KRONIEK

Juni 1997 - Jaargang 17 - Kwartaaluitgave voor het personeel van de Grolsche Bierbrouwerij - Nr. 2

Geslaagde landing van Twee Zwaluwen

Grolsch, 'n brouwerij vol van activiteiten.

Een groot complex met een reeks indrukwekkende installaties, zoals 'n brouwhuis, ketels, silo's, bottellijnen, magazijnen, vrachtwagens, dat is, zoals velen denken, een brouwerij. Er wordt bier gebrouwen, verpakt en naar de klant gebracht. En de klanten betalen de facturen. Maar als je goed kijkt, komt daar veel meer bij kijken.

COLOFON

Grolsch Kroniek
Nr. 2, 17e jaargang, juni 1997. Een driemaandelijkse uitgave, bestemd voor het personeel van Grolsche Bierbrouwerij.

redactie-adres
Grolsch Kroniek
Postbus 55
7500 AB Enschede

Redactie-raad
J. Analbers
P. van Rooijen
P. Gaasendam
G. ten Cate
P.E.A. Könings

Vormgeving
Pitch Advertising Marketing b.v., Enschede.

© 1997 - 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.

Naast het leven en werken op de brouwerij staan wij voortdurend in contact met de wereld om ons heen. Met onze afnemers, bijvoorbeeld de slijters, specialisten op biergebied, met nieuwe horeca-relaties, met supermarktketens, kortom de handel. Wij richten ons daarnaast op evenementen. Kleine maar ook grote. We dragen de roem en de faam van onze beugelfles uit. Beugelflessen, niet alleen gevuld met ons voortreffelijke pilsner, maar dit jaar ook met maar liefst 6 bijzondere jubileumbieren. We exporteren ons bier naar een reeks landen, naar landen om ons heen, maar ook naar landen aan de andere kant van de wereld. U leest daar alles over op de volgende pagina's van dit dikke nummer van onze Kroniek.

Neen, we zitten niet stil op onze brouwerijen. We installeren nieuwe afvullijnen, vervangen verouderde machines, bouwen magazijnen en organiseren een transportdag voor onze D.O.N.-groothandels. We participeren in een museum te Groenlo. We doen in brouwerij-verband aan sport en recreatie.

En last but not least: we worden erkend en geëerd met prijzen: de Food Award en de Stemra Music Award. En om het 100-jarig bestaan van de beugelfles te herdenken laten we zelfs ons bier per parachute uit de lucht vallen en organiseren we een groot feest op 27 september in Enschede.

Dus als u nou dacht dat een brouwerij alleen maar bier brouwt, dan raad ik u aan om deze Kroniek eens goed te lezen. Wedden, dat u dan een heel andere kijk op onze brouwerij, de Grolsche Bierbrouwerij, krijgt?!

De redactie

Bestuurswisseling bij Grolsch

Op 11 juni jl. heeft de heer P.P. Snoep, namens de Raad van Commissarissen en de Raad van Bestuur het volgende bekend gemaakt:

P.P. Snoep

'Aanstaande september zal ik 10 jaar voorzitter van de Raad van Bestuur en van de verschillende Directies van Grolsch zijn. Het is goed om na zoveel jaar in een dergelijke bestuurlijke, maar ook operationele functie thans het vaandel en de verantwoordelijkheid over te dragen aan de volgende en jongere generatie. Daarom zal ik rond het einde van dit jaar - of zoveel maanden eerder of later als mogelijk zal blijken te zijn, afhankelijk van het moment van aantreden van mijn opvolger en in overleg met de Raad van Commissarissen - terugtreden uit mijn verschillende functies in de Grolsch organisatie. Over mijn opvolger zal tijdig een nadere mededeling volgen.'

Noot van de redactie
Zodra het tijdstip van vertrek van de heer Snoep bekend is - en dus het aantreden van zijn opvolger - zullen wij in een persoonlijk interview hier aandacht aan besteden. In dat interview zullen we dan nader ingaan op de afgelopen 10 jaar. Uiteraard zal ook tijdig bekend gemaakt worden hoe, waar en wanneer gelegenheid is om van de heer Snoep afscheid te nemen.

Grolsch wint de Stemra Music Award

In 't Spant te Bussum zijn vrijdag 30 mei jl., tijdens het jaarlijkse AV Gala de Stemra Music Awards uitgereikt. Deze prijzen worden toegekend aan audiovisuele produkties waarin, naar het oordeel van een onafhankelijke jury, auteursrechtelijk beschermde muziek op de meest opvallende, vernieuwende of onderscheidende wijze is gebruikt.

In de categorie 'Opdrachtmuziek' ging de Music Award naar de produktie 'Tijd'. En dat was onze video-film, die sinds een paar maanden in ons Ontvangstcentrum dagelijks wordt gedraaid voor onze excursie-bezoekers. Michel Mulders componeerde deze muziek in opdracht van de producent Signum uit Amstelveen, die in onze opdracht deze video-film voor ons produceerde.

Uit het jury-rapport: De muziek ondersteunt deze twee kanten van het bedrijf door ze ieder hun eigen 'genre' te geven, maar zowel beeld als geluid blijven één geheel vormen waarin de wendingen geen breuken zijn. Zo zijn de beelden van bijvoorbeeld gerstvelden voorzien van rustige en ruimtelijke muziek; de hectische omgeving van de bottelarij daarentegen wordt benadrukt door snellere en ritmischer passages. De Jury oordeelde: 'Een geslaagde eenheid van een dynamische verbeelding en een full length score.'

Uiteraard is Grolsch blij verrast met deze prachtige Award. De jury heeft met deze toekenning bevestigd, dat het visuele gedeelte van deze video-film die op zich al een prachtige impressie van onze brouwerij geeft, nog eens wordt versterkt door de perfecte aansluitende muziek die op de juiste momenten de rust en vooral de dynamiek van ons dagelijkse werk ondersteunt.

Leven om te werken?
Werken om te leven?

J. Troch

Nog niet zo lang geleden dacht men dat de wereld plat was. Lang heeft men ook gedacht dat de zon rond de aarde draait en dat deze aarde het centrum was van het heelal. Thans weet de wetenschap veel meer:

Het heelal zou 15 miljard jaar geleden zijn ontstaan. Er zijn miljarden melkwegstelsels; de melkweg waarin de aarde zich bevindt telt 100 miljard sterren. Eén van deze sterren is onze zon.

Toen het heelal 5 miljard jaar bestond, dus 10 miljard jaar geleden, hebben zich onze aarde en onze zon gevormd. Het leven heeft zich op deze aarde miljarden jaren ontwikkeld en 30 miljoen jaar geleden vormde zich de familie mensapen. Daaruit ontwikkelde zich de mens en dat gebeurde 100.000 of 200.000 jaar geleden. 40.000 jaar geleden leefden mensen die wij als onze voorouders kunnen beschouwen. Doch de echte geschiedenis begint slechts 3.000 jaar geleden.

De begrippen tijd en ruimte zijn in feite nauwelijks vatbaar en de mens moet leven met vele mysteries. Waar komen wij vandaan, waar gaan wij heen?

Terug naar de realiteit van elke dag

De mens moet werken om te leven. Toch zijn er veel mensen die niet kunnen werken: de kinderen, de ouderen en de zieken. Er zijn ook mensen die geen werk vinden; de werkloosheid is één van de grootste problemen van deze tijd. Gelukkig hebben wij voor de werklozen in ons land goede sociale voorzieningen.

Maar de mens werkt niet alleen om te leven maar leeft ook om te werken: niet zinvol bezig kunnen zijn is immers ook een groot probleem.

Vanzelfsprekend kan Grolsch geen oplossing bieden voor het probleem van de werklozen.

Wij spelen daarin onze eigen bescheiden rol. Het zou slecht zijn meer mensen in dienst te nemen dan wij nodig hebben; dit leidt tot een tekort aan efficiency en brengt de continuïteit in gevaar. Daarnaast willen wij de mensen die bij ons in vaste dienst zijn het perspectief bieden dat ze hier langdurig kunnen werken. Wij voeren dan ook een voorzichtig aannamebeleid. Wij moeten hierbij rekening houden met het seizoenskarakter van de bierbranche en met de onzekerheden van de verkoop in het algemeen en de export in het bijzonder. Dat is dan ook de reden waarom wij in grotere mate een beroep doen op tijdelijke krachten en uitzendkrachten.

Soms doen wij toch een beroep op de arbeidsmarkt om te kunnen voorzien in de behoefte aan bepaalde functies. Het aantrekken van een aantal management-trainees, alsmede de uitbreiding binnen Grolsch Export zijn daarvan 2 concrete voorbeelden van het afgelopen jaar. Zoals u weet studeren wij thans ook op de toekomstige configuratie van de brouwerij. De verschillende scenario's hebben ongetwijfeld een verschillende invloed op de toekomstige werkgelegenheid; dat is een extra reden om voorzichtig te zijn bij het aanbieden van vaste arbeidsplaatsen. Wij streven ernaar dat de medewerkers bij Grolsch het gevoel hebben dat ze door hier te werken goed kunnen leven en tegelijkertijd het gevoel houden dat dit werk een zinvolle invulling is van het leven.

J. Troch

De Koninck, genieten is de boodschap

Op 16 april jl. ondertekenden Grolsch en De Koninck een overeenkomst tot samenwerking in de horeca, zowel in Nederland als in Antwerpen.

De exploitanten van onze Grolsch horecapunten hebben thans de mogelijkheid om naast Amber van Grolsch ook het amberkleurige bier van De Koninck aan te bieden. De Koninck op zijn beurt verkoopt in Antwerpen voor enkele geselecteerde horecabedrijven Grolsch Premium Pilsner op fust en in 50 cl. beugelflessen. Deze samenwerking heeft het karakter van een markttest gedurende drie jaren.

Signoren

In de Gouden Eeuw kregen de Antwerpenaren van de Spanjaarden de bijnaam 'signoren'. Zij verstonden immers meer dan wie ook de kunst van genieten. Kunstenaars, wetenschappers en ambachtslui vestigden zich in de metropool aan de Schelde en droegen bij aan de Bourgondische levenswijze waar Vlaanderen zo om bekend is.

In 't Vlaamse land houdt men nog altijd van de goede dingen des levens: lekker eten en drinken in één van de talrijke restaurants en cafés. In Antwerpen prijkt boven menig café de naam De Koninck. Genieten is hier de boodschap.

Hier aan de Mechelsesteenweg nr. 291 staat vandaag, na menige verbouwing, modernisering en uitbreiding, Brouwerij De Koninck, waar in 1833 het eerste bier vloeide.

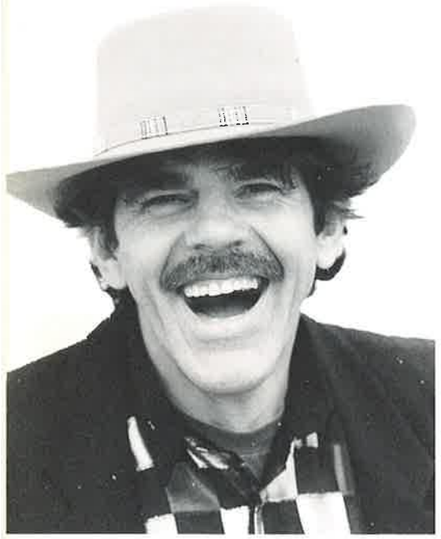
Sinds 1833

De Koninck wordt naar aloude ambachtelijke traditie gebrouwen van uitsluitend natuurlijke bestanddelen: 100% gerst, water en hop. De unieke gistcultuur doet de rest. Een traditie sinds 1833. De Koninck is een amberkleurig bier met 5% alc. vol. In 1993, toen Antwerpen de culturele hoofdstad van Europa was, zette Brouwerij De Koninck een speciaal bier op de markt: Cuvée De Koninck, eveneens amberkleurig, enigszins zoet van smaak met een alcoholgehalte van 8%. De Koninck en Cuvée De Koninck, een smakelijk paar!

De Plaisante Hof

Oorspronkelijk was de brouwerij een afspanning voor paarden, 'De Plaisante Hof'. Net buiten de stadsmuren van Antwerpen was het ruim een eeuw geleden heerlijk toeven, midden in het groen.

Nieuws van sponsoring & evenementen



Net als voorgaande jaren is Grolsch als hoofdsponsor aanwezig bij CSI Twente. Het evenement vindt plaats van 3 t/m 6 juli. Via boarding en de beugelhindernis en vele evenementenmaterialen brengen wij Grolsch onder de aandacht van het publiek. Naar aanleiding van ons sponsorschap hadden wij ook dit jaar weer kaarten ter beschikking voor medewerkers van Grolsch die via P & O aangevraagd konden worden.

Grolsch en Normaal

U heeft het allen al in de krant kunnen lezen. Grolsch en de groep Normaal hebben elkaar na jaren gevonden. Jolink hoeft zijn huismerk niet meer te verloochenen. In de zomermaanden gaat Normaal met een grote circustent het land door voor een twintigtal optredens en Grolsch reist mee met evenementenmaterialen en vanzelfsprekend de nodige hectoliters.

'Normaal' - de Achterhoekse rockband met zanger/gitarist en leider Bennie Jolink is weer terug! En krachtiger dan ooit. De serie concerten onder de algemene noemer 'Krachttoer' is inmiddels van start gegaan. Niet nadat eerst een heuse persconferentie was gegeven. Daarvoor was 'n Kop-van-Jut geplaatst, waarop alle bandleden zich konden stuk slaan. De nu eerstkomende concerten zijn o.a. in Barchem (6 juli) Dalfsen (13 juli) en zo verder. De Krachttoer wordt besloten in Lichtenvoorde op 19 september.

CSI Twente

foto: John Claessens

Grolsch Open

De Grolsch Open zal dit jaar van 28 juli tot en met 3 augustus plaatsvinden. 1997 is een feestelijk jaar aangezien het tennistoernooi dit jaar voor de veertigste keer georganiseerd wordt. Twee spelers uit de top tien zullen acte de presence geven, dit zijn Albert Costa en Carlos Moya. Deze twee gravelspecialisten pur sang hebben dit jaar inmiddels grote prestaties op hun naam staan. Moya stond onder andere in de finale van de Australian Open en Costa wist Barcelona op zijn naam te schrijven.

De Nederlandse deelname zal bestaan uit Schalken, van Scheppingen, Haarhuis en Eltingh. In de volgende Kroniek zullen we u verslag doen van het evenement.

Paul Mulder

PSV Landskampioen

Het feest in Eindhoven was groot. PSV vierde haar kampioenschap en vanzelfsprekend was Grolsch als sponsor erbij. Menig supporter heeft met ons bier op het plein voor het stadhuis getoast op de overwinning.

Om de feestvreugde nog te vergroten had Grolsch voor de gelegenheid posters laten maken die na de kampioenswedstrijd zijn uitgedeeld en die u nu in vele huiskamers in het zuiden van het land kan bewonderen.

Voor de Bogt fen Guné werd een toast uitgebracht samen met de heren F. Kuperus (2e van rechts) en T. Dijkstra (2e van links). Ja, het was een geslaagde landing van Twee Zwaluwen!

Het jaar van de beugel is, wat de jubileumbieren betreft, precies op de helft. Zoals een ieder inmiddels heeft begrepen is er sprake van een groot succes. Calixtus was snel uitverkocht, Het Kanon was helemaal snel verdwenen en ook Twee Zwaluwen verdwijnt als sneeuw voor de zon uit de schappen. Daarnaast leeft het hele jaar van de beugel enorm onder de consumenten, iedereen weet ervan en vaak komen spontaan de verhalen en de meningen over de verschillende bieren. Dat gaat dus de goede kant op. Het is zelfs zo dat de commercials eerder van de beeldbuis worden gehaald omdat het bier na enkele dagen al uitverkocht is. Het aantal reacties via Internet ligt rond de 300 en het archief met de knipsels bestaat reeds uit drie grote mappen!

Grolsch gaat al een eeuw door de beugel

Maar er is meer...

Het Bierconvent International uit München heeft ons Beugelglas uitgeroepen tot speciaalbierglas van het jaar! In deze categorie heeft het beugelglas maar liefst 156 inschrijvingen achter zich gelaten.

De Levensmiddelenkrant (Nieuwsblad voor de levensmiddelenbranche) onderzoekt continu produktintroducties. In de editie van mei wordt Het Kanon uitgeroepen tot de beste produktintroductie van de maand maart. Dit oordeel komt tot stand op basis van een gemiddeld rapportcijfer van een 8,0 dat wordt gegeven door supermarktmanagers en een distributie van 90% (verkoop in 90% van alle supermarkten). Er is, volgens de Levensmiddelenkrant, sprake van een echte topper (vergelijk nummer twee Roosvicee Multivit met een rapportcijfer 7,1 en een distributie van 65%). Waarschijnlijk zijn dit niet de laatste prijzen die wij winnen in het jaar van de beugel.

Vanaf een hoogte van meer dan 3000 voet kwamen de heren R. Snel en J. van Vliet (resp. commercieel directeur en marketing-assistent van Grolsch) uit een vliegtuig naar beneden. Zij sprongen van deze grote hoogte elk samen met een zeer ervaren parachutist uit Texel. Jacco hing aan de gekleurde parachute en Rob Snel aan de witte.

Na hun geslaagde landing werden zij met hun tandem-parachutisten trots op de foto gezet mét Twee Zwaluwen uiteraard.

De consument heeft (gelukkig) niet in de gaten wat daar, achter de schermen, allemaal bij komt kijken. Het is goed om te zien en te horen hoe de gezamenlijke inspanningen van produktie, logistiek en commercie van Grolsch uiteindelijk worden gewaardeerd. Grolsch staat in de belangstelling en daar was het uiteindelijk om te doen. Het is nog te vroeg om te juichen, maar de eerste drie bieren zitten erop en het gaat voorspoedig.

Op 5 mei is de Twee Zwaluwen geïntroduceerd in Franeker. Bij De Bogt fen Guné werden op het aangrenzende kaatsveld de eerste fourpacks overhandigd aan de heer F. Kuperus van Horeca Nederland en aan de heer T. Dijkstra, bestuurslid van de Kaatsbond. Ook deze bond bestaat thans 100 jaar. De eerste twee fourpacks kwamen letterlijk uit de lucht vallen. In duosprong aan de parachute kwamen Rob Snel en ondergetekende als Zwaluwen naar beneden vallen. Na de overhandiging is er bij De Bogt geproefd door de Friese relaties. De eerste reacties waren ook daar zeer positief. Het was op 5 mei een sombere dag wat betreft de weersomstandigheden. In heel Nederland was er regen en wind. Echter, precies boven Franeker scheen de zon! Twee Zwaluwen is dus echt een aankondiging voor de zomer en de zon.

We zullen nu moeten wachten tot 7 juli, dan komt het Koninklijk sprankelende Lodewijk XIII (bier bereid met champagnegist). Gezien de smaak en de warme periode zijn ook voor Lodewijk de verwachtingen hoog gespannen.

Jacco van Vliet

De slijtersbranche

De branche

Een van de grootste marktpartijen voor onze brouwerij en met name voor de afdeling thuisverbruik zijn de slijters. Deze markt is volop in beweging en maakt moeilijke tijden door. Reden genoeg om u hierover iets te vertellen.

De slijtersbranche boekte in 1996 een consumentenomzet van *f* 2,2 miljard gulden en realiseert de laatste jaren geen groei. Groei is uiteraard belangrijk, daar de kosten zich verder ontwikkelen. In tegenstelling tot andere detailhandelsvormen profiteert de slijter onvoldoende van de 'gulle' consument en vloeit er omzet af naar bijvoorbeeld de supermarkten.

Er zijn in ons land nog ongeveer 2.650 slijterijen en dit betekent dat per 6.000 inwoners een slijterij is gevestigd. De fijnmazige structuur van de detailhandel die Nederland nog altijd rijk is vinden wij dus ook in deze branche terug.

Het aantal vestigingspunten staat onder druk en met name de grootwinkelbedrijven weten op basis van overnames en nieuwe filialen duidelijk marktaandeel te winnen. De belangrijkste, u wellicht bekende, slijterijketens zijn o.a. Gall & Gall, Mitra en Curio Cave. Ongeveer 60% van het marktaandeel is in handen van de grootwinkelbedrijven. Voor de zelfstandigen resteert circa 40% marktaandeel.

Het grootste probleem van de zelfstandigen ligt in het feit dat er onvoldoende sterke samenwerkingsverbanden bestaan en daardoor wordt de nodige commerciële slagkracht gemist.

Bier in de slijterij

De slijter is een bierverkoper bij uitstek. In 1996 werd er ruim *f* 330 miljoen gulden door de consument aan bier uitgegeven. Dit betekent dat de produktgroep bier goed is voor circa 15% van de omzet van de slijter. Na jenever is bier de belangrijkste produktgroep en wordt zelfs wijn voorbijgestreefd.

De bierconcurrentie in de slijterij is natuurlijk zeer groot. Door het specialistische karakter van de slijter biedt men een breed en diep assortiment aan en hierdoor zijn vrijwel alle belangrijke bieren aanwezig.

De biercultuur wordt met veel elan door een select aantal bierspeciaalzaken gekoesterd. Deze bierspeciaalzaken verkopen uitsluitend bier en bieden een assortiment aan dat bestaat uit honderden verschillende bieren.

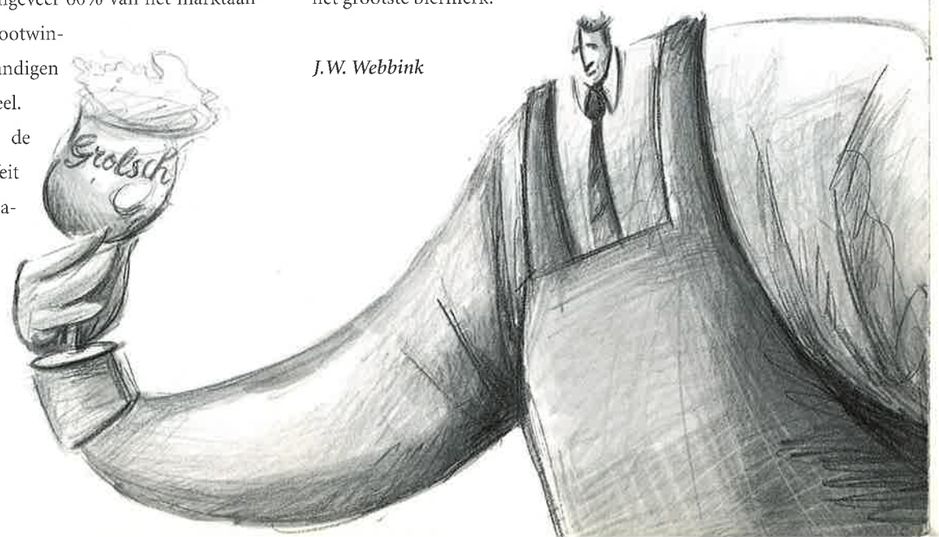
> "De biercultuur wordt met veel elan door een select aantal bierspeciaalzaken gekoesterd."

In het segment speciaalbieren speelt Grolsch natuurlijk een belangrijke rol. Door de samenstelling van ons assortiment zijn wij in staat in de belangrijkste speciaalbiersegmenten een prima rol te vervullen.

Marktbewerking

Onze buitendienst onderhoudt intensieve contacten met slijters en op basis van deze samenwerking zijn wij in staat ons assortiment optimaal te profileren. Door gerichte promoties wordt de verkoop van onze bieren verder ontwikkeld. Grolsch is inmiddels bij de zelfstandige slijters het grootste biermerk.

J.W. Webbink



Op pad voor Grolsch

In de maanden mei en juni zijn 8 tijdelijke vertegenwoordigers actief geweest om Grolsch produkten onder de aandacht te brengen in cafetaria's en benzinestations. Na een verkooptraining en een rondgang door de brouwerij werden zij gehuld in een Grolsch-jack, zodat zij als ware Grolsch-ambassadeurs op pad konden.

Op pad voor Grolsch

Het Stadsmuseum Groenlo geopend

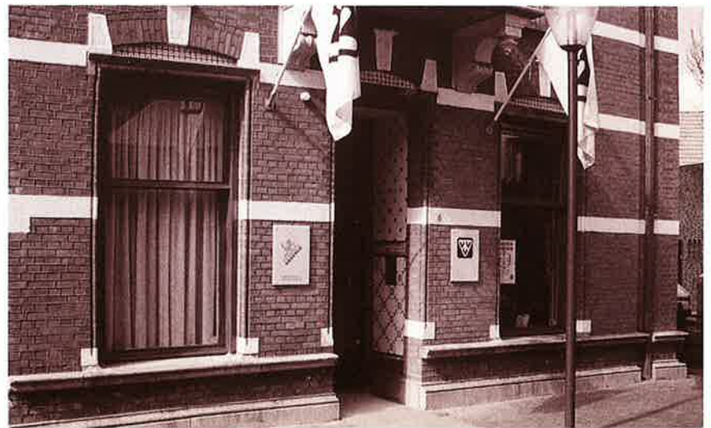
De Grolsch gelagkamer, waar in alle rust nog eens nagepraat kan worden.

Onlangs is in de Goudsmitstraat het Stadsmuseum Groenlo geopend. In dit pand zijn op de eerste verdieping expositieruimten ingevuld door 3 bedrijven:

NEDAP, PolarCup en Grolsch.

Alle drie bedrijven hebben een kamer ingericht vooral met allerhande zaken uit vroeger tijden. Op de tweede verdieping zijn de oudheidkundige collecties te zien die in samenwerking met de Archeologische Werkgroep Groenlo is ingericht.

De begane grond wordt gevuld door het VVV-kantoor en opnieuw door Grolsch. De achterkamer is ingericht als een oude gelagkamer van standing met daarnaast een kleine huisbioscoop, waar bezoekers de Grolsch-videoflim kunnen bekijken. Sinds de opening hebben we reeds vele bezoekers, waaronder veel toeristen, een bezoek aan dit stadsmuseum gebracht. Het is echt de moeite waard om het even te gaan zien!



De ingang van het Stadsmuseum Groenlo

Nieuwe vuller voor bliklijn Groenlo

Sneller en beter! Dat zijn de voorwaarden, die gesteld worden aan onze afvullijnen. Per uur moeten meer blikjes en flesjes geproduceerd worden. Alweer maanden geleden is in Groenlo een compleet nieuwe afvullijn voor monoflesjes in gebruik genomen.

In Enschede is colonne 11 operationeel geworden. En nu heeft de bliklijn in Groenlo een nieuwe vulinstallatie gekregen. En niet zomaar een vulmachine, maar een zogeheten volumetrische vuller. Dat wil zeggen dat deze vuller de blikjes voorziet van een juist volume bier. 33 cl. bier is dan ook precies 33 cl.bier, ongeacht het soort blik.
Het wisselen van de oude vuller naar de nieuwe vuller was welhaast een militaire operatie. In precies 5 dagen moest de klus geklaard worden. Van afkoppelen, demonteren, het vervangen van de vuller (door het dak hijsen: de oude eruit, de nieuwe erin) vloer leggen, monteren en alles weer aansluiten. Maar het is gelukt! Na een aanloopperiode van nog geen twee weken had de nieuwe vuller zijn beoogde capaciteit bereikt: 72.000 blikjes per uur! Aan de 2 voorwaarden is nu ruimschoots voldaan. Het gaat sneller en het gaat nog beter. De technische/technologische prestaties van deze bliklijn zijn met sprongen vooruit gegaan.
De installateurs en onze eigen mensen van colonne 4 verdienen een groot compliment voor hun inzet bij de vervanging van deze vuller, die in de toegestane tijd precies gehaald werd.

Op zaterdagmiddag 19 april jl. werd - nadat de oude vuller via het dak naar buiten was getakeld - de splinternieuwe volumetrische vulmachine naar binnen gehesen. Het was precisie-werk: rondom de nieuwe vuller was er nog precies 1 cm ruimte in het gat van het dak. Maar hij ging naar binnen. Eenmaal op de 's nachts aangelegde vloer aangekomen kon met de aansluiting worden begonnen.

Café de Haasjes, Hazenstraat 19 te Amsterdam.

De Jordaan staat bekend om zijn gezelligheid. Café de Haasjes is een echt buurtcafé in de omgeving van de Elandsgracht. Stan Wassenaar, een jonge ondernemer, weet met zijn enthousiasme zijn gasten te vermaken. De door Grolsch en hem georganiseerde Lentebok-proeverij was dan ook een groot succes. Naast lekker bier maakt Stan de lekkerste tosti van Amsterdam. Diverse Grolsch medewerkers die samen met mij eens dit café hebben bezocht kunnen dat bevestigen. Wanneer je denkt de dag hier even kort af te sluiten kom je bedrogen uit. Het is nacht als je weer naar buiten komt. Laat je auto maar staan, want die heeft toch al een wielklem gekregen.

P. Bennen

Tapa Feliz, Valeriusstraat 85 te Amsterdam.

Amsterdam Zuid is chique. Ook diverse horecagelegenheden in Zuid zijn chique. Tapa Feliz, een tapasbar met een klein restaurant, geniet van het goede publiek uit deze omgeving. Kwaliteit is meer dan gewenst door de gasten. Ondernemer Hans Verwoest heeft al jarenlang een delicatessenwinkel in Amsterdam Zuid. Hij kwam tot de ontdekking dat er een horecavergunning mogelijk te krijgen was, bij de groentewinkel schuin tegenover zijn zaak. Hij is aan de slag gegaan. Na een rigoureuze verbouwing is een moderne bar tot stand gekomen. Aan de bar krijg je na een aantal glazen Grolsch behoorlijke trek in lekkere hapjes. Tapas is een ander woord voor culinair bereide hapjes, van vlees en vis. Na het eten lest Grolsch je dorst. Diverse studenten, medewerkers van advocatenkantoren zijn graag geziene gasten in dit Grolsch-etablissement. Zeker voor onze (buitenlandse) gasten, logerend in het Memphis Hotel, is dit een leuk adres in de buurt.

P. Bennen

Café De Pilserij, Gravenstraat 10 te Amsterdam.

Onze gewaardeerde relatie Ter Kuile, de gebroeders Bjorn en Coen, hebben een prachtig café overgenomen achter de Nieuwe Kerk in Amsterdam. De zaak bestaat reeds 20 jaar en tapte, traditioneel passend bij de hoofdstad, Amstel Bier.
Nu lijkt het logisch, dat Grolsch zonder twijfel de nieuwe bierleverancier voor De Pilserij zou gaan worden, gezien onze relatie met de heren Ter Kuile. Toch ligt er een stevige commerciële onderhandeling ten grondslag aan het feit dat ons bier hier rijkelijk door de tap stroomt. Het is beslist de moeite waard te zien hoe een oud café is gemoderniseerd met behoud van het ouderwetse karakter. Achter de toog staat Frederik, een nieuwe partner van Ter Kuile. Het publiek is een mengeling van de bestaande vaste klanten, medewerkers van de Beurs en de harde kern van stamgasten van café Ter Kuile. Bij een bezoek dient u zich voor te bereiden op teksten als:
'Bent u ook professor?' of 'Wil mevrouw wellicht ook een sigaar?'. Kortom café De Pilserij is een gezellige kroeg met een echte Amsterdamse sfeer.
Voor iedereen die gezelligheid en Grolsch graag samen wil proeven is donderdagavond de favoriete 'stapavond'. Tot ziens !

P. Bennen

Food Award

Op 15 mei jl. mocht de heer J.M.M. van den Hoven, directeur Thuisverbruik, de 1e prijs in de categorie 'dranken' ontvangen voor het in 1996 geïntroduceerde pijpjeskrat. De Food Awards werden voor het eerst in 1986 uitgereikt. De prijs beoogt kwaliteitsbevordering van introducties alsmede stimulering van bekendheid met nieuwe producten onder consumenten. Toekenning van de Food Awards geschiedt in 3 fasen.
Aan de basis staat een enquête onder de lezers van het vakblad Food Personality. Aan de hand van de uitkomsten bepaalt een vakjury, bestaande uit assortimentsmanagers van belangrijke supermarkt-organisaties, de nominaties. Over de nominaties spreken de lezeressen van de bladen Margriet, Libelle en Tip Culinair vervolgens in een enquête hun oordeel uit.

Het nieuwe pijpjeskrat werd beoordeeld als een prima geslaagde produktinnovatie waarbij gebruikersgemak (vijf handgrepen) centraal stond.

J.W. Webbink

Nieuwe medewerkers *Enschede*

Schepers, Willemine Elisabeth

Geboren 03 augustus 1968 te Eibergen.
Wonende te Neede aan de Thorbeckestraat 11.
Functie: Horeca Assistente afd. Horeca district Zuid.
In dienst 01-03-'97.

Molendijk, Ronald Willem

Geboren 18 juli 1962 te Purmerend.
Wonende te Purmerend aan de Brahmsstraat 125. Functie: Manager Sales Support afd. Thuisverbruik.
In dienst 01-03-'97.

Nijland, Henrike

Geboren 05 oktober 1970 te Goor.
Wonende te Goor aan de Bleekstraat 8A.
Functie: Management Assistente afd. Horeca.
In dienst: 01-06-'97.

Besselink, Bastianus Willem

Geboren 16 juli 1967 te Nijmegen.
Wonende te Utrecht aan de Schoutenstraat 16.
Functie: Horeca Inspecteur afd. Horeca district West Zuid.
In dienst 01-05-'97.

Te Focht, Peter Wilhelmus Emiel

Geboren 22 mei 1969 te Groenlo.
Wonende te Groenlo aan de Molenaar 63. Functie: PC-beheerder afd. Automatisering.
In dienst 15-04-'97.

Smets, Hubertus

Geboren 21 februari 1967 te Someren.
Wonende te Someren aan de Craalweg 8. Functie: Horeca Account Manager afd. Account en Projectmanagement.
In dienst 01-04-'97.

Uit dienst *Enschede*

Klein Entink, K.
Uit dienst 28 februari 1997.

Niehof-Sleiderink, M.E.G.
Uit dienst 31 mei 1997.

Meijer, H.
Uit dienst 31 mei 1997.

Groenlo

Heubach-Groot Kormelink, I.M.
Uit dienst 31 januari 1997.

Koenders, F.T.J.
Uit dienst 1 april 1997 wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.

Schutten, B.A.
Uit dienst 7 april 1997 wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.

Luttikholt, G.J.
Uit dienst 20 april 1997 wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.

Klein Gebbinck, L.G.W.
Uit dienst 23 april 1997 wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.

Woeltjes, W.
Uit dienst 12 mei 1997 wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.

Groot Zevert, T.J.A.
Uit dienst 27 juni 1997 wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.

Nieuwe medewerker *Groenlo*

Arentsen, Ad

Geboren 22 juli 1959 te Lochem.
Wonende te Winterswijk aan de Goeman Borgesiusstraat 7.
Functie: Hoofd Kwaliteitsdienst Groenlo. In dienst 12-05-'97.

Jubilea *Enschede*

Gerritzen, J.J.
25 jaar in dienst 13-03-'97
Receptie 14-05-'97.

Groote Punt, G.H.J.
25 jaar in dienst 17-04-'97.
Receptie 22-05-'97.

Padberg, A.H.M.
25 jaar in dienst 02-05-'97
Receptie 14-05-'97.

Vije, B.A.
25 jaar in dienst 01-06-'97.
Receptie 14-05-'97.

Janssen, H.H.R.
25 jaar in dienst 15-05-97.
Receptie najaar '97.

Kik, H.
In de VUT per 01-06-'97.
Receptie 29-05-'97.

Terugblik *Groenlo*

Uem van, J.W.
25 jaar in dienst.
Receptie 06-03-'97.

Luttikholt, G.J.
Na 40 dienstjaren in de Vut.
Receptie 06-05-'97.

Frank, J.W.
25 jaar in dienst. Receptie 29-04-'97.

Hesselink, F.A.
25 jaar in dienst.
Receptie 06-03-'97.

Promoties & benoemingen *Enschede*

Arens-Fischer, R.M.A.
Per 01-03-'97 Marketing assistente afdeling Export Marketing.

Bosch, M.
Per 01-04-'97 Marketing Assistente afdeling Marketing.

Kouwen, H.
Per 01-04-'97 Logistiek Planner afdeling Material Management.

Christiaans, G.A.E.
Per 01-04'97 Manager Drankenhandel 'Van Gool/Rijnmond'.

Van den Barg-van de Scheur, H.H.
Per 01-04-'97 Gastvrouw Ontvangstcentrum.

Schnellen, P.R.C.M.
Per 01-05-'97 Projectmanager Milieubeleid.

Zilveren *Insignes*

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

Bult-Leeflang, I., 01-03-'97.

Kouwen, H., 01-03-'97.

Morsink, J.G.M., 01-04-'97.

Snel, R., 01-04-'97.

Winderlich-Tiethof, E.B.G., 01-05-'97.

Jubilea kalender *Groenlo*

Gelinck, T.F.
Na 40 dienstjaren in de Vut. Receptie 29-07-'97.

Roerdink, L.E.J.
Na 40 dienstjaren in de Vut. Receptie 29-07-'97.

Klein Tank, F.B.M.
25 jaar in dienst. Receptie 28-08-'97.

Barmentloo, J.C.
25 jaar in dienst. Receptie 05-09-'97.

Overleden *Enschede*

De heer J. Manneveld
overleden 19-02-'97 (VUT).

De heer T.W. Romeijn
overleden 06-05-'97 (pensioen).

Wat een idee

Ideeënbus Enschede

Aanmoedigingspremies:

H.J.G. Leusink, Expeditie

J.T. Loskamp, Filterkelder

T.P.G. Warmerdam, Financiële administratie

Beloonde ideeën:

- **P. Diepeveen** diende het idee in om bovenop de vuller van colonne 9 een soort bladveer te bevestigen, om op die manier storingen van de centreerklokken te voorkomen. Het idee zal worden uitgevoerd.

- **H. ten Wolde en G.H. Loves** brachten het idee naar voren om de flessenbevochtiger bij de uitpakker van colonne 9 te verhogen, zodat een krat er onderdoor kan. Een en ander leidt tot minder storingen en kapotte flessen. De uitvoering van het idee heeft inmiddels plaatsgevonden.

- Het idee van **M. de Vries** om op de display van de vuller van colonne 9 te melden wanneer er flessen vastzitten bij de uitloop van de pasteur/droger, is inmiddels uitgevoerd.

Ideeënbus Groenlo

In de vergaderingen van november 1996 en januari, maart en april 1997 zijn de volgende aanmoedigingen en beloningen uitgekeerd:

Aanmoedigingen:
R.F.M.J. Overbekking, 2x
T.J.M. Reinders
P.J. Ottink
B.F.M. Abbink, 3x
M.G.J.M. Overbekking
H.T.M. Goossens, 3x
H.W. Sonderen
mevr. E.C.M. Everink, 3x
H.J. Floors

Beloningen waren er voor:

T.J. Luttikholt.
Voor zijn idee om een instelbare watermeter op de lessenaar van de brouwzaal te plaatsen. Het voordeel daarvan is dat men altijd de gewenste hoeveelheid warm water (76 °C) voor elk soort brouwsel om kan stellen voor het uitwassen van de wort in de strainmaster.

F.K. Szabo
Voor het idee om de 'invoerregel' van Grolsch op internet op de etiketten af te drukken, zodat de Grolsch pagina op internet gelezen kan worden.

W.L. Papen
Bedacht dat als er zwart-gele palen bij de Italiaanse loods geplaatst worden dit het uitzicht voor de heftruckchauffeurs sterk verbetert bij het in- en uitrijden van de loods.

De heren A.J.G. Beerten, H.W.R. Schovers en R.T.H. Roerdink
Leverden gezamenlijk het idee om een bakkenkeerder te plaatsen vòòr de sortering (net als bij de inpakker). Dit o.m. om stilstand van de stapelaar te voorkomen.

J.L.M. Levers
Voor zijn idee om op de eerste posities van de ringcontrole 2 extra schakelaars te plaatsen om de flessenbaan op tijd stop te zetten en zo kapotte en omgevallen flessen van de baan te kunnen halen. De huidige schakelaars aan het eind van de baan worden vaak te laat bereikt.

R.F.M.J. Overbekking
Had het idee om de koppen van de uitpakkers vast in de stand te zetten die ze hebben bij het ingaan van de kratten. Verbreedt tevens de flessenbaan door de geleiding terug te zetten. Hierdoor zullen geen storingen meer onstaan door het overbodig heen-en weer bewegen van de koppen.

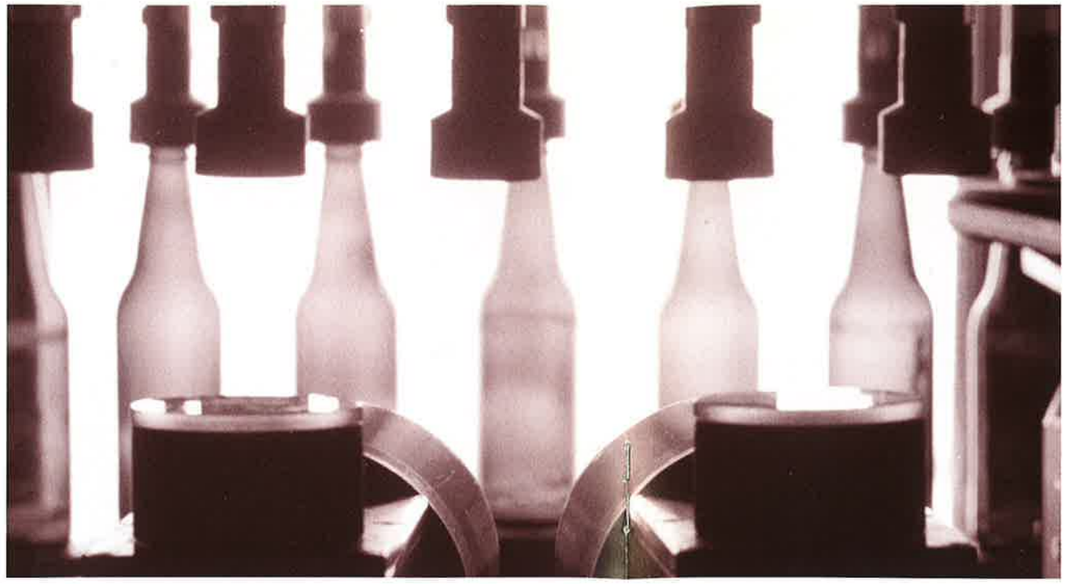
R.W. Holweg
Had een idee voor de stapelaar op de bliklijn: Laat de beide zijcentreringsarmen ± 20 cm. naar binnen staan boven de sluitplaat, zodat de inkomende trays zich niet meer draaien of scheef komen te staan.

H.J. Floors
Had het idee om een lijst van benodigdheden in het stiltecentrum neer te leggen. Hierop kunnen de medewerkers noteren welke spullen ze uit het magazijn nodig hebben. De heftruckchauffeur kan dan op vaste tijdstippen met de lijst naar het magazijn.

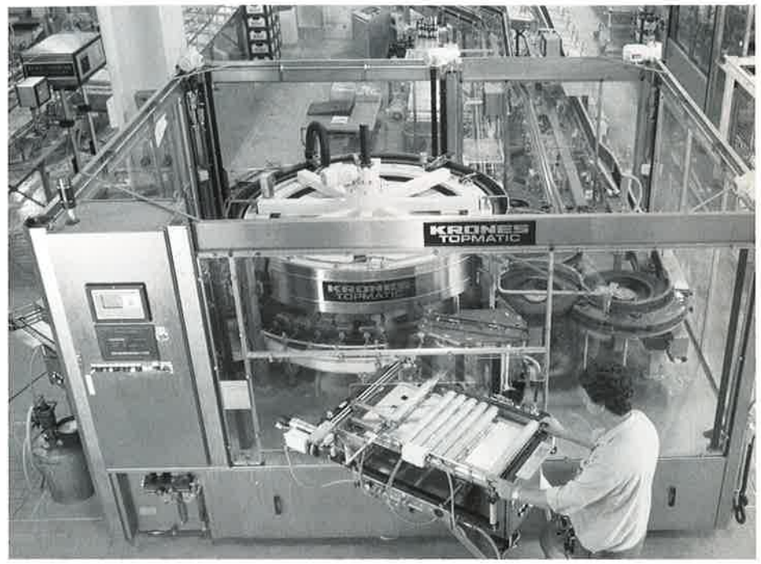
W.L. Papen
Bedacht dat als de cabines van de heftrucks worden voorzien van reflectoren de chauffeurs elkaar beter kunnen zien.

Op de foto is te zien hoe de heer **S.T.M. Groot Zevert** uit handen van de heer Floors een aanvullende beloning ontvangt voor zijn idee om stoppers te plaatsen. Dit voorkomt dat losse flessen terugschieten of scheef onder de centreerkop komen te staan.

Pijpjeslijn
colonne 11
al volop in bedrijf



Elk flesje wordt - voordat het met bier gevuld wordt - elektronisch afgetast op mogelijke onvolkomenheden. De minste of geringste afwijking wordt onverbiddelijk gesignaleerd.



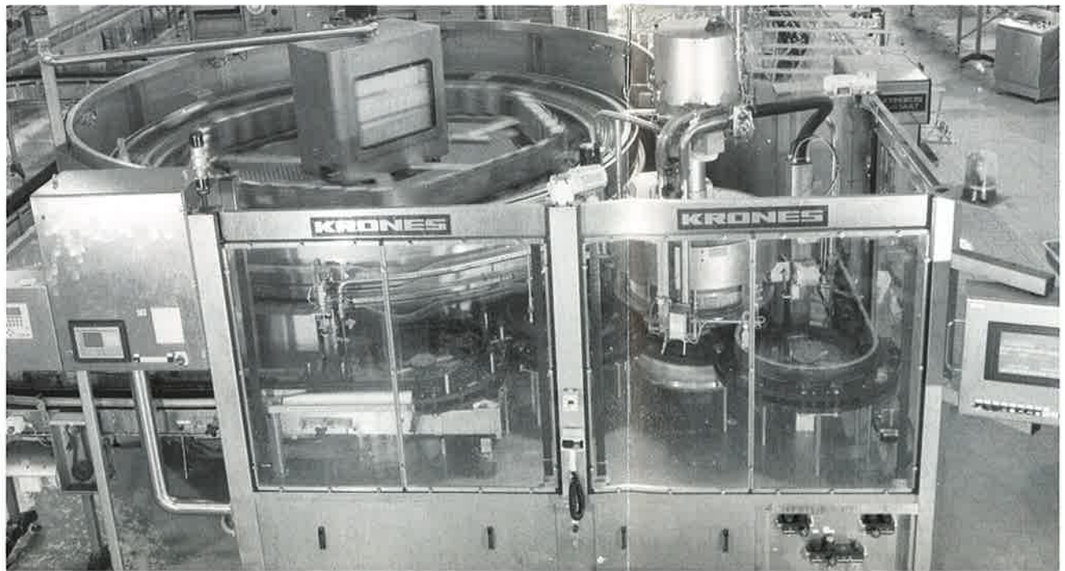
Onze flessen van 30 cl worden op deze etiketteermachine achtereenvolgens voorzien van een halsetiket, een buiketiket en een rugetiket.

Het is al weer ruim 3 maanden geleden dat colonne 11, onze nieuwe pijpjeslijn in Enschede, in gebruik werd gesteld. Met deze ingebruikname werd ook meteen afscheid genomen van colonne 10 die zijn werk er voorgoed had opzitten. Waar ooit de beugellijn colonne 8 heeft gestaan, staat nu een zeer geavanceerde colonne voor 30 cl pijpjes, die goed is voor een capaciteit van 60.000 flesjes per uur!

In een zeer strakke opstelling zijn de verschillende stations in de colonne opgenomen. Afstapelen, uitpakken, spoelen, vullen, etiketteren, inpakken, stapelen en dan de hal uit! Vanaf het excursie-bordes, boven de colonne, is het gehele proces goed te volgen. Het vullen van de pijpjes, het etiketteren en het inpakken gebeurt recht vóór het bordes. En dat met een snelheid, dat je het nauwelijks met het blote oog kunt zien. En dat is maar goed ook. Want de controle op de flessen geschiedt ook al elektronisch. Flesjes, die ook maar de geringste afwijking vertonen, zowel qua verpakking als inhoud worden onherroepelijk van de band verwijderd.

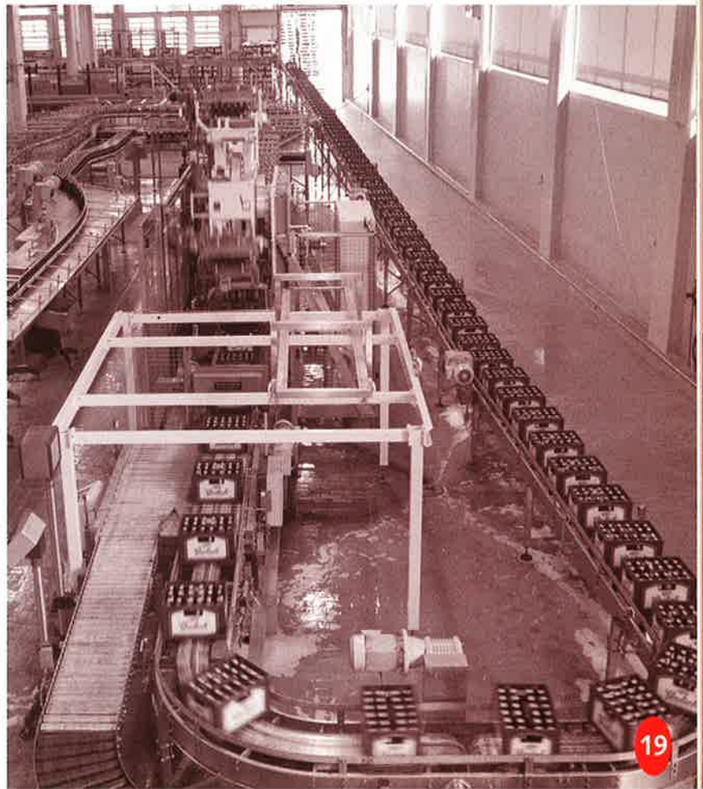
Colonne 11, een ware aanwinst voor Grolsch, draait uitsluitend pilsner in 3-ploegendienst. De naastgelegen colonne 9 levert alle overige Grolsch produkten in pijpjes, zoals de speciaalbieren, de seizoensbieren en Special Malt. Samen zijn ze goed voor 110.000 pijpjes per uur!

Pallets met retourgoed worden op de aanvoerband gezet.

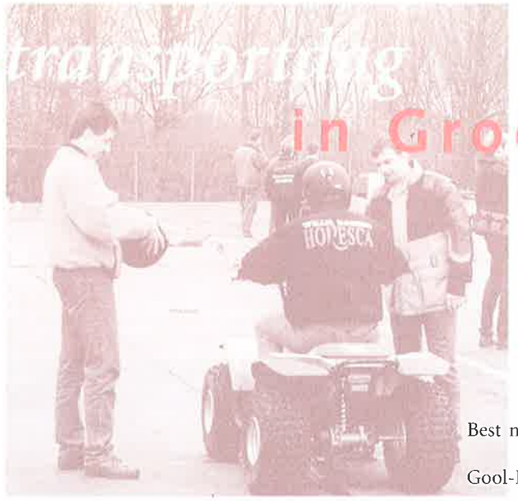


60.000 flesjes per uur worden door deze vuller met bier gevuld en direct van een kroonkurk voorzien.

De inpakker pakt 24 flesjes in één keer van de band en plaatst deze in het onderdoor lopende krat. 2500 volle kratten verlaten per uur deze bottellijn.



D.O.N.-transportdag in Groenlo



Op zaterdag 15 maart jl. vond de jaarlijkse D.O.N.-Transportdag weer plaats op het brouwerij-terrein in Groenlo. Opnieuw waren vele vracht- en bestelwagens van diverse D.O.N.-leden met hun vaste berijders naar Groenlo gekomen.

Een uitgebreide expositie van allerlei produkten was in een der hallen ingericht. Van handige steekwagentjes voor fusten tot complete kledinglijnen toe. Ook diverse fabrikanten van vrachtwagens, maar ook van heftrucks hadden hun showmateriaal meegebracht. De chauffeurs en heftruckchauffeurs werden ook op een ludieke manier bezigghouden. Zo konden zij aan een soort motortrial meedoen of op een vreemdsoortige 5-wieler rijden maar dan met een hele vreemde bril op.

Best moeilijk. De drankenhandels Van Gool-Rijnmond en Henk Smit uit Limmen hadden hun wagens in de nieuwe Grolsch-housestyle meegenomen. Het waren echte plaatjes!

De organisatoren van deze D.O.N.-dag mag een compliment gemaakt worden voor deze geslaagde happening.

Nieuws uit China

Grolsch Oranje op weg naar titel in internationale voetbalcompetitie van Sjanghai. Kort nadat Grolsch haar kantoren in Sjanghai en Peking had geopend, nam het de sponsoring van een tweede Nederlands sterrenteam op zich. In het seizoen '96/'97 sponsort Grolsch de Grolsch Oranje voetbalploeg.

De 'Shanghai International Football League' bestaat uit internationale elftallen met spelers uit verschillende landen, die allemaal leven en werken in de bruisende metropool Sjanghai.

Deze competitie treffen teams als Japan, Duitsland, de Vikings, de British Lions, Hongkong, de Russian Bears, Little Italy en... Grolsch Oranje elkaar in de strijd om de Sjanghai Cup. Grolsch Oranje bewijst het: er gaat niets boven een beugelfles...

De vloeiende combinaties van Grolsch Oranje roepen herinneringen op aan de hoogtijdagen van het Nederlands elftal. Geen wonder dat Grolsch Oranje samen met de Duitsers en de Engelsen tot de grootste kanshebbers op de Cup behoort.

Met genoegen zien wij dat de spelers evenveel plezier beleven aan het voetbal als aan een verfrissend Grolsch-biertje na de wedstrijd. Op zijn nachtelijke ronde door het populaire uitgaanscentrum van Sjanghai heeft coach Hans Nagtegaal van Grolsch Oranje dan ook de grootste moeite zijn spelers naar bed te dirigeren. Slaagt hij daar uiteindelijk toch in, dan viert Hans dat met een laatste Grolsch-biertje... Na afloop van de wedstrijden ontmoeten de spelers elkaar bij Churchill's, de drukbezochte 'English Football Pub' van Sjanghai, waar het Grolsch-bier iedere zaterdagavond rijkelijk vloeit.

Vorige maand begaf het elftal zich naar Peking om het in twee wedstrijden op te nemen tegen de Vliegende Hollanders. Tijdens het verblijf aldaar werd de datum geprikt voor een toernooi in Sjanghai, waar de Nederlandse voetballers namens Peking, Sjanghai, Taiwan en Hongkong zullen strijden om de Grote China Cup. Oranje verovert China, evenals Grolsch...

Bart de Vroomen

Grolsch op de Russische radio

Grolsch-liefhebbers in de Russische hoofdstad kunnen Grolsch vanaf nu ook horen op de lokale radio. Sinds januari 1997 sponsort Grolsch het FM-radioprogramma 'Nadezhda'. Dit half uur durende avondprogramma is volledig gewijd aan bier. Volgens presentatrice Marina gaat bier prima samen met een gezonde levensstijl. Ook de geneugten van een kwaliteitsbiertje komen aan bod.

Eind januari werd een van de uitzendingen bijgewoond door drie vertegenwoordigers van Grolsch Nederland: Ghislaine Bulthuis, Elena Perepelova en Peter Schreurs. Samen met Andrey Khizhnyak, vertegenwoordiger van de Russische Grolsch-distributeur Stanley Beverages, spraken zij over de geschiedenis van Grolsch, de specifieke kwaliteiten van Grolsch en natuurlijk over onze trots: de Beugelfles.

Luisteraars konden bellen om hun vragen voor te leggen aan de in de studio aanwezige bierkenners.

Ook was er een quiz, waarin de luisteraars een vraag over Grolsch voorgelegd kregen. Voor de gelukkige winnaar was er een zeiltas.

Het grote aantal bellers toonde aan dat de Russen echt geïnteresseerd zijn in bier. Radioreclame blijkt een zeer effectieve manier om de echte bierliefhebber te bereiken. Dus geef bij uw volgende bezoek aan Moskou ogen, mond, maar vooral ook oren goed de kost.

Peter Schreurs

Grolsch gaat 'over the top'

Onlangs begaf Grolsch zich op het terrein van een van de snelst groeiende sporten van Groot-Brittannië: snowboarden. Wij sponsorden de eerste 'Big Air'-demonstratiewedstrijd, gehouden op Europa's grootste met kunstsneeuw bedekte skipiste. Meer dan 5000 toeschouwers bezochten het evenement om de verrichtingen van de Britse snowboard-elite gade te slaan.

Vanaf een speciaal geprepareerde sneeuwpiste aan de rand van Sheffield toverden de stoere snowboarders met ogenschijnlijk gemak de meest spectaculaire sprongen uit de hoge hoed om de hoofdprijs van *f* 15.000 in de wacht te slepen.
Ter verhoging van de feestvreugde brachten dj's van 'Love to be', een door Grolsch gesponsorde discotheek in Sheffield, de allerlaatste housemuziek ten gehore. Hoewel de sneeuw door het warme weer geleidelijk verdween, wisten de toppers het geboeid toekijkende publiek op een bijzonder aangename dag te trakteren.
Gezien de massale aandacht van de Britse sportpers en de lifestylebladen lijkt 'Big Air' uit te kunnen groeien tot een jaarlijks terugkerend evenement, dat een grote bijdrage kan gaan leveren aan de verdere ontwikkeling van deze spectaculaire sport.
Richard Cutler, brand manager bij Grolsch Premium Lager, was ook erg enthousiast: 'We zijn bijzonder blij deze boeiende sport in opkomst te mogen sponsoren en wensen de Sheffield Ski Village dan ook alle mogelijke succes voor de toekomst.'

Richard Cutler

Master brewer tour door V.S. groot succes

Eigenlijk verdient hun prestatie een vermelding in het Guiness Book of Records: in slechts 19 dagen trokken meesterbrouwer Nico Heinen en marketing manager Daan Sistermans van Royal Grolsch onlangs met de master brewer tour door 15 Amerikaanse steden. Peyton Kay, senior brand manager bij Seagram Beverage Company, bedacht de stedentrip als promotiemiddel voor het onlangs gelanceerde Grolsch Amber Ale.

De tour ging 17 februari jl. van start in Las Vegas (brengt geluk) vervolgens door naar Denver, Seattle, San Francisco, Chicago, Dallas, Atlanta, Tampa, Miami, Boston, Baltimore, Philadelphia, New York (twee maal) en eindigde in Washington D.C.

Na aankomst in een nieuwe stad bestond het programma van Nico en Daan meestal uit bezoeken aan lokale winkeliers en plaatselijke klanten om de markt te verkennen; lunchafspraken met distributeurs; 's avonds maakten zo'n 60 tot 100 mensen gretig gebruik van de mogelijkheid om de meesterlijke bieren te proeven. De dag werd veelal afgesloten met een kroegentocht, opgezet om Grolsch onder de aandacht van het publiek te brengen.

Tijdens de populaire bierproeverijen liet Nico de deelnemers kennismaken met een keur aan Grolsch-producten, zoals Lager en Amber Ale en 4 bieren die momenteel niet verkrijgbaar zijn in de V.S.: Bokbier, Winterkoning, Zomerblond en Calixtus (de laatste is een van de zes bieren waarmee de uitvinding van de beugelfles, 100 jaar geleden, wordt gevierd).
Om de aanwezigen in te wijden in de Grolsch-traditie begonnen Nico en Daan de avond met een korte presentatie van onze 400-jarige historie en legden zij uit hoe onze jarenlange brouwerservaring als voorbeeld kan dienen voor kleine brouwerijen in de V.S. Behalve doorgewinterde reizigers werden Nico en Daan tijdens de tour

ook nog eens mediasterren: ze waren te gast in een lokale TV-uitzending in Las Vegas, gaven radio-interviews in Seattle en Miami en beantwoordden tijdens de bierproeverijen vragen van de rond dertig journalisten en uitgevers (van plaatselijke kranten, tijdschriften, vakbladen over bier).
Op vrijdag 7 maart brachten Nico en Daan hun laatste toast uit, alvorens de terugreis naar Groenlo te aanvaarden. Daarmee kwam een eind aan een voor alle betrokkenen zeer succesvol verlopen master brewer tour.

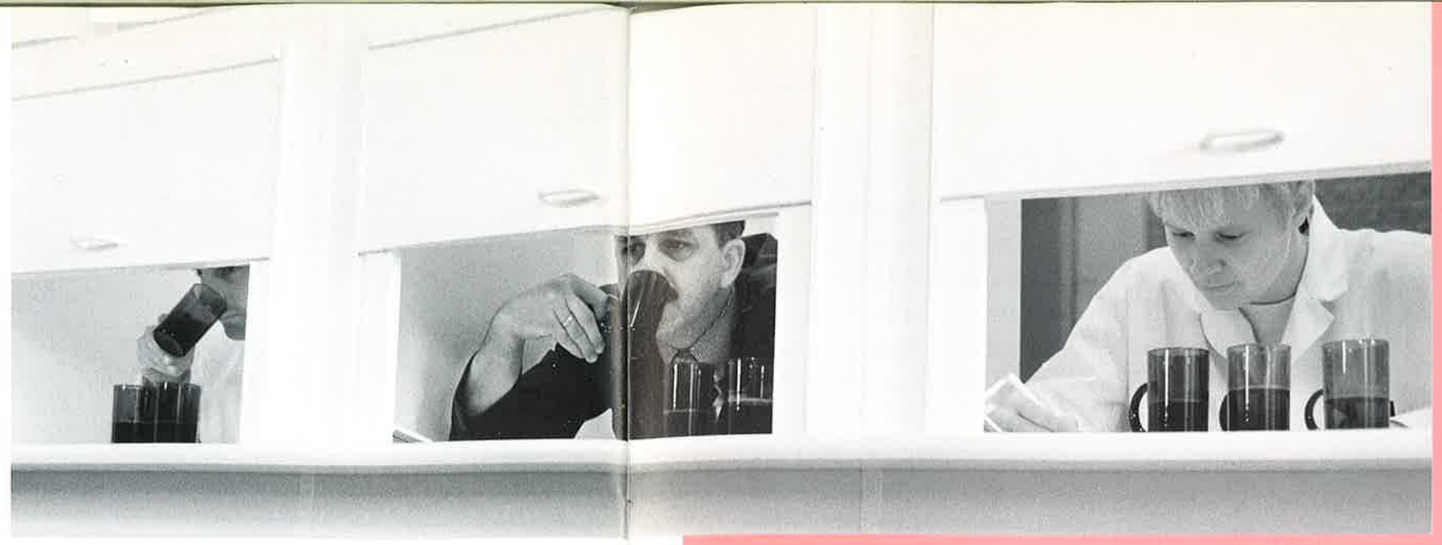
Daan Sistermans

Wereldkampioenen drinken Grolsch

Ter gelegenheid van een oefenwedstrijd tussen de Zuid-Afrikaanse wereldkampioen rugby, de 'Springbokken', en het studentenrugbyteam van Frankrijk, ook onlangs wereldkampioen geworden, had co-sponsor Bières d'Europe gezorgd voor de aanwezigheid van Grolsch-bier. Tijdens de drukbezochte receptie vóór de wedstrijd en het VIP-diner na afloop konden de gasten genieten van het rijkelijk aanwezige gerstenat. Ook de spelers lieten zich niet onbetuigd. De 'Springbokken', echte Grolsch-kenners, gaven hun Franse tegenstanders een lesje in het openen van een beugelfles én in het drinken van bier. Waar de rugbywedstrijd nog in een nipte overwinning voor de Fransen was geëindigd, was de derde helft duidelijk voor de Zuid-Afrikanen.
Voor Bières d'Europe was dit het eerste evenement op Franse bodem, waarvan zelfs op de Franse TV beelden te zien waren. 'En het zal zeker niet het laatste zijn', aldus Johannes van der Walt, de nieuwe sales manager van Grolsch bij Bières d'Europe. Hij zal er alles aan doen om onze bieren ook buiten de Franse rugbywereld bekend te maken.

Bart de Smalen

In de vorige artikelen over bier-proeven zijn de zintuiglijke aspecten en de soorten van proeverijen besproken. Omdat de smaakstelling van de Grolsch-bieren een permanent aandachtspunt is, nú de praktijk bij het eigen bedrijf.



Proeven, keuren en herkennen van bier III

Smaakontwikkeling bij Grolsch zelf

Proeven, keuren en herkennen: ze hebben natuurlijk allemaal drie te maken met de smaak van het bier. En een herkenbare biersmaak wijst op bier dat uiteindelijk bij het afnemerspubliek is aangeslagen.

Vandaar dat een innovatief bedrijf als de Grolsche Bierbrouwerij altijd bezig is met het ontwikkelen, testen en lanceren van nieuwe smaken. Hoe dat in zijn werk gaat hebben we ons laten vertellen door Guy Evers, manager product research & development èn Koert van 't Hoff, manager marketing research.

Smaakmaker

Guy Evers is te typeren als de 'smaakmaker' van Grolsch. Hij stond aan de basis van de twee meest opvallende nieuwe produkten van Grolsch van de afgelopen jaren: Zomergoud en Wintervorst. De ontwikkeling van de uiteindelijke smaakstelling kent een lang proces van zoeken, proberen, verbeteren, testen, bijsturen, proeven en ga zo maar door.

Per week heeft Evers daarom te maken met minstens drie proeverijen. De panels bestaan uit personeelsleden van de twee vestigingen, uiteraard personen met een goed ontwikkelde smaak.

Hier worden we dan geconfronteerd met het proeven in een professionele omgeving. De twee permanente Grolsch-panels voldoen aan de typering 'basispanel' en 'beschrijvend panel'.

Ze bewaken in de eerste setting (dus als basispanel) het kwaliteitsniveau, zodat een Grolsch-bier altijd en onder alle omstandigheden identiek smaakt. (Eigenlijk dus een vorm van produktiecontrole). De meeste interne testen worden volgens de driehoek-methode verricht.

Het beschrijvend panel wordt ingeschakeld bij classificatie van nieuwe eigen bieren en bij die van de concurrent. Want onze brouwerij is niet de enige die met nieuwe produkten komt. De concurrentie zit niet stil of imiteert zonder al te veel scrupules een bestaand bier, of dat nu kort of langer in de markt is.

Smaaktraining

Guy Evers en Koert van 't Hoff vinden het uiteraard van het grootste belang dat het interne Grolsch smaak- en proefpanel over maximale deskundigheid beschikt. Want dit gezelschap dient niet alleen voor allerlei vergelijkende interne onderzoeken, maar is ook een voortraject naar de externe marktonderzoekpanels. In dat laatste geval praten we doorgaans over groepen van 200 à 300 consumenten! Zie in dit verband ook een bijdrage van Wilma Koopman in de Grolsch Kroniek van juni 1996.

Enfin, onze Grolsch-deskundigen moeten dus nog scherper worden in hun smaak-beleving. Daartoe is een cursus van 12 modules ontwikkeld door docenten van een van de weinige wetenschappelijke bierinstellingen van de wereld: het Centrum voor Mouterij en Brouwkunde van de Universiteit van Leuven in België. Op basis van de syllabus 'Sensorische eigenschappen en Degustatie van Bier' (sensorisch = werkend op zintuigen, in dit verband: gezicht, reuk en smaak, degustatie = proeven) werden de proevers in het najaar bijgeschoold. Schrijver dezes heeft de negende les bijgewoond, een praktijkoefening waarbij een pilsproeverij centraal stond. Ook hier bleek eens te meer hoe verbluffend moeilijk vooral het benoemen van de waarnemingen is.

De procedure: in ondoorzichtige proefglazen werd een hoeveelheid van niet meer dan 3 à 4 slokken van een onbekend pils geschonken. (Er moest 's middags ook nog een keer worden gewerkt!) Aan de hand van aanwijzingen van docent Guy Derdelinkcx, hoofddocent van de 'Brewing Research Group', werd geroken, gesnoven, geproefd en benoemd en waarmogelijk ook herkend. Het aanbod bestond uit 6 bieren, waarbij Grolsch eenmaal in pijpjes uit de supermarkt werd geserveerd en een keer vers uit de beugelfles van de bottellijn (de bijeenkomst vond plaats in Groenlo).

Over de typering werd onder leiding van en met voorzetten door de docent snel overeenstemming bereikt. Het bier deskundig laten rondklokken in het glas en dan zoeken naar aanduidingen als: 'esterig-, zwavelig-, papier, groente-achtig, boter-kaas-achtig', je moet er maar opkomen zonder ook maar een slok te hebben geproefd. En als je dan de eerste slok in de mond hebt: het aroma. Praten we over: hoppig of moutig, flauw dan wel krachtig? En vervolgens de smaak. Hoe staat het met de bitterheid? En overheerst de zuur-waarneming, of zit er toch een zoetige bijsmaak aan? En bij het slikken? Hoe verloopt het bitterheidsgevoel? Is het snel uit de mond verdwenen? Of zit er bij slikken nog een tweede waarneming van bitterheid aan?

Dit zijn natuurlijk allemaal overwegingen waar iemand die een pilsje drinkt na een zware voetbaltraining of iets vergelijkbaars niet bij stil zal staan. Zelfs onder ideale omstandigheden bleek het lastig om tot een eindoordeel te komen. Sterker nog: de overeenkomsten tussen Grolsch uit het pijpje (de derde) en Grolsch uit de beugelfles (nummer zes) werden niet spontaan herkend.

Derdelinkcx had daar wel een gerustellende verklaring voor: 'De smaak van de Grolsch-mensen zoals die hier zitten wordt natuurlijk beïnvloed door het drinken van het eigen bier, dat meestal vers van de afvullijn komt en dat naar je mag aannemen ook in volume overheerst bij de meerderheid van deze proefpersonen.'

Zo zien we maar weer hoe zorgvuldig moet worden omgegaan met typeringen en hoe uitgebalanceerd alle kleine veranderingen en bijsturingen moeten zijn.

Tot slot nog een aardig gegeven: Een van de geproefde bieren was een relatief onbekend merk van een kleine brouwerij uit Limburg. Boterige geur, zwakke bitterheid, zoet aroma. De Vlaming Derdelinkcx betwijfelde zelfs of je in dit geval nog van pils-bier kon spreken! Daar sta je dan als brouwer van edelpils...

Naar de consument

Het zoeken en proberen zoals dat intern plaatsvindt moet uiteindelijk leiden naar presentatie bij de consument. Nou weten we al heel wat van die eindgenieter. Via permanent marktonderzoek wordt met name het koopgedrag in winkels steeds gevolgd.

De zogeheten Nielsen Data verschaffen een schat aan informatie over allerlei aspecten van koopgedrag: naar leeftijd, geslacht, frequentie, regio en ga zo maar door. Een koper van levensmiddelen wordt in Nederland veel strakker in de gaten gehouden dan zij/hij zich meestal realiseert.

Een van de taken van marktonderzoekbureaus is het samenstellen van consumentenpanels en het regelmatig presenteren en testen van nieuwe of gemodificeerde produkten.

Het gaat te ver om alle methoden te noemen die worden toegepast bij dit consumentenonderzoek, maar neemt u maar rustig aan dat echt alle aspecten van het aanbod worden onderzocht. Dat gaat van de spontane reactie bij de eerste aanblik tot de vergelijking met andere, bestaande of nieuwe produkten.

En zoals eerder ook al naar voren gebracht: de beoogde consument wordt ook gevraagd te reageren op uiteindelijke kenmerken als het bijbehorende glas, het etiket, het viltje en wat al niet meer. En dan praat je nog altijd over een groep die geselecteerd is op het vermogen om smaken en geuren van elkaar te onderscheiden, kortom mensen met een echt kritische instelling.

Speciaalbier in beugelfles

Het vaste gamma van Grolsch-produkten omvat zo'n tiental bieren. Ze mogen bekend worden geacht.

Maar wist u dat er permanent meer dan 30 bieren 'in reserve' worden gehouden? Want telkens als er een nieuwe smaak wordt ontwikkeld blijven er smaken over die als 'second best' kunnen worden aangeduid, maar die daarom niet minder smakelijk of drinkbaar zijn.

Toen de voorbereidingen in gang werden gezet voor de festiviteiten rond het 100-jarig jubileum van de beugelfles werd uiteraard ook gekeken naar invulling binnen het bestek speciaalbieren.

Heel kort hier wat eruit is gekomen: In 1997 introduceert Grolsch in elke oneven maand een uniek, eenmalig gebrouwen speciaalbier in de beugelfles. Deze bieren gaan bijna uitsluitend via het thuismarkt-kanaal de handel in. Ze zullen worden geleverd in fraaie actieverpakkingen en hebben allen een eigen glas.

De namen zijn heel beeldend:

- Calixtus: Een bier om te eren (januari)
- Het Kanon: Bier dat krachtig nadreunt (maart)
- Twee Zwaluwen: Want één Bier maakt nog geen zomer (mei)
- Lodewijk XIII: Bière Méthode Champenoise (juli)
- Picardijn: Bier uit houten vat (september)
- De Vierde Wijze: Bier uit het Oosten (november)

Verschillende van de geselecteerde bieren zijn voortgekomen uit de proefbrouwsels en smaakvarianten die enkele jaren geleden zijn gemaakt voor Wintervorst en Zomergoud.

Om uiteenlopende redenen is bij die twee bieren gekozen voor de huidige smaakcompositie, maar bijv. Calixtus en Twee Zwaluwen waren indertijd zo kansrijk dat nu toch tot marktpresentatie is besloten.

En u snapt het al: mocht het zo zijn dat een van de smaakstellingen echt succesvol is dan zou in de toekomst wel eens kunnen worden besloten tot definitieve marktlancering.

De moraal van dit verhaal: er zijn méér varianten op lekker en ook als een bepaalde keuze is gemaakt, dan nog kan het afgewezen alternatief later nog een kans krijgen.

Van breed naar smal

Een eerste proefbrouwsel omvat slechts 8 hl. Daar wordt in allerlei varianten mee geëxperimenteerd. Want het aantal opties waar rekening mee moet worden gehouden is veel groter dan een oppervlakkig waarnemer ook maar bij benadering zou kunnen vermoeden. Zelfs de kleur van de fles (groen, bruin dan wel wit) heeft door de werking van UV-straling invloed op de smaak!

Nog geen zekerheid

En als dan besloten is om het nieuwe bier op moment X in smaakstelling Y, verpakking Z enz. uit te brengen dan blijft het nog altijd afwachten hoe de massamarkt reageert. Want ondanks al het voorwerk is er nooit zekerheid over de definitieve reactie van de consumentenmarkt. Veel mensen willen wel eens wat experimenteren, zeker als ze het idee hebben/krijgen dat er werkelijk wat anders wordt aangeboden.

Maar het hangt van hún waarneming en beleving af of ze overgaan tot herhalingsaankoop - of dat nu een seizoensaanbod geldt als Zomergoud of een permanent aanbod als Amber. En ook al is het voortraject nog zo verfijnd geweest, zekerheid heb je nooit als producent. En nuchter beschouwd is dat maar goed ook, want wat zou het leven dan saai worden ...

Handelsonderneming Afink

Sinds enige tijd rijden er in Enschede een aantal wagentjes rond, gespoten in oude en nieuwe Grolsch kleuren. Dit is het wagenpark van Handelsonderneming Afink, met als kreet: 'Bier bestellen???, Alex bellen!!!'

Alex Afink bezorgt, vooral 's avonds, bier zoals andere ondernemingen pizza's, shoarma en spare-ribs.

Via een 27mc apparaat staat hij in contact met zijn thuisbasis, vanwaar razendsnel de bestellingen aan hem worden doorgeven, zodat hij het bier, gekoelde beugels en/of pijpjes, in 'no time' bij de dorstige Enschedese bevolking kan bezorgen. Dat het woord marktonderzoek hem niet vreemd in de oren klinkt blijkt uit de stelling dat de verhouding pijpjes/beugels op dit moment 3:1 is, aldus de heer Afink.

Erik Kottink

Het wagenpark van de heer A. Afink

Nederland - Export verbroederd door survival in de Ardennen

Marieke (ja, zij was het) balanceerde professioneel boven een diepe afgrond.

Na ongeveer 50 mensen in eerste instantie enthousiast te hebben gemaakt om mee te gaan op survival weekend bleven er 9 harde bikkels over. Marlies Bodewes en Coen Koomen van Thuisverbruik, Annemarie Dijkhuis en Jacco van Vliet van Marketing NL, Marieke de Jong, Miriam Olde Klieverink en Jeroen van Nijkerken van Customer Service Export, Danny v/d Burg en Rosemarie Fischer van Marketing Export.

Vrijdagavond 16 mei vertrokken wij met 3 auto's op weg naar de Belgische Ardennen. Het survivallen begon al met 1 auto, aangezien er in de Golf van Jeroen telkens een rood lichtje ging branden. Nadat we er liters olie hadden in gegooid, bleek het rode lampje het lampje te zijn van de koelvloeistof. Rond 00.30 uur kwamen we aan op plaats van bestemming. Onze slaapzakken werden in de slaapzaal gelegd en er werd gezellig een biertje gedronken. 's Nachts rond 3.30 uur viel Annemarie van het trapje op weg naar het toilet. De volgende ochtend ging zij samen met Miriam naar Maastricht naar het ziekenhuis, waar bleek dat haar voet was gebroken. Van de 9 bikkels waren er nog 7 over.

De overige 7 werden zaterdag in tuigjes gehesen, kregen een helm op en gingen op weg naar het eerste onderdeel: abseilen. Daar werden we aangelijnd en één voor één begonnen we aan de afdaling van 25 m. Nadat iedereen veilig beneden was gekomen probeerde een ieder van ons de klimwand van 20 m te overwinnen.

Helaas haalde alleen Jeroen de top, de rest bleef op ongeveer hetzelfde punt steken. Om van de ene kant van het ravijn naar de andere kant te komen moesten we de Himalayabrug over: een staaldraad waar je overheen loopt terwijl je met behulp van 2 staaldraden aan de zijkant je in evenwicht kunt houden. Marlies dacht heel stoer dat ze geen handschoenen nodig zou hebben. De blaren stonden haar echter op de handen toen ze aan de overkant kwam.

Inmiddels waren Annemarie en Miriam terug van het ziekenhuis. Annemarie had haar middenvoetsbeentje gebroken en zat in het gips. Miriam, haar reddende engel, zou haar naar huis brengen. Dus ook voor haar was het survival weekend afgelopen. Alleen met het toggelen kon ze nog meedoen. Na de lunch vertrokken Miriam en Annemarie. De rest van ons ging mountainbiken.

Het was reuze leuk, daar in de Ardennen. Was het nou: tikkertje, verstoppertje of spoorzoekertje?

Het was een route van 20 km door modderpaden, weilanden, smalle paden langs de Ourthe en een geweldige klimpartij van minstens 10 km, waar we echter telkens op de stagiaire van de instructeur of Jeroen moesten wachten. Een kleine 2 uur zijn we weggeweest. We kwamen in ieder geval onherkenbaar terug, zie foto.

Nadat we ons gedoucht hadden, moesten we palen, landbouwplastic, 2 jerrycans van 25 ltr, eten, drank, slaapzakken, krat vol pannen, krat vol touw en andere zaken die we nodig hadden, meeslepen 700 m hoog de bergen in. Daar eindelijk te zijn aangekomen begonnen de 4 heren met het bouwen van een slaapplaats van landbouwplastic en palen en gingen de overgebleven 3 dames het bos in bomen hakken voor het vuur.

Deze bomen werden naar het kamp gesleept. Inmiddels hadden de heren een geweldige partytent gebouwd. Het hout werd gehakt en het vuur aangestoken. Vindingrijk als we werden, bedachten Jacco en Coen een constructie om een fornuis te bouwen. Het koken van ons eten kon beginnen. Het werd een prutje: bestaande uit de heerlijkste groenten, rijst, frikadel of iets dergelijks wat lijkt op de vleestick in onze kantine, gepofte aardappelen. Om 22.45 uur konden we eindelijk onze honger stillen. We hadden zelfs een toetje van rijst met boter en suiker. Daarna werd het tijd voor de kampvuur verhalen. Langzamerhand gingen werd het tijd om te gaan slapen.

Zondagochtend vanaf 5.30 uur begon Coen elke 10 minuten te vragen hoe laat het was. Hij moest om 8.00 uur de trein in Luik halen. Zo bleven we met z'n zessen over. Het begint op het verhaaltje te lijken van de 9 kleine negertjes. Het was inmiddels begonnen met regenen. Rond 8.30 uur begonnen we ons kamp op te breken en liepen terug naar de herberg. We kwamen terug als verzopen katten. Kanovaren was het volgende onderdeel. Marieke en Rosemarie gingen samen in een kajak en Marlies, Danny, Jacco en Jeroen ieder in een kano. Een kajak is veel stabieler dan zo'n kano, alleen moet je niet proberen tegen de stroom in te varen, want dan is de kans groot dat je kapseist.

Dit gebeurde dus ook met de kajak van Marieke en Rosemarie. Pas na 500 m konden zij de kajak naar de kant krijgen. De kleren werden uitgewrongen, de kano weer omgedraaid en we begonnen aan het laatste gedeelte van de vaart. Gelukkig stond aan het einde van de tocht een auto met droge kleren, waar we en passant ook nog een peepshow hebben weggegeven.

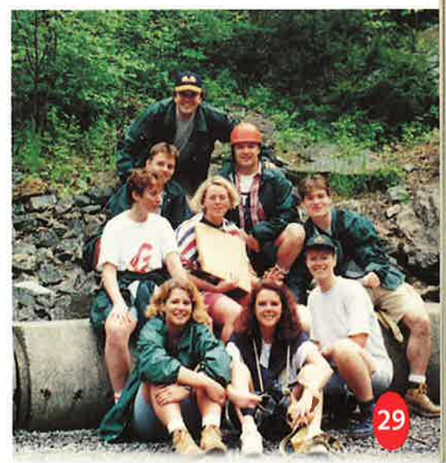
's Middags begonnen we aan het laatste onderdeel het verkennen van een speleogrot. De hoogte van de grot varieerde van 1,50 m tot 0,50 m. Tijgerend, klimmend van hoog naar laag, door nauwe gaten en tussen rotsblokken door hebben we deze grot in ongeveer 2 uur verkend. We hebben een geweldig, geslaagd, vermoeid, maar voldaan weekend achter de rug en zijn vriendjes geworden voor het leven.

Dus ... to be continued

De mannen voorop sleurden het Ardennenpeloton naar boven.

DE SURVIVALS

Marlies, Coen, Annemarie, Marieke, Jacco, Miriam, Jeroen, Rosemarie en Danny



Het voltallige survivalteam compleet bijeen.

Enschede neemt biermagazijn 5 in gebruik

Waar ooit de tafel van 4 hardop in de klas werd opgezegd, staat nu een nieuw, strak en efficiënt biermagazijn voor gereed produkt, het zogenaamde volgoedmagazijn. Logistiek is het sleutelwoord van deze tijd, als het gaat om de relatie tussen fabrikant en afnemer. Ook hier moet alles sneller en beter. Maar ook efficiënter. Dat geldt nog meer, als het assortiment produkten wordt uitgebreid.

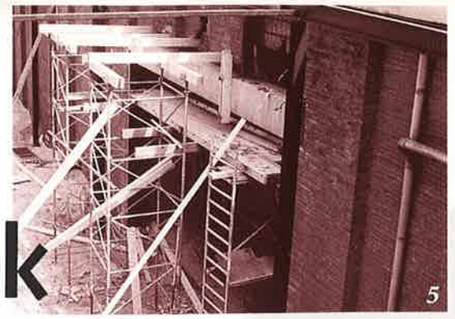
Want gaat u maar na: we leveren pilsner in beugels, pijpjes, blikjes en in fusten. We brouwen en verkopen de 4-seizoensbieren, Amber, Oud Bruin en Special Malt. En dit jaar, het jaar van de beugel, nog eens 6 jubileumbieren. Dan zijn er produkten met speciale acties, voor bepaalde afnemers, met speciale verpakkingen en gaat u maar door.
En dat alles moet gebrouwen worden, afgevuld, verpakt en op voorraad worden gehouden. En dat alles om op de vraag van de afnemers direct te kunnen leveren. Toen dan ook het schooltje, naast de brouwerij aan de Fazantstraat opging in de school aan de Prof. van Damstraat, kocht de brouwerij de vrijgekomen ruimte aan van de gemeente. En na een bouwperiode van exact 4 maanden, konden we op 11 juni het nieuwe biermagazijn in gebruik nemen. Was het toeval dat het deze week zeer warm weer was met temperaturen van boven de 25 °C? De afmeting van de hal is 72 x 54 meter nuttige ruimte. De pallets kunnen 3 hoog gestapeld worden. Helemaal volgezet met pallets met kratten biedt dit magazijn plaats aan 5.400 pallets. Met de ingebruikname van dit biermagazijn 5 is het magazijn aan de Binnenhaven voor een belangrijk stuk komen te vervallen. Al onze produkten, die binnen enkele dagen moeten worden afgeleverd staan nu onder vorkheftruckbereik! De nieuwe hal is nu bereikbaar door 3 grote, gemaakte doorgangen. Alle 50 vakken, lokaties geheten, waar de pallets worden geparkeerd, hebben een code. Die codes - die duidelijk op de vloer zijn aangebracht - komen overeen met de gegevens die de vorkheftruckchauffeurs krijgen, als ze moeten laden of lossen. Als straks het zogeheten MBS, het Magazijn Besturings Systeem, is ingevoerd gaat ook dit weer sneller en beter.

1

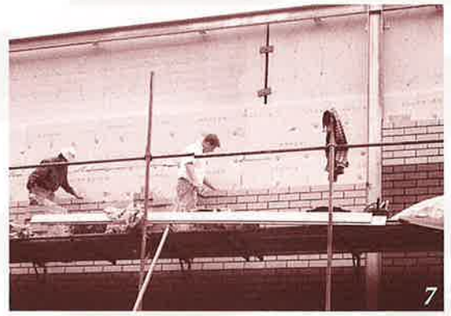
2

3

4


5

6


7

8

9

Alle afnemers krijgen snel hun juiste produkten op de wagens aangeleverd. Het magazijn is, zoals gezegd, strak, sober maar efficiënt en verantwoord opgezet. De vloer is vlak en glad, vrij brede gangpaden; de verlichting in de hal gaat aan als de sensoren 'voelen' als er een heftruck aanrijdt, alle wanden en het dak zijn goed geïsoleerd zowel voor de binnentemperatuur als voor het geluid. De buitenkant van het magazijn, die weliswaar door de bomen voor een groot deel aan het oog onttrokken wordt, is volgens een bepaald ontwerpidee met stenen in 2 verschillende kleuren opgemetseld.
De foto's geven een impressie hoe zo'n hal in slechts vier maanden tijd gestalte heeft gekregen. Dat het magazijn met enige ceremonie in gebruik werd genomen, spreekt vanzelf. De aannemers boden de brouwerij 2 grote klokken aan, die door de heren E. Bakker, H. Kalenkamp en M. Commandeur onthuld werden.
Grolsch Logistiek kan tevreden zijn, en dat geldt ook voor onze afnemers.

P. Könings

De bouw van biermagazijn 5 in etappes

1 Het stuk grond, waar eens de school had gestaan, wordt bouwrijp gemaakt.

2 De staalconstructie wordt geplaatst.

3 De dakplaten worden gemonteerd.

4 Vrachten vol isolatiemateriaal voor het dak.

5 Ondertussen werden in de voormalige buitenmuren 3 grote doorgangen aangebracht, als verbinding met het nieuwe magazijn.

6 De afwerking van het dak.

7 Aan de buitenkant werden in een bepaald stapelpatroon grote stenen in 2 kleuren gemetseld.

8 De eerste pallets zijn op hun lokatie geplaatst.

9 H. Kalenkamp, E. Bakker en M. Commandeur (v.l.n.r.) onthulden de aangeboden klokken.

Grolsch in de Grand Canyon?

Twee Enschedese gezworen kameraden, Carl en William maakten nog niet zo lang geleden een trektocht door Amerika. In hun bagage droegen zij de hele tocht 'n Grolsch-hoofdparapluutje en Ernie en Bert mee. Bij de Grand Canyon aangekomen mocht Ernie een echte afdaling maken, hangend aan een Grolsch-paraplu. De eerlijke vinder werd uitgenodigd om een ballontocht in het Hulsbeek te maken. Tot nog toe heeft geen Amerikaan zich gemeld. Toch was het wel leuk!

100 jaar beugel ook in de kunst

Dat Grolsch dit jaar het feit viert, dat de beugelfles al 100 jaar bestaat is vrijwel niemand in Nederland ontgaan.

Daar hebben Calixtus, Het Kanon en Twee Zwaluwen een belangrijk aandeel in gehad. De porseleinen dop als belangrijk en fraai onderdeel van de beugelsluiting heeft menigeen op leuke ideeën gebracht. Kunstenares Lee Eun Young uit Zuid-Korea exposeerde onlangs bij Galerie van den Crommenacker te Arnhem. Zij maakte van 17 porseleinen doppen een halssierraad.

Kaartuitslagen

Enschede

Kruisjassen

1. T. Drenth, 4442 punten
2. W. Ipskamp, 4369 punten
3. J. Nijmeijer, 4139 punten

poedel T. Kosse, 3077 punten

Hartenjagen

1. J. Middag, 156 punten
2. H. Fleer, 193 punten
3. mw. C. Asbroek, 202 punten

poedel mw. J. Leushuis, 307 punten

Grote feestavond op zaterdag 27 september a.s.

In de tweede helft van juni hebt u allen de uitnodiging thuis bezorgd gekregen voor de knetterende feestavond rond het 100-jarig bestaan van de beugel.
De feestcommissie, samengesteld uit de beide personeelsverenigingen uit Enschede en Groenlo, zijn al volop bezig met de voorbereidingen. Zo ook onze artiesten.
Want op de 27e september moet alles glad, leuk en vooral gezellig verlopen.
Denkt u eraan om tijdig uw antwoordkaart op te sturen?!
De bussen vanuit Groenlo vertrekken om klokslag 19.00 uur vanaf het Brouwerij-terrein.
Dus wees alstublieft op tijd.

Koken met Aafje

Een zomerse kaas/hamsaus

(voor 4 personen)

Ingrediënten:

- 500 gram uien,
- 150 gram Emmenthaler,
- 150 gram hamblokjes,
- 1,5 dl Grolsch Zomergoud,
- 2 dl koffieroom,
- boter,
- versgemalen peper en zout,
- groene Tagliatelli,
- 2 eetlepels pijnboompitten.

Bereiding:

De uien snipperen en in de boter ongeveer 3 minuten fruiten. Grolsch Zomergoud toevoegen en de uien in 15 minuten zacht laten worden. Haal de pan van het vuur en voeg 2 dl koffieroom toe. Roer het geheel goed door en pureer het daarna. De uiensaus verwarmen en de hamblokjes toevoegen. Laat de kaas in de saus smelten. Breng de saus op smaak met peper en zout. Kook de Tagliatelli beetgaar en roer hierdoor de pijnboompitten. Verdeel de pasta over 4 borden en schenk de saus erover. Geef de rest van de saus er apart bij. Eet hierbij een frisse tomatensalade en drink een heerlijk glas Zomergoud.

Aafje

Eet smakelijk

Over roosteren en roosters

Het is een mooie zondagmiddag: lekker weer, blauwe lucht met hier en daar een prachtig wit wolkje. Echt een dag om buiten op het terras te zitten. Ik nestel me met een boek in een tuinstoel, pot thee en de koektrommel binnen handbereik. Dan krijg ik gezelschap van een merel. Verbeeld ik me dat nou of lonkt hij naar de koektrommel? Een soortgenoot strijkt naast hem neer. Zie ze daar nu zitten, de kopjes een beetje schuin. Ik verkruimel een koekje en gooi het voor hun neus. Ze pikken of ze in geen dagen te eten hebben gehad. Als de tegels schoon zijn, vliegen ze weg en begin ik aan mijn boek. Dat is spannend, zodat ik alles om mij heen vergeet. Pas als een doordringende lucht van verbrand vet mijn neusgaten teistert, kom ik met een schok weer in de werkelijkheid terug. Ik vlucht naar binnen en sluit ramen en deuren. Jammer, ik zat daar juist zo lekker! En ik bedenk, dat dit eigenlijk een zotte situatie is. Kunnen we in onze moderne keukens op een comfortabele manier onze maaltijden bereiden, maar wat doen we? Nauwelijks schijnt de zon of er wordt een oerinstinct in ons wakker. De barbecue komt te voorschijn en we gaan lekker een vuurtje stoken en daarop ons vlees roosteren, zoals onze voorouders dat deden. Prima toch? Alleen niet voor de zongenieters verderop, die de benen moeten nemen vanwege de stank uit andermans tuin!

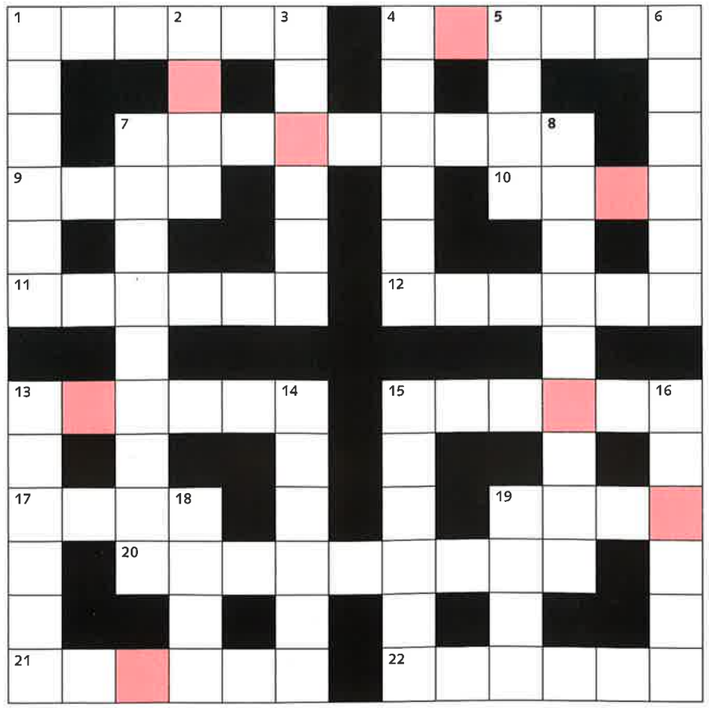
Wij barbecuen niet, want Klaas is er om vele redenen absoluut tegen. Maar een geroosterde boterham, die wil er bij hem wel in. Zo had ik onlangs de broodrooster net aangezet, toen de telefoon ging. Geen ramp, want zo'n ding houdt er vanzelf mee op, als ie de sneetjes van een goudkleurtje heeft voorzien. Ik moest echter mijn gesprek afbreken omdat er door de kieren van de gangdeur een brandlucht op mij afkwam. In de keuken zag het blauw en de stank was adembenemend. In de broodrooster zaten twee verkoolde sneetjes en het ding liet niet af het brood verder te teisteren vooraleer ik de stekker uit het stopcontact had getrokken. Was dit toeval of de oude dag van mijn apparaat? Ik probeerde het uit met twee nieuwe sneetjes. Helaas, ook deze keer wist de broodrooster niet van ophouden. 'Kapot en niet te repareren,' zei Klaas. Er zou dus een nieuwe moeten komen. De volgende dagen keek ik alle advertenties na om te zien of er ergens één in de aanbieding was. Dat kwam echter niet voor, tot ik in een advertentie van een supermarkt een eenmalige verkoop van broodroosters ontdekte. Het was een mooie en hij was niet duur, dus kocht ik hem. In mijn nopjes kwam ik ermee thuis. Ik las de gebruiksaanwijzing door: hij werkte als mijn vorige. Drie keer moest ik hem leeg laten roosteren in verband met eventueel aanwezige bacteriën. Dat ging ik dan direct maar even doen. Helaas, als ik het desbetreffende hendeltje in de roosterstand duwde veerde het meteen weer terug. Ik riep Klaas te hulp, maar ook hij slaagde er niet in het apparaat deugdelijk te laten werken. Dan er maar weer mee terug naar de supermarkt. 'U komt de broodrooster terugbrengen?' begroette mij de caissière. 'Ja, hij doet het niet,' zei ik. 'Hij doet het niet?' echode zij verwonderd. 'Ik zal even iemand voor u roepen'. De opgeroepene was al even verbaasd, maar bood mij onmiddellijk een nieuw exemplaar aan, nadat hij mijn verhaal had getest. Ik liep voor alle zekerheid maar even mee het pakhuis in en vroeg of we deze tweede niet eerst even konden uitproberen. Laat die het nu ook niet doen en een derde idem dito! Er kwam inmiddels een winkelmeisje aan, dat zei, dat dit niet mogelijk was. Ze stopte de stekker in een ander stopcontact en duwde, zeker van haar zaak, de hendel omlaag. Helaas, ook nu veerde ie meteen weer terug. Ze probeerde het nog eens en hield de hendel omlaag geduwd. 'Kijk,' riep ze verheugd, 'als u de hendel maar vasthoudt, doet ie het prima!' 'Maar het is toch een automatische broodrooster,' protesteerde ik. 'Dat is zo,' beaamde de chef, die er inmiddels ook bij was komen staan. 'Maar er is nog niemand met een klacht gekomen, behalve u.' Desondanks was hij bereid mij mijn geld terug te geven en ik verdween, zonder broodrooster, maar met het gevoel een zeurpiet te zijn. Inmiddels ben ik weer voorzien van een normaal werkende broodrooster. Maar hoe roosteren al die andere kopers van het apparaat uit de supermarkt nu hun brood? Zou iedereen dan dat hendeltje maar naar beneden geduwd houden, al oplettende of de sneetjes goed zijn? En dan dat hendeltje loslaten?

Amber.

Uitslag kleurplaat en puzzel

De redactie heeft heel veel mooie kleurplaten van jullie ontvangen. Moeilijk hoor om een keuze te maken. Maar het is toch weer gelukt. Pauline Termijtelen (4) uit Enschede, Tessa Meekes (6) uit Groenlo en Jasmijn Jeronimus (7) uit Deventer hebben inmiddels hun prijsje thuis ontvangen. Niet treuren als jij geen prijsje hebt gekregen. Kleur de plaat in deze Kroniek mooi in en laat je vader of moeder de plaat opsturen. Volgende keer ben jij misschien de gelukkige. Stuur je tekening op naar: Redactie Grolsch Kroniek, t.a.v. Paula, Postbus 55, 7500 AB Enschede.

Helaas heeft de redactie van de puzzelaars niet zoveel oplossingen ontvangen. Misschien was de puzzel wel te moeilijk. De oplossing is 'Lodewijk de Dertiende', het vierde jubileumbier van Grolsch. Twee puzzelaars dachten dat de oplossing iets met werk te maken had 'Die doen deeltijdwerk'. Helaas hebben wij maar twee goede oplossingen gekregen, dus geven wij ook twee prijzen weg. Mevrouw Kniest-Dufifie uit Groenlo en A.J. Nijhof uit Enschede hebben hun prijs inmiddels ontvangen.



Een nieuwe puzzel om op te lossen in Frankrijk, Italië, Spanje of gewoon in de tuin of op het balkon. Let wel op dat zowel de puzzel als het verborgen woord goed moeten zijn. Stuur uw oplossing naar: Redactie Grolsch Kroniek, Postbus 55, 7500 AB Enschede. Wij hopen nu meer inzendingen te ontvangen.

Veel succes.

Horizontaal:

1. Een insekt aan de arbeid; is dat een bezigheid van ondergeschikt belang?
4. Hij sprak 'n verwarde taal om een vonk over te laten springen.
7. Draaicirkel? Maar dan een hele grote!
9. Aziatisch land waar geen enkele heer is!
10. Voorhistorisch tekenmateriaal.
11. Insekt van precies 69 cm.
12. Neemt u in Emmen een meelproduct om een goed geconserveerd lichaam te krijgen.
13. De officier kan de Moor daarin weer een bevestiging geven.
15. Knijp er tussenuit met het vliegtuig.
17. Voor die therapie neem 'k 60 minuten de tijd.
19. Hollands water aan de laatste!
20. Huisvesting waaronder ons computer-onderdeeltje valt?
21. Plaats in de hemel.
22. Is het u duidelijk dat het om een verwarde instelling gaat.

Vertikaal:

1. Onze gasten mogen wel oppassen; ze liggen zo midden in de beek.
2. Heerlijk oord van beloften.
3. Die insnijding verschijnt een moment achter de wagen.
4. Voert die rivier electriciteit mee.
5. Erg bevallig een oude knar op z'n retour.
6. Van hot naar haar via deze weg naar de muur.
7. Is dat koord van jou hoor ik dat wel goed?
8. Een lichtgewicht plank die tot woede leidt.
13. Deze vriend is kalmer.
14. Als er uien gehakt worden, komen we weer samen net als toen.
15. Dit kan afgeworpen worden, om met succes op te eten.
16. En Sint gooit het spel doorelkaar.
18. Wit omgekeerd zwart lekker in de koffie!
19. Met 'zag' gaat het op de naaimachine om een persoonlijk woord, zo te horen.

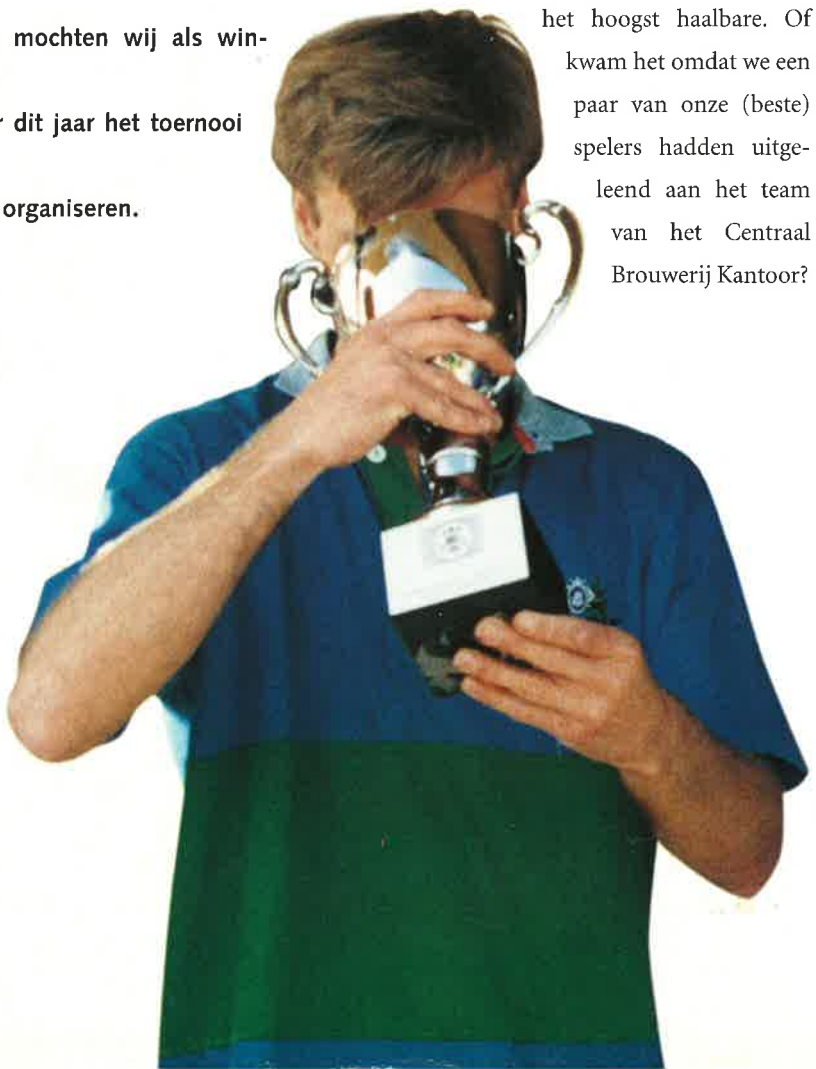
De strijd om de CBK-hockey bokaal is gestreden

Zaterdag 31 mei troffen de verschillende brouwerij-hockey-teams elkaar op het mooie complex van de Oldenzaalse Hockeyclub Bully. Ook onze brouwerij was weer met een (fors) team vertegenwoordigd. Zeker, omdat we vorig jaar de wisselbokaal uit handen van de heer H. Jonker Roelants ontvingen. Dus mochten wij als winnaar dit jaar het toernooi ook organiseren.

Terwijl de captain van Bavaria een dankwoord uitspreekt, gaat de bokaal met bier van mond tot mond.

Maar hoe smeed je nu een team tot een eenheid van louter en alleen een stel individualisten? Grolsch had een trage start, maar kwam wat later tot betere resultaten. Een derde plaats was het hoogst haalbare. Of kwam het omdat we een paar van onze (beste) spelers hadden uitgeleend aan het team van het Centraal Brouwerij Kantoor?

Het goede weer, de zeer plezierige sfeer, de catering en het clubhuis waren de ingrediënten die deze hockey-ontmoeting tot een magnifieke Grolsch-dag maakten. En dat vonden onze tegenstanders ook!

Het meer dan voltallige team van Grolsch.

Het CBK-team, versterkt met enige invallers.