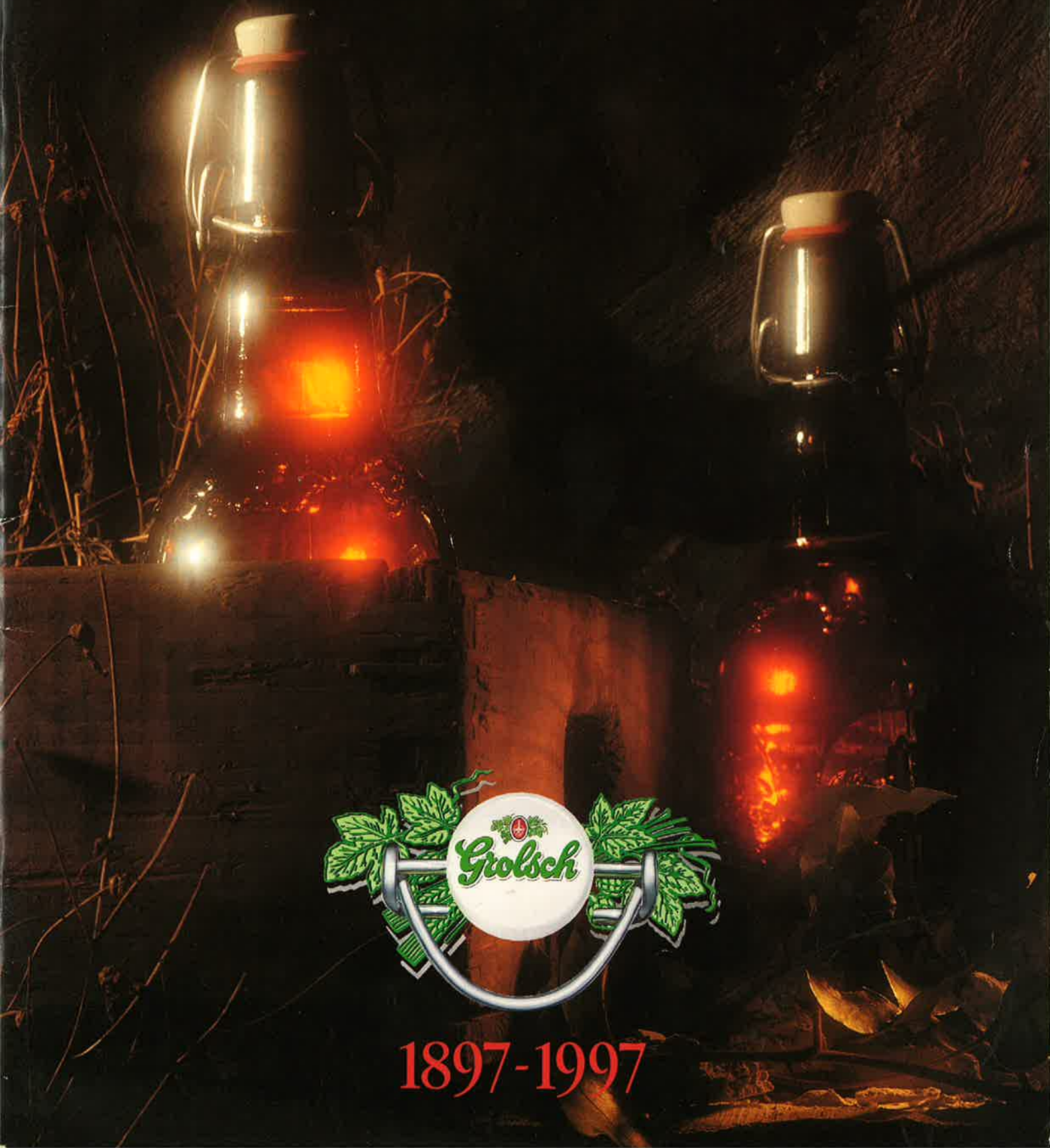


KRONIEK



December 1996 - Jaargang 16 - Kwartaaluitgave voor het personeel van de Grolsche Bierbrouwerij - Nr.4



1897-1997

Van Herfstbok en Wintervorst naar Calixtus en nog verder.

Als u zondagavond de meterstand opneemt van uw gas- en elektriciteitsverbruik en u vergelijkt die standen met voorgaande jaren dan wordt het gevoel, dat u al had, door deze metertjes bewezen: de winter heeft de herfst sneller ingehaald, dan we gehoopt hadden. In november vroor het 's nachts al hier en daar behoorlijk en de eerste sneeuw hebben we ook al in november gezien. Dan is het maar goed, dat we deze lage temperaturen te lijf kunnen gaan met ons heerlijke Herfstbok en sinds enige weken ook met Wintervorst. Direct na de feestdagen kunnen we kennismaken met Calixtus, 'n zeer speciaal bier van Grolsch, afgevuld in beugelflessen. U leest er alles over op de volgende pagina's. Vorige maand leek het net of er naast bier ook een zoetig bakkerij-produkt werd aangemaakt in het brouwhuis. Kaneelstukken werden in een aparte pers vermalen en geperst. Het kaneel-extract dat hierbij vrijkwam, werd in het brouwhuis toegevoegd aan Calixtus. Dat was zeer bijzonder. Enfin, u zult het wel proeven. Over proeven gesproken. Verderop in deze Kroniek zult u de



le aflevering van een serie van drie aantreffen over het onderwerp 'Proeven van Bier'. Dat moet u maar eens rustig lezen. Daarbij komt veel meer kijken dan u denkt. Er wordt trouwens overal geproefd. Op 3 oktober jl. proefden de heren H. Wiegel, H.E. Jonker Roelants en D. Wildeman van het eerste bokbier. Het viel bijzonder in de smaak (zie foto).

Ook bij de Beiaard Groep werd door 31 mensen aan een blind-proeverij meegedaan. Er werden liefst 13 verschillende bokbieren aan een keuring onderworpen. Deze 31 proevers gaven de volgende voorkeuren: Op de 5e plaats: Lindeboom Bokbier, op de 4e plaats: Heineken Tarwebok, op de 3e plaats: Oranjeboom Bokbier, op de 2e plaats: Grolsch Herfstbok 1996, en (let u goed op) op de 1e plaats: Grolsch Herfstbok 1995.

(Over het bewaren van bokbier doen wel meer verhalen de ronde.) Al met al: 'n prima resultaat voor Grolsch; per slot van rekening is Grolsch Herfstbok niet voor niks het best verkochte bokbier van Nederland. Zo, die zit!

En weet u, wat ook zit, of liever nog: staat?

De nieuwe colonne voor eenmalige kroonbeugelflesjes in Groenlo. Met de ingebruikneming van deze colonne is gelijktijdig een einde gekomen voor de oude colonne 3. Die heeft zijn tijd erop zitten. Ook in Enschede is men druk bezig om, op de plaats waar de beugelafvullijn heeft gestaan, een nieuwe pijpjes-colonne te bouwen. Begin 1997 zal ook daar de produktie worden opgestart. Wij zullen u daarvan op de hoogte houden.

Winter '96. Dagen kort, nachten lang. Komt er nog ijs, kunnen we weer schaatsen? Binnenkort zullen we het weten. Ondertussen stappen we bijna het nieuwe jaar weer in en hebben we het 365 dagen lang over '1997'. En wat is nou nog 365 dagen? Hooguit één jaar. 2000 Komt alsmaar naderbij!

De medewerkers van uw Grolsch Kroniek wensen u een zeer voorspoedig nieuwjaar, waarin vele mooie dingen kunnen, mogen en moeten gebeuren.

Redactie

COLOFON

Grolsch Kroniek

Nr. 4, 16^e jaargang, december 1996.

Een driemaandelijks 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.

© 1996 - 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.

Tertio millenio adveniando ...

Over drie respectievelijk vier jaren zullen we belangrijke verjaaringen vieren.

Op 1 januari 2000 zullen velen het glas

heffen op de 21ste eeuw. Dat doen ze

dan een jaar te vroeg want iedereen

die tot honderd kan tellen weet dat de

21ste eeuw begint op 1 januari 2001.

Het jaar 2000 is echter een mooi getal en ook daar kan op gedronken worden. Bovenstaande drie Latijnse woorden met hun welluidende klinkers wijzen ons op het derde millenium dat op 1 januari 2001 begint. Het is pas de tweede keer dat de mensheid bewust naar een volgend millenium overgaat. De periode rond het jaar 1000 was een sombere tijd; de gelijkenissen met de huidige toestand zijn talrijk. De schrik voor kometen en sterrengevechten vinden we nu terug in spectaculaire ontploffingen op Jupiter. De kernramp in Tsjernobyl had tot de monsters kunnen leiden waar men 1000 jaar geleden schrik voor had. Aids is nu de epidemie van deze tijd. De Europese hongersnood van toen vinden we nu in Afrika. Stammenoorlogen woeden nog steeds in het voormalig Joegoslavië en Ruanda. De sekten van nu doen denken aan de ketterijen en de brandstapels van vroeger. Maar er is hoop! Na het jaar 1000 begon immers een periode van grote bloei.

1 januari 2001 is overigens niet over heel de wereld een bijzondere dag: de Islam zit dan in het twintigste jaar van zijn 15de eeuw; de Chinezen en de Vietnamezen in het jaar 4637 en de Israëlieten in het jaar 5761. Toch zijn de komende jaren, al was het maar symbolisch, van groot belang. We kijken terug naar de meest bloedige eeuw sinds het bestaan van de mensheid. In twee wereldoorlogen vielen er meer doden dan in alle conflicten sinds het bestaan van deze aarde. Daar tegenover staat de ons allen bekende spectaculaire technische ontwikkeling terwijl ook op politiek en maatschappelijk gebied ongekende veranderingen plaatsvonden: de verkenning van de nabije ruimte, de kernenergie, de communicatiemogelijkheden, de informatica, de implosie van het communisme, de tanende invloed van de godsdiensten, nihilisme, materialisme... Het is nog maar de vraag of al deze veranderingen echte vooruitgang is.

Zeker is, hoe dan ook, dat in de 21ste eeuw bier zal worden gedronken. Dat is onze grote kans! Maar ook in de brouwerijwereld zal veel veranderen. De kwaliteit zal echt perfect moeten zijn;

we zullen in alle afdelingen veel efficiënter moeten werken; grote investeringen zullen nodig zijn zowel technisch als commercieel in een steeds verder doorgroeiende concurrentie en internationalisatie. We zullen met zijn allen nog veel meer aandacht moeten besteden aan het milieu en bereid moeten zijn beperkingen te aanvaarden. Wij hebben de aarde immers niet geërfd van onze ouders maar geleend van onze kinderen.

Voor 1997 en voor de komende jaren, op weg naar het derde millenium, wens ik u op de eerste plaats 'vrede' toe. Het is uniek dat West-Europa al meer de vijftig jaar geen oorlog meer kent; moge het zo blijven. Als het niet de kinderen zijn die hun ouders begraven maar de ouders die hun kinderen begraven, dan is het pas echt mis. Ik wens u allen ook alle goeds met diegenen die u dierbaar zijn.

J. Troch

1 0 0 0	2 0 0 0
- Kometen/ Sterrengevechten	- Jupiter
- Monsters	- Tsjernobyl
- Epidemieën	- Aids
- Hongersnood	- Afrika
- Stammenoorlogen	- Joegoslavië/Ruanda
- Ketterijen/ Brandstapels	- Sekten

Grolsch gaat al een eeuw door de Beugel.



1897-1997

Wat de Eiffeltoren is voor Parijs, de Big Ben voor Londen en

het Kremlin voor Moskou, dat is de beugelfles voor Grolsch:

een unieke en onafscheidelijke eenheid. De beugelfles is al een

eeuw oud. Uit facturen blijkt dat de Groenlose brouwerij

'De Klok' al in 1897 de halve liter beugelflessen heeft aange-

kocht. Toen werd de beugelfles nog gemaakt van groen glas.

Dat is later bruin glas geworden, maar de essentie van de

beugelfles, nl. de metalen beugel met de porseleinen kop, is

niet veranderd sinds 1897.

Volgend jaar viert onze beugelfles zijn honderdjarig bestaan. Reden genoeg om het symbool van Grolsch eens flink in het zonnetje te zetten. De verjaardag van de beugel wordt gevierd met het uitbrengen van maar liefst zes historische speciaalbieren, afgevuld in beugelflessen. 1997 zal dus de geschiedenis ingaan als 'Het jaar van de Beugel'. Een feest dat op een gepaste wijze gevierd dient te worden. In 1997 introduceren wij in elke oneven maand een uniek speciaalbier. Zij zijn opeenvolgend en maken het jaar 1997 rond. Alle bieren vinden hun oorsprong in de rijke en mooie historie van Groenlo.

Deze zes historische speciaalbieren worden slechts eenmalig gebrouwen en afgevuld in beugelflessen. Elk van deze bieren komt op de markt in een fraaie actieverpakking van vier beugelflessen samen met een uniek beugelglas (collectors item). De gehele operatie wordt uitgebreid ondersteund via reclame op televisie en in bladen. In december worden alle pilskratten voorzien van een folder met daarop informatie over de activiteiten in het jaar van de beugel.

Dit zijn de zes speciale bieren uit Het jaar van de Beugel:



Januari - Februari: Calixtus.

Een Bier om te eren. Calixtus bevat 5,5% alcohol, heeft een donkerbruine kleur en een zachte kanneelsmaak. Door de zeer bijzondere ingrediënten en kruiden, is er een smaak ontstaan die voor een aangename verrassing zorgt in de donkere wintermaanden.

Maart - April: Het Kanon.

Bier dat krachtig nadreunt. Het Kanon is een zwaar Bier dat 11,6% alcohol bevat. De smaak is (uiteraard) stevig en rijk.



Mei - Juni: Twee Zwaluwen.

Want één Bier maakt nog geen zomer. Twee Zwaluwen bevat 5% alcohol. Door de grote verscheidenheid aan bloesems is het een zeer zomers, fruitig Bier.



Juli - Augustus: Lodewijk XIII.

Bier bereid met Champagnegist. Lodewijk XIII is een koninklijk sprankelend Bier met 5% alcohol en is champagnekleurig.



September - Oktober: Picardijn.

Bier uit het houten vat.

Picardijn bevat 6,5% alcohol en is donkerblond van kleur. In de smaak herkent u het eikenhouten vat.



November - December: De Vierde Wijze.

Bier uit het Oosten.

De Vierde Wijze bevat 7,5% alcohol. Door het uitgelezen mengsel van verschillende vruchten is er een lichtrode kleur en een heel bijzondere frisse, fruitige smaak ontstaan.

Achter elk van deze bieren zit een mooi verhaal. Als voorbeeld wordt het verhaal van het eerste uit de serie van zes, Calixtus, beschreven.

Precies honderd jaar geleden vond een brouwer van Grolsch een unieke bekroning voor zijn Bier: de Beugel. Daarom vierten wij de Eeuw van de

Beugel met zes historische bieren in de rijke Grolsche traditie. Dit is het eerste Glas: Calixtus, Een Bier om te eren! De oude Grollenaren wisten hun helden wel te kiezen. Neem Calixtus, de beschermheilige van Groenlo. Volgens de overlevering werd hij als slaaf geboren in het jaar 155. Zijn meester benoemde hem tot bankier, maar hij verloor al het geld en werd tot de tredmolen veroordeeld. Hij kreeg gratie, werd schulden-inner, maar wegens ordeverstoring in een kerk werd hij opgepakt en te werk gesteld in de mijnen van Sardinië. Hij kreeg gratie van de minnares van de keizer (het wordt steeds mooier), bracht het tot Deken en werd in het jaar 217 zelfs Paus.

Maar vanwege zijn vergevensgezindheid jegens afvalligen, overspeligen, moordenaars en slaven werd hij in het jaar 222 door zijn rivalen in een put gegooid, alwaar hij de martelaarsdood stierf. Zo'n man moet je eren, vonden de brouwers van het Grolsche. Daarom heeft Calixtus de hoogste onderscheiding gekregen die Grolle kent: een eigen Bier. Op deze wijze kent elk speciaalbier zijn eigen geschiedenis. Nieuwsgierig...? In de loop van het Beugeljaar wordt alles duidelijk!

J. van Vliet





'n cafeteria

Horeca en Thuisverbruik

In de thuisverbruikmarkt is de positie van Grolsch in de afgelopen 15 jaar flink veranderd. De vertegenwoordigers van toen

60.000 locaties waar bier verkocht wordt.

moesten praten als brugman om de beugelfles of het pijpje in de schappen van de winkels (supermarkten en slijterijen) te krijgen. Tegenwoordig lijkt het vanzelfsprekend dat al onze bieren van Groningen tot Middelburg en van Maastricht tot Den Helder verkrijgbaar zijn. Of dit ook vanzelfsprekend is daar wil ik nu niet verder op in gaan, maar duidelijk is dat Grolsch een stevige positie in het winkelkanaal heeft opgebouwd.

Voor horeca geldt een soortgelijk verhaal. Ook de inspecteurs werken hard om buiten het 'eigen' gebied goede horeca-locaties en -ondernemers te vinden, zodat wij overal in Nederland ons overheerlijke gerstenat kunnen drinken. En natuurlijk vers van de tap!

Tot zover de horeca-locaties, de slijterijen en de supermarkten. Maar u begrijpt er zijn veel meer verkooppunten dan de hiervoor genoemde. In Nederland zijn ongeveer 60.000 locaties waar bier verkocht wordt. In totaal zijn er 35.000 hotels, cafés, restaurants, supermarkten en slijterijen. Dit betekent dat 25.000 verkooppunten nog niet of nauwelijks door Grolsch bezocht worden. Deze verkooppunten noemen wij bij Grolsch de grijze markt (of het niet traditionele kanaal).

De grijze markt

Waar moet u aan denken als we het over de grijze markt hebben? Dat zijn sportkantines, bedrijfskantines, ontmoetingscentra, recreatiecentra, catering, strandpaviljoens, cafeteria's, lunchrooms, benzinestations, vliegvelden, fast food restaurants etc. etc.



'n bedrijfskantine

De gemiddelde verkopen per outlet zijn beperkt, maar door het grote aantal verkooppunten is de grijze markt een grote markt. Ongeveer 20% van alle hectoliters worden in de grijze markt verkocht.

Naast het grote volume van deze markt zijn er nog andere redenen om de grijze markt goed te volgen:



'n lunchroom in een overdekt winkelcentrum

- De consument vertoont heden ten dage een ander eetgedrag dan bijvoorbeeld 15 jaar terug. Hij/zij eet vaker buitenshuis of haalt eten bij de chinees, de pizzeria of de traiteur. Een andere gemakstrend is de kant en klaar maaltijd uit de diepvries of het koelvak.
- De consument is 'in' voor tussendoortjes: een broodje halen bij de croissanterie of een Big Mac eten bij Mac Donalds.



- De consument wil steeds minder moeite doen om de wekelijkse boodschappen in huis te halen. Het liefst laat men de boodschappen thuis bezorgen. Kleine boodschappen worden steeds vaker bij de cafeteria of de benzinepomp gekocht. Uiteindelijk allemaal ontwikkelingen die er toe leiden dat het consumptie- en aankoopgedrag van bier ook verandert.

Grolsch ontwikkelt mee...

Voor Grolsch dus een reden om eind 1995 een projectgroep op te richten om de kansen en mogelijkheden in de grijze markt in kaart te brengen.

De projectgroep bestaat uit de volgende personen: Wiebe Lageveen (Marketing), Wouter Jansen van Velzen en Henk Hazewinkel (Horeca), Marc Schulten en Bert Baron (Thuisverbruik).

De samenwerking tussen deze drie afdelingen geeft gelijk de complexiteit van de grijze markt aan. Want zowel Horeca als Thuisverbruik hebben relaties welke in dit segment actief zijn.

Naast de complexiteit van de kanalen zijn er nog andere zaken welke de

kansen voor Grolsch of bier kunnen beperken:

- Exclusiviteitscontracten met brouwerijen (grote investeringen);
- Veel zelfstandige verkooppunten (individueel benaderen, dus arbeidsintensief);
- Beperkte ruimte: dit geeft slechts de mogelijkheid voor één biermerk;
- Wet- en regelgeving (beperkte verkoopmogelijkheden van bier in benzinestations en scholen).



'n benzinestation



'n station (Utrecht-Overvecht)

De projectgroep heeft de grijze markt in kaart gebracht en aangegeven welke markten zo snel mogelijk benaderd moeten worden. Met name catering, cafeteria's, strandpaviljoens en benzinestations krijgen in eerste instantie de aandacht. Begin november werd de projectgroep uitgebreid met management trainee Coen Koomen. Hij gaat de activiteiten in deze markten verder uitwerken en coördineren.

Bert Baron

De projectgroep 'grijze markt' v.l.n.r.
Marc Schulten, Henk Hazewinkel, Coen Koomen, Bert Baron, Wiebe Lageveen en Wouter Jansen van Velzen.

SIAL D'OR

voor Grolsch

Tijdens de SIAL (Internationale levensmiddelenbeurs in

Parijs) hebben wij op 21 oktober jl. de SIAL D'OR in ontvangst

genomen voor ons produktconcept 'De Vier Jaargetijden'.

De SIAL D'OR is een prestigieuze onderscheiding die door een internationale jury van deskundigen uit de levensmiddelen-distributie uit 21 landen, per land wordt toegekend aan het meest innovatieve en het meest commercieel succesvolle produkt dat in de afgelopen 2 jaar op de markt is gebracht.

Grolsch kan trots zijn op deze SIAL D'OR omdat juist de kritische handel ons erkent als een innovatieve brouwerij die de biercultuur én de bierverkoop op de winkelvloer nieuwe impulsen geeft.

Terecht dus Vakmanschap is Meesterschap.



Drs. J. van den Hoven, directeur huisverbruik, mocht persoonlijk de SIAL D'OR in Parijs in ontvangst nemen.



Regionale Skûtsjesilenactie Bij Poiesz/Poimar Supermarkten

Grolsch en Poiesz dragen Friesland en haar skûtsjes een warm hart toe. Daarom heeft Grolsch een wedstrijd georganiseerd waarbij klanten - met een introduc   een dagje op een sk  tsje konden meevaren. De klanten dienden twee vragen te beantwoorden en de kaart naar Grolsch op te sturen. Elke Poiesz/Poimar winkel kreeg een winnaar, zodat er op 24 augustus zo'n 50 prijswinnaars op het starteiland in het Sneekermeer waren.

Het zag er goed uit: veel wind en zon! Na een kopje koffie met echte Friese oranjekoek werden de gasten over de drie sk  tsjes van Grouw, Sneek en Langweer verdeeld. Ieder droeg een herkenbaar Grolsch-petje, waarvan een aantal helaas in het Sneekermeer zijn beland...

's Ochtends kreeg iedereen behoorlijk de smaak te pakken, dus werd er na de lunch een echte wedstrijd georganiseerd.

De Sneeker Pan, het sk  tsje die ook al vele wedstrijden dit seizoen had gewonnen, lag na de tweede boei voorop en heeft haar koppositie niet meer afgegeven.

Tevreden en rozig van een hele dag op het water werden de gasten op de wal onthaald met een Beerenburger en roggebrood met haring. Grolsch en Poiesz werden door de prijswinnaars persoonlijk bedankt voor de geweldige dag die ze hadden meegemaakt. Gelukkig barstte n   vertrek van de gasten pas de regen los, zodat 'slechts' de organisatoren een nat pak haalden!

Marlies Bodewes
Thuisverbruik

Achterhoek

Arena

Er was eens een prachtig, maagdelijk weiland vlak buiten het dorpje Dinxperlo, nog geen vijftig meter verwijderd van de grens met onze oosterburen.

Het enige wat de rust van dit weiland verstoorde, was de boer die het af en toe nodig vond er een rondje op te rijden in zijn trekker.

Het leven was prachtig voor een weiland in Dinxperlo.

Totdat Burghgraaf Benreadt den Eerste het behaagde juist dit weiland uit te kiezen als centrum van de vrijstaat Groland, waarin de fundamenten werden gelegd voor zijn nieuwe burcht, de Achterhoek Arena.

De Achterhoek Arena (bekende klank?), domein voor feestmeesters, dansridders en schone jonckvrouwen, waar een ieder die zich wil laven aan het koninklijke gerstenat uit Benraedt's kelders, warm wordt onthaald.

Maar wee diegene die de burcht betreedt met als doel er rustig een biertje te drinken!! Want...

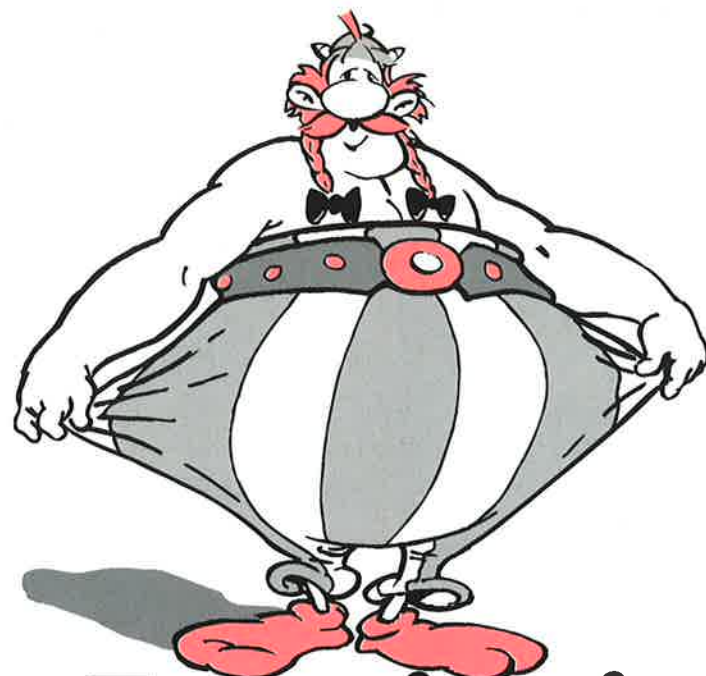
De poortwachters hebben de opdracht iedere binnenkomende stropdas af te knippen. De preekstoelen boven de dansvloer zijn voor een ieder die zijn/haar geliefde toe wil spreken, een goede mop te vertellen heeft, of gewoon zin heeft een lied aan te heffen. Dit wordt voorafgegaan door het luiden van een heuse kerkklok in de nok van het dak. De slechte redenaars, dichters of zangers worden bestraft met enkele minuten schandpaal.

Willem de Onzinnighe, hofnar van Benraedt, gediplomeerd idioot, laat geen kans onbenut om streken met zijn bezoekers uit te halen.

Een avond in de Achterhoek Arena laat zich op papier moeilijk omschrijven, dus reis af naar Groland, voor een bezoek aan het hof van Benraedt den Eerste in zijn prachtige middeleeuwse burcht, de Achterhoek Arena.

Gejo Achtereekte





Logistiek na Obelix & Co

In een eerste artikel in het juni-nummer van de Grolsch Kroniek

over Obelix & Co., het grote logistieke project, hebben we drie zaken toegelicht:

1. Een bedrijf kan alleen maximaal inspelen op de wensen van de klant, indien het over een slagvaardige logistieke organisatie beschikt. Logistiek is de 'cockpit' van de organisatie.

2. Het brouwen van steeds meer soorten bier in steeds meer verpakkingsvarianten vergt het continu oplossen van een puzzel: een doelmatige planning kan ervoor zorgen dat de fiches in elkaar passen.

3. Een efficiënte logistiek voorkomt veel onnodige kosten. In dit tweede artikel zullen we nader ingaan op het project zelf, de inpassing of de verandering, alsmede de (toekomstige) opbrengsten. We doen dat middels een gesprek met Andries de Groen, directeur Logistiek.

Wat moeten we ons voorstellen bij het project Obelix & Co.?

Dat is moeilijk in een paar woorden te zeggen. Laat ik eerst aangeven wat het niet was: Het project Obelix & Co. was niet een uitvloeisel van een concept dat een logistieke geleerde op een achterkamertje met boekenwijsheid ontworpen had. Integendeel. De basis was de bestaande praktische situatie op logistiek gebied in onze brouwerijen in Enschede en Groenlo ongeveer een jaar geleden. Een tweede belangrijk uitgangspunt

vormde het gegeven dat we alle betrokken medewerkers bij het tot stand brengen van verbeteringen wilden inschakelen. Dus iedereen, die vanuit zijn functie rechtstreeks of indirect met logistiek bezig was bij productie, commercie, automatisering, enz. We zijn begonnen met het formuleren van een heldere doelstelling, namelijk 100% tevreden klanten.

Daarna hebben we in diverse groepen de bestaande knelpunten in kaart gebracht. Iedereen kon uit eigen ervaring aangeven wat naar zijn inzicht niet

goed liep, bijvoorbeeld op het gebied van orderverwerking, de afgifte van goederen, de aansturing van afvullingen, het opstellen van laadplannen en zo kan ik nog wel even doorgaan.

Na afronding van deze inventarisatie is een werkgroep gevormd, waarin direct betrokken leidinggevenden zaten.

Vervolgens zijn vier actieteams (voor de samenstelling zie het kader) samengesteld: Inkoop, Planning, Voorraadbeheer en Fysieke Distributie.

Deze actieteams hebben de knelpunten 'vertaald' naar hun eigen gebied en omgezet in tientallen verbeteringsprojecten. Deze hebben geresulteerd in een nieuwe logistieke werkwijze, die daarna stap voor stap is ingevoerd.

den vooruit kijken en vertalen in een 'rolling forecast', dus een voortschrijdende inschatting.

Deze heb je nodig om op jaarbasis ongeveer te weten wat je nodig hebt aan bierbereidings- en afvulcapaciteit, maar bijvoorbeeld ook aan transport en verpakkingsmaterialen.

Het tweede wat je doet is de inschatting steeds meer verfijnen naar de werkelijkheid. Zo wordt het jaarplan



Andries de Groen, directeur Logistiek

Werkgroep

A. de Groen
H. Smelt
M. Commandeur
J. Rotter
G. Oudejans
A. Prins
I. Menting
R. Schuurman
G. Hekelaar
P. de Koning

Inkoop

H. Smelt
H. Heinen
T. Beernink
T. Heinsmann
B. Florijn
J. Surie
P. Assen
J. Oostendorp

Logistieke Planning

A. de Groen
T. Beernink
B. Dietrich
L. te Woerd
H. Plaggenborg
E. Kouwen
R. Prinsen
G. Oudejans
O. de Boer

Voorraadbeheer

J. Rotter
H. Zwerink
R. Berentsen
J. Sloterdijk
O. de Boer
W. Vermeulen
G. Oudejans
M. Niehof

Fysieke Distributie

M. Commandeur
R. te Molder
H. Grunder
G. Blokvoort
R. Oude Avenhuis
W. Gude
E. Kouwen
H. Plaggenborg

Wat doen we nu anders dan in het verleden?

We hebben nu een nieuw planningsmodel, dat in stappen logisch is opgebouwd. Hiermee willen we onze marktinschattingen uiteindelijk omzetten in een zo nauwkeurig mogelijk productieplan. Dat gaat als volgt: Je begint met een 'voorspelling' wat in de komende 12 maanden door onze klanten besteld zal worden. Dat kan natuurlijk niet anders dan een grove en globale aanname zijn. Deze hoeveelheid wordt terugvertaald in een hoofdproductieplan. Met het voortschrijden van de tijd ga je twee dingen doen: steeds 12 maanden

per kwartaal nauwkeuriger gemaakt. Daarna wordt een planningshorizon gemaakt voor de komende 6 weken, die per week wordt bijgesteld. Naarmate de tijd voortschrijdt wordt de werkelijke ordersituatie steeds concreter. Voor de afvulcapaciteit moeten we nog meer verfijnen tot 5 dagen. Dit is de vaste periode, in vakjargon 'frozen window', waaraan niet meer getornd mag worden. Je kunt nu precies inplannen welk volume van welk produkt in welke verpakking op welke afvulmachine wanneer voor welke klant gereed moet staan voor aflevering.

Wat zijn de echte voordelen hiervan?

Dat zijn er vele. Op de eerste plaats meer zekerheden. Er is niets tegen om af en toe op het allerlaatste moment eens te improviseren omdat dit echt niet anders kan, maar een zekere rust tijdens het afvullen werkt veel beter.

Ten tweede: wij kunnen nu onze bierbereiding beter aansturen.

Een derde, niet onbelangrijk voordeel, is een efficiëntere informatiestroom naar onze toeleveranciers.

Deze kunnen de verpakkingsmaterialen op tijd afleveren, waarmee we te hoge voorraden in de brouwerij vermijden.

Zo worden de prestaties in de hele logistieke keten niet alleen verbeterd, maar wordt op alle fronten ook geld bespaard.

Welke organisatorische aanpassingen zijn hieruit voortgevloeid?

Binnen de nieuwe afdeling Material Management onder leiding van Tinka Stertefeld zijn nu alle planningsactiviteiten gegroepeerd, naast alle activiteiten op het gebied van voorraden en voorraadbeheer. De afdeling Fysieke Distributie, waarvan Martin Commandeur het hoofd is, is aangepast. Er is nu een duidelijke afbakening tussen het interne en externe transport. Hierin is tevens de bestaande afdeling Centrale Order Entry ondergebracht.

Bij de afdelingen Inkoop van Henk Smelt en Verpakkingsontwikkeling van Jos Oostendorp zijn kleinere veranderingen doorgevoerd.

Zijn er al merkbare resultaten gescoord?

Je ziet bijvoorbeeld dat in Groenlo de voorraad blik van 14 dagen is gereduceerd naar 5 dagen. Deze voorraad staat nu bovendien vlak bij de afvullijn. Dit scheelt heel veel in onnodige handelingen en dus geld. Dit gaat trouwens ook op voor de voorraad eenmalige flessen ten behoeve van export.

Nog belangrijker is dat we nu meer betrouwbare afspraken met onze klanten kunnen maken. Een reeks klanten in het binnenland kunnen we nu binnen 6 uren beleveren.

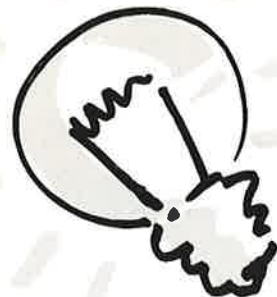
Een ander voorbeeld: Je ziet beslist de voordelen van meer 'rust' in de filterkelders in Enschede en Groenlo, nu met de vaste planningsperiode van 5 dagen de volgorde beter vaststaat.

De nieuwe werkwijze is vastgelegd in ISO 9000 om de systematiek te borgen. Je moet voorkomen dat verbeteringen na verloop van tijd weer wegzakken. Aan de andere kant realiseren we ons heel goed dat we er nog niet zijn. Een verbeterings-traject gaat in feite altijd door, zolang de doelstelling van 100% tevreden klanten niet gehaald is.

Een vaste planning heeft toch ook nadelen. Hoe groot is het gevaar voor een zekere starheid?

Natuurlijk moeten we daartegen waken. We werken nu een paar maanden met de nieuwe systematiek. We halen daar de kinderziektes uit. Logistiek moet aan de ene kant zorgen voor relevante gegevens en een preciese planning, maar tegelijk een dynamisch proces blijven. Het grote voordeel is dat de mensen zelf in feite de nieuwe werkwijze ontworpen hebben. Er is met veel enthousiasme meegewerkt. De soms forse veranderingen zijn geaccepteerd en worden gedragen door de organisatie. Ik wil iedereen daarvoor een groot compliment geven.

C. Dubbeldam.



De bus van Groenlo

Aanmoedigingspremies:

M.G.J.M. Overbekking

A.J.H. Asschert

J.G.T. Gebbinck

J.G.M. Stöteler

W.L. Papen

F.A. Papen, twee maal.

B.F.M. Abbink

Beloonde ideeën + korte omschrijvingen:

De heer P.J. Ottink stelde voor dat de transportbaan moet stoppen zodra er een pallet passeert waarvan de krimphoes te klein is. Dit idee is gerealiseerd door het plaatsen van een fotocel met hoogte-afstelling tussen de hoezenautomaat en de krimptunnel.

De heer J.W. Heutink ontvangt een beloning voor zijn opmerkingen over de verlichting op de parkeerplaats. De lantaarns zullen worden verhoogd tot 1,5 meter hoogte en de begroeiing zal laag worden gehouden.

De heren J. Beking en A.M. Reyerink werden beloond voor hun idee om een rail te plaatsen over de gehele

breedte van de spoelmachine en de uitdrukker beweegbaar te maken.

Door deze laatste te laten werken op luchtdruk kunnen de flessencups gemakkelijker worden verwijderd, waardoor hand- en polsproblemen worden voorkomen.

Mevrouw E.C.M. Everink stelde voor een beschermkap aan de achterzijde bij de ringcontrole van kol. 1 te maken ter beveiliging van de voeten. Dit was een goed veiligheidsvoorstel en is als zodanig uitgevoerd.

Mevrouw E.C.M. Everink ontving nog een beloning voor haar idee over het plaatsen van een lagere container voor de opvang van oude en kapotte flessen. Hierdoor valt er minder glas naast de container.

De heer W.L. Papen diende een idee in m.b.t. het reinigen van de nieuwe kratten. De krattenwasser is zodanig gewijzigd dat de machine stopt zodra er geen spoelwater is.

De heer H.T.M. Goossens kreeg een beloning voor zijn idee om RVS-geperforeerde platen op de bodem van de bakken te plaatsen waarin op kol. 1/6 de beugels en ringen worden bewaard. Hierdoor liggen de ringen en beugels niet meer in het water.

De heer B.F.M. Abbink ontving een aanvullende beloning op een idee uit

1992, het plaatsen van 4 fotocellen op de afruimer van kol. 4 ter beveiliging tijdens het pakken van het raamwerk.

De heren A.J.A. Assink, Y. Aslan, M.G.J.M. Overbekking en mevrouw Kormelinck dienden samen een idee

in om op ter plekke van de ringen beugels te maken aan de buitenkant van de baangeleiding zodat de bakken met ringen en beugels niet meer kunnen vallen. Ook is de ruimte tussen de geleiding en de platen volledig afgedicht.

De heer A.J.A. Assink ontving ook een beloning voor zijn idee om de insputting vast te zetten met enkele roestvrijstalen beugels, zodat deze altijd exact in het hart van de flessenhals spuit.

De heer F.K. Szabo diende het idee in om door aanpassing van een bestaande leiding in de filterkelder tegelijkertijd te kunnen pasteuriseren uit tank 1217-1218 en de weekendreiniging van de lagerkelders op te starten.



Met Grolsch in Zuid Afrika de lucht in



In juni 1996 heeft een door Grolsch gesponsord historisch vliegtuig meegedaan aan een vliegace in Zuid Afrika. Deze race vond plaats in de plaats Ladysmith in Kwa Zulu Natal. Het vliegtuig was voorzien van Grolsch logo's. Ook na de race vloog het Grolsch vrij rond; nu ging het echter om het bier.

Grolsch advertentiecampagne in Rusland

Rusland is bezig zich te ontwikkelen als een belangrijke markt voor import bieren. Dankzij de Perestroika staan de winkels vol met diverse westerse biermerken en de strijd om de voorkeur van de consument is begonnen. In St. Petersburg is daarom gedurende twee maanden een billboard reclame-campagne gehouden. Deze stad met zijn rijke cultuur en historie is een erg interessante markt voor Grolsch. Naast 5 miljoen inwoners wordt deze stad ook door veel toeristen bezocht, een enorm aantal potentiële Grolsch consumenten dus. In 100 verlichte reclamezuilen was de Grolsch reclame te zien met de russische tekst 'Kies voor Kwaliteit'



Summerblond veroverd Bretagne



Bretagne is één van Frankrijks populairste vakantiegebieden en wordt ieder jaar door vele toeristen bezocht. Engelse, Duitse en Nederlandse toeristen komen naar dit prachtige stukje Frankrijk voor de mooie kust, de schitterende stranden, het lekkere eten en natuurlijk voor Grolsch Summerblond. Deze zomer was Summerblond werkelijk overal te vinden: op de camping, in de supermarkt en in een aantal populaire horeca gelegenheden. Onze dochteronderneming Bieres d'Europe, die voor de verkoop van Grolsch in Frankrijk verantwoordelijk is, had samen met één van haar distributeurs een aantal Summerblond promotie avonden georganiseerd. Alle deelnemende bedrijven waren aangekleed met speciaal Summerblond promotie-materiaal en consumenten konden Summerblond prijzen zoals T-shirts en zonnebrillen winnen.

Alle avonden werden drukbezocht en iedereen was erg enthousiast over dit voor Frankrijk nieuwe Grolsch produkt.

Richard Quélo



Summerblond bier van de maand in Finland



Gedurende de maand juli is Grolsch Summerblond (de internationale versie van Zomergoud) door de 'Association of Beer Restaurants' in Finland uitgeroepen tot bier van de maand. Grolsch Summerblond werd op meer dan twintig punten in Finland getapt. Dit was een enorm succes. In een compleet nieuwe markt voor Grolsch werd Summerblond zeer gewaardeerd. Er waren alleen twee kleine problemen: Grolsch was uitverkocht in de meeste restaurants en de Nederlandse glazen werden te klein bevonden door de Finnen. Zij drinken Summerblond liever uit halve liter glazen.



Tapbier in Kreta

Grolsch heeft deze zomer tapbier geïntroduceerd in Kreta. In mei is hiermee gestart en in augustus telde Kreta al 70 Grolsch tappunten. Deze punten draaien met groot succes. De aandacht wordt op Grolsch gevestigd door mid-

del van buitenlichtbakken. Na deze goede start, wordt een verdere groei verwacht in 1997. Dit maakt Kreta één van de snelst groeiende mediterrane markten voor Grolsch.

De Grolsch Concert Series in de Verenigde Staten

Het Oosten van New York's Long Island is niet alleen dichterbij Nederland dan de rest van het Amerikaanse continent, maar is tevens de thuisbasis van een aantal exclusieve strand gemeenschappen. Dit worden de 'Hamptons' genoemd. Onder de gasten die hier in de zomer verblijven zijn veel prominenten uit het bedrijfsleven en de wereld van kunst en cultuur. Voor deze gasten worden festiviteiten georganiseerd in de Guild Hall in East Hampton. Deze zomer zijn in de Guild Hall voor het eerst de Grolsch Concert Series georganiseerd. Sommige mensen in het publiek waren net zo beroemd als de sterren op het podium. Dit heeft bijgedragen aan de sfeer en de publiciteit. Van eind mei tot en met eind juli heeft Grolsch zijn naam gegeven aan een spectaculaire serie van concerten met wereldsterren, zoals Elvis Costello, Rosemary Clooney, de Robert Cray band en Billy Joel.

THE GROLSCH CONCERT SERIES MEANS
WORLD CLASS ENTERTAINMENT...



Aan de Eibergseweg 10 te Groenlo is het kantoor van onze brouwerij gevestigd. Het in de begin jaren dertig gebouwde pand, was van oudsher een woonhuis met een beperkte kantoorruimte. In de loop van de jaren is het pand verbouwd tot kantoor. Binnen de muren van dit kantoor waren vele



In de nieuwe spreekkamer is meer lucht en licht gebracht.

Komt tijd, komt de verbouwing kantoor Groenlo.

afdelingen ondergebracht, zoals commercie, administratie (fin. en loon), bedrijfsbureau, expeditie, P&O, Hfd. TD en tekenkamer Wtb/Eltd en een directiekamer.

Door de sterke groei van Grolsch werd het noodzakelijk om de diverse afdelingen in Enschede te centraliseren. Toch bleven er een aantal afdelingen permanent gehuisvest. Zo zijn er op dit moment ondergebracht: het kantoor van de heren D. Meijer en A. de Groen, de afdeling P&O, het secretariaat plant-management, de telefoniste-receptioniste met bijbehorende balie-verkoop van de Grolsch-artikelen, het kantoor van J. Denissen en de afdeling inkoop.

Waarom verbouwen??

Het pand ademde de nostalgie van de tijden van weleer, met z'n voor die tijd moderne lambrizing en kleuren van beige en donkerbruin. De indeling van de beschikbare ruimten zijn in onze tijd niet meer acceptabel. Dit gold met name voor de afdeling Inkoop die samen met de receptie één ruimte deelde. In deze situatie was er absoluut geen sprake van 'privacy' en 'rust'. De balieverkoop, waar de consument zijn glazen, t-shirts, etc. kan kopen, stond in open verbinding met de afdeling Inkoop.



Bij binnenkomst valt de receptie meteen op door haar strakheid en doelmatigheid.

De postverdeling werd in ditzelfde vertrek geregeld zo ook de centrale fax, het magazijn(tje) voor de reclame-artikelen, kortom een echte ontmoetingsplaats.

Zoals bij het brouwen van Grolsch bier het gezegde 'haastige spoed is zelden goed' van toepassing is, gold dit ook voor de besluitvorming over deze verbouwing. Vanaf begin '93 was reeds de wens uitgesproken een wijziging door te voeren in deze situatie. Vele plannen zijn gemaakt; tekeningen en calculaties hebben er uiteindelijk toe geleid dat in juni 1996 de investering hiervoor werd goedgekeurd.



De afdeling Inkoop beschikt nu over haar eigen, praktische ruimte.

Het nieuwe postvak is van 2 kanten bereikbaar.



Toen men mij vroeg om voor de Grolsch Kroniek een stukje te schrijven over deze verbouwing waren er voor mij een aantal overeenkomsten tussen het brouwen van Grolsch bier en deze verbouwing.

Namelijk de begrippen: Vakmanschap, Kwaliteit en Tijd. De verbouwing is grotendeels door eigen medewerkers uitgevoerd, met grote toewijding en met de hoofdletter 'V' van vakmanschap. Kwaliteit, een begrip waar niet aan wordt getornd, degelijkheid en uiterste zorg bij de uitvoering. Tijd, men zegt altijd: 'Het wordt eerst slechter voordat het beter wordt'. Maar als de dagelijkse werkzaamheden gewoon doorgaan, is het niet prettig als er veel werklieden rond je bureau

aan het werk zijn (dit is waarschijnlijk ook wederzijds), want na 8 weken was de verbouwing een feit.

Het resultaat mag er dan ook zijn.

De entree, twee spreekkamers, een nieuwe balie voor de telefoniste/receptioniste en de afdeling Inkoop hebben een volledige facelift ondergaan. Een frisse uitstraling, met kleuren van deze tijd. Al met al zeker de moeite van het wachten waard en voor velen een verbetering van haar of zijn werksituatie.

Bent u in de buurt, kom gerust kijken en oordeel zelf.

Hans Heinen
afdeling Inkoop

Enschede

Nieuwe medewerkers

Nijsink, Hendrikus-Jan Ernst Jan

Geboren 16 november 1967
te Vriezenveen.
Wonende te Hengelo aan de
Geerdinksweg 68.
Functie: Inspecteur
afd. Horeca District Oost.
In dienst 01-10-'96.



Hensema, Harold

Geboren 2 mei 1968 te Hengelo.
Wonende te Enschede aan de
Wilhelminastraat 107.
Functie: Applicatiebeheerder
afd. Export.
In dienst 01-11-'96.



Gijzen van, Coenraad Martinus

Geboren 10 november 1969 te
Dordrecht. Wonende te Enschede
aan de Tusveldburg 34.
Functie: Management Development
Trainee afd. Logistiek.
In dienst 01-10-'96.



Burg van den, Daniël Petrus Johannes

Geboren 12 mei 1973 te
Noordwijkerhout. Wonende te
Enschede aan de Laaressingel 22-9.
Functie: Management Development
Trainee afd. Export.
In dienst 04-11-'96.

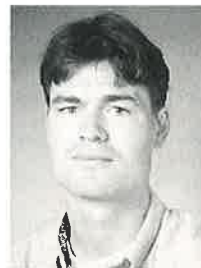
Bersee, Marco

Geboren 16 april 1969 te Amsterdam.
Wonende te Enschede aan de
Van Loenshof 28.
Functie: Logistiek Assistent
afd. Export.
In dienst 15-10-'96.



Koomen, Coenradus Petrus

Geboren 31 december 1969 te
Waddinxveen. Wonende te Enschede
aan de Walhofstraat 53.
Functie: Management Development
Trainee. afd. Thuisverbuik.
In dienst 04-11-'96.



Wijk van der, Aldert

Geboren 18 februari 1957
te Apeldoorn.
Wonende te Hilversum aan de
Goudwespmeent 88.
Functie: Regiomanager
afd. Export. In dienst 15-10-'96.

Kottink, Henricus Albertus Maria

Geboren 12 mei 1964 te Geesteren.
Wonende te Geesteren aan de
Geermansstraat 77.
Functie: Inspecteur
afd. Horeca District Oost.
In dienst 01-11-'96.



Promoties & benoemingen

Groenlo

Bomers, R.H.J.M.

per 01-10-'96
Chef magazijnen HTTS en Exportreclame.

Uit dienst

Enschede

Weele ter, G.J.

Uit dienst 09-10-'96 wegens het berei-
ken van de pensioengerechtigde leef-
tijd.

Snijders, A.J.

Uit dienst 10-10-'96 wegens het berei-
ken van de pensioengerechtigde leef-
tijd.

Homan, M.P.C.

Uit dienst 25-01-'96 wegens het berei-
ken van de pensioengerechtigde leeftijd.

Hoefsloot, G.M.

Uit dienst 15-11-'96.

Franse, F.P.

Uit dienst 30-10-'96.

Jubilea

Enschede

Cera, I.

25 jaar in dienst op 20-09-'96.
Receptie 03-10-'96.

Stinenbosch, K.B.

25 jaar in dienst op 04-10-'96.
Receptie 03-10-'96.

Ooijen van, T.H.C.

25 jaar in dienst op 18-10-'96.
Receptie 31-10-'96.

Scholten, F.

25 jaar in dienst op 01-11-'96.
Receptie 20-11-'96.

Meijer de, J.J.H.

25 jaar in dienst op 15-11-'96.
Receptie 20-11-'96.

Oude Luttikhuis, F.J.

40 jaar in dienst op 08-10-'96.
Receptie 24-10-'96.

Pijl, C.

Per 01-10-'96
uit dienst met de Ouderenregeling.
Receptie 27-09-'96.



Jubileum kalender

Groenlo

Ewouds, C.

Uit dienst met de ouderenregeling.
Receptie 13-12-'96.

Senioren.

Nieuwjaarsreceptie
17-01-'97.

Huinink, H.P.J.

25 jaar in dienst.
Receptie 15-01-'97.

Oosterholt, G.H.F.

25 jaar in dienst.
Receptie 24-01-'97.

Uem van, J.W.

25 jaar in dienst.
Receptie 06-03-'97.

Hesselink, F.A.

25 jaar in dienst.
Receptie 13-03-'97.

Frank, J.W.

25 jaar in dienst.
Receptie 18-04-'97.

Luttikholt, G.J.

Na 40 dienstjaren in de Vut.
Receptie 06-05-'97.

Gelinck, T.F.

Na 40 dienstjaren in de Vut.
Receptie 29-07-'97.

Barmantloo, J.C.

25 jaar in dienst.
Receptie 31-07-'97.

Klein Tank, F.B.M.

25 jaar in dienst.
Receptie 28-08-'97.

Uit dienst

Groenlo

Spekschoor, W.J.

wegens het bereiken van de pensioen-
gerechtigde leeftijd op 25-12-'96.

Van Uum, T.A.

wegens het bereiken van de pensioen-
gerechtigde leeftijd op 27-12-'96.

Terugblik

Groenlo

Nieuwenhuis, R.H.B.M.

25 jaar in dienst.

Receptie 14-11-'96.



Kaartuitslagen

Enschede

7 oktober 1996

Hartenjagen

- | | |
|---------------------------|-----------------------------------|
| 1. P. Ordemans 176 punten | 2. C. Asbroek 192 punten |
| 3. W. Kelder 199 punten | poedelprijs M. Wilbers 272 punten |

Kruisjassen

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------|
| 1. H. Kraaijenvanger 4104 punten | 2. T. Drenth 4041 punten |
| 3. J. Benneker 3942 punten | poedelprijs J. Stam 3069 punten |

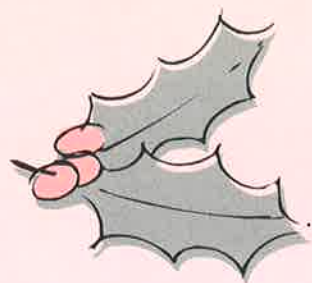
11 november 1996

Hartenjagen

- | | |
|-------------------------------|----------------------------------|
| 1. G. van Raaij 147 punten | 2. J. Middag 189 punten |
| 3. Mw. T. Benneker 196 punten | poedelprijs A. Hummel 295 punten |

Kruisjassen

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1. H. Olde Daalhuis 4070 punten | 2. Mw T. Kosse 3999 punten |
| 3. J. Benneker 3937 punten | poedelprijs H. Kraaijenvanger 3024 punten |



Koken met Aafje Een bierige Kerstsous

Ingrediënten:

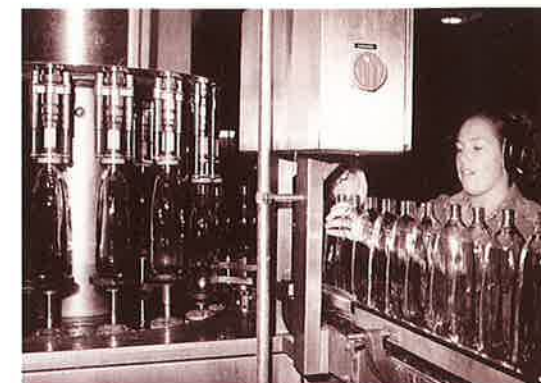
- 1 flesje Grolsch Wintervorst
- 2 perziken (vers of uit blik)
- 2 peren
- 5 grote tomaten
- 2 rode uien
- 1 uitgeperste teen knoflook
- 1 grote verse rode peper
- 130 gr. rietsuiker
- 1 tl. zout
- 4 kruidnagelen
- 2 kaneelpijpjes
- verse koriander
- 1 rode ui in ringen

Bereiding: dompel de perziken en tomaten in heet water; houd ze daarna onder de koude kraan en pel ze. Snipper de uien. Schil de peren. Hol de tomaten uit, ontpit de Spaanse peper (hoeft niet als je van pittig houdt) en perziken en snijd de klokhuizen uit de peren. Doe de groenten en vruchten in een mengbeker en maal het geheel tot puree. Doe de kruidnagelen en kaneelpijpjes in een kaasdokje en leg dit bij het mengsel, voeg daaraan toe de uitgeperste knoflook, Grolsch Wintervorst en de rietsuiker.

Laat dit alles, met toevoeging van zout voor de smaak, 3 uur zachtjes doorkoken. Vervolgens in een pot gieten en afsluiten. Deze saus is erg lekker in een gemengde groene salade met noten die in een beetje olie zijn gebakken. Garneer de salade met rode uienringen en fijgesnipperde koriander.

Eet smakelijk

Ooit, in het verre verleden, had de Grolsche Bierbrouwerij te Groenlo, naast de produktie van bier, ook die van limonades ter hand genomen. 'De Groen Limonades' was 'n begrip in die tijd. Later werd voor de limonade de merknaam Groli geïntroduceerd. 'n Fatale brand in 1972 betekende in één klap het wegvallen van het totale limonade-assortiment. De fabriek werd niet meer herbouwd. Edoch, er was één uitzondering en dat was de limonadesiroop. Om onze trouwe vaste klanten die service te bieden, waar zij om vroegen, vulden wij de Groli-limonadesiroop maandelijks af in 4 smaken: 1. Sinaasappel; 2. Grenadine; 3. Citroen; 4. Framboos.



De laatste flessen werden op 10 oktober vol ijver gevuld.



Literflessen Groli met grenadine lopen achter elkaar naar de inpakker.

Vaarwel Groli

Ingehouden nervositeit maakte zich meester van de ploeg die op 10 oktober jl. aan de Groli-colonne (ookwel colonne 7 genoemd) het werk ter hand nam. Naast de colonne was een receptie-boek neergelegd, waarin bezoekers hun blijk van belangstelling konden vastleggen op deze gedenkwaardige dag.

Dit jaar werden er toch nog zo'n 150.000 flessen afgevuuld. Colonne 7, die in 1987 in gebruik was genomen, heeft het dan toch nog bijna 10 jaar volgehouden. 6 Man bedieningspersoneel + 1 heftruck waren goed voor 2.000 hele liters per uur. Maar dat is nu definitief afgelopen.

Om precies 11.30 uur werd de laatste fles gevuld, die daarna in de laatste gele Groli-kraan de bottellijn verliet. Hiermee werd 'n tijdperk afgesloten. Vanaf nu houden we ons alleen nog bezig met bier, bier en nog eens bier. Vaarwel Groli.



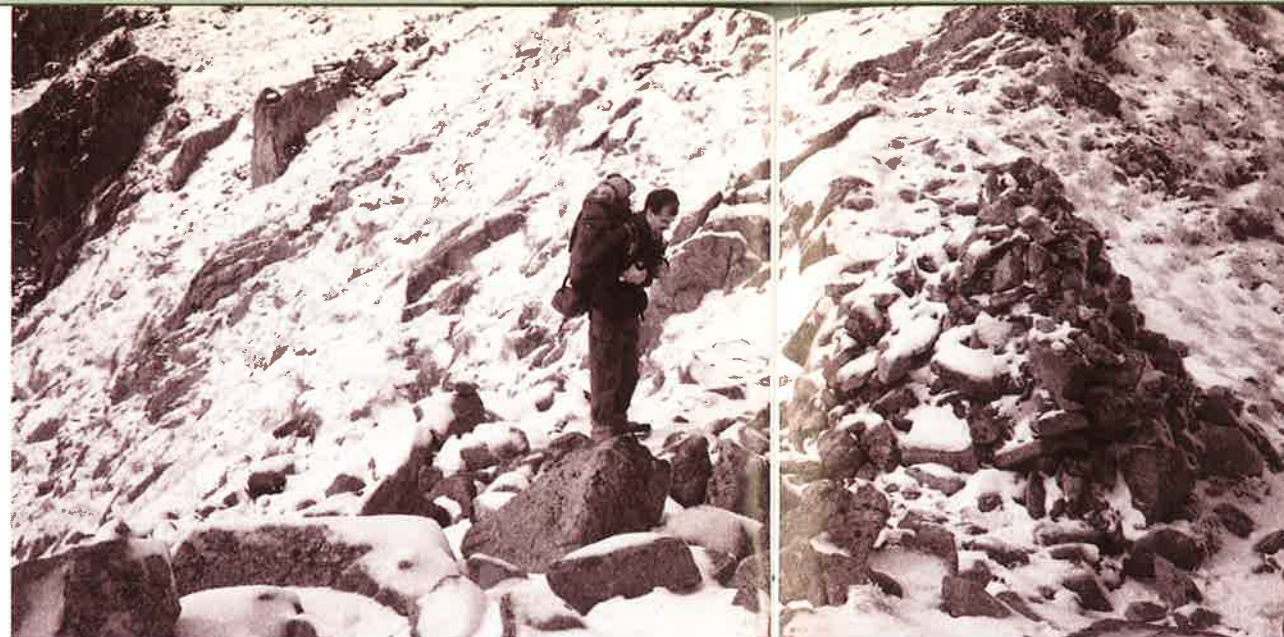
De volledige ploeg, van colonne 7 ging op de foto met de allerlaatste fles Groli-grenadine.

Vorig jaar na afloop van onze wandeltocht in Tsjechië, kondigden wij een tocht aan naar het land van Vivaldi. Inmiddels zijn de 4 jaargetijden gemeengoed geworden, daarom kozen wij voor de hoge toppen en kruidige dalen van de Pyreneeën.

'Grolsch medewerkers op eenzame hoogte!'

Op zaterdag 21 september jl. vertrokken Niels Schotanus, Jaap Sandijck, Peter van Rooijen en Erwin de Wit zuidwaarts naar Frankrijk. Het reisdoel was het berggebied op de grens tussen Frankrijk en Spanje, 14 uur treinen in de internationale trein, de Thalys en de TGV. Tijd voor verkenning van de Franse horeca hadden wij tijdens onze tussenstop in Toulouse. Een oude stad met veel horeca-bedrijven met tapbier: Adelscott, 33 Export, Kronenbourg en Heineken. Onze bestelling luidde keer op keer: 'pas de 'eineken'. De avond van aankomst, zondag 22 september, ruim 1100 km zuidelijker voor de laatste keer in een bed geslapen tijdens de overnachting in Merens les Vals, de bijna laatste treinstop voor Andorra.

De 4 wandelaars bij hun stenen hut, Refuge de Berger des Besines.



De volgende ochtend, maandag 23 september, fris van start gegaan en geklommen van ruim 1000 meter naar ruim 1800 meter. Tijdens de koffiepauze hebben wij het wereldrecord 'zelfgebakken Aafjes appeltaart eten op grote hoogte' gebroken.

Lopend in de sneeuw een reusachtige vos gezien. Al gauw werd het duidelijk dat we van bier en horeca verlaten in de natuur opgingen en de frisse herfst van de Pyreneeën opsnoven.

De eerste loopnacht ons kamp opgeslagen in een Refuge de Berger des Besines, geen café, geen winkel, alleen wij in een stenen hut met bedstee, openhaard en 1 raam. De volgende ochtend, dinsdag 24 september, met goede moed verder, de illusie achterlatend nog een herberg met welk merk bier dan ook te zullen tegenkomen.



Omhoog geklauterd, de GR10 volgend, tot 2400 m hoogte, sneeuw, veel sneeuw, onzichtbare bergpaadjes, glibberen en glijden, tegen de middag een roedel wilde gemzen (=Isard) gezien. Aangekomen bij een hooggelegen bergmeer ons bivak opgeslagen in Refuge Etang de Lanous. Wanneer je de boomgrens bereikt in de Pyreneeën dan ben je allang de biergrens gepasseerd! In de berghut was wel een openhaard, hout hebben we op deze hoogte echter niet gevonden. Geen mens te zien, alleen gemzen, wilde schapen, gras, gentiaan, narcis, bergpieters, arenden, bosbessen, hei, mossen, varens en voor de vissers onder ons Pyreneese bergmeeforellen. De volgende ochtend, woensdag 25 september, ons gewassen in het heldere water van het bergmeer en opgefrist verder getogen. Nog verder omhoog langs steile bergpaden, voor zover je over een pad kunt spreken. Door de sneeuw ploeterend de Portelle de la Grave gepasseerd, een doorgang tussen twee bergtoppen op 2426 m hoogte.

Het uitzicht vanuit deze poort was uniek, besneeuwde bergtoppen, wijds diepten en helemaal niemand dan alleen uw verslaggevers. Hierna voerde de dagetappe bergafwaarts tot onder de boomgrens. Hier werd de tocht iets minder ruig en werd de vegetatie

Op 2400 m lag een laag sneeuw, die de paden glad en glibberig maakte.

afwisselender. Op de rotsen twee zonn-aanbiddende bergmarters (Marmotte) gezien. Rond 14.00 uur aankomst op 2050 m in de 'bewoonde wereld'. Aan stuwdam lag 'Altitude 2050' een Hotel/ Café/Restaurant (ski-oord in de winter) 'Pas de 'eineken' was inmiddels onze lijfspreuk, wel Adelscott en '33 export'. De uitspanning ligt aan het Lac des Bouillouses. Heerlijk warm gegeten in plaats van blikken Struik. Na het diner onze looptocht hervat, al deze weelde achterlatend en doorgelopen tot de herdershut aan het Etang de la Pradeille. Hier rond 16.15 uur onze bivak opgeslagen. De openhaard rookte meer binnen- dan buitenkamers! Drank hadden we: 1/8 l. Whisky, overgehouden van onze vorige looptocht. Democratisch besloten dat twee van ons 'even' bier zouden gaan halen.

Na ruim een uur waren ze terug met 4 hele blikjes bier. Het werd een dolle boel, bier, Whisky, Struik, rook en dan lekker pitten op een houten bed.

De volgende ochtend, donderdag 26 september, weer verder de bossen en bergen in. Flink geklommen en gedaald, volop half wilde paarden tegengekomen. Langzaam werd de tocht minder grillig. Op 2000 m hoogte, tijdens de koffiepauze, voor het eerst weer verbinding mogelijk met het thuisfront via de mobiele GSM. In de middag aangekomen in Bolguere (ski-oord).

De GR10 volgt hier geen woeste bergpaden meer maar gewoon de weg. In een leuk hotel fantastisch gegeten.

De hele familie heeft ons uitleg gegeven over van alles en nog wat. Kronenburg uit de fles gedronken, pas de 'eineken'! Onze looptocht kwam ten einde bij het hoogste SNCF station van Frankrijk: Bolguere-Eyne op 1593 m. Met le train Jaune (een ware curiositeit) naar la-Tour-de-Carol gereisd op 1231 m (56 FFR/pp). Aankomst 16.30 uur. Op het station gegeten en de nachttrein naar Parijs genomen om 19.35 uur. De treinreis naar Parijs was een belevenis op zich, een grote groep militairen op weekendverlof raakten slaags met elkaar en wij zaten er middenin, vermoeiend... Tip: Reserveer in een nachttrein altijd een couchette! De volgende ochtend, vrijdag 27 september, rond 7.00 uur in Parijs tussenstop: koffie met een croissantje. Met de metro naar Gard du Nord,



Op weg naar boven met volle bekpakking.

daar de Thalys naar Brussel en verder huiswaarts, in Roosendaal scheidden onze wegen.

Wij waren weer in ons vertrouwde laaglandje van Grolsch en 'pas de 'eineken'! Ons volgende reisdoel een looptocht in Italië: Maffia, Bierra, Cappuccino et Grolsch!

Au revoir

Uw correspondenten vanuit Frankrijk.

Deel I

Van bier hebben evenveel mensen verstand als van voetbal.

Miljoenen dus. En dat 'bierverstand' is gebaseerd op smaak.

Maar bier-proeven, bier 'beleven', moet je leren. Hoe je bier

proeft, kent en herkent zal in drie opeenvolgende artikelen wor-

den behandeld door Wim van Oosten, voormalig hoofdredac-

teur van het consumentenblad 'Bier International', dat helaas

niet meer uitkomt. Hij begint met een algemene inleiding.

Heel veel bier, het meeste dat wordt geconsumeerd, wordt rou-

tinematig gedronken. Over de smaak ervan wordt niet of nau-

welijks nagedacht, de drink(st)er staat er niet bij stil. Er zijn

voorbeelden van cafés die op een ander merk bier overgaan, die

de overstap slim camoufleren en die pas, als óók de glazen en

de viltjes mee zijn veranderd, van hun klanten te horen krijgen

dat ze wel 'iets hadden geproefd', maar de verandering een ver-

betering hadden gevonden en dus maar niets hadden gezegd.

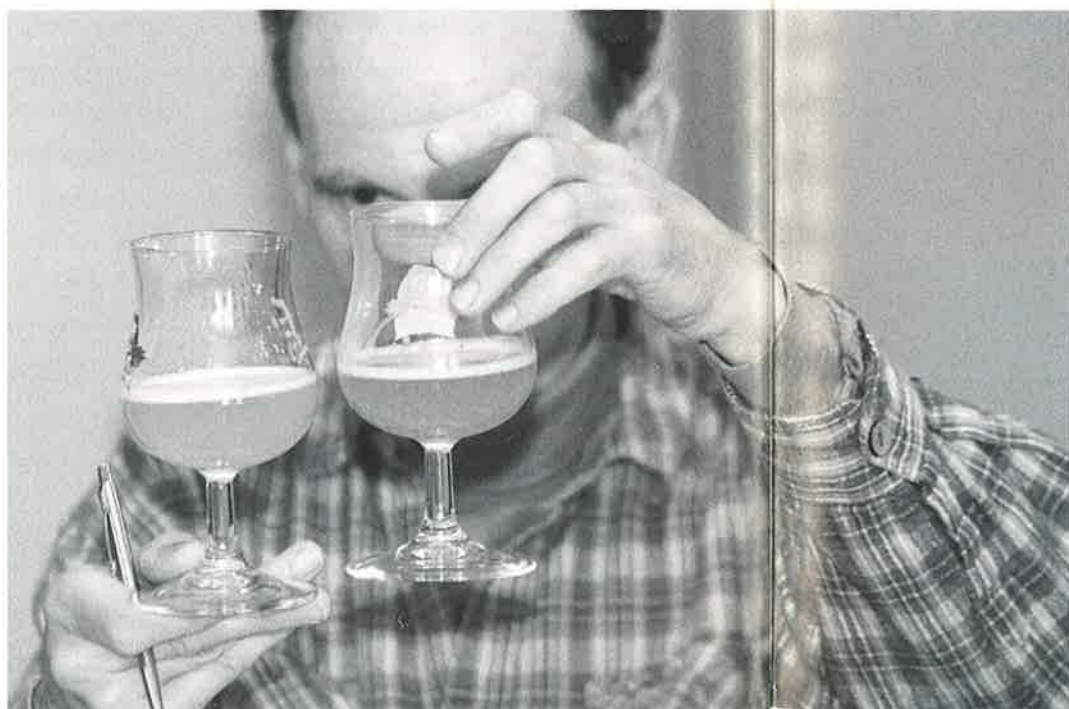
Over fijnproevers gesproken...

Proeven en proeven

Nederland telt ca. 15 courante pilsners. De grote landelijke merken mogen bekend worden geacht. Meer regionaal zijn o.a. Gulpen, Lindeboom, Leeuw, Budel, Kroon, Ridder, allen op fles en fust verkrijgbaar, en voornamelijk op fles nog Alfa. Allemaal hebben ze hun voor- en tegenstanders. Kwestie van smaak dus. Maar smaken verschuiven en worden beïnvloed door allerlei omstandigheden van modieuze, sociale en economische aard.

Want wie drinkt er nou nog regelmatig Oud Bruin? En kun je op een PINT-bijeenkomst toegeven dat je feitelijk toch de voorkeur geeft aan een gewoon pilsje? En zal een student, die zich nauwelijks kan redden met zijn toelage, zich veel gelegen laten liggen aan de smaak van het premium pils van Pa?

Proeven, keuren en herkennen van bier



Kleur, helderheid en schuim worden nauwgezet beoordeeld.

Kortom: afhankelijk van de omstandigheden laat je je smaak wel degelijk beïnvloeden.

Dat neemt niet weg dat mensen toch hun specifieke voorkeur kunnen hebben voor het ene of het andere bier(merk). In de meeste gevallen berust die voorkeur op het proef-

ondervindelijk proeven, keuren, vergelijken en beslissen. Dat hoeft dan wel geen besluit voor het leven te zijn, maar evenals bijv. bij rookwaren zien we bij bier een aanzienlijke merken-trouw.

Het is dus de kunst van de brouwer om via permanente kwaliteitsbewaking te streven naar een constant niveau. Want het duurt lang om een naam op te bouwen, maar een merk afbreken kan een kwestie van enkele weken of korter zijn.

In deze bijdragen zullen we het proeven op drie niveaus bespreken:

- op hobby-niveau
- op het niveau van kenners en liefhebbers
- met een professionele achtergrond.

Voorafgaand aan het verhaal over proeven zullen we kort het smaak- en proefproces beschrijven, en de

zintuigen doornemen die een rol spelen bij het proeven. Tevens zullen we enkele rand-omstandigheden aanstippen die een rol kunnen spelen bij het proeven en keuren van bier(en).

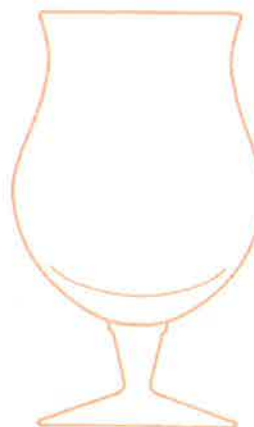
Omstandigheden

Heel belangrijk bij een proeverij zijn de proefomstandigheden. Ook al lijken sommige aanwijzingen heel voor de hand liggend, de tips zijn onmisbaar voor een 'sportieve' proeverij.

Let op de volgende zaken:

- Gebruik voor alle bieren dezelfde glazen; een tulpvormig model heeft de voorkeur omdat daarin de geuren bovenin worden geconcentreerd.
- De te proeven bieren moeten even oud zijn; een paar maanden jonger of ouder kan een aanzienlijk smaakverschil uitmaken. De houdbaarheidsdatum staat op de flessen, bij fustbier zal zelden of nooit sprake zijn van oud bier.
- Gelijke temperatuur; bij een proeverij met flessenbier het bier 24 uur van te voren in de koeling zetten, het kan dan ook tot rust komen.
- Spreek met elkaar af niet te roken in de ruimte waar wordt gedronken, een pauze is doorgaans toch aan te raden dus dan kan het nicotine-peil wel weer op niveau worden gebracht.
- Zorg voor voldoende smaak-neutraliserende hulpmiddelen als stokbrood of crackers.
- Drink van te voren liever geen koffie, wacht daar liever mee tot na de proeverij.

Een tulpvormig glas.



Belangrijke organen

De volgende organen spelen een rol bij het proeven of beoordelen van bier:

- de ogen dienen voor de beoordeling van de kleur en het schuim,
- de neus dient voor de beoordeling van de geur,
- de tong beoordeelt de smaak.



Neutrale glazen zijn voor een juiste proeverij noodzakelijk.

Uiteraard werken deze drie organen nauw samen. Bekend is de proef waarbij iemand geblindeerd en met dichtgeknepen neus achtereenvolgens een stukje ui en een stukje zure appel op de tong kreeg gedeponneerd. U raadt het al: het verschil werd niet waargenomen.

Bij de visuele keuring wordt op drie elementen gelet: kleur, helderheid en schuim. Bij de kleurtypering wordt doorgaans met de EBC-schaal gewerkt. Deze loopt van 0 tot 200, waarbij voor dit artikel relevant is het segment van 0 - 100. Daarboven treffen we alleen de zeer donkere najaarsbokbieren aan en het zwarte Stout.

Enkele kleurschakeringen zijn:

- 0 - 8: Nederlands pils (licht geel)
- 8 - 12: Duits pils (geel)
- 12 - 20: Lentebok, Tripel (donker geel)
- 16 - 20: Speciale pilsner, Dortmunder
- 20 - 28: Amber, Ales
- 80 - 120: Bokbier

Behalve de kleur is een aantal andere gegevens van belang. De meest belangrijke zijn het schuim en de helderheid. Pils hoort helder te zijn, evenals Albier en Dortmund. Witbieren zijn in min of meerdere mate troebel, evenals vele Trappistenbieren (met name de Tripels).

Het schuim zullen we hier verder buiten laten. Alleen: verdwijnt het snel, dan is het bier dood, te koud (<5° C) of is een vet glas gebruikt. In alle gevallen niet gaan keuren!

Veel belangrijker zijn geur en smaak.

Het aroma wordt waargenomen met de neus, terwijl de tong een oordeel over de smaak velt. De waarneming die voortvloeit uit de combinatie van beide organen zal tot een eindoordeel leiden.

Aroma's zijn er in talloze varianten, we hoeven dus niet te proberen daar een compleet beeld van te schetsen. Jan Bos van Locus Publicus (zie elders tekstkader) werkt met de nuances: moutig - hoppig - zurig - zoetig - caramel - fruitig - vlak. Hier zou je aan toe kunnen voegen 'kruidig' maar dan zit je alweer tegen smaakwaarnemingen aan. Want vooral aan witbieren worden nogal wat toevoegingen als meer of minder koriander of schillen van citrusvruchten verricht.

Daarmee komen we op de smaakwaarneming, uiteindelijk toch de belangrijkste factor. Een aanwijzing voor een goede beleving van de smaak: laat het bier even in de mond rusten om zowel op de tong als het gehemelte en de huid zoveel mogelijk indrukken op te doen.

Bekend is dat de tong enkele smaakafbakeningen kent. Zoet wordt waargenomen op de punt van de tong.

De voorste zijanten van de tong zijn het sterkst in de waarneming van zout (niet relevant voor bierproeven), de achterste zijanten van de tong nemen het best de zuur-component waar, terwijl bitterheid wordt herkend achterop de tong, vlak voor de huid. Dan zijn we tegelijk in het mondgedeelte gearriveerd waar we ons moeten bekommeren om de afdrank. Daarover straks meer.



Aan speciaalbieren worden meerdere kruiden en vruchten toegevoegd.

Evenals het aantal aroma's is het aantal smaak-nuances vrijwel onbeperkt. Illustratief is het aantal smaaktyperingen dat wordt gebruikt voor 's lands grootste en wellicht meest complete proeverij, het PINT Bokbierfestival. Daar worden (zie ook de Grolsch Kroniek van september 1996) ca. 30 bokbieren geserveerd.

Niet alleen de 15 bokbieren van CBK-brouwers maar ook de produkten van een aantal huisbrouwers of mini-brouwers. Sinds enkele jaren wordt ook het bier van de Belgische kabouter-brouwerij Achouffe gepresenteerd.

Op het festival onderscheiden de smaak-deskundigen maar liefst 9 hoofdgroepen. Ons bier valt (met enkele andere grote collega's) vanouds in de categorie zoetig/caramel tot zeer zoet, anders gezegd in de meest zoete groep. Dan is het toch amusant om de smaak-typering van enkele huisbrouwers te vernemen. Wat dacht u van 'zuur/ grapefruit tot extreem zuur' of 'droog - branderig - metaal'? Let wel: we praten hier over bokbier.

Eén zekerheid kunnen we u meegeven: na het keuren/proeven van méér dan 5 van dit soort bieren gaat je smaak behoorlijk afstompen en ben je niet meer zo kritisch.

(Terzijde: in 1996 is een blind-proeverij met smaakwaardering gehouden. Een bier dat doorgaat voor één van de goedkopere in Nederland kreeg wel de hoogste smaakwaardering.

Zo zie je maar weer...)

Wetenschappelijke inbreng

Wist u overigens dat naar smaak en geur ook serieus wetenschappelijk onderzoek wordt verricht, en dat er tot voor kort zelfs een bijzonder hoogleraar in de psychologie van het voedingsgedrag was aangesteld?

Eind oktober 1996 ging de 'geurprofessor' van Nederland Dr. Ir. E. Köster van de Universiteit Utrecht met emeritaat. In een afscheidsinterview in de Volkskrant blikt hij terug op de ontwikkelingen in zijn vakgebied. Voor lezers van de Grolsch Kroniek heeft hij een paar aardige statements.

'De neus' verklaart de zeer geleerde, 'is bij uitstek een kwalitatief orgaan'.

Ruiken moet je leren. Er zijn ook bijna geen geuren die vies of lekker worden gevonden, behalve misschien lijkenlucht of de geur van sterke verrotting. Dat komt doordat geur belangrijk is (geweest) om voedsel te herkennen.

Er zijn experimenten gedaan met geuren waarbij mensen zich aangenaamer of minder aangenaam voelen, en mensen elkaar aantrekkelijker vinden. In warenhuizen hebben we ontdekt dat we mensen langer kunnen vasthouden door geuren te verspreiden via de airconditioning (Terzijde: niet werd aangetoond dat mensen ook meer gingen kopen, dat zou pas een vorm van manipulatie zijn...) Overigens, en wat zou dat nou weer zeggen?, vooral oudere mannen bleken gevoelig voor de geuren.

Ter geruststelling voegt Köster wel toe: 'Ik denk niet dat manipulatie met geuren zo'n sterk effect heeft als men hoopt'.

Nog een paar relevante citaten voor mensen uit de bierwereld: 'Het is een

fabel dat roken het reukvermogen vermindert. We hebben dat onderzocht bij mensen die wilden stoppen met roken. Tussen het reukvermogen voor en nadat ze met roken gestopt waren bleek geen verschil te zijn. Wel ruik je minder goed op het moment dat je rookt, maar dat effect verdwijnt snel. Daarom moet je nooit roken tijdens

Er zijn nog andere factoren die de smaakwaarneming beïnvloeden. De belangrijkste zijn het alcoholgehalte en de zwaarte van het bier.

Hoe meer alcohol, hoe beter waarneembaar. Drink maar eens oplopend een Herfstbok, een Wintervorst en een Gulpener Gladiator.

Daarnaast geeft een zwaar bier (bier



Oplopende alcoholpercentages: 6,5%, 7,5%, ja zelfs 10% alc.

een maaltijd, want dat beïnvloedt zowel de eigen smaak als dat van de tafelgenoten'.

'Waarom stapt men bijv. zo gemakkelijk over van het ene merk yoghurt op het andere, terwijl het zo moeilijk is om iemand te laten wennen aan een andere smaak van ketchup, of cola of bier? Wij denken dat het eerste bier dat iemand als kind uit vaders glas drinkt later als smaak van echt bier wordt ervaren'.

Zo kan je nog eens iets opsteken van iemand die echt een vak heeft geleerd...

waarin meer grondstoffen zijn gebruikt en dus van een groter soortgelijk gewicht) de indruk van een stevige massa. Drink maar eens een Trappisten Tripel. Tenslotte hebben we te maken met de nasmaak of afdrank. De nasmaak ontwikkelt zich nadat het bier is doorgeslikt.

Er zijn bieren die amper een nasmaak hebben (de meeste pilseners) en er zijn bieren die een nasmaak hebben van wel een kwartier (sommige Geuzes). Ook hier maar weer één manier om erachter te komen: gewoon proberen.

Groenlo neemt 'n splinternieuwe bottellijn in gebruik Colonne 3 in produktie

Toen de directie in de tweede helft van 1995 het besluit nam om de toenmalige colonne 3 - 'n afvullijn voor kroonbeugelflessen voor de export - te vervangen, werd gelijktijdig de eis gesteld, dat de nieuwe afvullijn tot de meest moderne en efficiënte installaties gerekend moest kunnen worden. Welnu, aan die eis is nu ruimschoots voldaan. De nieuwe colonne 3 staat er thans in zijn volle lengte en de eerste export-flessen lopen sinds 4 november van de band.

De firma Krones uit Duitsland had er exact 4 maanden voor nodig om een complete afvullijn op te bouwen en in werking te stellen. Op 3 juli werd 'n grote opening in het dak gemaakt, waardoor alle onderdelen van de nieuwe afvullijn naar binnen werden gelaten. Met de hijskraan van Van Wezel werden de spoelmachine, de vuller, etiketteerder

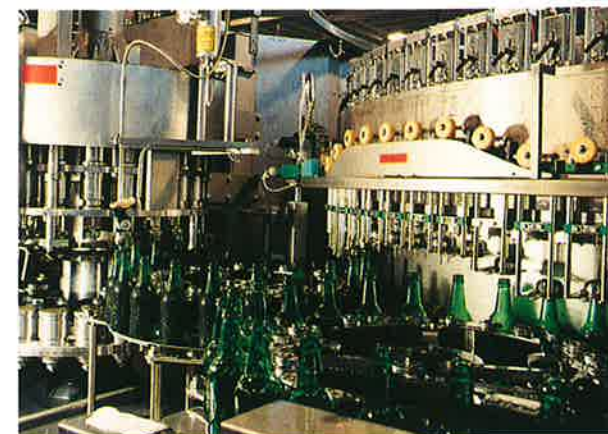
en alle verpakkingsmachines succesvol naar binnen getakeld.

Omdat in deze grote hal sinds jaar en dag de blikafvullijn staat opgesteld, moest de nieuwe colonne er precies naast gebouwd worden. Sterker nog: beide lijnen zijn op bepaalde punten op elkaar afgestemd.

In één hoek van de hal worden alleen emballage-materialen aangevoerd, lege blikjes, lege flessen, kroonkurken etc. Ook de afvoer van het gereede produkt is gecentraliseerd. De verpakte flessen en de verpakte blikjes verlaten op één punt deze grote hal.



De nieuwste etiketteermachine.



De vuller - uitgerust met 84 vulmonden - kan volautomatisch flessen vullen van verschillende inhoudsmaten. Zodra de flessen (links) uit de vuller komen, wordt onmiddellijk de kroonkurk erop geplaatst.

Wat is er nu zo opmerkelijk aan deze nieuwe afvullijn?

De belangrijkste kenmerken zijn de volgende. De vulmachine heeft een capaciteit van 36.000 flessen per uur. Hij kan alle soorten eenmalige flessen vullen vanaf 20 cl tot wel 100 cl. De vuller past zich automatisch aan aan de flessen die op dat moment gevuld moeten worden. De gehele lijn vraagt een bediening van 6 personen.

Wat aan deze lijn zeer bijzonder is, is het feit dat het aantal verschillende verpakkingsvormen zeer groot is. Zo kunnen er 24 flesjes in een doos verpakt worden, er kunnen draagkartons met 6 flesjes gevuld worden, die met zijn vieren weer in één doos worden verpakt, maar er kunnen ook dozen met 12 flesjes gevuld worden.

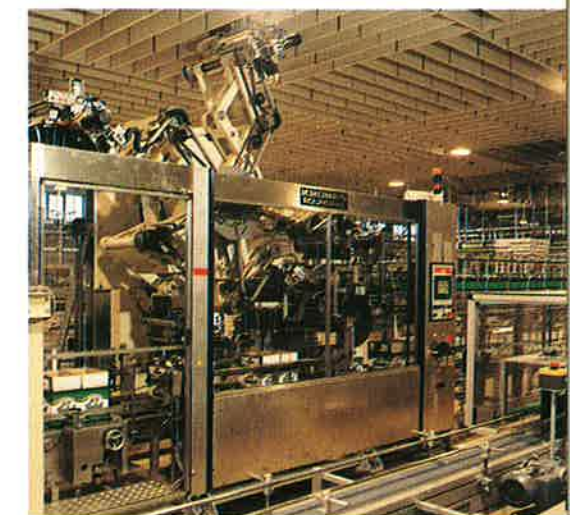
Ook trays kunnen worden ingepakt. Kortom: deze lijn kan in een grote verscheidenheid allerhande verpakkingsvormen leveren. Dit nu is ook zeer belangrijk voor onze afdeling Export.

Onze afnemers in het buitenland hebben ook een aantal wensen ten aanzien van onze verpakking. Met deze moderne en efficiënte afvullijn kunnen we aan vrijwel alle wensen tegemoet komen en daarmee onze exportvolumes vergroten.

De operators aan deze colonne 3 hebben in korte tijd een ommezwaai moeten maken van de oude, vertrouwde colonne 3 naar de moderne, multifunctionele af-

vullijn die er nu staat. Gedurende de indraaiperiode werden zij ter plekke door de specialisten van Krones wegwijs gemaakt in de bediening van de nieuwe afvullijn. Op dit moment zijn we zo ver gevorderd, dat colonne 3 geheel volgens schema produceert.

De inpakker (Krones Roundpac) pakt in 'n verticaal ronddraaiende beweging steeds 24 flesjes van de band en plaatst deze in de daar onderdoor lopende exportdozen.



Op lange aanvoerlijnen lopen 50.000 flesjes per uur naar de inpakker.

In memoriam P. Cavais.

Met een plofje viel de post op de deurmat in de gang. Er zat een triest bericht tussen: Pierre Cavais was overleden. Ofschoon hij 92 jaar oud is geworden, stemde het bericht mij toch weemoedig en Klaas evenzo. Toen we hem een paar jaar geleden nog bezochten kende hij ons nauwelijks terug.

Van een vitale bejaarde was hij veranderd in een oude, depressieve man, die het verlies van zijn vrouw niet te boven was gekomen. Niet zo verwonderlijk, want ze waren meer dan zestig jaar getrouwd geweest.

Ruim veertig jaar geleden ontmoetten wij hem voor het eerst: een rijzige gestalte in een donker uniform met een hoge pet op: een rasechte Franse gendarme. Hij had een welluidende stem en hij liet de 'R' rollen. Nooit heb ik een Fransman het woord roos horen uitspreken zoals hij dat deed. In het najaar ging hij op jacht in het Forêt de Vierzon met een hele stoet jagers op paarden met jachthonden en niet te vergeten: trompetten. Als hij erover vertelde hoorde ik de honden blaffen en de trompetten schallen. Voor mijn ogen ontwikkelde zich een jachttafereel als op een oud schilderij in een museum. Weer thuis maakte zijn vrouw heerlijke wildschotels en verrukkelijke hazenpaté.

Maar de tijd gaat snel en op een dag kreeg Pierre pensioen en moest hij zijn ambtswoning verlaten. Waar naar toe? Zowel Pierre als zijn vrouw Louise wilden weer terug naar hun geboortegrond. Naar daar, waar hun vaders jachtopziener en boswachter waren geweest. Daar waren ze als kinderen samen naar school gegaan. Daarna liepen hun wegen een tijdje uiteen, maar toen ze elkaar op een goede dag weer ontmoetten vloog er een vonkje over en werden ze een paar. In het bos wonen, dat hoefde nu ook weer niet, maar aan de rand van het dorp, waar nog een stuk grond te koop was, dat zou mooi zijn. Een huis bouwen op deze leeftijd, het werd hen door alle familieleden ontraden. Wat een kosten gingen ze op zich laden! Maar Pierre rechte zijn rug en zette door. Een voorlopig onderkomen had hij ook al: een schamele behuizing bij een pompstation, waar hij pompbediende werd. Dat leverde meteen nog een mooie cent op voor bij de bouwkosten. Het werd een schitterend huis, helemaal zoals Louise en hij het graag wilden hebben: een groot souterrain en daarboven de woning. Er lag een grote lap grond omheen. Daar kon

Pierre zich op uitleven: een bloementuin - een groentetuin - bedden met aardbeienplanten - bessenstruiken - van alles was er te vinden. Geen gazon, want dat zou in de zon verdorren. Dat was iets voor Nederland, waar de zon minder scheen en de regen overvloediger viel. Hij plantte appel- en pruimenbomen en een plataan voor de schaduw. Daaronder maakte hij een mooie bank. Op een uitgekiend plekje had hij prachtige rozenperken en hij verzorgde zijn rozen met grote liefde: ze waren zijn trots en zijn glorie. Aan de voorkant was het een weelde van geraniums en fuchsia's. Die stonden niet in de grond, maar in potten. Dan kon hij ze in het najaar gemakkelijker naar het souterrain brengen, waar hij ze stekte en verzorgde, zodat hij niets hoefde te kopen in het volgende jaar. Onder zijn vlijtige en liefdevolle vingers groeide de tuin uit tot een klein paradijsje. Hij hielp Louise bij het wekken van de groente en na verloop van tijd bij het invriezen. Samen maakten ze vele potten heerlijke jam. Al deze conserven vonden voor het grootste deel hun weg naar hun kinderen. Als ze moe waren, zaten ze samen op de bank onder de plataan, hand in hand. Louise vertrouwde mij op een keer toe: 'Toen Pierre nog gendarme was, hadden we weinig tijd. Hij had onregelmatige diensten en ik was druk met het huishouden en de kinderen. Maar nu zijn we fijn de hele dag bij elkaar en doen we samen alle dingen, waar we plezier in hebben.' Dat plezier vonden ze in de gewone dingen in en om hun huis en met hun familie. 'Wat een geluk, dat we destijds dit huis gebouwd hebben,' zei Pierre en hij liet de R's weer rollen. 'We hebben er nu al tien jaar plezier van gehad en het ziet er naar uit, dat dat nog wel een aantal jaren het geval zal zijn.'

Ze woonden er samen ruim twintig jaar. Toen overleed Louise en daarmee was voor Pierre de aardigheid eraf. En nu is Pierre haar achterna gegaan. Het was een uniek stel - wij zijn blij hen gekend te hebben.

Dat u in het Nieuwe Jaar zo gelukkig mag zijn als Pierre en Louise destijds waren!

Amber.



De heer A.F.Th. de Groen reikte de beker uit aan de aanvoerder van Goldstar onder toezicht van wedstrijd-leider Bertus Roerdink.



Het Grolsch-team uit Groenlo legde beslag op de 7e plaats.

Verslag van het volleybaltoernooi Grolsch Groenlo

Op zondag 3 november 1996 vond ons jaarlijks volleybaltoernooi plaats in sporthal 'den Elshof' te Groenlo. Dit voor de elfde keer.

Dit jaar waren 34 teams van de partij, verdeeld over 4 poules. 's Morgens 2 poules van 8 teams en 's middags 2 poules van 9 teams. De deel-



Het winnende team van Goldstar.

nemende teams waren afkomstig uit Groenlo, Enschede, Lichtenvoorde, Haaksbergen, Dinxperlo, Borne en zelfs uit Delfzijl. Na spannende voorrondes gingen de nummers 1 en 2 van elke poule over naar de kruisfinale. Uiteindelijk bleek het team van de Goldstars de beste te zijn. De prijzen werden uitgereikt door de heer A.F.Th. de Groen. Hij had een nieuwe wisselbeker beschikbaar gesteld, waarvoor nog maals onze hartelijke dank.

De uitslag:

1. Goldstar,
2. Leemreize ANV,
3. Grolsch Enschede,
4. Piet,
5. Speyckers,
6. Berkeltijgers,
7. Grolsch Groenlo,
8. JVV 1

De organisatie bedankt iedereen die op enige wijze heeft bijgedragen aan het slagen van dit toernooi, maar dan vooral de scheidsrechters

Marijke Wissink.



Het Grolsch-team Enschede werd 3e.

Uitslag Puzzel en winnaars kleurplaat

1, 2, 3, 4, 5, poeh niet te tellen. Ik heb zoveel kleurplaten van jullie gekregen. Ik kan het niet meer bijhouden. Jullie hebben het mij wel moeilijk gemaakt hoor. Ik kon bijna geen keuze maken. Ze zijn ook allemaal zo mooi. Het is mij uiteindelijk toch nog gelukt om drie winnaars bekend te maken. Robert Beune uit Hengelo (4), Saskia Ottens uit Lienden (5) en Martijn Bax uit Helmond (6) hebben een prijsje thuis ontvangen. Wil jij ook een keer een prijsje winnen, stuur dan de kerstkleurplaat in deze Kroniek naar: Grolsch Kroniek, t.a.v. Paula, Postbus 55, 7500 AB Enschede. Veel plezier.

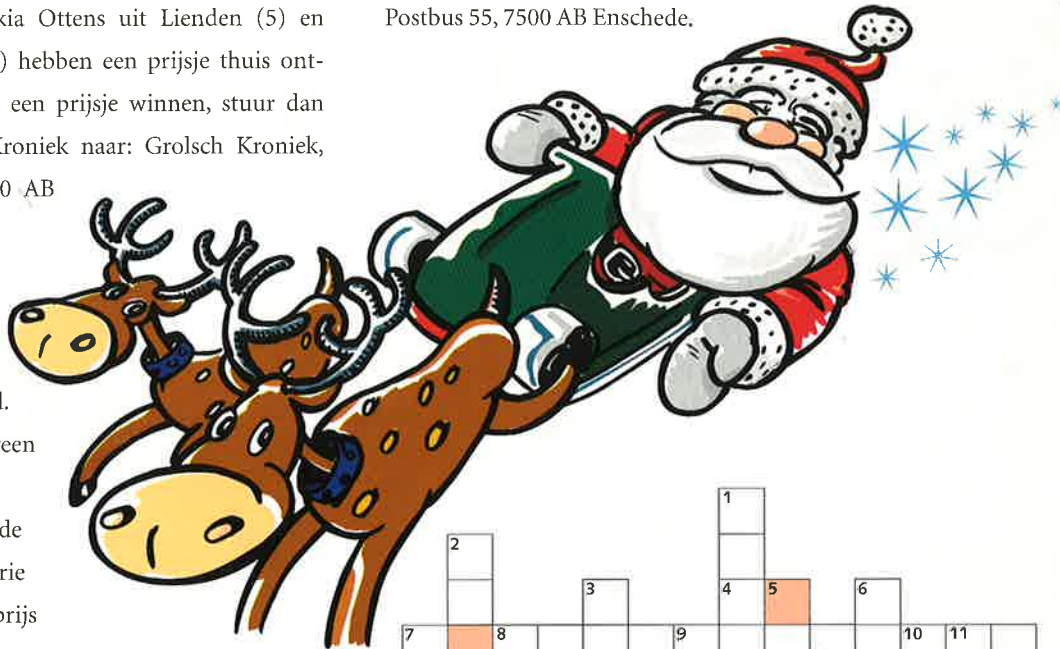
De oplossing van de vorige puzzel is 'Filmsponsoring'. Bijna iedereen had het goed. Helaas kunnen wij niet iedereen een prijs geven.

Uit de grote stapel met goede oplossingen hebben wij drie winnaars getrokken die hun prijs reeds hebben ontvangen:

J. v.d. Boomen uit Veldhoven, W.H.

Rensink uit Winterswijk en B.J.C. Laarveld uit

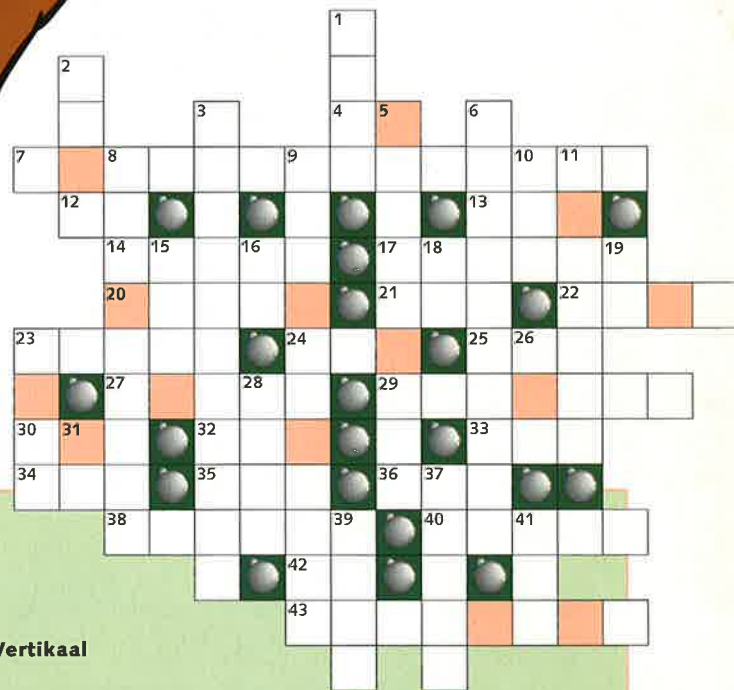
Groenlo. Veel plezier met jullie prijs.



Puzzel

Een nieuwe kans voor diegene die nog geen prijs heeft gewonnen. Om in aanmerking te komen voor een prijs, moeten zowel de puzzel als het verborgen woord goed zijn. De redactie en Mariet wensen u veel puzzelplezier.

Uw oplossing kunt u sturen naar: Redactie Grolsch Kroniek, Postbus 55, 7500 AB Enschede.



Horizontaal

4. Stroomt boven in Rusland zo te horen 7. Apothekers keren dikke boeken om 12. 't water in Amsterdam kan eb ofloed zijn 13. Een verwarde rat op de open plek in het bos 14. Kweek je, om goed te kunnen zien 17. Ba, krijg je gage in een koffer 20. Een baby heeft verdraaide pesen nodig 21. Doe onthutst de lofrede 22. Teel je verwarde huidverharding 23. Moet Jan op in dit gewaad 24. Oke, hij roept verward boe 25. Deze bol sla je met tennissen terug 27. Wet op de orde wordt zo dubbel bevestigd 29. Sla het gehoororgaan, dan slaat het nergens op 30. Slee op de klinker geeft de maat aan 32. Verwar 't ree met lof 33. Talent zonder slotstuk is toch nog een hoeveelheid 34. De mannetjeshond uit dreumes 35. Totaal zonder vis geeft de juiste oplossing 36. Legt verwaasd de eed af op de veluwe 38. Apart in zijn soort 40. 'n Engel is doorelkaar genomen niet zo stekelig 42. U verdraait het landbouwwerktuig 43. De acte van het dier wordt hier doorelkaar geschreven

Vertikaal

1. Met haar zit het wel goed 2. De verwaide coupe van de Sint 3. Elf zotten 5. De lektuur van een danser raakt behoorlijk vol 6. Daarom zijn honden zo vrolijk 8. Lichaamstaal is het devies 9. Die mop slaat op je benen 10. Tijdperk geeft de maat terug 11. Rommelig kapsel voor de schoonmaak 15. O, jeetje zó groot moeder 16. Het is persoonlijk voornaam op jou woord 18. Hoeveel kost die krant, jongen 19. Een niet cryptisch water in Friesland 23. Ja, op de ar in twaalf maanden 26. De opera is er niet voor hem 28. De liefdesgod leeft in een verwarde roes 31. De tweede noot is verdraaid lastig 37. Gaat hij verstoord te bad tijdens de woordenwisseling 39. Het landbouwwerktuig op de maat geeft stekels 41. Als je dit er niet meer inziet zit de opening dicht