het Gilde onder ogen kregen. Want daar staan wat glazen in. Tjonge, jonge. Er valt nog heel wat te verzamelen! (Het speciale beursglas met aparte opdruk kreeg men van Grolsch gratis.)

***P. Könings***



*Vorig jaar, na afloop van onze wandeltocht*

*in Ierland, kondigden wij een tocht aan naar Noorwegen.*

*Die verleiding hebben we weten te weerstaan,*

# Grolsch ...

*maar de verlokking van het oerbosch in het*

*Reuzengebergte (Krkonose) niet. Op 29 augustus jl. togen*

*Niels Schotanus, Jaap Sandijck, Erwin de Wit en*

*Peter van Rooijen oost-zuid-oostwaarts: naar Tsjechië.*









# (nog niet) in Tsjechië!

Het reisdoel was het gebied bij het drielandenpunt Duitsland-Polen-Tsjechië. Een dunbevolkt gebied dat volop ongerept natuurschoon te bieden heeft. Goed voorbereid en inmiddels geroutineerd geworden na de vorige reizen begon de looptocht vanuit het Tsjechische plaatsje Harrachov.

Een looptocht, die ons zomer bracht, afgewisseld met een vleugje herfst, een voorproefje winter en lentesferen in het oerbos. De vier jaargetijden compleet!

Het eerste deel van de tocht voerde ons over de bergkam die Tsjechië van Polen scheidt. Na een overval door een heus sneeuwstormpje werd, nadat de weergoden weer tot inkeer waren gekomen, het kamp opgeslagen in een stuk bos dat, naar ons de volgende dag duidelijk werd, in Polen bleek te liggen. Illegaal kamperen op een uiteindelijk zomerse avond. De verspreide geur van havanna's, kant-en-klaarmaaltijden, moest wilde everzwijnen en beren op afstand houden, hetgeen gelukte. Alleen een bronstig afkeurend gegrom was in de verte hoorbaar. Of het wild daarmee onze sigaren of onze warme maaltijd veroordeelden is ons niet duidelijk geworden.

De volgende dag werd het kamp opgebroken, waarbij het zwaar nevelde en miezerig regende. Vanaf een hoogte van zo'n 1.600 meter hoogte bij een temperatuur van een paar graden boven nul, kwam een druilerige loopdag ten einde in het plaatsje Spindleruv Mlyn, op nog ruim 600 meter hoogte.

Het plaatsje ademde de sfeer van vervlogen tijden van het communistisch regime. Onder het uitgebreide genot van 'Staropramen', 'Gambrinus' (licht en donker) en 'Pilsner Urquell' maakten we een uitvoerige studie van de plaatselijke horeca, maar ... geen Grolsch!

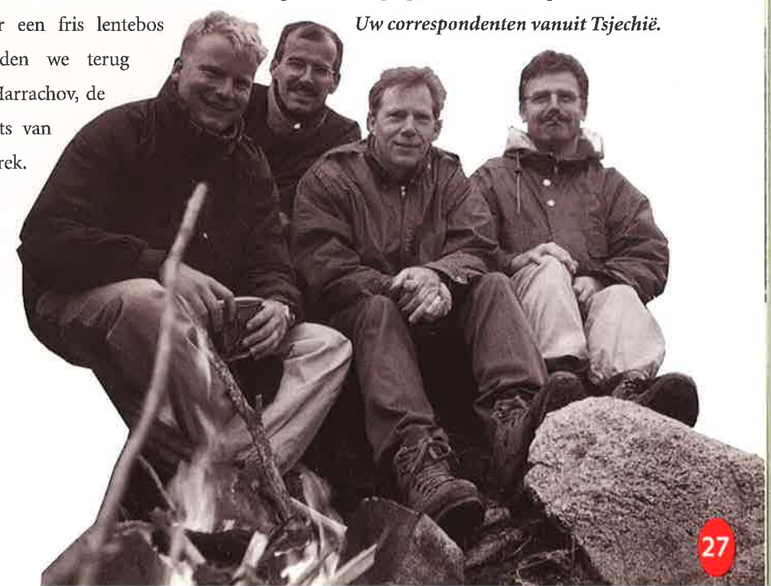
Het vervolg van de tocht bracht ons langs steile klimpaden en dorpjes met onuitsprekelijke namen. Na uren lopen in ijle stilte en mistflarden bereikten we de berghut na Horni Misecky, waar droge kleding kon worden aangetrokken. Na een schitterende wandeling door een fris lentebos keerden we terug in Harrachov, de plaats van vertrek.

De volgende dag op terugreis naar Nederland, stond een bezoek aan de Pivovar van Vratislavice n. Nisou op het programma. We kwamen helaas niet verder dan de portier, die vloeiend Tsjechisch, doch verder geen woord over de grens bleek te spreken. Ruim een maand na terugkeer in Nederland maakte de Britse brouwer Bass bekend, dat zij een belang van 55 procent hadden verworven in deze brouwerij, de grootste van Noord-Bohemen. Wij nemen aan dat 'onze' portier geen rol van betekenis heeft gespeeld bij deze transactie.

Traditiegetrouw is op de terugtocht de bestemming voor volgend jaar vastgesteld. De dan inmiddels vierde voettocht voert het viertal naar het land van Vivaldi (vier jaargetijden?). Doch na deze derde voettocht geldt een welgemeend: 'Czechia, miluji te!'.

Het ontbreekt nog maar aan één ding in dit mooie land: het kunnen genieten van een goed getapt glas Grolsch, een mooie uitdaging voor Grolsch Export. B.V.

***Uw correspondenten vanuit Tsjechië.***



# Seniorenuitstapje Enschede

*Donderdag 7 september om acht uur vertrokken we weer met twee bussen voor het tiende seniorenuitstapje. Een heel feestelijk uitstapje vanwege het tweede lustrum, maar ook een heel eind weg voor ons Tukkers: het Zuiderzeemuseum in Enkhuizen.*

Bij restaurant Bosgoed in Wilp lieten we ons de koffie met heerlijk gebak goed smaken. In de bus kregen we een briefje, waarop we het aantal personen moesten invullen, dat in al die tien jaar aan het reisje heeft deelgenomen. Beetje moeilijk, als je niet alle keren bent meegeweest. Ondertussen reden we naar Harderwijk langs het bosbrandgebied van augustus. Hele stukken bos zagen er doods en bruingeblakerd uit: jammer!
Wat een weggeworpen sigarettepeuk al niet teweeg kan brengen. Van Harderwijk gingen we naar Lelystad, waar onze chauffeur Henk nog even een ommetje maakte langs de werf van de Batavia, het met veel zorg nagebouwde schip van de V.O.C., dat we goed konden zien liggen met zijn drie masten. De Batavia kwam niet terug van zijn eerste reis, maar andere soortgelijke schepen wel. Ze waren helemaal van hout en zeer stabiel en bedoeld voor het vervoer van goederen naar en van Oost-Indië. Er waren echter ook kanonnen aan boord om eventuele zeerovers uit de buurt te houden. Zo'n schip kwam meestal terug met maar de helft van de bemanning: de rest was omgekomen, veelal door bedorven voedsel en drinkwater. Ook vielen er tijdens zware stormen wel eens enkele uit de mast en verdwenen in de golven. Geen pretje was het op zo'n zeilschip drie à vier eeuwen geleden, maar er waren altijd wel avonturiers, die aan zo'n tocht begonnen en die ons land uiteindelijk de faam van zeevarende natie hebben bezorgd.





Lelystad dankt zijn naam aan de bouwer van de dijk in het IJsselmeer van Lelystad naar Enkhuizen, zo vertelde Henk.
Zijn naam was Ing. Lely. Leuk en voor sommigen is het wel beetje angstig, zo'n tocht over een weg door het water. We zagen deinende zwanen en in de lucht meeuwen, die van daaruit hun kroost bewaakten, dat op het fietspad was neergestreken en zich koesterde in de zon. Honderden waterhoentjes dobberden ons tegemoet op de golfslag. In de verte doemden de contouren van Enkhuizen al op, een stadje, dat al lang bestond in 1355, toen Graaf Willem V er stadsrechten aan verleende. In de Gouden Eeuw was het een bloeiende stad. Uit die tijd stammen nog veel mooie gebouwen als het Stadhuis, een paar kerken en de Dromedaris en ook de smalle straatjes, die een probleem vormden voor onze chauffeurs. Zodoende moesten we wel een klein stukje lopen naar het Wapen van Enkhuizen, waar we een lunch geserveerd kregen.
Bij het verlaten van het restaurant kregen we ieder een entreebewijs voor het Zuiderzeemuseum, dat bestaat uit een binnen- en buitengedeelte. Het buitenmuseum is een stadje op zich, dat laat zien hoe men leefde rond de eeuwwisseling. Het binnenmuseum is gevestigd in een voormalig Peperpakhuis van de V.O.C. en bevat veel informatie over de visserij etc. en een collectie schilderijen over de tot standkoming van de Afsluitdijk. Jammer, dat er geen gids was zoals bij het Spoorwegmuseum (Seniorendagtocht 1994, red.).
Hadden we een hele dag de tijd gehad, dan hadden we ons nog niet hoeven te vervelen, maar helaas reed de bus om kwart over drie weer terug over de dijk van Lely. Nooit geweten waarom op sommige plaatsen zoveel stokken in het water te zien zijn, maar sedert mijn bezoek aan het museum weet ik het: daar maken de vissers hun paling- en haringfuiken aan vast.
In Harderwijk hadden we nog weer een stop en konden we wat gaan drinken, waarna we tegen zevenen bij restaurant Luttikhuis arriveerden. Daar stond een warm en koud buffet uitgestald om van te watertanden: zelfs voor de grootste kieskauwer was er nog wel iets lekkers te vinden. We lieten het ons dan ook goed smaken.
Toen iedereen verzadigd was, maakte de heer IJspeert de namen bekend van de personen, die het juist of bijna juiste aantal personen van de prijsvraag geraden hadden. Er waren in die 10 jaren 786 personen meegereisd. De 1e prijs kreeg Mevrouw Mooy, zij noteerde op de kop af 786 personen. De 2e t/m 5e prijs werden gewonnen door mevrouw Ter Doest (785), de heren J. Meinders (784), Joh. Nijhuis (782) en F. Kamphuis (781).
Toen de prijzen uitgedeeld waren, maakte Erik Bakker bekend, dat de heer IJspeert zijn functie wilde neerleggen in verband met zijn hoge leeftijd. Hij bedankte de heer IJspeert, die zich tien jaar lang heeft ingezet voor de Seniorenreisjes en altijd keurig de financiën heeft beheerd. Een afscheidscadeau was er ook: een kristallen halve bol met inscriptie. Namens alle medereizigers wil ook ik hier de heer IJspeert (en zijn team) gaarne bedanken.
Later dan gewoonlijk waren we om 10 uur weer in Enschede. Volgend jaar gaan we graag weer mee.

***J. Meekes-Wegdam***

# Uitstapje senioren

## 'Grolsch' Groenlo.

*Donderdag 14 september jl. gingen we voor de vijfde keer op stap met onze senioren. Het aantal deelnemers overtrof de voorgaande jaren nl. 140 personen.*

De weergoden waren ons bijzonder goed gezind en zo vertrokken wij om kwart over acht richting Arcen. Via een mooie route door Duitsland arriveerden we om kwart over tien in Arcen. Hier dronken we eerst koffie met een lekkere punt Limburgse vlaai. Vervolgens ging iedereen in groepjes de schitterende kasteeltuinen bekijken met de prachtige fonteinen, de grote variaties in bloemen, bomen en struiken. Ook de 'wilde' zwijnen met hun jonkies, die rondliepen in het prachtige bijgelegen bos, waren aandoenlijk. In de heerlijke najaarszon waanden we ons in het paradijs. Na een uitgebreide lunch vertrokken we om half drie naar Asten. Hier brachten we een bezoek aan het natuurhistorische museum 'de Peel' en kregen in groepjes een rondleiding door het Beiaardmuseum. Dit was bijzonder boeiend met name door de zeer deskundige en humoristische wijze van vertellen door de gidsen. Velen van ons hebben de klokken mogen luiden!
Na een drankje in het restaurant vertrokken wij om vijf uur richting Nieuwdijk.
Aangezien we een lustrum hadden te vieren hielden we in de bus een kleine verloting. Om ongeveer zeven uur kwamen we aan bij Restaurant Boszicht waar een heerlijk diner voor ons klaarstond. Na het goede te hebben genoten vertrokken we richting Groenlo en waren om half tien terug bij de brouwerij.
Met voor iedereen als kleine attentie het nieuwe herfsbokglas was ook dit vijfde uitstapje weer zeer geslaagd.

***Lamkje Jellema***







uitstapje Seniorenuitstapje Seniorenuitstapje Seniorenuitstapje

**Hoe een hockeyer twee keer zijn beugel verloor**

Als jongen groeide hij op met een scheve mond. Zijn tanden stonden alle kanten op. Dankzij de hulp van een bevriende tandarts, werd zijn bijnaam 'Dracula' op twaalfjarige leeftijd omgezet in 'Buitenboordmotor'. De tanden van de jongeman zaten dankzij de beugel en het fanatieke dragen binnen een jaar weer redelijk op de plaats. Trots als hij was, liet hij overal breedvoerig zijn gereguleerde glimlach zien. Het zou hem nooit meer overkomen, zo'n scheve bek. Trouw droeg hij dan ook tijdens de wedstrijden de door dezelfde tandarts gemaakte gebitsbeschermer. Het ongeluk gebeurde echter buiten het sportveld. In het zwembad dook hij met zijn mond op een betonnen rand en vier van zijn voortanden braken af. Geen beugel of tandarts kon verhelpen, dat er rigoureus ingegrepen moest worden. De kronen echter waren nog mooier dan zijn eigen tanden en opnieuw kon hij - na een periode van mondje dicht bij het lachen - zijn 'big Smile' laten zien. De jongen werd groter en mocht met zijn oudere broers meespelen, tenminste als hij de tassen droeg. Toen leerde hij zijn tweéde beugel kennen. Dat was bij Bully in Oldenzaal, waar men na de wedstrijd rond een krat beugels ging zitten. Hij werd zelfs lid van die club die door velen de Club van de Beugels of de Club van de Halve Liters werd genoemd. Vele jaren hield de jongeman dit vol, tot hij via allerlei omwegen zelf een stuk van de verantwoording in het clubhuis van de Halve Liters kreeg. Gelukkig werd hij bijgestaan door een voortvarend bestuur en een aantal hardwerkende jongelui, die de hockeyers, die zelf liever geen bardiensten meer wilden draaien, trouw van beugels bleven voorzien. Een verbouwing ging zoveel geld kosten, dat ook bij de makers van de beugel om ondersteuning werd gevraagd. Toen kwam het dilemma. De makers waren niet erg blij met de verkoop van de beugels. Onze jongeman was inmiddels ook minder enthousiast geworden. Er verdwenen steeds vaker beugels uit het clubhuis. Na overleg met wijze bestuurders werd besloten de beugel te laten verdwijnen. Dat zou een schok teweeg brengen. De jongeman zocht naarstig naar een alternatief en vond dat na overleg met de verkopers. Het werd een glas, genaamd het Baronglas, dat ook een halve liter kon bevatten. De club was gered, de club behield zijn halve liters, de image kon hoog gehouden worden! Aangezien er vele bierdrinkers waren, die een halve liter al veel vonden, boden de verkopers ook nog het Amsterdammertje aan. Een kleiner glas, dat ook wel het Schoutglas genoemd werd. Om de cultuurschok enigszins te verzachten besloot het bestuur - in overleg met de jongeman en gesponsord door de verkopers - het alternatief op een bierproefavond, waar tevens een tapcursus werd gehouden, aan te bieden. Als extraatje kregen alle leden van de voormalige beugelclub ook nog de kans het overheerlijke Herfstbok 1995 van het vat te proeven. De jongeman was tevreden; hoewel hij voor de tweede keer zijn beugel verloor, was hij ervan overtuigd dat het alternatief, het Baron- en het Schoutglas, wel degelijk door de beugel kon.

*Johann Langkamp*

Cultuurschok bij
## de Hockeyclub Bully
te Oldenzaal

# Volleybal Bedrijven-toernooi te Groenlo

De Grolsch Volleybalvereniging organiseerde op zondag 5 november jl. alweer voor de 10e keer een volleybaltoernooi in sporthal Den Elshof in Groenlo. Er hadden zich maar liefst 30 teams van allerlei bedrijven en verenigingen ingeschreven, waaronder 3 teams van Grolsch zelf. Na spannende voorrondes en kruisfinales mocht het team van de JVV 1 zich de winnaar van dit toernooi noemen. De heer Andries de Groen Sr. reikte alle prijzen uit en omdat dit het 10e toernooi was, zorgden de Peter Cuyper Muzikanten voor een gezellige sfeer. Een woord van dank en waardering gaat uit naar de leden van de Grolsch Volleybalvereniging, de EHBO in de persoon van Theo Heutinck, de scheidsrechters en natuurlijk sporthal Den Elshof. Alle deelnemers aan dit geslaagde toernooi ontvingen aan het eind van de dag een prachtig Grolsch-glas met een bijzondere opdruk. Het was weer een prima en goed verlopen toernooi.

## Officiële uitslag:

1. JVV 1
2. Speyckers
3. Grolsch 1
4. Nedap 1
5. Bergsma
6. Goldstar
7. JVV 2
8. Grolsch 2

*Marijke Wassink*





# Grolsch Mixed Volleybal-toernooi.

Op zaterdag 28 oktober jl. was het weer zover. 10 Teams uit Enschede en Groenlo kwamen bij elkaar om te strijden om de wisselbeker. Er werd gespeeld in 2 poules van 5 teams.
In de ochtend waren de voorrondes waarin fanatiek werd gespeeld en om elke punt gevochten werd. Uiteindelijk bleven een aantal teams over die zo sterk waren, dat ze naar de kruisfinale doorgingen. Dat waren Zes Hoog (Lab. Enschede), V.T.V. (brouwhuis Enschede) Fido Dido (col. 1 Groenlo) en MEPKWA (Evenementen).
Na een serie spannende kruisfinales werden de prijzen als volgt verdeeld.

1. Fido Dido (Col. 1 Groenlo)
2. MEPKWA (Evenementen)
3. V.T.V. (brouwhuis Enschede)
4. Zes Hoog (laboratorium Enschede)
5. 9 + 10 (Bottelarij Enschede)
6. Argronauten (TD)
7. STO (TD)
8. Four Seasons (Logistiek)
9. 9740 Team (Administratie)
10. De Watjes (Horeca)

Ik wil allen bedanken, die er voor gezorgd hebben dat het weer een geslaagde dag was. Bij deze wil ik ook een oproep plaatsen. Het aantal deelnemende teams loopt elk jaar wat terug. Wij zijn ooit begonnen met ruim twintig teams. Dit jaar deed de helft mee. Dus afdelingen in Enschede en Groenlo: laat zien dat het ook anders kan. Meedoen volgend jaar!

*K. de Wals*

Koninklijk koken met Aafje

# Vorstelijk reebiefstukje
*(4 personen)*

**Ingrediënten:**
- **4 reebiefstukjes**
- **4 plakjes peperpâté**
- **1 flesje Grolsch Wintervorst**
- **1 rode ui**
- **1 theelepel thijm**
- **sap van 1 sinaasappel**
- **1 bouillonblokje**
- **3 eetlepels roze peperkorrels**
- **1 eetlepel maizena**
- **peper en zout**

**Bereiding:**
De rode ui snipperen en samen met Grolsch Wintervorst en de tijm aan de kook brengen en op een laag vuurtje tot de helft laten inkoken. Vervolgens voegt u het sap van de sinaasappel en het bouillonblokjes toe. Maak een maizenapapje en roer dit door de saus.
De peperkorrels toevoegen het het geheel nog evt. op smaak brengen met peper en zout. De reebiefstukjes rondom snel bruin bakken in goed verhitte boter (roomboter!).
Op elk biefstukje een plakje peperpâté leggen en wat saus eromheen scheppen. De rest van de saus er apart bijgeven. Samen met een glas Grolsch Wintervorst is dit een Koningsmaal!

# Wintervorst sorbetijs
*(4 personen)*

**Ingrediënten**
- **2 dl Grolsch Wintervorst**
- **2 dl verse sinaasappelsap**
- **120 gr. rietsuiker (of gewoon)**
- **vleugje kaneel**
- **1/8 dl slagroom**
- **25 gr. bruine basterdsuiker**

**Bereiding:**
In een pannetje Grolsch Wintervorst samen met een vleugje kaneel aan de kook brengen en de rietsuiker hierin oplossen. Laat dit afkoelen en roer het sinaasappelsap door de suikeroplossing. Schenk dit geheel in een diepvriesdoos en zet dit enkele uren in de vriezer.
Om de 30 minuten het stroopje met een vork doorroeren. klop de slagroom met de basterdsuiker stijf en schep dit luchtig door het half harde ijs. Het ijs moet u vervolgens nog minstens 2 uur laten bevriezen.
Dien het ijs op in bijv. een uitgeholde sinaasappel of granaatappel (vruchtvlees er omheen). Heerlijk met een glas Grolsch Wintervorst natuurlijk.

Eet smakelijk
Aafje



# Foto uit vroeger tijden

*We schrijven 1930! Gemeentewerken van Dordrecht ging over tot het asfalteren van het Bagijnhof. 12 Man legden met hark en kruiwagen een asfaltlaag óver de kinderhoofdjes heen. Zij droegen daarbij 'n overhemd, klompen en een hoed of pet. De rest keek toe! Rechts op de foto was een slijter gevestigd met een vooruitziende blik. Hij had al een groot reclamebord boven de ingang laten aanbrengen met 2x de vermelding 'Grolsche Bieren'. Ja, dat was de goede oude tijd, toen bestonden er geen supermarkten, de slijters hadden toen nog het alleenverkooprecht. Maar toen werd er ook veel minder bier in Nederland gedronken.*

# Ratelslang in een nieuwe auto.

In maart jl. introduceerde Grolsch de Vier Jaargetijden. Een doorslaand succes. Grolsch Zomergoud was helemaal een schot in de roos. Dus dacht één van onze inspecteurs: ik ruil mijn auto in voor een nieuwe en bestel er een met vier ringen op de grille. Voor elk jaargetijde één ring. De nieuwe auto bracht hem nog meer succes. Het Zomergoud liep als een trein in zijn rayon. Op 'n vrijdagmiddag - het was al laat - stuurde hij zijn nieuwe bolide huiswaarts. Hij nam de kortste route binnendoor. En toen gebeurde het. De motor maakte een afschuwelijk kabaal, alsof er een ratelslang onder de motorkap in doodsnood verkeerde. Motor afgezet en de wegenwacht gebeld. De ANWB-vakman toog aan het werk, maar helaas: dit euvel kon hij niet verhelpen. Dus moest er een kraanwagen aan te pas komen. En daar ging de nieuwe auto op weg naar de garage. Wat 'n pech. De wegenwachter kon er echter ook niets aan te doen. Voor alle hulp en inzet maakte de inspecteur zijn kofferbak open en overhandigde hem een houten kistje. Een kistje met de vier seizoensbieren. De vier ringen die hem nog meer geluk hadden moeten brengen, hadden de inspecteur danig in de steek gelaten. De wegenwachter daarentegen had een leuke avond. Hij proefde alvast van de nieuwe Grolsch-bieren.

En van de ratelslang is later niets meer vernomen.

***P. Könings***











# Sint Nicolaas warm onthaald!

Zowel in Groenlo als in Enschede werd de Goedheiligman op de brouwerij ontvangen. In Groenlo was het vooral lief en gezellig - ook door het leuke clowntje - en in Enschede was het vooral gezellig, leuk en zeer druk: wat een kinderen, wel zo'n 140!

Zelfs de allerjongsten van nog geen 3-4 maanden zwaaiden naar de Sint. 'n Woord van dank is hier op zijn plaats voor de 2 organisatie-comités, die ervoor gezorgd hebben, dat deze Sint Nicolaas-middagen zo voortreffelijk verlopen zijn. Hartelijk dank namens alle Grolsch-kinderen en hun ouders.















# Over bouwen en gebouwen



We leven weer in de tijd van de wenskaarten. Vaak staat daar een kerk op, liefst in de sneeuw: een spitse toren priemt in de nachtblauwe hemel, waaraan vele sterren stralen. Een sneeuwvrij pad leidt naar het kerkportaal. Licht schijnt door de Gotische vensters - bijna hoor je de klokken luiden en het orgel spelen. Ontwerpers van kaarten moeten veel fantasie hebben, architecten en bouwers ook. Ze dromen van een bouwwerk, dat ze verwezenlijken willen. Maar hoe deden die dromers dat toch wel in de Middeleeuwen, toen er zoveel kerken, kastelen en paleizen gebouwd zijn? Ze hadden geen vrachtwagens tot hun beschikking, laat staan bouwliften. Alle materiaal moest met paard en wagen worden aangevoerd en de stenen en het cement moest met mankracht naar boven worden gehesen. Ze waren groot en hoog, die kerken en kastelen. Zo'n Sint Jan in Den Bosch bijvoorbeeld met zijn vele bogen en gewelven en de hoge Gotische vensters. Tweehonderd jaar heeft men er aan gebouwd. Een bouwvakker kon er zijn hele leven aan werken en dan was die kerk nog niet klaar. Of het bij de Sint Jan ook gebeurd is, weet ik niet, maar het is een feit, dat de bouw af en toe instortte. Alle berekeningen moesten met het verstand berekend worden - een rekenmachine bestond niet en een rekenfout is gauw gemaakt. Maar manmoedig begon men opnieuw: uur na uur - dag na dag. Dat de afmetingen er niet om logen was deels een gevolg van de na-ijver, die ook de toenmalige steden niet vreemd was. Had stad A een toren van vijftig meter hoog, dan deed stad B er nog eens tien meter bij. Hadden ze in A een kerk met drie altaren? Stad B bouwde een kerk met een omgang rond het hoofdaltaar, waar nog veel meer altaren konden staan. Steeds beter, steeds groter, steeds mooier. Elkaar de loef afsteken, net als nu. Wat dat betreft is er niet veel veranderd. In Toscane ligt een oud stadje, dat je al in de verte kunt herkennen aan zijn silhouet van vierkante torens. Nee, niet van kerken maar van woonhuizen. Zeventig huizen met torens hadden ze daar in de Middeleeuwen. Een rijke edelsmid was ermee begonnen: een toren op zijn huis als teken van welstand. De bouwmeester schaamde zich, dat ie niet zelf op het idee gekomen was: dat werd dus het tweede huis met een toren. En zo ging dat maar door: de stad ging op een woud met bomen van steen lijken. Mooi was het niet - erg stevig blijkbaar ook niet, want de ene toren na de andere stortte in na verloop van tijd. Nu zijn er nog een stuk of zeven torens over van deze vergane glorie. In Frankrijk staat ergens een kasteel, waarvan de balzaal met een lengte van zestig meter, op grote bogen over de rivier de Cher werd gebouwd. Tijdens de oorlog diende deze balzaal als hospitaal voor gewonde soldaten. De ingang, aan de Noordkant, lag in door de Duitsers bezet gebied, maar door de uitgang aan de Zuidkant kwam men in vrij gebied. Dat lukte natuurlijk zo maar niet, want er werd stevig bewaakt door de Duitsers. Desondanks zijn er toch vele mensen gevlucht door deze balzaal. In Beieren regeerde in de vorige eeuw Koning Ludwig II, ook een dromer. Hij ontwierp het ene kasteel na het andere en liet ze ook bouwen van het belastinggeld van zijn onderdanen. Zijn mooiste creatie vind ik Neuschwanstein, een sprookjesslot op een rots hoog in de bergen met een schitterend uitzicht op de Alpen, de Alpsee en zijn geboortehuis Hohenschwangau, een kasteel, dat er ook wezen mag. Neuschwanstein was nog niet helemaal gereed, toen Ludwig als koning werd afgezet. Geen wonder ook als je zo met het staatsinkomen omgaat. Korte tijd later verdronk hij in de Starnberger See. Was hij weer aan het dromen of was er opzet in het spel? In Hautes Rives in de Franse Alpen leefde omstreeks dezelfde tijd een postbode, die Cheval heette. Ook hij zag in zijn dromen steeds een kasteel, dat hij eigenhandig besloot te bouwen. Hij had genoeg ruimte achter zijn huis en een kruiwagen had ie ook. Daar bouwde hij mee als zijn taak als postbode erop zat. Na vijftig jaar had hij een schitterend mini-paleis klaar, dat vele stijlen vertoonde en hier en daar wel wat weg had van de Borobudur. Hij was een geboren kunstenaar en maakte veel beelden voor de nissen in zijn paleis. Alle bogen wemelen van de versiersels en ornamenten en ergens heeft hij op een stijl gebeiteld: 'Dit heb ik, Cheval, zelf gemaakt.' Toen hij met zijn paleis klaar was, bouwde hij nog gauw even een grafmonument voor zichzelf en voor zijn familie op het kerkhof. Hij ligt er al jaren begraven, deze Facteur Cheval van het Palais Idéal. Geen paleis of kasteel, zelfs geen plaats in een herberg was er tweeduizend jaar geleden voor een jonge vrouw en haar man, die met een ezel naar Bethlehem waren gereisd vanwege een volkstelling. Ze vonden nog onderdak in een stal, waar een os aan de kribbe stond. Hun eigen ezel zetten ze er maar bij en de vrouw baarde een zoon in een schamele behuizing. Maar als er nergens plaats is, is een stal al weelde, nietwaar?

*Amber wenst u Prettige Kerstdagen*

*en een Voorspoedig 1996!*





# Prettige kerst & ín gelukkig 1996



**Uitslag kleurplaat en puzzel**

Wat heeft de redactie weer veel kleurplaten ontvangen. Bijna niet te tellen. En we moesten ook nog drie winnaars uitzoeken. Best moeilijk hoor, er lagen ook zoveel mooie kleurplaten. Het is ons uiteindelijk gelukt. De drie winnaars zijn:
Marloes Ordelmans uit Haaksbergen (7 jaar), Joris Jannink uit Haaksbergen (6 jaar) en Pieter van Slobbe uit Aerdenhout (3 jaar). Allemaal veel plezier met jullie prijs. Niet getreurd als je geen prijsje hebt gewonnen. In deze Kroniek zit weer een kleurplaat. Maak hem zo mooi mogelijk en stuur hem op naar: Redactie Grolsch Kroniek, t.a.v. Paula, Postbus 55, 7500 AB Enschede.

**Uitslag puzzel**

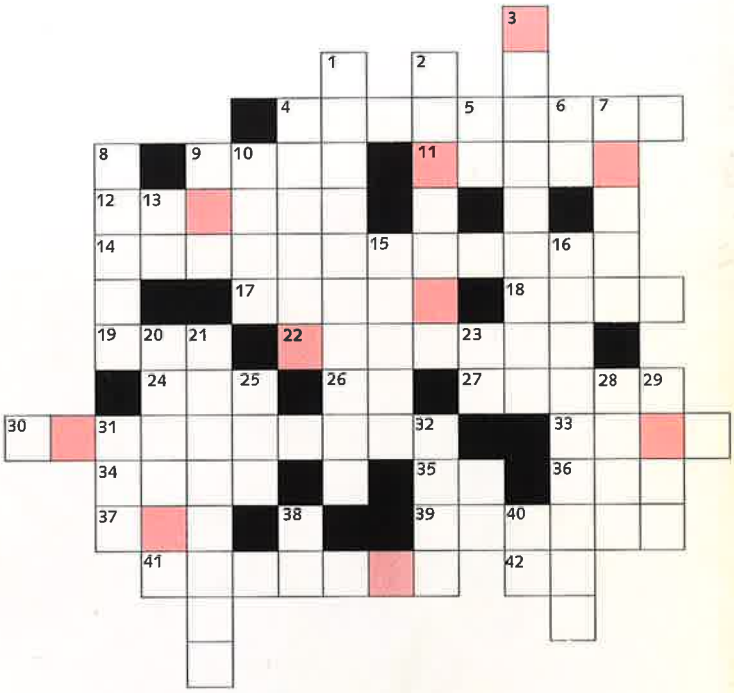
J. Leushuis uit Enschede, J. Postel uit Oldenzaal en W.H.J. ter Haar uit Losser hadden zowel de puzzel als het woord, Groli-limonade, goed ingevuld. Zij hebben hiervoor een prijs thuis gestuurd gekregen.

**Enkele tips**

Om het niet al te moeilijk te maken, geven wij u enkele tips om deze puzzel op te lossen.

- Zonder laatste of eerste, kan duiden op de letters van het alfabet maar ook op de letters van een woord uit een zin.
- Geklutst, verstrooid, verdwaasd, verward etc. betekent dat er een woord uit de zin verdraaid moet worden.
- 'Niet' in een zin wil vaak zeggen dat de letters die ervoor of erachter staan daadwerkelijk uit het woord gelaten moet worden.
- Het woord 'in' in een zin heeft dezelfde betekenis als samen (denk daaraan bij 22 horizontaal).

De letters in de roze vakken vormen tezamen een woord.
U moet, evenals voorgaande keren, het woord en de puzzel goed hebben.



**Horizontaal:**

4. Lichaamsholte met een luchtje (9) 9. Van de verstrooide Bols krijg je een kleurtje (4) 11. Tip de ar samen en je krijgt een bijzonder zoogdier (5) 12. U start samen met de Engelse jongen (6) 14. Die vogels zien niet eens dat ze gegeten worden (12) 17. Kan S.O.S. erin soms problemen veroorzaken(5) 18. 'n lek kan beklemd raken (4) 19. Kookt Wim wel (3) 22. Piet in een rok wacht in dat halletje (7) 24. Polen, en niet meer dan een grasstukje! (3) 26. De eg wordt door u verkeerd gebruikt (2) 27. De stern vliegt verdraaid door de soep (5) 30. U rent minst met dit gereedschap (10) 33. In deze poel hebt u een vergrootglas nodig om het goed te kunnen zien (4) 34. Hij riep verdwaasd om groente (4) 35. Er is een verdwaalde noot (2) 36. Deze bekeuring is dubbel zo lekker (3) 37. Nee anders geen twee (3) 39. Ons vat is net zo stabiel (6) 41. Een vierde deel van de maat is een vogel (7) 42. Zonder de eerste is deze man een meisje (2)

**Verticaal**

1. Vogelkijkers met pijn (10) 2. Onenigheid in de dans (7) 3. Roven uit de kledingzaak (9) 4. Gehoororgaan op de schil geeft rust (6) 5. Hierin is de muzieknoot opgeborgen 6. Hoort erbij! (2) 7. De ruïne is verstoord door de plas (5) 8. In de verstrooide Kasba kun je je sigaret doven (5) 9. Hoest of huil, je kunt een goede hebben (3) 10. Als 'n degen wordt het gebruikt (4) 13. Te lang? Afkorten deze lamp (2) 15. Ze rekken zacht (5) 16. Lichaamsdeel en orkest kunnen samen gescheurd raken (9) 20. Geen aftrek op het nieuwe huis (6) 21. Drank van zanggroepen (8) 23. De verdraaide noot was tegenwoordige tijd (2) 25. Die mensen werken niet (3) 28. De bloem van het meisje (4) 29. Tentamen zonder slotwoord komt in de kraam te pas (4) 31. De esp is een boom inwording (3) 32. Je rolt geklutst over dit kleine mannetje 38. Ra, ra waar is de slee? (2) 40. Varia geeft zonder het meisje een ouder (2)

Naam: _____

Adres: _____

Postcode: _____

Plaats: _____

Leeftijd: _____

