

KRONIEK



Juni 1996 - Jaargang 16 - Kwartaaluitgave voor het personeel van de Grolsche Bierbrouwerij - Nr.2



Een dak boven je hoofd geeft toch een veilig

gevoel, nietwaar? Waarom doe je het dan open?

Daar is een goede reden voor. Je wilt grote ma-

chines en dure apparatuur op de bovenste verdie-

ping installeren. Via de trap of lift gaat het niet.

Daken, die open

COLOFON

Grolsch Kroniek

Nr. 2, 16^e jaargang, juni 1996.

Een driemaandelijkse uitgave, bestemd voor het personeel van de 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.

Wel via het dak. Daarom opent Groenlo het dak boven de hal waar nu de bliklijn staat. Pal naast deze bliklijn wordt een nieuwe afvullijn geïnstalleerd, om aan de toenemende vraag van Grolsch Export - om meer variatie in produkten en verpakkingen - te kunnen voldoen. Ook de kroonbeugelfles voor de binnenlandse markt zal hier straks worden afgevuld. In het najaar zal deze nieuwe afvullijn in gebruik worden genomen. Het dak is dan allang weer dicht.

Maar er zijn ook daken die doorgaans altijd open zijn. En soms moeten ze dicht. Weet u waar ze zo'n dak hebben? In Amsterdam Zuid-Oost. Daar staat een immens gebouw, waar maar liefst 50.000 mensen in kunnen. Juist, de Amsterdam ArenA!

en dicht gaan!

Om de grasmat bij slechte weersomstandigheden te beschermen, doen ze daar het dak juist dicht. Zo ziet u maar, daken kunnen totaal verschillende functies hebben. En als u geïnteresseerd bent in het dak van de Amsterdam ArenA - en dat bent u natuurlijk - dan gaat u 7 september met ons mee naar Amsterdam. Tina Turner zal u met open armen ontvangen.

Maar eerst zullen we met z'n allen de zomer nog moeten meemaken. Wordt het weer zo'n zomer als in voorgaande jaren?

'n Voorproefje met een paar zomerse dagen met meer dan 25 °C hebben we al achter de rug. In mei al, en ook in juni schoot de temperatuur als een raket omhoog. En uitgerekend bij de introductie dit jaar op maandag 10 juni van Grolsch Zomergoud hadden we die ideale temperatuur. En als we die ideale temperatuur ook in de vakantiemaanden mogen meemaken, dan zit u goed.

Op pagina 24 hebben we een artikel geschreven over Biertoerisme. Voor de echte bierliefhebber is het echt de moeite waard om dit te lezen. U kunt in vrijwel alle streken van Nederland terecht om uw kennis van bier, in al zijn facetten, te verbreden en verder uit te diepen.

Mogen wij u allen een fijne vakantie toewensen?!

Drs. R. Snel, commercieel directeur van Grolsch mocht samen met de heer J. Kuyf van het reclamebureau FHV/BBDO de Effie in ontvangst nemen.



Commercieel Nederland

wordt jaarlijks overspoeld

met een enorme hoeveelheid prijzen.

Prijzen voor de mooiste, de leukste

en de origineelste reclame-

campagnes. Van vele prijzen is de waar-

de twijfelachtig. Over één prijs bestaat

geen onduidelijkheid: de Effie. Een

enorme eer dus voor Grolsch om met

het Vier Jaargetijden-concept deze

prijs in de wacht te slepen.

Bronzen Effie voor de Vierjaargetijden.

De Amsterdamse Renaissance Koepelkerk vormde op 29 mei het statig decor voor een belangrijk moment. In de kerkbanken zitten de makers en opdrachtgevers van 16 spraakmakende reclamecampagnes. Alles draait om de prijs voor de meest effectieve reclame. Reclame die op het gebied van marktaandeel, merkbe-kendheid en winstbijdrage zijn werk uitzonderlijk goed heeft gedaan.

Onder de aanwezigen zijn de bedenkers van de campagnes voor zeer bekende merken. Zoals Smiths met de enorm succesvolle flipflo-introductie, Rolo met de bekende commercial rond de laatste Rolo en Mora met haar Kipfingers. Allen zijn genomineerd na een selectie uit 69 inzendingen door een vakjury.

Tussen deze topmerken bevindt zich voor het eerst in haar historie een campagne van Grolsch.

Het unieke karakter van het Vier Jaargetijden-concept, de enorm succesvolle introductie van Zomergoud en Wintervorst en de uitermate effectieve serie televisiecommercials leverden Grolsch in deze concurrentiestrijd de felbegeerde Effie op. Een bronzen kroon op ons werk.

H. Beerda

Waar veel van staat,

De levensmiddelenbranche is een wereld **waar veel van gaat!!!**

van veel ingewikkelde afkortingen en engelse termen. Gelukkig blijven er ook echte oer-hollandse handelsbegrippen overeind die nog steeds geldig zijn.

Met het begrip 'waar veel van staat, waar veel gaat' wordt bedoeld dat een massale presentatie (in het engels 'display') van een artikel op de winkelvloer een garantie is voor veel verkopen. Het gepresenteerde artikel trekt namelijk de aandacht. De klant denkt dat er een interessante aanbieding is (wat niet eens zo hoeft te zijn) en raakt geïnteresseerd.

Omdat de presentatie tijdelijk is wil de klant graag van de aanbieding gebruik maken en omdat er veel van staat is het niet zo moeilijk om het artikel in het karretje te doen. Zo werkt dat. Eigenlijk is verkopen van bier heel eenvoudig, het enige wat je moet doen is heel vaak met een groot aantal kratten een opvallende display bouwen.

En toch werkt het niet helemaal zo. Ten eerste is de ruimte op de winkelvloer in Nederland beperkt en is men dus selectief, ten tweede is een permanente aanbieding geen aanbieding meer en ten derde kost het opbouwen van displays veel kostbare tijd.

Onze klanten (in het engels 'accounts') weten maar al te goed dat iedere fabrikant graag wat extra ruimte op de winkelvloer wil hebben en zijn daarom heel selectief in het toekennen van displayruimte. Een supermarktketen wil bovendien met akties graag zijn eigen 'winkel-formule' ondersteunen. Een aktie van Grolsch die bij alle supermarktketens loopt, vinden ze daarom veel minder interessant dan een aktie die speciaal voor de eigen winkel-formule is ontwikkeld (in het engels 'tailor-made' aktiviteit). Hoe groter de keten, hoe groter de druk om met een exclusieve tailor made aktie te komen als je extra ruimte op de vloer wilt hebben. Maatwerk gevraagd.

Bij onze klant Edah heeft in de periode van het E.K.-voetbal de volgende tailor-made aktiviteit gelopen onder het motto 'Beleef het E.K. met Grolsch en Edah': bij aankoop van een krat Grolsch Pilsner 30 cl. kreeg de klant gratis een E.K.-logboekje, waarin alle wedstrijdgegevens bijgehouden konden worden. Dit leuke boekje was speciaal door Grolsch voor de Edah-formule ontwikkeld en was dus nergens anders te krijgen.

Om de filialen extra te motiveren om prachtige displays te bouwen was aan deze aktie een displaywedstrijd gekoppeld. De filialen met de mooiste displays konden leuke geldprijzen t.b.v. de personeelspot winnen.

De displays moesten gebouwd worden met in ieder geval onze nieuwe kratten en de Special Malt doosjes met de E.K.-opener. Onze buitendienst is enorm actief geweest om deze aktie tot een groot succes te maken. Zij hebben de Edah-filialen van te voren enthousiast gemaakt en met adviezen over de bouw en het benodigd aantal kratten Pilsner en doosjes Malt bijgestaan. Toen alle displays stonden, zijn meer dan 250 filialen opnieuw bezocht en zijn van iedere display foto's gemaakt t.b.v. de beoordeling.

De filialen hebben enorm hun best gedaan en het Edah-hoofdkantoor heeft de aktie op de advertentie in de landelijke dagbladen nog eens extra onder de aandacht gebracht.

Door de enorme motivatie van het Edah-hoofdkantoor, de filialen en alle betrokkenen bij Grolsch, die ik hierbij voor hun inzet wil bedanken, heeft het begrip 'waar veel van staat, waar veel van staat' zijn waarde weer eens bewezen. In het engels zouden we het niet beter kunnen zeggen.

Paul Janmaat



De planeet aarde draait rond de zon.

Onze ene buurplaneet is Venus; de

andere buurplaneet is Mars. Venus

staat voor liefde, Mars staat voor oor-

log. Tijd voor oorlog, tijd voor liefde!

Maar, planeet Aarde is de enige pla-

neet met tijd voor bier, tijd voor

Grolsch! Op de planeet

Aarde wordt ruim 1 mil-

jard hl. bier gedronken;

met ruim 5 miljard inwoners betekent

dit ± 20 l. per hoofd. Als wij zien dat

in Nederland en in andere landen met

ontwikkelde biermarkten 85 l. per hoofd

wordt gedronken liggen er dus nog

enorme mogelijkheden open voor de

bierbrouwers: dus kansen.

Telkens wanneer er op de planeet Aarde 400 glazen bier worden gedronken wordt er van 1 glas Grolsch genoten. Andere brouwerijgroepen zijn 20 à 25 maal zo groot als onze brouwerij en deze grote brouwerijgroepen storten zich met veel energie op de internationale biermarkt. Grolsch is één van de weinige kleinere brouwerijen die internationaal een rol wil spelen. Dit is niet eenvoudig: dus bedreigingen.

Om onze toekomst veilig te stellen is het dan ook nodig dat wij **groeien in evenwicht en respect.**

Wij moeten respect hebben voor:

- De consumenten die recht hebben op een kwalitatief goed product voor een betaalbare prijs.
- Onze leveranciers die ook op continuïteit moeten kunnen rekenen maar tegelijkertijd perfecte producten moeten leveren wanneer wij ze nodig hebben (just in time).
- De handel die een redelijke marge moet hebben maar moet beseffen dat

Groeien in evenwicht en respect.

hij niet almachtig is.

- De aandeelhouder die een goed rendement moet hebben op het geïnvesteerde vermogen.

Essentieel bij dit evenwicht en respect is **de Grolsch medewerker.**

Ieder van ons heeft een individuele relatie met de brouwerij. Men heeft zelf beslist om in dienst te komen; men kan ten alle tijde beslissen het dienstverband te beëindigen. De bonden zijn de gesprekspartners voor de arbeidsvoorwaarden. Van essentieel belang in de relatie tussen de mensen en het bedrijf is de **OndernemingsRaad (OR)**. Het belang van de OR kunnen wij het best omschrijven door de stelling: 'als de OR niet bestond zouden wij hem moeten uitvinden.' Hij heeft een unieke taak. De OR ontvangt veel informatie, moet over diverse zaken adviseren, met andere aangelegenheden moet ingestemd worden en er kan ook initiatief genomen worden. De Nederlandse wet op de ondernemingsraden gaat terzake verder dan wat in de meeste westerse landen gebruikelijk is.

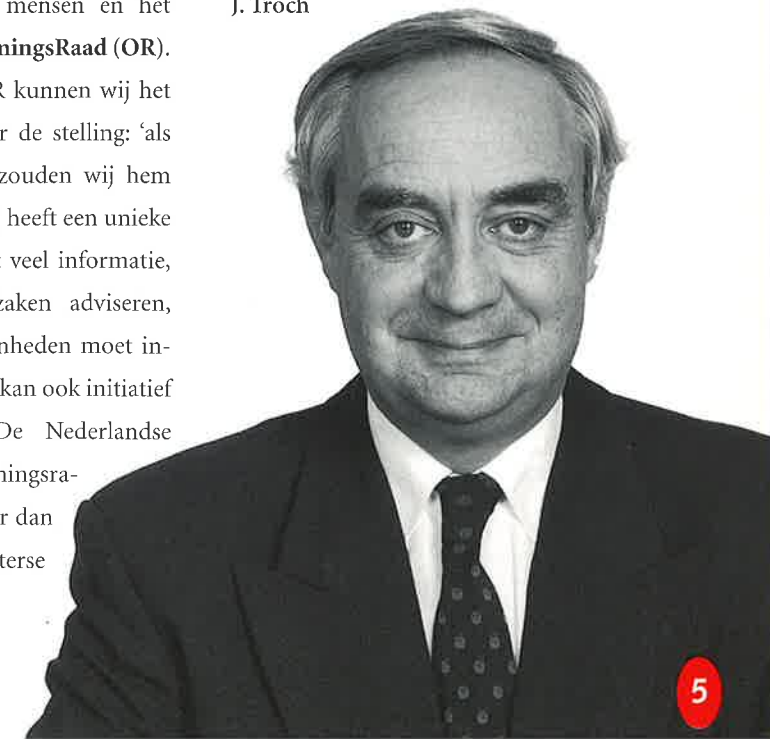
Een OR die veel rechten heeft, heeft uiteraard ook veel plichten. Er zal steeds gezocht moeten worden voor een perfect evenwicht tussen de mensen en de onderneming. Een OR is een democratisch orgaan; om de drie jaren zijn er verkiezingen, daarnaast staan de leden van de OR tussen de medewerkers; ze hebben allen een echte baan en staan dus met twee voeten in de Grolsch realiteit. Daarenboven worden bijna alle afdelingen vertegenwoordigd.

Wij hebben een OR met mensen die ervaring hebben en die weten waar het omgaat. De directie heeft

grote waardering voor al diegenen die de voorbije 40 jaren deel hebben uitgemaakt van de OR. Er is een goede vertrouwensrelatie

ontstaan die ons toelaat, ook in minder makkelijke omstandigheden, goede oplossingen te bereiken. Wij zijn ervan overtuigd dat dit ook in de toekomst het geval zal zijn. Op basis van vertrouwen en slagvaardigheid kan een goede OR een belangrijke bijdrage leveren om Grolsch de bocht naar het jaar 2000 goed te laten nemen.

J. Troch



'Rondje Nederland' -

Marketing research



Elk jaar in mei worden er in een aantal verschillende plaatsen in het land groepsdiscussies gehouden.

De marktonderzoekafdeling van Marketing schakelt hier voor een marktonderzoeksbureau in. De gesprekken gaan over bier en Grolsch. Omdat de meningen en merkvoorkeur wat bier betreft, per regio in Nederland, nogal verschillen, maken we een 'rondje'; Rondje Nederland dus. Van Leeuwarden naar Amsterdam en dan via Roermond naar Enschede en Rotterdam!

Vantevoren heeft een selectiebureau op straat 'willekeurige' mensen gevraagd of zij mee willen werken aan een marktonderzoek. 'Willekeurig' is natuurlijk niet helemaal willekeurig. Het moeten wel bierdrinkers zijn. Vaak ook drinkers van een bepaald merk; voor het evenwicht in de groep. Deze mensen wordt vantevoren een aantal vragen gesteld, terwijl het op dat moment nog niet duidelijk is dat het om een marktonderzoek over bier of over Grolsch gaat. Tijdens elk marktonderzoek blijkt overigens weer dat bier een boeiend onderwerp is om over te praten en tevens een onderwerp waar iedereen een mening over heeft. Bovendien vindt men de bierreclame de leukste van alle reclame die we dagelijks te zien krijgen.

Zo'n groepsdiscussie gaat als volgt: een medewerker van het marktonderzoeksbureau zit met een zestal mensen om de tafel. Hij is de gespreksleider en praat met de groep over onderwerpen als welk merk bier men drinkt, welke tv-commercials men wel eens gezien heeft en of men ze leuk vindt.

En wat we natuurlijk heel graag willen weten: heeft u de nieuwste commercial van Grolsch wel eens gezien en wat vindt u ervan? U kunt zich voorstellen dat er zo nog veel meer onderwerpen te bedenken zijn waarover wij, als Grolsch, graag de mening van de consument willen horen. Menig onderwerp vormt aanleiding tot discussie in de groep.

Ondertussen... wordt alles op video opgenomen en zitten er een aantal medewerkers van Marketing tegelijkertijd mee te luisteren en mee te kijken! Dat levert wel eens leuke tafereelen op.

Dit jaar was er een vrouw die het volgende opmerkte: 'Nou, ik vind Grolsch helemaal niks, het is geen lekker bier.' Tegen de gespreksleider van het onderzoeksbureau: 'krijgt Grolsch deze videoband eigenlijk ook te zien?', waarop hij bevestigend antwoordt. De vrouw keert zich om en zegt recht in de camera: 'oh, sorry hoor!' Gelukkig zijn de meeste mensen, net als deze vrouw, heel eerlijk. Meestal horen we ook hele positieve opmerkingen over Grolsch, vooral van de echte Grolschdrinker, zoals deze van een man uit Limburg: 'Voor mij is Grolsch boven alle verdenking verheven!' Fantastisch toch?!

Andere opmerkingen, die we dit jaar gehoord hebben: 'Grolsch, dat is toch die brouwerij daar in Brabant?' 'Dommelsch, dat is ook bier uit de Achterhoek, net als Grolsch' of nadat de interviewer gevraagd heeft of men nog meer speciaalbieren kent: 'Ja, 8x4 van Bavaria!' Deze meneer was waarschijnlijk een beetje in de war of zou hij net aan een ander marktonderzoek hebben meegedaan?

Met andere woorden: marktonderzoek is een boeiend vak. We kunnen heel veel leren van deze consumenten. Zo komen we er achter of we als Grolsch op de goede weg zitten en soms hebben ze goede tips voor ons. Deze consumenten zijn de mensen aan wie wij ons bier graag willen verkopen. Een belangrijker informatiebron is er niet!

Wilma Koopman, Marketing Research

juni/juli

Overijssel op Straat: Internationaal straat-theater festival in diverse plaatsen in Overijssel.

4 t/m 7 juli

C.S.I. Twente in Geesteren.

4 t/m 7 juli

Grolsch Zomergoud Beachgames op de Oude Markt in Enschede.

5 t/m 7 juli

Plaspop op de Rijkerswoerdse Plassen in Arnhem.

14 juli t/m 18 aug.

Beach Bob: Jazz Dance festival in het strandpaviljoen de Zomer aan Bloemendaal aan zee.

24 t/m 28 juli

Ballonfeesten in Joure.

28 juli t/m 4 aug.

Grolsch Open op het nieuwe Amstelpark in Amsterdam

7 t/m

Boeskool is lös in

11 aug.

Oldenzaal.

14 t/m

Opening Amsterdam

25 aug.

ArenA. Natuurlijk is Grolsch hier ook bij als één van de founders.

30 aug. t/m 1 sept.

Internationale Schutterijfeesten in Haaksbergen.

6 en 7 sept.

Tina Turner in de Amsterdam ArenA.

25 sept. t/m 4 okt.

Nederland Film Festival in Utrecht.



Een 'greep' uit de evenementen.

Grolsch Open

Van 28 juli t/m 4 augustus kunnen we weer genieten van de Grolsch Open. Zoals bekend is Grolsch sinds afgelopen jaar hoofdsponsor van de Internationale Tenniskampioenschappen van Nederland. Het toernooi kenmerkt zich door de unieke sfeer, de gezelligheid die vanouds heerst in combinatie met prachtig tennis. Organisator Piet van Eijnsden heeft een goede neus voor aankomend talent. De winnaar van vorig jaar de Chileen Marcello Rios, staat inmiddels nummer 10 op de wereldranglijst en komt dit jaar naar de Grolsch Open om zijn titel te verdedigen.

De kwaliteit van dit evenement en de aandacht die de media aan de Grolsch Open besteden zijn vanzelfsprekend belangrijke aspecten waarom wij voor deze sponsoring hebben gekozen. Daarnaast geeft het toernooi een perfecte mogelijkheid om onze relaties te ontvangen.

Zeker dit jaar met de verhuizing naar het nieuwe tennispark Amstelpark in het Amsterdamse Bos zullen wij hier volop gebruik van maken.

Om extra aandacht te vragen voor de Grolsch Open zal een originele radiocommercial gedurende 2 weken uitgezonden worden. Tevens zullen wij in de tennisbladen Tennis Revu en Tennis Magazine en in de Telegraaf advertenties plaatsen.

P. Mulder



Grolsch en de Amsterdam ArenA

Een prachtige commercial waarin onze beugel en de Amsterdam ArenA gecombineerd wordt. Zo laten wij het volk in Nederland weten dat we trots zijn op ons founderschap van de nieuwe sport- en cultuurtempel van Nederland. In augustus zal de Amsterdam ArenA feestelijk geopend worden door Hare Majesteit de Koningin. Maar het echte feest zal plaatsvinden op 7 september als de Koningin van de Rock en Roll Tina Turner, op haar wijze de ArenA opent.

De Amsterdam Arena is bijna klaar!

Zaterdag 7 september gaat Grolsch naar Tina Turner.

Amsterdam ArenA. Wat een stadion. Bij een eerste aanblik schieten woorden te kort. Dit is immens. Grandioos! De laatste weken hebben we aantal wereldberoemde stadions vrijwel dagelijks op de televisie gezien tijdens de Europese kampioenschappen Voetbal 1996. Voetbaltempels van Liverpool, Manchester United en niet te vergeten het Wembley Stadion in Londen. Indrukwekkend!

Maar nu richt alle aandacht zich weer op eigen land. Op Amsterdam, op de Amsterdam ArenA. 'n Werkelijk magnifiek stadion, dat niet alleen voor voetbal is gebouwd, maar ook

mogelijkheden biedt voor allerlei grote manifestaties, zoals pop-concerten, congressen, mega-muziek-uitvoeringen, enz. In maart berichtten wij u al, dat wij met alle medewerkers van Grolsch én van de Dranken Organisatie Nederland (D.O.N.) een bezoek zouden brengen aan de Amsterdam ArenA. En dat gaat nu binnenkort gebeuren. Op zaterdag 7 september zal het Grolsch-gezelschap op de 1e ring van de ArenA genieten van het optreden van Tina Turner. Eerder dit jaar gaf zij in Ahoy Rotterdam al een paar concerten - die allen waren uitverkocht - en nu komt ze naar Amsterdam. Binnenkort ontvangt u op uw huisadres een uitnodiging voor dit concert in de Amsterdam ArenA mét een antwoordkaart.

Een vriendelijk doch dringend verzoek. Vult u in alle gevallen deze antwoordkaart in en doe hem voor de aangegeven datum op de post. U doet er ons, maar ook uzelf, een groot plezier mee.

Wij hopen dat u allemaal meegaat. Een bezoek aan de Amsterdam ArenA mag u niet missen!

Toen de Amsterdam Arena nog in aanbouw was.



De heren P.P. Snoep en J. Troch lieten zich een paar maanden geleden uitgebreid voorlichten over de in aanbouw zijnde Amsterdam ArenA. Als een van de founders van dit nieuwe stadion waren de heren van Grolsch bijzonder geïnteresseerd niet alleen naar de gehele opbouw en indeling, maar ook naar de wijze waarop de bezoekers van deze ArenA gevoed en vooral gelaafd konden worden. Grolsch is immers de exclusieve leverancier van alle bieren. Thans wordt de laatste hand gelegd aan dit prachtige stadion en zal men de eerste test-voorstelling organiseren, om te zien hoe alles in elkaar past.

Obelix, de onafscheidelijke metgezel van Asterix en bekendste steenhouwer in

Gallië (Romeins gebied in Frankrijk, 50 j v Chr.) was altijd in voor een nieuw avontuur, bij voorkeur een robbertje vechten, als hij maar everzwijnen, het liefst zoveel mogelijk, te eten kreeg.

Op een dag liep hij, uiteraard met een menhir op de rug, een Romeinse legionair tegen het lijf, die zich uitgaf als koopman en Obelix toezegde zoveel

Hoe Obelix

mogelijk menhirs af te nemen.

Onze krachtpatser richtte zijn ei-

gen bedrijfje op onder de naam Obelix

& Co, menhirhouwerij, en ging ver-

woed aan de slag. Vermakelijke verwik-

kelingen volgden met betrekking tot het

produceren, het aanleggen van voor-

raden, de aan- en afvoer en het verko-

pen van menhirs. Uiteindelijk moest

Caesar in Rome zich er zelf mee bemoei-

en, want de schatkist raakte uitgeput.

Het doel van de onderneming was

(tijdelijk) geslaagd: zolang de Galliërs

menhirs produceerden konden ze niet

vechten. De onderneming van Obelix

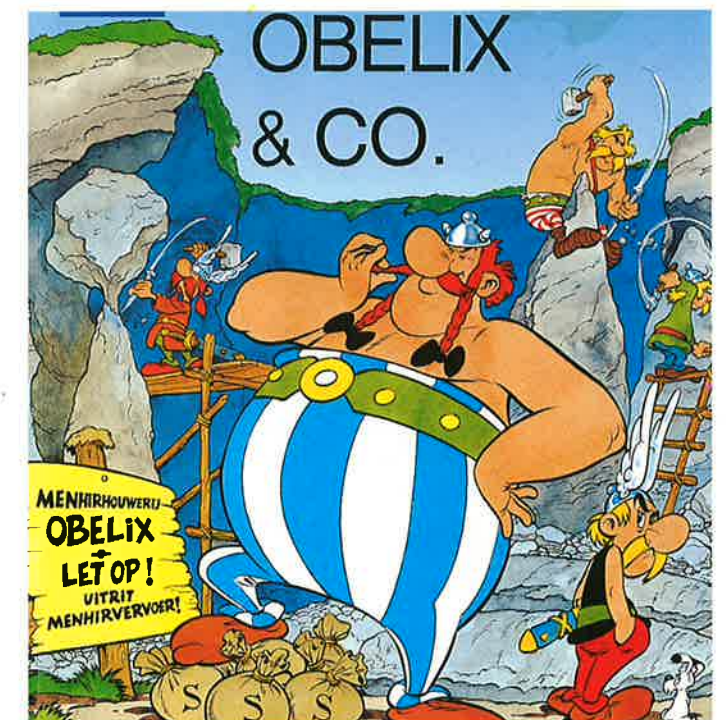
zelf was een logistiek doolhof. Zie hier,

met een knipoog, de symboliek achter

het opstarten medio 1995 van het logis-

tieke project met behulp van Proudfoot,

externe organisatie-adviseurs.





Het project logistiek

Logistiek, de 'cockpit' van de organisatie

In het jaarverslag van Koninklijke Grolsch NV 1995 staat de volgende passage: 'Wie de markt als uitgangspunt heeft en maximaal wil inspelen op veranderende wensen van de consument, zal behalve over een flexibel productie-apparaat, vooral over een slagvaardige logistieke organisatie moeten beschikken.

De productie dient een groeiende hoeveelheid bierspecialiteiten te brouwen en deze af te vullen in een toenemend aantal verpakkingsoorten. De afdeling logistiek moet zorgen voor een adequate planning om deze stromen efficiënt door de brouwerij te sturen en de producten punctueel bij de klant af te leveren. In 1996 is begonnen om in projectgroepen met alle betrokken leidinggevenden en medewerkers het totale logistieke traject (van inkoop tot en met de aflevering bij de klant) door te lichten op doelmatigheid en waar nodig te optimaliseren. Er is momenteel heel wat in beweging binnen de afdeling van de directeur Logistiek, Andries de Groen.

Hier komen de noodzakelijke gegevens binnen om de meest efficiënte route te kiezen, zoals dat ook gaat in de cockpit van een vliegtuig.

Paard en wagen

Het is al lang geleden dat Grolsch uitsluitend pils brouwde en in twee verpakkingen op de markt bracht, in beugelflessen en in fusten. En op foto's uit het grijze verleden is te zien dat deze met paard en wagen bij onze klanten werden afgeleverd, binnen een afstand van maximaal 50 km van de brouwerij wel te verstaan. Het woord logistiek was toen nog niet uitgevonden.

Door de groei en bloei van onze kwaliteitsbieren zien we sindsdien een totaal ander beeld. Grolsch brouwt thans een scala bieren en bierspecialiteiten, die behalve in heel Nederland worden verkocht aan duizenden klanten over de gehele wereld.

Er zijn bovendien veel nieuwe verpakkingen bijgekomen. En bij die verpakkingen komen dikwijls promotie-artikelen.

Dan zijn we er nog niet, want neem bijvoorbeeld de per land aangepaste etiketten, naar gelang de daar geldende wetgeving,



in verschillende talen. En al die klanten willen op tijd het bestelde produkt geleverd krijgen. Dat vergt van productie voortdurende omstellingen zowel naar produkt als verpakkingsoort en van logistiek het continue oplossen van een puzzel en die vervolgens om te zetten in een zo efficiënt mogelijke planning.

Die puzzel kan niet meer met gezond verstand of improvisatie alleen worden opgelost. Geautomatiseerde systemen ondersteunen daarbij. Daarnaast is veel discipline van de commerciële medewerkers voor binnen- en buitenland vereist om wijzigingen in de bestellingen van klanten tijdig door te geven. Deze wijzigingen kunnen immers de uitgekende planning volledig overhoop halen.

Uitdagingen

Grolsch heeft een brouwerij met twee vestigingen in Enschede en in Groenlo die samen een zekere brouw- en afvulcapaciteit bezitten. Dat is een gegeven en maakt de onderlinge afstemming nog gecompliceerder. Bedenk bovendien dat een brouwerij geen orderboeken heeft, zoals bedrijven in andere branches die per jaar vrij nauwkeurig kunnen bepalen welk produkt in welke maand gefabriceerd moet worden.

Nee, Grolsch is afhankelijk van het weer, van onverwachte bestellingen, van een



produkt dat plotseling veel harder blijkt te gaan dan voorzien.

En niet op de laatste plaats heeft export ons voor 'problemen' gesteld, want onze afzet naar het buitenland is spectaculair aan het stijgen. Vandaar dat geïnvesteerd is in een nieuwe afvullijn in Groenlo voor de eenmalige flessen.

We moeten dus de capaciteit vergroten om onze groei op te vangen. Dat is verheugend, vooral wanneer we bedenken dat in de bierbranche regelmatig het woord 'verzadigingsverschijnselen' valt!

We kunnen allerm minst ontkennen dat de huidige dynamiek in ons bedrijf ons regelmatig voor ingewikkelde afstemmingsproblemen en keuzes stelt en nog zal stellen, maar laten we ons eens het omgekeerde voorstellen: dat we een permanente overcapaciteit zouden hebben bij gebrek aan voldoende orders. Onze problemen zijn dus vooral uitdagingen.

Het project

Tenslotte nog een enkel woord over het project Obelix & Co zelf, dat onder leiding staat van Andries de Groen.

Nadat de afgelopen maanden in pro-

De heren A. Doderlein de Win (links) en G. de Vandeputte (rechts) van Proudfoot.



jectgroepen de knelpunten en oplossingen geïnventariseerd zijn, is een goed beeld verkregen waar we onze organisatie en systemen moeten aanpassen om een zo efficiënt mogelijke logistiek te kunnen voeren. Hierbij is de organisatie-aanpassing natuurlijk geen doel op zichzelf.

Het gaat kort en goed om twee zaken: tevreden klanten en een optimale benutting van onze brouw- en afvulcapaciteit.

Het nieuwe concept dat voor ogen staat wordt momenteel en in de komende maanden ingevoerd. Zodra de aanpassingen zijn gerealiseerd en ervaring is opgedaan met de nieuwe werkwijze, zullen we hierop terug komen in een volgende uitgave van de Grolsch Kroniek.

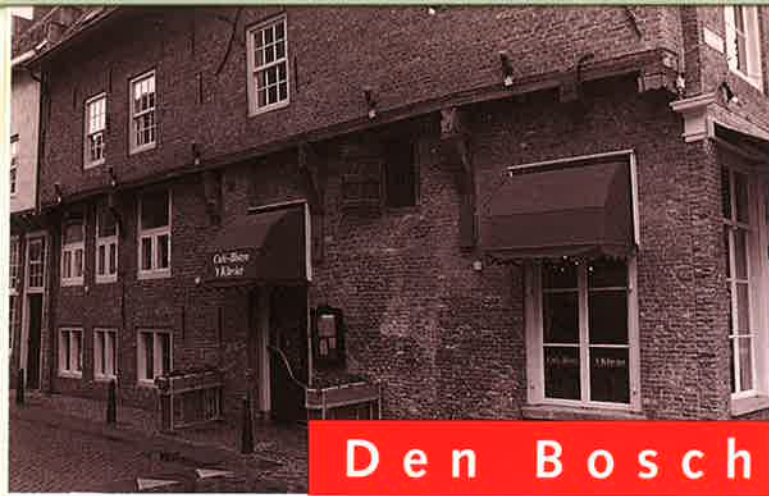
Bij de inventarisatie, het ontwikkelen van het concept en de implementatie zijn wij ondersteund door Proudfoot en wel speciaal door onze adviseurs Alex Doderlein de Win en Geert Vandeputte die in hun 'controlekamer' op de vierde verdieping zowel een onmisbare als plezierige ondersteuning hebben gegeven.

Alex zal overigens nog enkele maanden bij ons blijven om er als 'waakhond' op toe te zien dat wat is afgesproken ook geborgd gaat worden in de praktijk, maar vooral om behulpzaam te zijn bij de doorvoering.

En laat nu die derde opeenvolgende tropische zomer met veel orders maar komen!

door C. Dubbeldam





Den Bosch

'Het Klavier'

Het Klavier is een prachtig horecabedrijf gelegen op een hoek van een straat, een straat met veel horeca, een buurt met veel horeca. Komt Tijd Komt de Horeca-academicus, het klikte, de onderhandelingen zijn in een eindfase en ook hier wordt nu Grolsch getapt. De bedoeling is dat Frank Kuipers dit bedrijf overneemt en de huidige eigenaren de heer en mevrouw Warring zich volledig gaan concentreren op landgoed Groenhoven.

E. de Wit

Bruchem

'Groenhoven'

Onlangs besloot de heer Warring dit prachtige landgoed over te nemen om het nieuw leven in te blazen. Het landgoed is gelegen te Bruchem (vlakbij Zaltbommel) in Noord-Brabant.

De heer Warring is tevens eigenaar van een horecabedrijf te 's-Hertogenbosch. Voor dit bedrijf zocht de heer Warring een geschikte bedrijfsleider. Wij hebben twee vliegen in een klap kunnen slaan: Op Groenhoven stroomt nu het vorstelijke Grolsch en het bedrijf in 's-Hertogenbosch verkoopt ook Grolsch.

Dit is gelukt doordat Frank Kuipers van de Grolsch horeca-academie een principe-akkoord heeft bereikt met de heer Warring om deel te nemen in het horecabedrijf Het Klavier te 's-Hertogenbosch.



Solaris

Bloemendaal

Onze relatie Wim Brugman met Paviljoen de Zomer te Bloemendaal heeft er per dit seizoen een stek naast zich bij, met partner Dick Koopman. Zij vormen met deze twee bedrijven het verlengde van wat wij reeds als relaties hebben aan het Zandvoortse strand, te weten meer dan 15 van de totaal 40 strandbedrijven. Hier komt dus echt alles van Nederland zich neerzetten tussen maart en oktober en het kan niet missen dat je bij een bezoek aan Zandvoort/Bloemendaal je van onze eigen bieren ruimschoots kunt genieten, doe dat dan ook!

H. Verboog

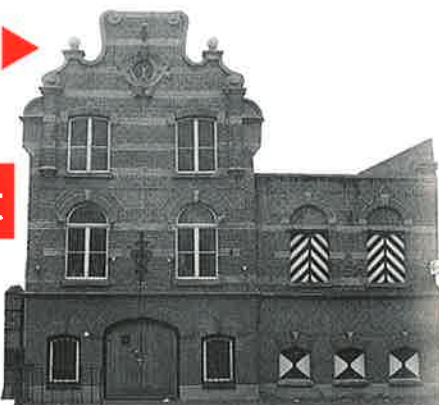
Café de Bohemien

Vught

Binnenkort opent café de Bohemien haar deuren aan de Taalstraat in Vught.

Het wordt een café voor de echte liefhebber. Veel verschillende bieren en een goede eenvoudige hap eten. Regelmatig optredens en activiteiten. Wij zijn dan ook blij dat de toekomstige exploitanten voor Grolsch gekozen hebben. De heer Van Swieten en mevrouw Merks hebben in hun jonge jaren een zeer goed lopend café gehad in Den Bosch. Na een aantal jaren van bezinning en andere bezigheden kroop het horecabloed toch waar het niet gaan kan. Na vrijkomen van het pand aan de Taalstraat en contact met de enthousiaste agent-inspecteur waren zij definitief verkocht: Komt Tijd Komt Grolsch.

E. de Wit



Café Batavia

Wormer



Van rijstpakhuis naar Grand Café. 1996 is het jaar van het industrieel erfgoed. Met name de oude bouwwerken waarin vroeger industriële handelingen plaatsvonden staan dit jaar extra in de belangstelling. Zo staan er aan de rivier de Zaan in het Noordhollandse plaatsje Wormer een aantal prachtige pakhuizen met dito namen zoals Saigon, Batavia, de Adelaar etc. etc. De Batavia is sinds enige jaren in particuliere handen en het is de gebroeders Pieter en Nic Grandiek gelukt om de rechter benedenhelft van dit indrukwekkende pakhuis tot café op te waarderen. Sinds 28 april jl. huist er in het voormalige rijstpakhuis Batavia dan ook het Café Batavia. De gehele Zaanstreek kent dit pand als zodanig en dat hebben de Grandieken geweten want

vanaf de eerste dag zit de Batavia met name in de weekends afgeladen vol. Gelukkig niet het zoveelste prestigieuze grand café maar een zeer authentieke en oorspronkelijke inrichting. De Grandieken hebben het pand op hun juiste waarde weten te schatten en hebben met een sobere inrichting alle eer aan de monumentale uitstraling van het pand gelaten. Hun slogan is al even simpel: lekker eten en drinken in een cultuur-historische sfeer. Niet meer en niet minder. Zaankanters zijn een nuchter volk zonder veel opsmuk en zij zullen zich hier dan ook prima thuis voelen. Na het Wapen van Friesland in Zaandam heeft Grolsch nu een tweede fraaie zaak in deze contreien; het begint erop te lijken.

R. Schmitz



Boxtel

'De Langspier'

Na langdurige onderhandelingen en fijne gesprekken hebben wij de heer Schellekens kunnen overtuigen van de betrouwbaarheid en kwaliteit van Grolsch. Dit heeft geresulteerd in de parel van Boxtel, zoals de burgemeester het zo mooi zei, tijdens de

officiële opening van de recreatieplas. Maar liefst 18 hectare waarvan 10 hectare water. Een prachtig paviljoen met eten en drinken, een kinderspeeltuin, een wedstrijd beachvolleybalveld, een kiosk en een prachtig strand. Het openingsweekende was spectaculair, 3 winnaars van de loterij mochten een ballonvlucht maken in de Grolsch ballon. Slechts twee tegenvallers: het weer en de helderheid van het water. Gelukkig mankeert aan de helderheid van het Grolsch Amber, Lentebok en Premium Pilsner helemaal niets en dat is gebleken.

E. de Wit

Ruddles

Leiden

In '95 heeft Frank Kraan succes ge oogst door met de heren M. Snoeck en W. Schreiner de aanzet te maken met deze Engelse Pub, die per 9 februari open ging en vanaf dat moment loopt als een trein.

Dit bedrijf is een welkome aanvulling voor Leiden en de regio voor zowel buitenlandse als Nederlandse gasten die er komen in een verhouding fifty/fifty. Naast onze Pils, Amber en Seizoensbieren, worden er diverse merken Ale's getapt. Je waant je alhier als in een huiskamer, waarin je kunt eten en drinken, warm aangekleed en met een prettige uitstraling, in alle opzichten zeer de moeite waard om te bekijken/bezoeken! Noordeinde 55/57.

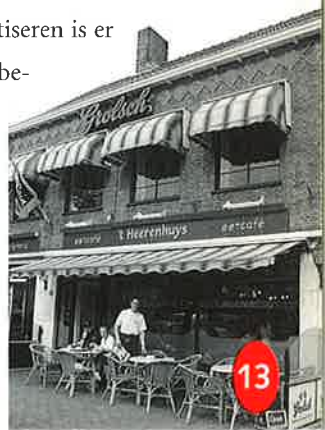
H. Verboog

Kerkdriel

Het Heerenhuys

Kerkdriel ligt in de Bommelerwaard, Gelderland. Het Heerenhuys ligt aan het Mgr. Zwijsenplein te Kerkdriel. Het was een onopvallend bedrijf. De inspecteur en de agent kwamen in contact met de huidige ondernemers, ze hadden plannen een eetcafé te beginnen. Door hun plannen te enthousiasmeren en concretiseren is er een prachtig horecabedrijf ontstaan aan het mooie horeca-plein in Kerkdriel.

E. de Wit





3 Augustinus (Studenten Sociëteit) Leiden

Met lof heeft Marcel Kroes in '95 de voorbereiding en afwikkeling gedaan met deze studentenvereniging, die daadwerkelijk in de eerste week van januari jl. KB pils ging afnemen en niet zonder succes. Men organiseert van alles en doet er alles aan om naast ons pils, ons Amber en Seizoensbieren aan de student te brengen! Augustinus is derde grote vereniging te Leiden, na Minerva (Heineken) & Quintus (Bavaria). Een verrijking in onze relatiekring, die wij zullen koesteren. Gaat één uwer studeren te Leiden geef hem/haar mee zich bij Augustinus aan te sluiten voor een completer studietijd! Rapenburg 24 te Leiden.

H. Verboog

Leiden

De Ouwe Stal wordt The Old Stable

Per januari '96 is dit Bruine Café & Snookergebeuren van Brand over op Grolsch en blijkt per week qua fustomzet direct merkbaar een stijging te vertonen. Een V.O.F. werd gelijktijdig eenmanszaak. De aanpak nieuwe stijl wierp vruchten af en Arthur Koet, de uitbater, maakt er met zijn vrouw een gezelliger tent van dan ooit tevoren! Het leuke van dit bedrijf is dat je er makkelijk zowel als café- en snookerbezoeker komt! Dus kom je in Leiden, dan is een bezoek alhier op zijn plaats. Dit bedrijf is gelegen aan de Herenstraat 43.

H. Verboog

'Brasserie de Spieghele'

Oss

In de voorlaatste Kroniek is de foto van de Spieghele in het stukje van Onroerend Goed niet afgedrukt. Bij deze een fantastische foto van de wereldzaak in Oss.

E. de Wit



nieuwe HORECA

Café La Paz

Zandvoort

Ben je toch al in Zandvoort dan hebben wij sinds februari, nú café La Paz erbij aan de Stationsstraat 20. Gewoon een lekker café voor als je van het strand even niets meer wilt weten en toch iets anders wilt ondernemen, dus gewoon doen!

H. Verboog

Almen

'De Hoofdige Boer'



Elk weet, waar 't
Almensch Kerkje staat,
en kent de laan,
die derwaarts gaat.

Zo luiden de eerste regels van het gedicht 'De Hoofdige Boer' van Mr. A.C.W. Staring. Staring ging er gemakshalve dus maar van uit dat iedereen weet waar

ALMEN ligt; juist, op een steenworp afstand van de Hanze-stad Zutphen, in de Berkelvallei, temidden van het schone Gelderse landschap. Welnu, midden in het dorp ligt Hotel-Café-Restaurant De Hoofdige Boer. Dit prachtige bedrijf is al meer dan 40 jaar in de familie Holtslag.

Eenmaal binnen geweest, hetzij als gast in het hotel, hetzij als passant voor een hapje of een sapje, rekent men zich al gauw tot de 'familie', het is er goed toeven. In de gezellige gelagkamer heeft u altijd aanspraak. Wilt u een arrangement, wilt u fietsen, een literaire pelgrimstocht maken....

Bel eens met Dirk of Janneke Holtslag. FOUT... ga zelf eens kijken in Almen en u weet dan meteen waar de dichter Staring het over heeft.

B. Ebbers

heden & VERLEDEN

Horeca-relaties uit vroeger tijden.



In elke uitgave van de Grolsch Kroniek laten wij u een aantal nieuwe horeca-relaties zien, die recentelijk op Grolsch-bier zijn overgegaan. Grolsch heeft sinds eeuwen een relatie met horeca-ondernemers. Toen er nog niet in flessen werd afgevoerd, maar uitsluitend in vaten, kwam ons bier uitsluitend via de cafés bij onze bierliefhebbers.

Ook toen al werden de panden van onze horeca-relaties uitgerust met reclameborden, weliswaar geschilderd op hout. Lichtbakken bestonden toen nog niet. Misschien herkent u een of meerdere panden nog.



Inge van Dijk

Op een dag dat half Nederland, dus ook de halve Grolsch populatie, heeft besloten een ATV- dan wel een snipperdag te nemen (dat maakt het weekend zo lekker lang) heb ik een afspraak met Inge van Dijk.

Terwijl het heel zachtjes motregent, loop ik naar het kantoor van de lijnchefs, de plaats waar Inge de komende anderhalf jaar o.a. te vinden zal zijn.

Inge van Dijk komt op 15 juli a.s. in dienst bij Grolsch als Projectmedewerkster. Vanaf eind april tot 15 juli zal ze 1 à 2 dagen per week voorbereidende werkzaamheden verrichten.

Met een smeugig accent vertelt deze in Eethen geboren Brabantse dat ze lekker dicht bij 'ons pap en mam' in 's-Hertogenbosch de STOAS (Agrarische Pedagogische Hogeschool) met als studierichting levensmiddelentechnologie heeft gevolgd. Direct na haar opleiding is ze als part-time docente gaan werken bij zowel het AOC te Zenderen als het Groene Delta college te Oegstgeest. Deze opleidingen zijn op LBO/ MBO niveau. Daarnaast heeft ze aan volwassenen les gegeven bij (ons wel bekend) LOBAS.

Dit alles maakt Inge tot een, voor Grolsch, aantrekkelijke Projectmedewerkster.

Inge is aangenomen bij Grolsch om, in het kader van de kwaliteitsnormen ISO en HACCP, een project op te starten dat het best omschreven kan worden als de certificering per functieplaats. Hiermee wil men bereiken dat alle medewerkers op een bepaalde functieplaats de werkzaamheden zo uitvoeren dat afwijkingen in het proces niet meer beïnvloed of veroorzaakt worden door het handelen van de operator.

Het bedienen van de machines moet niet alleen een serie automatische handelingen zijn, maar de medewerkers moeten precies weten waarom men die handelingen verricht.

Het is belangrijk om hiervoor gebruik te maken van de kennis die de medewerkers reeds hebben en tevens is het noodzakelijk om de medewerkers in te laten zien hoe belangrijk hun eigen werkplek binnen Grolsch is.

Het project zal opgestart worden in colonne 9 in Enschede, waarna de nieuwe colonne 11 aan de beurt komt. Nadien zal Inge haar activiteiten verleggen

naar de colonnes in Groenlo. Vervolgens moet hetzelfde systeem toepasbaar zijn voor de bierbereiding, zowel in Enschede als in Groenlo.

■ Hoe is het contact met Grolsch ontstaan?

'Grolsch heeft, om dit project in goede banen te laten leiden, contact gezocht met het opleidings- en adviesbureau van Harry Daamen. Harry Daamen kent mij nog vanuit mijn stage periode bij Heinz en heeft mij voor dit project benaderd. Vanaf eind april tot 15 juli zal ik in principe 1 à 2 dagen per week samen met Harry Daamen voorbereidende werkzaamheden verrichten bij Grolsch. Dit komt er op neer dat ik zal trachten nu al zoveel mogelijk kennis te maken met de operators en te peilen hoe zij tegenover deze opleiding staan. Na 15 juli zal Harry Daamen 1 dag per week als adviseur bij het project betrokken zijn.'

■ Hoeveel tijd zal het gehele project in beslag nemen?

'In principe ben ik bij Grolsch in dienst tot uiterlijk 1 januari 1998. Binnen die tijd moet het gehele project zijn afgerond en hebben, als het goed is, alle medewerkers op eerder genoemde afdelingen een certificaat behaald.

In verband met de ISO-norm zal uiterlijk in week 42 de eerste groep medewerkers goed opgeleid moeten zijn.

Het ligt in de bedoeling per ploeg, per lijn de medewerkers meer als team te laten functioneren, zodat zij ook als team in staat zullen zijn zelf nieuwe operators te instrueren.'

■ Wat verwacht je van het project voor jezelf en voor Grolsch?

'Tijdens mijn stageperiode bij Smiths Food Group heb ik procesoperators begeleid bij het opzetten van een interne opleiding, een soortgelijk project. Voor mezelf betekent het project bij Grolsch wederom een uitbreiding van mijn praktijkkennis, hetgeen in de toekomst hopelijk in mijn voordeel zal werken.

Voor Grolsch zal het betekenen dat er uiteindelijk meer kwaliteit, rendement en profijt uit de machines kan worden gehaald wanneer de operators deze goed kunnen bedienen.'

En dat is waar wij uiteraard naar streven.

We wensen Inge veel succes toe met het begeleiden van dit project en hopen dat zij zich als Brabantse in Twente snel thuis zal voelen en dat Grolsch zich uiteindelijk de werkgever mag noemen van de best opgeleide operators.

door **Marja Nijkrake**



Op weg naar een nieuwe

Het zal u wellicht zijn opgevallen: de laatste tijd lezen we steeds vaker in de krant over het fenomeen 'flexibele pensioenering'. Ook binnen Grolsch wordt deze term gebruikt als we het hebben over een regeling die over enige tijd onze huidige VUT-regeling zal gaan vervangen.

Waarschijnlijk heeft u er zo links en rechts in de (wandel)gangen al over gehoord en gesproken. Wat nu precies de bedoeling is van een nieuwe flexibele pensioenregeling voor Grolsch, is echter voor veel medewerkers nog onbekend. Daarom willen we u in dit artikel nader informeren over dit onderwerp. Misschien zijn er na het lezen van dit artikel een aantal van uw vragen beantwoord of roept het juist nieuwe vragen bij u op. Waar u met deze vragen terecht kunt leest u aan het einde van dit artikel.

Waarom vinden we dat het bij Grolsch tijd is voor een dergelijke regeling? Kunnen we de huidige VUT-regeling niet gewoon handhaven? Om met deze laatste vraag te beginnen, nee, dat zou niet reëel zijn. Onze bevolking is momenteel aan het vergrijzen, hetgeen betekent dat er relatief meer ouderen komen die van een VUT-uitkering gebruik maken en minder werknemers die de kosten van de VUT samen met de werkgever moeten dragen. Dit noemen we trouwens het 'omslagstelsel'; de kosten van de VUT worden 'omgeslagen' over de werkende bevolking.

Vanwege de toename van het aantal ouderen, dat gebruik zou kunnen gaan maken van de VUT, zouden de VUT-kosten behoorlijk gaan stijgen. Dit proces van vergrijzing zien we ook binnen onze brouwerij. Dit betekent dat het voor de medewerkers bij Grolsch die in de (verre)

flexibele pensioenregeling

toekomst van de VUT gebruik denken te kunnen maken, uiterst onzeker is of de VUT-regeling dan nog bestaat.

Daarom vinden we het een beter idee om voor alle medewerkers een eigen kapitaal te gaan vormen waartoe vanaf een bepaalde leeftijd jaarlijks door zowel de werkgever als de werknemer een bedrag wordt gestort. Dit geeft medewerkers de zekerheid dat er op het moment van vervroegd uittreden ook voldoende geld is voor een uitkering tot aan de pensioenleeftijd. Dit betekent dat medewerkers hiermee in tegenstelling tot de VUT een eigen kapitaal ofwel een 'recht' opbouwen. Een dergelijk systeem is het beste te realiseren door dit te integreren in de pensioenregeling.

In onze huidige pensioenregeling kan een maximale uitkering (inclusief de AOW-uitkering) van 70% van het laatst verdiende salaris worden bereikt, die ingaat op 65-jarige leeftijd. Omdat de uitkering is gebaseerd op het laatst verdiende salaris, noemen we dit een 'eindloonregeling'. Wat bedoelen we nu met de term 'flexibel' als we het hebben over een nieuwe flexibele pensioenregeling ter vervanging van de VUT? Hiermee bedoelen we dat de medewerker meer mogelijkheden krijgt om te bepalen hoe hij zijn bij elkaar gespaarde pensioenkapitaal wil besteden. Dit betekent dat de medewerker mede het tijdstip van vervroegde pensionering en de uitkeringshoogte bepaalt. Zo kan een medewerker extra sparen om vroeger te stoppen met werken of juist langer doorwerken zodat op het moment van pensionering een hogere uitkering ontstaat. Hiermee wordt tegemoet gekomen aan de wens van veel medewerkers om zelf meer invloed te kunnen uitoefenen op hun pensioen.

Naast de activiteiten die momenteel o.m. door de afdeling P&O en het pensioenfonds op dit terrein worden verricht, is er ook een ondernemingsraadscommissie binnen Grolsch die zich bezig houdt met een studie naar een nieuwe flexibele pensioenregeling voor Grolsch. Deze commissie bestaat uit de heren P.G. van Rooijen en A.J.G. Zeelte namens de afdeling P&O, namens de ondernemingsraad de heren K. Edeling, P.E.C.J. Mol, B.A.G. Hüsken, P.R.C.M. Schnellen, H.G. Oude Veldhuis, R.G.J. Siegerink en J.G. Westendorp, namens het FNV-kader de heer A.L. Heinsmann en de heer S.J. Nauta, pensioenskundige bij de FNV.

Deze studie moet er toe bijdragen dat we vanaf 1 januari 1998 beschikken over een nieuwe flexibele pensioenregeling die inspeelt op de veranderende gedachten over de oudedagsvoorziening in Nederland en bij Grolsch en die kan worden beschouwd als een waardige opvolger van de huidige VUT-regeling.

De streefdatum van 1 januari 1998 die is afgesproken met de vakorganisaties lijkt nu nog heel ver weg. Maar uit voorbeelden van veel andere bedrijven die al een dergelijke regeling hebben ingevoerd of nog bezig zijn met een studie blijkt dat zo iets ook veel tijd kost. Pensioen blijft per slot van rekening een ingewikkelde materie waarbij het belangrijk is om medewerkers goed voor te lichten. Daar is met dit artikel nu een eerste begin mee gemaakt en dit zal zeker niet het laatste zijn. In een later stadium zullen we u ook informatie verschaffen via een speciale brochure en voorlichtingsbijeenkomsten. Bij vragen kunt u altijd terecht bij één van de leden van commissie.

André Zeelte

Afdeling Personeel & Organisatie

Enschede

Nieuwe medewerkers

Rijnierse, Julianus Jacobus Maria
Geboren 12 juli 1963 te Weert.
Wonende te Breda aan de
Veemarktstraat 20A.
Functie: District Verkoop leider
afd. Horeca Zuid.
In dienst 01-03-'96.



De Koning, Pieter Frits
Geboren 23 maart 1961 te Wierden.
Wonende te Enschede aan de
Ankrot 86.
Functie: Customer Service Manager
afd. Export.
In dienst 25-03-'96.

Jong de, Marieke
Geboren 14 januari 1971 te Enschede.
Wonende te Enschede aan de
Hoge Bothofstraat 74A.
Functie: Secretaresse
afd. Export.
In dienst 01-04-'96.



Bodewes, Maria Elizabeth Geertruida
Geboren 01 juni 1968 te Hoogezand/
Sappemeer. Wonende te Enschede aan
de Frederikastraat 55.
Functie: Assistent RAM
afd. Thuisverbruik.
In dienst 01-05-'96.

Verboom, Marloes
Geboren 04 maart 1967 te Bacita
(Nigeria). Wonende te Almelo aan de
K. Zetkinstraat 65.
Functie: PR-assistente
afd. Interne en Externe Betrekkingen.
In dienst 04-06-'96.



Zilveren insignes Enschede

De volgende medewerkers hebben het zilveren insigne
voor hun 12,5-jarig dienstverband gekregen.

Bruning-Wichers, H. 01-03-'96
Loman, M.G.H.M. 01-04-'96
Oude Hassink, J.B.M. 01-04-'96

Promoties en benoemingen

Wiggers, R. per 01-03-'96 Systeembeheerder Horeca.

Kamies, T.M. per 04-3-'96 Administratief Medewerkster
Inkoop.

Vultink, C.A.
per 04-03-'96 Administratief Medewerkster Crediteuren
Administratie.

Snijders-Fischer, K.C. per 22-04-'96 Administratief
Medewerkster Horeca Tap Technische Service.

Witt de, R.W.M. per 01-05-'96 Manager Drankenhandel K.S.V.

Kamphuis, O.A.M. per 01-05-'96 Commercieel Medewerkster
Duty Free Export.

Schutte, A.W.J. per 01-05-'96 Hoofd Beheer & Begeleiding
Drankenhandels.

Beverdam-Hielckert, D.M. per 07-05-'96 Gastvrouw
Ontvangstcentrum.

Deterd Oude Weme, H.B.J. per 01-06-'96 Technisch
Wagenpark Beheerder.

Kuis, W.G. per 01-06-'96 Systeembeheerder MBS Intern
Transport & Magazijnen.

Schonewille, L. per 01-06-'96 Chef Intern Transport &
Magazijnen.

Jubileum kalender Groenlo

Dolderen van, H.E.
25 jaar in dienst. Receptie 07-06-'96.

Reijerink, A.M.
25 jaar in dienst. Receptie 04-07-'96.

Nieuwenhuis, R.H.B.M.
25 jaar in dienst. Receptie 14-11-'96.

Promoties en benoemingen

Brincke ten, A.J.M.
per 01-06-'96 Kwaliteitscontroleur op
de afd. Intern Transport & Magazijnen.

Molder te, R.A.M.
per 01-06-'96 Systeembeheerder MBS
op de afd. Intern Transport & Maga-
zijnen.

Enschede

Terugblik j u b i l e a



Mulder, J.H.
25 jaar in dienst op 30-03-'96.
Receptie 04-04-'96.

Kik, H.
25 jaar in dienst op 05-04-'96.
Receptie 05-04-'96.

Röring, J.G.H.
25 jaar in dienst op 27-04-'96.
Receptie 09-05-'96.

Kuipers, J.G.
25 jaar in dienst op 22-03-'96.
Geen receptie.



Roolvink, T.J.
25 jaar in dienst op 26-04-'96.
Receptie 09-05-'96.

Ebbers, H.G.J.
Per 01-03-'96 uit dienst met de
Ouderenregeling. Receptie 29-02-'96.

Schonewille, L.
25 jaar in dienst op 13-04-'96
Receptie in september

Leferink, H.W.M.
25 jaar in dienst op 10-05-'96.
Receptie 15-05-'96.

Uit dienst Enschede

Hees, H.G.
Uit dienst 19-04-'96.

Heggeler ten, J.A.M.M.
Uit dienst 31-03-'96.

Kamphuis, A.F.
Uit dienst 01-03-'96 wegens het berei-
ken van de pensioengerechtigde leef-
tijd.

Ipskamp, W.J.J.
Uit dienst 18-03-'96 wegens het berei-
ken van de pensioengerechtigde leef-
tijd.

Oude Hassink, B.J.
Uit dienst 23-03-'96 wegens het berei-
ken van de pensioengerechtigde leef-
tijd.

Verbaan, J.G.
Uit dienst 30-04-'96 wegens het berei-
ken van de pensioengerechtigde leef-
tijd.

Uit dienst Groenlo

Bomers, A.J.
wegens het bereiken van de pensioen-
gerechtigde leeftijd op 13-04-'96.

Hulzink, G.J.
uit dienst op 24-05-'96.

Groenlo Terugblik jubilea



Vruchte te,
F.A.H.
25 jaar in dienst.
Receptie
22-02-'96.

Uum van, B.J.L.
25 jaar in dienst.
Receptie
18-04-'96.



Haarlink, J.B.M.
25 jaar in dienst.
Receptie
10-05-'96.



Klein Gebbink,
J.J.H.
25 jaar in dienst.
Receptie
23-05-'96.



Aankomend Verenmaker

De heren A. Beerten, R. Roerdink en H. Schovers, medewerkers van de Beugelmontagelij, hebben met plezier, enthousiasme en succes de opleiding Aankomend Verenmaker afgerond.

Deze opleiding werd verzorgd door de heer R. van der Zwaan van de Hengelse Verenfabriek Bakker in het kader van het beugelproject met betrekking tot de Bihler beugelmachine. Tijdens een feestelijke bijeenkomst op 5 maart jl. kregen bovengenoemde heren het felbegeerde en zeker verdiende certificaat uit handen van de heer R. Gerssen, directeur van de

Hengelse Verenfabriek Bakker.



Etikettenafval

Het imago van ons afgeweekt natsterk

etiket is niet zo positief en milieu-belas-

tend. De papierfabrieken kunnen af-

geweekte etiketten niet of moeizaam

recyclen, het verpakkingsconvenant

dwingt ons storten te voorkomen. Dit

alles kan een negatieve publiciteit voor de

brouwerij betekenen bij onzorgvuldige

behandeling. Daarom zijn de afdelingen

Verpakkingsontwikkeling, Marketing en

Inkoop reeds een aantal jaren bezig hier-

voor een passende oplossing te zoeken.

Er zijn vele gesprekken gevoerd met onze leveranciers van etiketten maar ook met de papierproducenten zoals Feldmühle KNP en Page. Dat Grolsch niet de enige was heeft Drukkerij Sens Label ertoe aangezet naar een structurele oplossing te zoeken.

Hierbij zijn de volgende randvoorwaarden gesteld

- milieuvriendelijke lange termijn oplossing
- materiaal hergebruiken
- papierfabriek onafhankelijk
- lage constante kosten
- beperkte 'vervuiling met glas e.d.' moet mogelijk zijn
- 'rust' voor onze afnemers

Sens Label heeft nu een aparte onderneming zonder winst oogmerk opgericht 'Label Recycling'. Vijf leveranciers van afgeweekte etiketten, waaronder 'Grolsch' hebben een bevoorrechte positie verkregen onder een commitment van 5 jaar alle afgeweekte etiketten door Label Recycling te laten bewerken.

Verkregen voordelen

Voor het milieu:

- vermindering van procesafval
- vermindering van emissie in het baksteen proces
- papier wordt niet meer gestort

en baksteen

De oplossing

In baksteen wordt zaagmeel als porosiemiddel en drooghulpstof gebruikt, het poreuze karakter van de steen geeft een lager gewicht maar ook de warmte- en geluidsisolerende eigenschappen scoren hoog.

Uit literatuuronderzoek is gebleken dat dit zaagmeel kan worden vervangen door onze afgeweekte etiketten.

Eén van de grootste baksteenproducenten in Nederland is benaderd door Sens Label. Met deze firma, Poriso B.V. te Brunssum, zijn proeven gestart om zaagmeel te vervangen door tot fracties versneden afgeweekte etiketten.

Na de eerste proeven is het proces geoptimaliseerd wat verder heeft geleid tot succesvolle praktijkproeven (30 ton), uitgevoerd met emissiemetingen door de overheid.

Het project

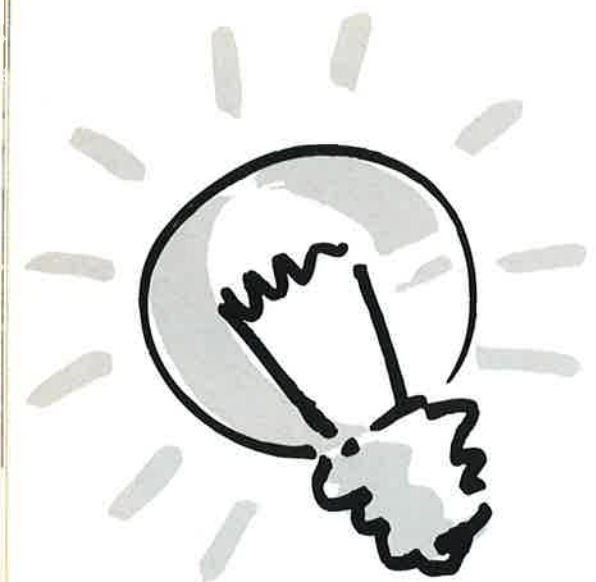
De levensvatbaarheid ligt bij minimaal 4.000 ton per jaar met doorgroei-mogelijkheden tot 12.000 ton per jaar.

Voor etiketten gebruikers:

- rust t.g.v. een structurele oplossing
- geen onderscheid naar papiersoort: alle soorten zijn recyclebaar
- afgeweekte etiketten mogen (beperkt) 'vervuild' zijn met glasresten etc.
- mogelijkheid tot verder optimaliseren inktchechting

Henk Smelt





De bus van Enschede

Aanmoedigingspremies:

J.B. Ankoné, Bouwkundige Werkplaats

J.B.M. Oude Hassink, Bouwkundige Werkplaats

E. Brandes, Electro Technische Dienst

G.A.E. Christiaans, BBD

J. Vries de, Intern Transport

M.G.M. Aveskamp, Afvulling Kleinverpakking

W.J. Delmte, Brouwhuis

J.T. Loskamp, Filterkelder

A.J. Bloksma, Afvulling Kleinverpakking

Beloonde ideeën + korte omschrijving:

- A. Hagels van Horeca Tap Technische Service diende een idee in omtrent praktische verhuizing van afdelingen.

- L. Bosman van de afdeling Expeditie diende het idee in betreffende het bouwen van een grote stelling in de loods. Het idee is inmiddels uitgevoerd.

- H. ten Wolde van de Afvulling Kleinverpakking diende het idee in betreffende het aanbrengen van beugels bij de aanloopbaan voor de etima's. Dit idee is, zij het in iets andere uitvoering, doorgevoerd.

Tevens diende hij het idee in, waarin hij voorstelt om een goed zichtbare storingslamp te plaatsen bij colonne 9.

- H.H.J. Snippert van de Alg. Groot- en Kleinverpakking oppeerde met zijn idee een bierbesparing door middel van de stamwortgehaltemeter.

- G.C.M. de Vos van de Gist- en Lagerkelder oppeerde het idee betreffende het plaatsen van een terugslagklep tussen de luchtfilter om op deze wijze bier te besparen en de luchtfilter schoon van andere stoffen te houden.

- M. de Vries van de Afvulling Kleinverpakking stelt voor om een beeldscherm met telprogramma aan te brengen t.b.v. colonne 9.

De heer Wildenborg ontvangt uit handen van de nieuwe voorzitter van de ideeënbusscommissie, de heer H. Bosua, een aquarel dat hij nog tegoeed had van zijn ingediende idee.



De bus van Groenlo

Aanmoedigingspremies:

- de heren H.T.M. Goossens en H.J.G.M. Hartman en de dames M.E.B. Bomers en G.B.M. Luttikholt voor 3 ideeën.

- de heer J.G.T. Gebbinck

- de heer B.A. Hodes (2 ideeën)

- de heer S.J.M. Konings (2 ideeën)

- de heer R.A.M. te Molder

- de heer N.H.A.M. Rensing

- de heer W.A.M. Wessels

- de heer M.H.M. Frank

- de heer J.G.M. te Brake

Beloonde Ideeën

- De heer R.E.M.J. Overbekking diende het volgende idee in: het plaatsen van fotocellen om de spoelmachine op kol. 1 af te laten slaan als een fles niet is meegenomen door de hark, zodat er minder tijd verloren gaat met het verwijderen van kapotte flessen.



De heer R. Overbekking ontvangt zijn beloning van de heer Floors.

- Het plaatsen van een fotocel om te voorkomen dat, indien de machine het karton niet vastklemt, het karton meeschuift op de transportband en zo de blikken opstuwt over de geleiding. Nu stopt de band als de blikken naar boven komen.

- De heren T.J.M. Berentsen, B.F.M. Abbink, A.J.H. Asschert, J.H.A. Dijk, E.B.M. te Brake, A.G.M. Hoytink, F.A. Hesselink, en A.M.G. Levers dienden samen het idee in over het aanbrengen van rolschakelaars voor controle van de onderkant van de pallets (de 3 plan-

ken en klossen), zodat de pallets niet meer om kunnen vallen bij het opbeuren bij de hoezenautomaat van de bliklijn.

- De heer P.J. Ottink diende maar liefst 3 ideeën in:

• het eerste idee betreft het terugdringen van de storingsgevoeligheid van de dozenstapelaar van kol. 6 d.m.v. het plaatsen van een extra fotocel achter op de stapelaar (heftafel).

• het tweede idee handelt over het aanbrengen van een aan- en uitschakelaar op de krattentransportbaan direct achter de afstapelaar van kol. 1, met het doel om glasscherven op een veiliger manier uit de kratten te kunnen verwijderen.

• het derde idee omvat het aanbrengen van een spiegel boven het palletkeuring- en transportgedeelte van de afstapelaar omdat het zicht wordt ontgenomen door de afvaltransportbanen.

- De heren H.J.G.M. Hartman en H.T.M. Goossens en de dames M.E.B. Bomers en G.B.M. Luttikholt dienden samen het idee in om de uitloopbaan voor de flessen te verbeteren door er aan het eind een oplopend stuk aan te zetten. Dit stuk is voorzien van een werkschakelaar en -plateau. Het voordeel is dat je de flessen sneller kunt verwerken en het scheelt veel tijd en loopwerk.

- De heer M.H.M. Frank diende het volgende idee in. Verleng de centreerpennen van de tweede uitpakker van kol. 1 met ± 5 cm. Nu wordt de krat eerst gecentreerd voordat de kelken in de krat komen.

- De heer H.J. Floors bedacht dat de machines, nadat ze bij een volle afvoerbaan automatisch stoppen, weer automatisch gestart moeten kunnen worden.



De heer F.A. Hesselink ontvangt zijn beloning uit handen van de heer Van Uum.

- De heer J.H.A. Dijk diende het idee in betreffende het reinigen van leidingen in de filterkelder. Een aantal leidingen wordt aangepast/geautomatiseerd, waardoor meerdere biersoorten getapt kunnen worden.

- De heer H.T.M. Goossens bedacht het volgende. Door het lassen van een RVS-pin met knop op de klem (beveiliging) van de worm van de oplegger/sluiser, ontstaat een hefboomwerking zodat de omgevallen vastzittende flessen gemakkelijker uit de machine gehaald kunnen worden.

- De heer S.T.M. Groot Zevert bedacht dat door het plaatsen van stoppers voorkomen wordt dat losse flessen terugschieten of scheef onder de centreerkop komen. De flessen blijven staan tot er 4 of 5 flessen zijn en lopen dan door. Het voordeel is, dat de ster meedraait en in elke positie kan stoppen, terwijl de oplegger continu doorloopt.

- De heer M.A.E. ter Bogt diende het idee in om de zeven van de naspoelbaden te vergroten om verstopping van de insputing in de fles te voorkomen.

- De heer J.G.M. Stöteler bedacht het volgende idee. Door het plaatsen van een balk met scharnieren, met daarachter een micro die de baan uitschakelt tot alles weer is hersteld, voorkom je dat pallets bij de tunnelingang van kol. 1 omvallen.



De heer P. Ottink krijgt één van zijn beloningen uitgereikt door de heer Floors.

De Nederlandse 'biercultuur' bestaat niet alleen uit pils, voetbal en chips - zoals sommigen weleens snerend opmerken.

Omringende landen als België en Duitsland mogen dan een gevarieerder bieraanbod en -historie hebben, Nederland heeft zeker wel de nodige afwisseling op biergebied te bieden.

Daarom heeft de redactie van de 'Grolsch Kroniek' het voor-nemen voortaan in elke aflevering een goed geïllustreerde bij-

drage te plaatsen over een van de aspecten van de Nederlandse

biercultuur. Met het oog op de tijd van het jaar beginnen we

met het onderwerp 'Biertoerisme'.

Biertoerisme

Nederland is bij uitstek een land voor toerisme. De deskundigen onderscheiden meestal tussen 'extern' en 'intern' toerisme: buitenlanders die ons land bezoeken resp. Nederlanders die hun vakantiebestemming(en) in eigen land zoeken.

De laatste jaren zien we een toename van het intern toerisme; ook en vooral door de vakantiespreiding geven steeds meer Nederlanders de voorkeur aan een kort of lang verblijf binnen de eigen landsgrenzen. Dat de bierwereld daar een interessante rol in kan spelen zullen we onderstaand aantonen.

Mogelijkheden

De biergeïnteresseerde (en wie van ons is dit niet?) kan in Nederland kiezen uit een aantal mogelijkheden voor een bieruitstapje. Weliswaar zijn er geen pretparken waar het bier in al zijn verschijnselen de boventoon voert, maar een bezoek aan een bepaalde regio of een bepaalde plaats kan heel goed worden opgeluisterd met iets bierachtigs. En dat gaat dan verder dan een pilsje op een terras!

In deze bijdrage hebben we een - uiteraard niet geheel complete - opsomming gemaakt van een aantal bierattracties. De één is een omreis of een bezoek meer waard dan de andere, maar



Nationaal Biermuseum 'De Boom' te Alkmaar.

bezoekers zullen nooit worden teleurgesteld. Op een enkel geval na zal Grolsch niet steeds verkrijgbaar zijn. We hebben de bezoekmogelijkheden daar natuurlijk ook niet op geselecteerd. Want dat zou bijna betekenen dat Grolsch een marktdkking van 100% zou moeten hebben.

En dat zo iets onmogelijk is weten we allemaal.

We raden de lezers aan zelf een keuze te maken en een route samen te stellen. Sommige bezoeken kunnen heel goed worden gecombineerd. En het is ook weer niet zo dat we het advies geven een omrit te maken van honderden kilometers voor een specifieke attractie.

Musea

Ook de geschiedenis van het bier laat zich het best leren kennen d.m.v. een museum-

bezoek. Regelmatig worden in Nederland eenmalige tentoonstellingen gehouden over de biergeschiedenis. Amsterdam en Assen kenden in 1994 een tentoonstelling met als motto 'Bier! De geschiedenis van een volksdrank'; een tentoonstelling die vorig jaar in Venlo is herhaald. Kort geleden is in het Openluchtmuseum te Arnhem een geheel gerestaureerde brouwerij uit Brabant heropend. Aansluitend op het antieke bouwsel is een hypermoderne uitbreiding geplaatst, waarin een aardige indruk van de biergeschiedenis wordt geboden. Verder biedt een aantal kleine musea een permanent overzicht van een of meer aspecten van de biergeschiedenis in Nederland. De belangrijkste zullen we onderstaand kort bespreken.

In Alkmaar vinden we het Nationaal Biermuseum 'De Boom'. Gelegen in het schitterende centrum, in de onmiddellijke omgeving van het Kaasmuseum en de Kaasmarkt is dit de plek waar bezoekers de meest overzichtelijke biertentoonstelling aantreffen. Het museum is gevestigd in een brouwerij uit de 17e eeuw. Het biedt een voortreffelijk inzicht in het brouwproces van vroeger: een mouter aan het werk op de moutzolder,

de brouwer bij een bierketel, de kuiper die vaten maakt, bierdragers enz. Ook de belangrijkste hedendaagse brouwers van Nederland presenteren zich via een vitrine waarin hun geschiedenis is weergegeven, waarin hun assortiment is uitgesteld enz.

Nationaal Biermuseum 'De Boom', Houttil 1, Alkmaar, tel. 072 5113801; openingstijden di. t/m za. 10.00 - 16.00 uur; zo. 13.00 - 16.00 uur; toegangsprijs: volwassenen f 3,-; kinderen f 2,-.



In zo'n ander historisch stadje, het Zuidhollandse Oudewater, treffen we het Brouwerij Artikelen Museum aan. Dit museum heeft een aanzienlijk kortere historie dan 'De Boom', en het is ook heel specifiek op verzamelers gericht. Ruim twee jaar geleden geopend en alleen te bezoeken op woensdagavond en zaterdagmiddag. Eenmaal per twee maanden is er een ander thema: doppen, etiketten, viltjes, noem maar op.

Adres: Hoenkoopsebuurtweg 11A, Oudewater. Toegangsprijs: afhankelijk aard bezoek.

Inlichtingen: tel. 030 6884510.

Nog weer verder afzakkend naar het zuiden komen we wederom in een stad met een rijke historie: Breda. Aldaar is gevestigd (sinds 1991) het Bierreclame-museum van Jan Hemmers. Het meest unieke van deze collectie wordt ge-



vormd door de verzameling van 850 emaille reclameborden. Maar de liefhebber zal ook het water in de mond krijgen van schitterende neonborden, toogkasten, bierwagens enz.

Adres: Haagweg 375, Breda, tel 076 5220975. Geopend alleen op zondag van 11.00 tot 20.00 uur. Toegang gratis.

Tenslotte de collectie van de vroegere brouwerij De Raaf. Deze is overgebracht van Molenhoek naar Nijmegen, en wel naar Stadsbrouwerij De Hemel (zie onder 'Brouwerijen')

Festivals

Nederland heeft bepaald niet zo'n reputatie als Duitsland waar het bierfeesten en/of bierfestivals betreft.

Bekend is het PINT Bokbierfestival in Amsterdam (eerste weekend van november), waar het complete (najaars-) bokbier-aanbod kan worden geproefd. Verder organiseert PINT in het begin van mei een Lentebokbierfestival, en is er elk jaar (eind april) in Groningen een PUB-bierfeest (PUB staat voor Promotie Uitzonderlijke Bieren).

Het enige festival dat in de vakantieperiode wordt gehouden vindt plaats in het Brabantse Oisterwijk. Op zondag 7 juli presenteren meer dan 40 Belgische en Nederlandse brouwers hun specialiteiten. Het evenement duurt van 11.00 uur tot 's avonds 18.00 uur.

Naast bierproeven kan men diverse demonstraties meemaken.

Dan zijn er nog wel de nodige lokale bierfeesten. Voor wat betreft de Achterhoek en Twente moeten die bekend worden geacht, maar zeer in opkomst in Zuid-Limburg zijn de Gulpener Bierfeesten. Dit jaar worden ze voor de 11e keer gehouden, en wel in het weekend van 16-18 augustus. Een voortreffelijke

gelegenheid om intensief kennis te maken met het assortiment van de brouwerij waar wij sinds enige tijd een wat inniger relatie mee onderhouden. Opvallend verschijnsel daar in het gemoeidelijke Limburg: alle bier wordt er ook bij een bierfeest nog steeds keurig in glazen getapt! Het kan dus wel...

Bier-café's

Nederland kent vele duizenden café's, in alle soorten en maten. Als u weet dat alleen Amsterdam al ruim 1200 'kroegen' kent, dan kunt u zich voorstellen dat het totaalaanbod veel groter is. Maar er is verschil tussen een café en een café. Niet slechts waar we denken



Boshuis Venkraai, 'n ABT-Café in Oisterwijk.

aan een huiskamer-café, een bruin café, een eetcafé, een buurtcafé en zo zijn er nog heel wat aanvullingen. Als we naar het bieraanbod kijken dan zijn er duidelijk ook grote verschillen. En juist de zomerperiode, de vakantiestemming leidt er bij veel bierliefhebbers toe om eens wat te experimenteren. En waar kun je dat beter doen dan in een ABT-Café? De ABT staat voor Alliantie van Bier Tapperijen en omvat zo'n 35 café's waar vooral aan het bierasortiment en de bierkennis hoge eisen worden gesteld. Het secretariaat (tel. 0180 550122) verspreidt een handig gidsje, waarin alle aangesloten bedrijven zijn beschreven. Sommige gebruikers stellen er eer in om al de vestigingen te bezoeken en zij benutten dit gidsje dan als een spoorboekje.

Het is niet toevallig dat de aangesloten Grolsch- en Gulpen-cafés tot de fraaiste van de leden-bedrijven horen. Daarom geven we een overzicht van de betreffende zes cafés die in alle opzichten de moeite van een bezoek waard zijn, al was het alleen al om de schitterende interieurs!

In Hengelo-Centrum (Ov) vinden we Biercafé 't Pleintje, aan het Burg. Jansenplein 25, open vanaf 12.00 uur (Zo vanaf 14.00 uur). Met 12 bieren van 't vat en bijna 100 op fles iets voor de fijnproever.

In Utrecht het bekende Jan Primus (Gulpener). Open vanaf 15.00 uur, 10 bieren op fust en 150 op fles. Adres: Jan van Scorelstraat 27 (tussen Wilhelminapark en Uithof).

In Wageningen eveneens een Gulpener-café: het zichzelf bierspecialiteitencafé noemende 'Vlaamse Reus'. Open vanaf 10.00 uur (Zo 14.00) met 14 tap-punten en 120 bieren op fles, Adres: Hoogstraat 21.

Uiteraard in Zuid-Nederland ook het nodige fraais. Wat te denken van het Boshuis Venkrai te Oisterwijk? Iets minder bieren op vat (6), maar wel weer 100 op fles en een plaatje van een lokatie, zeker en vooral voor een gezinsbezoek.

Uiteraard mag Zuid-Limburg niet ontbreken. Een van de gezelligste 'huiskamer-cafés' van ons land is zonder twi-fel 't Pintje in Mechelen. Open (behalve dinsdag) vanaf 14.00 uur, 's zondags vanaf 12.00 uur. Op vat: 10 bieren (beginnend met Gulpener pils), en ook nog 60 bieren op fles. Adres: Hoofdstraat 25, Mechelen (Limburg).

Tenslotte ook in het Limburgse heuvelengebied de Auberge Cadier Montagne. Aan de Rijksweg 17 te Cadier en Keer vindt u dit gezellige eetcafé, waar de kenner kan kiezen uit 7 bieren van het vat en 75 bieren op fles. Geopend van af 16.00 uur. Terzijde: de toerist die toch in deze regio rondreist moet zeker even oversteken naar de Belgische Voerstreek.

In Nederland bekend door de taalstrijd, maar de bierliefhebber treft hier naast een fraaie natuur een aantal zeer bijzonder kleine bieren aan. Denk er wel om dat het alcohol-percentage in België heel snel in de buurt van 8 zit, dus matig uw consumptie. Neem dan liever en paar flesjes mee.

Brouwerijen

Het grootschalige brouwen zoals we dat kennen biedt weinig spectaculairs meer. De afvalafdeling leidt vooral bij buitenstaanders weleens tot verbazing, vooral als er met getallen wordt geschermd. Gelukkig kent Nederland nog een aantal kleinere brouwerijen, die in de zomerperiode doorgaans goed kunnen worden bezocht. Een telefoontje van tevoren is natuurlijk wel gewenst, maar in bijna alle gevallen is het proeflokaal zeker wel open, en dat biedt de mogelijkheid om bieren te proeven of te kopen die meestal niet of nauwelijks landelijk verkrijgbaar zijn.

Van Noord naar Zuid noemen we het volgende brouwerij-fraais.

Op Texel de Tesselse Bierbrouwerij, Schilderweg 241B, Oudeschild, tel. 0222 313229.

Wat voor bijna alle brouwerijen in dit overzicht geldt, gaat vooral op voor de Tesselse: zowel de namen van de bieren als de vormgeving van de etiketten blinken uit door een creatieve aanpak. Geen wonder dat er zoveel verzamelaars zijn van vooral etiketten!

In Noord-Nederland verder: De Friese Bierbrouwerij 'Us Heit', Snekerstraat 43, Bolsward, tel. 0515 577449.

Verder afzakkend naar Midden Nederland: in Amsterdam zijn zeer de moeite waard het Brouwhuis Maximiliaan, Kloveniersburgwal 6, tel. 020 66266280 en Brouwerij 't IJ, Funenkade 7 (onder de Molen) tel. 020 6228325. Hier is ook een flessencollectie van duizenden exemplaren te bewonderen. Bier van uitzonderlijke kwaliteit en zwaarte!!

Utrecht levert de Utrechtse Stoombierbrouwerij Oudaen, Oudegracht 99, tel. 030 2311864. Met bijbehorend stadskasteel en restaurant, alwaar gerechten op bierbasis kunnen worden genuttigd.

Brouwerij De 3 Ringen te Amersfoort, met proeflokaal.



In Amersfoort vinden we brouwerij De 3 Ringen, Kleine Spui 18, tel. 033 4656575. Mooie lokatie, mooi proeflokaal.

Iets verderop, richting Veluwe, te Ermelo, alles ineen: een brouwerij, een winkel met een assortiment van 500 bieren en een café: Burg Bieren, Putterweg 45, tel. 0341 564934.

Tenslotte in Nijmegen de kortgeleden geopende Stadsbrouwerij annex Biermuseum De Hemel. Aan de Steenstraat 2 (nabij de Waalkade) is er een mogelijkheid tot rondleiding, maar ook als café heel aardig. Tel. 024 3606167.



Stadsbrouwerij De Hemel

De grootste concentratie aan brouwerijen is vanouds te vinden in Zuid Nederland. In Zeeland is De Halve Maan te Hulst zeer de moeite waard. Adres Absdaalsweg 2, tel. 0114 313544.

Vervolgens enkele traditionele brouwerijen in Brabant en Limburg.

Bekend in heel Nederland en een must voor elke bierliefhebber: De Trappistenbrouwerij De Schaapskooi van Onze Lieve Vrouwe van Koningshoeve te Berkel-Enschot (bij Tilburg). De enige echte Trappistenbrouwerij van Nederland, vooral ingericht op groepsbezoeken. In juli en augustus is



Van bierrestanten wordt in Arcen, in een oude watermolen, likeur gemaakt.



er elke dag om 14.00 uur een rondleiding die ook is aangepast op familiebezoek. Tel. 013 5358147.

Ook de moeite waard in Brabant: het familiebedrijf (9e generatie al!) De Kroon's Bierbrouwerij te Oirschot. tel. 0499 572002.

De bierprovincie bij uitstek is en blijft Limburg. Aldaar twee fraaie plekjes: De Arcense bierbrouwerij, voortbrenger van het Hertog Jan assortiment. Tegenover de brouwerij (waar uitsluitend bovengistende bieren worden gebrouwen) is een proeverij annex museum. Hertog Jan onderscheidt zich - zoals daar te zien is - niet alleen door het bijzondere speciaalbier maar vooral ook door prachtige verpakkingen in allerlei formaten. Tel. 077 4732459.

In Arcen is ook, in een oude watermolen, een café waar likeuren van bierrestanten kunnen worden geproefd en genuttigd. Zeer bijzonder. Tenslotte de Alfa Brouwerij.

Waarschijnlijk de brouwerij die de mooiste ligging van Nederland heeft. Te vinden in Schinnen, tel. 046 432888.

Diversen

Het aardige van de bierwereld is dat zowel multinationale concerns als kleine doe het zelvlers werken met een ont-

vangst waarin gastvrijheid een belangrijk element vormt. Daarom noemen we hier nog even het Heineken Ontvangst Centrum te Amsterdam, maar ook het Brouwershuis te Baarle Hertog. In beide gevallen ingesteld op de ontvangst van in bier geïnteresseerde gasten, maar qua faciliteiten een wereld van verschil.

Het Heineken Ontvangst Centrum is te vinden aan de Amsterdamse Stadhouderskade nr. 78. In de zomermaanden is er een 'tour' om 9.30, 11.00, 13.00 en 14.30 uur. Kosten f 2 p.p. De opbrengst gaat naar een goed doel (Rode Kruis e.d.).

Het Brouwershuis is te vinden aan de Molenstraat 42 te Baarle Hertog. Dagelijks geopend van 9-18 uur, op zondag van 10-17 uur. Tel. vanuit Nederland 09 3214699403.

Samenvattend: slechts weinigen (zeker niet werknemers in de brouwerijsector) zullen hun vakantie helemaal op bier instellen. Maar dat de mogelijkheden talloos zijn is wel aangetoond.

Wij wensen u een prettige vakantie.

Grolsch sponsort Jazz in Polen

In 1996 zal Grolsch een aantal van de grotere jazz concerten en festivals in Polen gaan sponsoren. Dit jaar staan er vijf concerten en drie belangrijke festivals op het programma: De Warszawa en Gdynia Zomer Jazz Dagen en het Olsztyn Jazz Festival.

In februari dit jaar trad de 'Lady of the Saxophone' Candy Dulfer op in het Sala Kongresowa van het 'Kulturpalast' in Warschau. Het publiek was getuige van een groots optreden van Candy.



Grolsch was duidelijk aanwezig en de Grolsch verkopen hebben bewezen, dat jazz muziek erg dorstig maakt.

Een maand later maakte de 'King

of the blues' B.B. King op dezelfde plaats zijn opwachting. Een menigte van 3000 mensen genoot van de Blues klassiekers, die de King en zijn acht leden tellende band gedurende twee uur ten gehore brachten. En blijkbaar hebben de jazz-liefhebbers niet alleen van de King, maar ook van Grolsch Premium Lager genoten: Op deze avond is er bijna 1000 liter Grolsch verkocht.

De 70 jaar oude levende legende mocht na zijn fantastische concert een staande ovatie in ontvangst nemen. B.B. King waardeerde dit overweldigende enthousiasme enorm en belooft snel weer een bezoek te brengen aan Polen.

Ook stelde hij het op prijs, dat hem na het concert in zijn kleedkamer door Jan Cramer van Grolsch International en Andrzej Rogowski, Brand Manager Grolsch in Polen, enkele koude beugelflesjes Grolsch werden aangeboden. Blues maakt dorstig.

B.B. King en Grolsch hebben blijkbaar iets gemeenschappelijk: SWING!

Andrzej Rogowski

FOODEX Japan '96



Van 12-15 maart werd in Tokyo dit jaar weer de 'FOODEX JAPAN '96' gehouden, de meest uitgebreide vakbeurs op het gebied van voedings- en genotmiddelen op het Aziatische continent. Meer dan 1000 bedrijven uit 41 landen namen deel aan deze beurs.

Grolsch Export B.V. was op de beurs vertegenwoordigd in het Nederlandse paviljoen en nam daarnaast deel aan de 'BEER JAPAN '96', een speciaal op bier gericht evenement met proeverijen van allerlei import bieren, dat tegelijkertijd met de FOODEX werd gehouden. Hoogtepunt van de beurs was het bezoek aan de Grolsch stand van de Nederlandse ambassadeur in Japan, Dhr. Van Nouhuys, die zich het Grolsch bier goed liet smaken.

De beurs was een ideale gelegenheid om het nieuwe, speciaal voor de japanse markt ontwikkelde, Grolsch Gold Medal 33 cl. blik te introduceren. Niet alleen van de kant van de consumenten, maar ook van de kant van de handel was er veel belangstelling voor dit nieuwe blik. Rijen mensen dromden voortdurend samen voor de Grolsch stand, gretig om 'World's Best Beer' te kunnen proeven. De consument in Japan blijkt zeer ontvankelijk voor het Gold Medal concept.



Dit wordt nl. gezien als een certificaat van goedkeuring en zal zeker ook de verkoop van de overige Grolsch producten stimuleren.

Henk de Bruin

Grolsch op tv in Canada!

Eind 1995 is er in Canada een nieuwe 30 seconden durende commercial geproduceerd. Doel van de commercial was het positioneren van Grolsch als een zeer bijzonder Premium importbier.

Het verhaal in de commercial gaat ongeveer als volgt:

Een jonge, knappe man komt een café binnen en gaat zitten. Tegenover hem zit een mooie vrouw. Ze kijkt hem aan; hij wordt verlegen. Ze bestelt een Grolsch voor hem (de droom van iedere man); hij weet echter niet hoe hij de fles moet openen. Wanneer het hem eindelijk lukt, spuit het bier over hem heen. De vrouw lacht en nodigt de man uit om bij haar aan tafel te komen zitten. De commercial eindigt met de man en de vrouw die samen genieten van een goed glas Grolsch.

De commercial wordt uitgezonden van april tot augustus dit jaar rondom programma's voornamelijk gericht op een jong publiek van 19 - 35 jarigen, zoals bv. Baywatch.



Warme ontvangst van Summerblond in Lyon.

In Lyon zijn de eerste succesvolle stappen voor de introductie van Grolsch Summerblond gezet. Tijdens het jaarlijks terugkerende evenement 'A day of Europe', werd ons Summerblond bier enthousiast ontvangen. Elk metrostation vertegenwoordigde een Europees land en had door de verschillende stands en muziek een heel eigen sfeer.



Grolsch presenteerde Summerblond op het metrostation 'Perrache', naast de Nederlandse stands met kaas en tulpen. Summerblond werd gepresenteerd via een leuke actie: Elke bezoeker kreeg de kans een gratis flesje te winnen door te raden hoeveel liter Summerblond er in de stand opgestapeld stond. Het bier was zo gewild, dat enkele wanhopigen de aantrekkelijke flesjes zelfs probeerden te stelen.

Wanneer je van plan bent één deze dagen een bezoek te brengen aan Lyon, dan kun je bij de Harley's Pub van een flesje Summerblond genieten; de eerste (en zeker niet de laatste!) pub in Lyon, waar vanaf nu Summerblond te verkrijgen is.

Inge Brooymans

Grolsch uit z'n dak in Australië



De kroonbeugel van Grolsch gaat uit z'n dak in Australië. Letterlijk! De promotie van de 33 cl. kroonbeugel is gebaseerd op een origineel concept, waardoor de kroonkurken in heel Australië in het rond vliegen! Sinds de promotie 'Caps off - for a trip to Europe' vorig jaar november van start is gegaan, drinkt iedereen in Australië Grolsch uit de kroonbeugel.



In café's, hotels en restaurants over het hele continent is geen kroonkurk meer veilig: elke Grolsch drinker is naarstig op zoek naar de prijzen, die onder de kroonkurken verborgen zijn, van T-shirts en baseballcaps tot pennen en sleutelhangers of.....de hoofdprijs: Een reis voor twee personen naar Amsterdam, met een bezoek aan de Grolsche Bierbrouwerij in Enschede.

Om mee te kunnen doen aan de 'Caps off' promotie, hoeven de horecagelegenheden slechts 3 dozen met Grolsch 33 cl. kroonbeugels aan te schaffen. Vervolgens kiezen ze een datum en een tijdstip voor een speciale 'Caps-off' promotieavond en... Grolsch gaat uit z'n dak!!!

Daan Sistermans

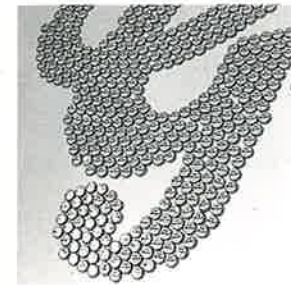


plus
thousands of
instant prizes
to be won

MAJOR PRIZE
Win a trip
for 2 to
Amsterdam.
Stay 7 days.



'Wat doet een mens met 2335 kroonkurkjes?'



Als student in een grote stad wil je je kamer ook wel eens een eigen gezicht geven. Het meubilair heb je inmiddels piekfijn voor elkaar. Je hebt daarbij een prachtig uitzicht naar buiten. Alleen die grote kale muur. Wat moet je daar nu mee?

Je verzamelt daarvoor een grote partij kroonkurken van je favoriete biermerk, je maakt een lay-out op de muur en je begint te plakken.

Nou het resultaat mag er wezen. Een prachtige wanddecoratie vervolmaakt het interieur. En iedere bezoeker weet, wat hij de bewoners kan aanbieden.

Was getekend, R. Fama, R. Krans en P. Schuitema.



Luc Nilis van PSV is voetballer van het jaar '95.



Maandagavond 11 maart '96 werd tijdens de Sport Gala-avond PSV-speler Luc Nilis door zijn mede profvoetballers van Nederland gekozen tot beste speler van '95. Als één van de sponsors van PSV hebben wij gemeend om ook van onze zijde de sympathieke Belgische profvoetballer te feliciteren met zijn vakmanschap. Na afloop van de voetbalwedstrijd PSV-Utrecht in Eindhoven werd hij dan

ook in de bestuurskamer door ons en een van onze relaties gefeliciteerd met een doos Kroonbeugels en een Magnumfles Wintervorst. Luc Nilis wist dit premium gebaar te waarderen. Wij wensen Luc Nilis en onze kroonbeugel een goede toekomst.

(Inmiddels heeft Luc Nilis bij PSV bijgetekend tot het jaar 2000!)

J. van Zwieten



Ton en
Henk Brink
op het
terras van
Theo's Bistro.

Grolsch in de

Dominicaanse Republiek ???

In het voorjaar van 1995 kwam ik, Henk Brink, een oude bekende tegen in het Groningse Bedum, namelijk Theo Kwint. Theo heeft een bar-restaurant in Sosua in de Dominicaanse Republiek en Theo kwam gelijk met de vraag of ik niet een keer 'langs' kon komen om een paar werkzaamheden te verrichten. Theo heeft namelijk een hekel aan de ondiepe spoelbakken in zijn horeca-bedrijf. Theo had zelf al een paar spoelbakken gevonden en hij heeft aan mij gevraagd of ik die even naar de Dominicaanse Republiek wilde verzenden. In overleg met de Grolsch Bierbrouwerij, afd. Export is dit goed gelukt. Ik heb Theo gezegd dat het materiaal onderweg was en dat ik samen met mijn broer Ton 16 oktober zou komen om de spoelbakken te plaatsen en om de andere werkzaamheden te verrichten.

Na een dag bijkomen van de vlucht en de pils die we op de goede vlucht gedronken hebben, zijn wij op een woensdag begonnen met het werk.

In Nederland is het kap- en breekwerk geen probleem, maar ver over zee is het wel degelijk een probleem. Met alleen een hamer en een beitel moesten we gaten kappen in 10 cm. dik beton met daarin staaldraad van 1 cm. dik. Al die jaren dat ik bij de HTTS heb gewerkt heb ik niet één keer last gehad van blaren op mijn handen (dat zegt toch wel iets van het gereedschap waarmee wij in Nederland werken), maar hier

kreeg ik dus wel een blaar op mijn hand. Na een dag hard werken was het weer een dag rusten met bier.

Nadat wij waren uitgerust, moest Ton de bar nog afwerken. Tot volle tevredenheid van iedereen, ook van een paar andere horeca-ondernemers in Sosua. Die hadden zich beraden of wij in 1996 weer 'langs' konden komen om dan ook in hun zaak spoelbakken te plaatsen en/of andere klusjes te verrichten.

Is dit het begin van Grolsch in de Dominicaanse Republiek ??? Wie weet.

Als je een keer naar dit land op vakantie gaat, moet je beslissen een bezoekje brengen aan bar-restaurant Theo's Bistro, dat bij iedereen in Sosua bekend is. Onder leiding van een Nederlandse cheffok worden daar Dominicaanse gerechten met een Nederlands tintje of Nederlandse gerechten met een Dominicaans tintje geserveerd. Wie zal het zeggen?

Sinds kort kan er nu dus ook in Theo's Bistro uit een Grolsch 'fluitje' gedronken worden.

Henk Brink (afd. HTTS Groenlo)
en Ton Brink (expeditie Enschede)

Koken met Aafje

Het witte goud in Zomergoud

Ingrediënten

- 1,5 dl Zomergoud
- 1,5 kilo aspergestukken
- 2 ons gepelde Hollandse garnalen
- 1 blikje tomatenpuree
- 2 gesnipperde uien
- 2 paprika's gesnipperd
- 1 eetlepel garam masala pasta *
- 20 cardamom zaadjes *
- 1 theelepel djinten *
- 1 theelepel garam masala poeder/gemalen *
- 1 theelepel koriander poeder/gemalen *
- 2 knoflooktenen
- 2 vleestomaten in stukjes
- olie en boter
- zout

* = verkrijgbaar bij de Toko

Bereiding

Aspergestukken en cardamom zaadjes in 5 min. bruin bakken in olie en boter. Zet het vuur laag en laat dit nog 15 min. sudderen. Giet dit over in een braadpan.

Verhit de olie en boter en bak in 6 min. de garnalen. Voeg daarna de uien en paprika toe en bak dit nog 5 min. mee. Dan de kruiden; garam masala pasta, djinten, garam masala poeder en koriander toevoegen. Het geheel goed omscheppen. Voeg vervolgens de stukjes tomaat, de uitgeperste tenen knoflook en het blikje tomatenpuree toe. Maak het geheel af met 1,5 dl Zomergoud en breng dit op smaak met wat zout.

Giet dit over in het braadpannetje met de aspergestukken en laat dit nog 10 min. sudderen. Garneer de saus, voor het opdienen, met vers gesnipperde koriander.

Eet hierbij Basmati rijst (Indiaas) en drink hierbij natuurlijk een heerlijk glas Zomergoud.

Eet smakelijk

Kaartuitslagen

11-12-'95

Hartenjagen

1. E. Veldman, 173 punten
 2. H. Flee, 193 punten
 3. G. Leushuis, 201 punten
- poedelprijs, Mw. G. Ordelmans, 337 punten

Kruisjassen

1. G. Nijhuis, 4291 punten
 2. B. Kuipers, 4104 punten
 3. J. Nijmeijer, 4021 punten
- poedelprijs, B. Vije, 3002 punten

Uitslag kleurplaat en puzzel

Wat een mooie kleurplaten heeft de redactie weer ontvangen. Jullie hebben allemaal wel weer je best gedaan! Het was voor ons heel moeilijk om drie prijs-winnaartjes te kiezen, maar het is ons gelukt! Hier komen ze: Martijn van der Horst uit Almelo (4 jaar), Ilona Niks uit Enschede (6 jaar) en Tineke Lenters uit Hardenberg (8 jaar). Allemaal hartelijk gefeliciteerd en veel plezier met jullie prijsje!

Heb jij ook de kleurplaat ook mooi ingekleurd en helemaal geen prijsje gewonnen? Doe dan bij deze kleurplaat nog een keer goed je best en wie weet win jij de volgende keer! Je kunt hem opsturen naar: Redactie Grolsch Kroniek, t.a.v. Paula, Postbus 55, 7500 AB Enschede.

De puzzel in de vorige Kroniek was wel een beetje te moeilijk vonden de meeste mensen. En dat is ook niet zo vreemd. Er is namelijk een foutje ingeslopen. Vandaar dat velen de oplossing niet konden vinden. De oplossing was: Paasvakantie. Onze excuses daarvoor! Toch waren er een paar echte puzzelaars die er uit zijn gekomen: L. Aellerinck uit Lonneker, R. Frank-Oolthuis uit Groenlo en G. Kroep uit Enschede. Zij hebben allemaal een prijs gewonnen!

puzzel

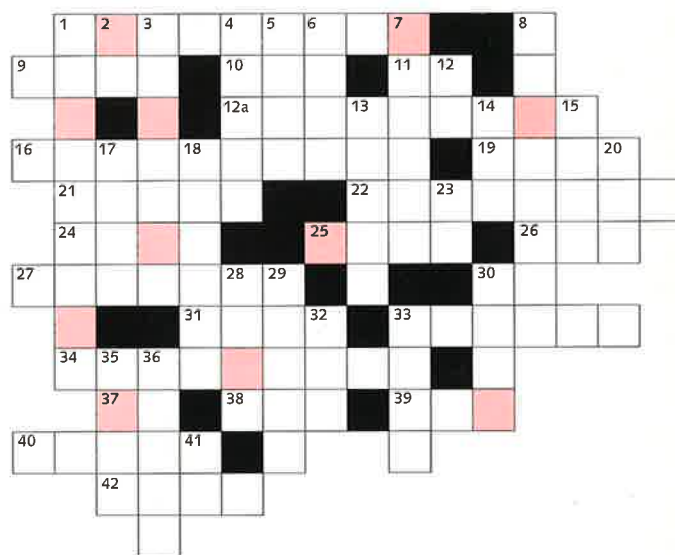
Een nieuwe puzzel een nieuwe kans. De redactie heeft weer een leuke puzzel van Mariet uit Oldenzaal gekregen.

Wij geven u voor deze keer één tip:

Zo te horen wil zeggen dat het hetzelfde klinkt maar anders geschreven moet worden.

De letters in de roze vakken vormen tezamen een woord. Dit woord en de puzzel moeten goed zijn. Stuur uw oplossing naar Redactie Grolsch Kroniek, Postbus 55, 7500 AB Enschede.

Veel puzzel plezier!



Horizontaal:

1. Vloerbedekking bestaande uit 64 vlakken? (9)
9. O, poe zij is al aardig op leeftijd (4)
10. Van een dakje gaat het met dit gesteente (3)
11. Waar vindt je de verdwaalde ar (2)
- 12a. Nerveus had hij het koordje strak getrokken (9)
16. Het ornament uit de kruiswoord (10)
19. Deze bomen kun je wegen zo te horen (4)
21. Met deze stekken win je misschien wel een fortuin (5)
22. 'n zoon of een dochter, loven geeft er velen (8)
24. Een moeder geeft anders veel faam (4)
25. Het meest zonder de laatste komt die vogel van pas (4)
26. De inzet voor een bloem (3)
27. De rand van de lus is verward in deze staat (7)
30. Een drama voor moeder zonder dar (2)
31. Voor Daan is er weer een verbinding (4)
33. Anda ge moet het wel hierin noteren (6)
34. Niet goed steeds een dal in deze wijk (9)
37. Het overblijfsel is aanstaande (2)
38. Eli is anders erg mager (3)
39. Die vlo is anders aardig gevuld (3)
40. In de erwt of in je rok het blijft een kloof (5)
42. Wat een bende in de barak (4)

Vertikaal:

1. Klos voor de spinner zonder kant (9)
2. Uit de compagnie komt deze jongen (2)
3. Rest in hel belooft beterschap (7)
4. En, lag het wier overhoop? (5)
5. De reek komt een maal terug (4)
6. Die dame is zo te horen fout (4)
7. Die rat is iel en past achter dit latwerk (6)
8. Bakt pa die koeken in dit keukengerei (8)
12. Komt zij na, nee terug (2)
13. Teer op maat maakt 't wel er zout (5)
14. 'n dij is verward afgunstig (3)
15. De steek van die keizer past niet op z'n verdraaide oren (4)
17. Een bloem voor dat meisje (4)
18. Die man is een verward persoon (6)
20. Dat is pas keurig (3)
23. Daar loopt 't als een trein (2)
28. Is An een liefhebster van dit geklutste gerecht (4)
29. De Engelse vader en de maat zijn nodig voor deze zuidvrucht (5)
30. Wanneer leem doorelkaar geraakt wordt het poeder (4)
32. De twaalfde aaneengesloten geeft niet 't leukste meisje (3)
33. De landvoogd ziet anders knap vaal (4)
35. Hij lakt verstrooid met het poeder (4)
36. Verdwaalde Elisa vindt er geen onderdag maar haar hond wel (5)
41. Nooit goed als 't ergens voorstaat (2)