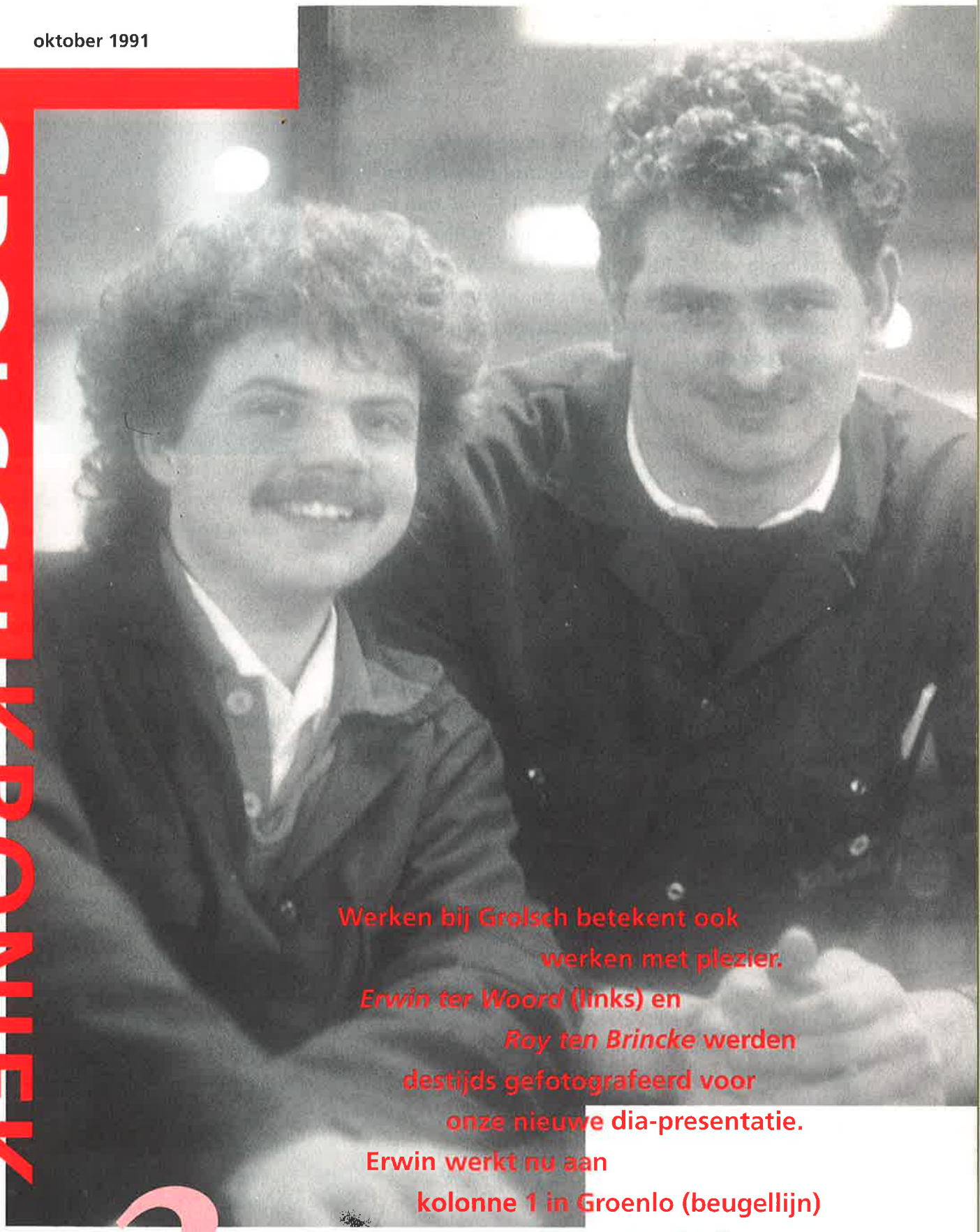
oktober 1991

GROLSCH KRONIEK

jaargang 11



Werken bij Grolsch betekent ook
werken met plezier.
Erwin ter Woord (links) en
Roy ten Brincke werden
destijds gefotografeerd voor
onze nieuwe dia-presentatie.
Erwin werkt nu aan
kolonne 1 in Groenlo (beugellijn)
terwijl Roy de afdeling
Evenementen Service
als werkterrein heeft.

3

Redactie
Grolsche Bierbrouwerij Nederland B.V.
Kantoor Enschede, t.a.v. dhr. J. Analbers
Postbus 55, 7500 AB Enschede

Grolsch

Halfjaarwinst Grolsch met zes procent omhoog

De nettowinst van Grolsch is in de eerste helft van dit jaar ten opzichte van dezelfde periode van 1990 gestegen met 6,1 procent van f 11,7 miljoen tot f 12,4 miljoen. De omzet ging met 70 procent omhoog van f 214,5 miljoen naar f 365,8 miljoen. Hierbij zij aangetekend, dat de uitkomsten van de overgenomen Duitse bierbrouwerijgroep Wicküler per 1 januari zijn meegenomen.

Deze halfjaarcijfers werden op 11 september jl. gepubliceerd en waren voor de redactie van de Grolsch Kroniek aanleiding om dhr. *P.P. Snoep*, voorzitter van de directie, daarover een aantal vragen te stellen.

Is de 6 procent winststijging niet wat lager dan we de laatste jaren gewend zijn?

Inderdaad, dat is zo. Maar dat heeft ook zo zijn redenen. Allereerst hadden we te maken met uitzonderlijk slechte weersomstandigheden in het voorjaar. Niet alleen in Nederland maar ook bij onze collega's in Duitsland. Daar kwam bij dat door de Golfoorlog de belastingvrije verkopen gedurende een maand vrijwel stil lagen en dat ook door die oorlog het carnaval op de meeste plaatsen geen doorgang vond.

De 6 procent winststijging is dan ook voor ons, als beursgenoteerd bedrijf, wat achtergebleven bij wat we gewend zijn.

'...Wij hebben vastgesteld, dat wij het in de toekomst meer dan ooit moeten hebben van top-kwaliteit...'

Zal die winststijging dan op den duur weer verbeteren?

De ongunstige ontwikkelingen gedurende het eerste halfjaar beschouwen wij grotendeels als éénmalig. Wij hopen over het gehele jaar 1991 dichterbij onze normale doelstelling te komen.



Dhr. *Snoep*, voorzitter van de directie

Maar er is meer aan de hand. Als beursgenoteerd bedrijf zijn wij ten opzichte van onze aandeelhouders verplicht een evenwichtige en regelmatige stijging van de winst te laten zien. En wat we nu zien is dat, ook al is de opbrengst tijdelijk wat minder, de kostenstijgingen gewoon doorgaan.

Wat is daar dan de reden van? De concurrentie?

De strijd om de gunst van de consument neemt onverminderd toe. Kijk naar de televisie, in elk reclameblok zit tegenwoordig een bierreclame. Kijk naar het bierschap in de winkels, kijk naar de buitenreclames, de grote billboards.

De concurrentie is overal aanwezig en in toenemende mate. Zij dwingt ons als Grolsch om steeds meer in die markt voor bier te investeren. Maar het geld daarvoor moet je eerst verdienen!

Hoe lukt ons dat?

Nog maar kort geleden heeft het management van Grolsch zich over deze ontwikkelingen beraden. Kort samengevat komen we tot de volgende conclusies. De concurrentie van de bierbrouwerijen in Europa, maar vooral in ons eigen land neemt in alle hevigheid toe. Kijk maar naar één van de grootste brouwerijen ter wereld en naar

Interview

door Paul Könings

één van de meest efficiënte brouwerijen van Europa, die nu eenmaal beiden in Nederland opereren.

Daarnaast gaat de samenbundeling van grootwinkelketens nog steeds verder, waardoor zij meer macht krijgen en wij een grotere druk op onze marges. Tenslotte, en zeker niet op de laatste plaats, is er de consument, die in zijn aankoop- en drinkgedrag steeds minder voorspelbaar wordt. Dat vraagt om meer marktonderzoekgegevens. En door het grotere aanbod van biermerken moet dan ook weer méér geadverteerd worden. Er moeten dus hogere reclame-budgetten komen.

'...Marketing- en reclamekosten zullen stijgen...'

Voelt u dit alles als een bedreiging voor Grolsch?

Het management van Grolsch heeft vastgesteld dat deze ontwikkelingen een bedreiging voor ons kunnen betekenen, waaraan wij gezamenlijk het hoofd moeten bieden. Marketing- en reclamekosten zullen noodzakelijkerwijs verder stijgen om de door ons gestelde verkoopprognoses te realiseren. Anderzijds zullen wij kostenbesparingen moeten bereiken door efficiencyverbeteringen. Op dat vlak worden binnenkort een aantal projecten opgestart om een reëele kosten-beheersing in de vingers te krijgen. Maar wij hebben ook vastgesteld, dat wij het in de toekomst meer dan ooit moeten hebben van topkwaliteit. En dat geldt niet alleen voor ons produkt dat zonder fouten of klachten bij de consument dient te komen, neen, het begrip kwaliteit moet ook in ál onze activiteiten naar voren komen, zowel óp de brouwerij of op kantoor zelf als naar buiten, naar onze afnemers, onze klanten. Alleen zó kunnen wij een antwoord vinden op de toenemende concurrentie.

Kwaliteit kunnen wij laten zien in ons dagelijks werk, in de brouwerij, hoe wij onze gasten en klanten ontvangen, hoe wij onze marketing bedrijven enz.

'...Kostenbesparingen bereiken door efficiency-verbeteringen...'

Kunt u iets zeggen over investeringen en over personeel?

Zoals u uit het voorgaande kunt opmaken zal er in de komende tijden sprake zijn van toenemende marketing- en reclame-uitgaven. Daarnaast zal er zeker niet minder geïnvesteerd worden. Maar dan wel gericht op efficiency-verbeteringen.

Er komt geen personeelsstop. Wij vinden dat onze organisatie thans goed gestructureerd en volgroeid is. Hoogstens zal er een personeelsrem komen. Dat wil zeggen, dat er bij iedere vacature door het betrokken hoofd van de afdeling scherp op gelet wordt of de onderneming het zich kan veroorloven en vervulling van de vacature noodzakelijk is.

Hoe ziet u de toekomst?

Met zijn allen – de totale Grolsch-organisatie – moeten wij niet alleen naar het heden of naar de komende maanden kijken. Wij zijn er gezamenlijk verantwoordelijk voor dat het met Grolsch ook in de verdere toekomst goed blijft gaan. Op die toekomst moeten wij ons nú goed voorbereiden, zodat wij slagvaardig eerdergenoemde markt-ontwikkelingen kunnen pareren. Ik heb er het volste vertrouwen in dat wij én met onze uitstekende producten én met ons hele team van vakmensen daar vast in zullen slagen.

van de Redaktie

Grolsch Kroniek
nr. 3, 11e jg., oktober 1991.
Een driemaandelijkse uitgave, bestemd voor het personeel van Grolsche Bierbrouwerij Nederland B.V.

Redaktie-adres
Grolsch Kroniek
Postbus 55
7500 AB Enschede

Redaktie-raad
J. Analbers
R. Snel
A.J.M. van Lith
E. Kouwen
H. Holstein
G. ten Cate
P.E.A. Könings

Vaste medewerkers
H.H.R. Jansen
G.A.J. Kristen
H. Meijer
P.R.C.M. Schnellen
A. Sikkens
B.H.M. Spekschoor
H.J.J. Tanck
A. Wopereis
Th. Porskamp
H. Schovers
J. Oude Breuil

Ontwerp
Concepts Design,
Amsterdam

© 1991 – 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.

Ook in de afgelopen zomer werd onze brouwerij voor een gedeelte draaiende gehouden door vakantiewerkers, die samen met onze vaste medewerkers ons bedrijf een jeugdige uitstraling geven. Je kunt met deze huidige jongeren goed werken, ze zien er verzorgd uit en men is in het algemeen makkelijk en plezierig in de omgang.

Ze gaan op hun eigen wijze uit, vaak in het week-end op tijden dat een wat oudere Grolsch-medewerker aan slapen toe is. Onze jeugd werkt, studeert, laat zich na drankgebruik rijden in taxi's, in busjes of op de eigen fiets en weet op deze manier goed met alcohol om te gaan. Men zegt dat de huidige jongeren van de jaren '90 hun eigen weg zoeken en individueel zijn ingesteld.

Toch gaan ze af en toe collectief uit het dak. Dat is ondermeer het geval met onze nieuwe Stender-poster, het inmiddels legendarische 'meisje op Harley'. Dit beeld van Stender moet langzamerhand op tienduizenden kamers bij onze jeugd hangen. Waarom onze Stender-poster zo massaal wordt gevraagd, dat moeten de ouderen nog maar eens goed bekijken. Er kan geconcludeerd worden dat onze jeugd en ons Stender de smaak van de jaren '90 goed te pakken hebben.

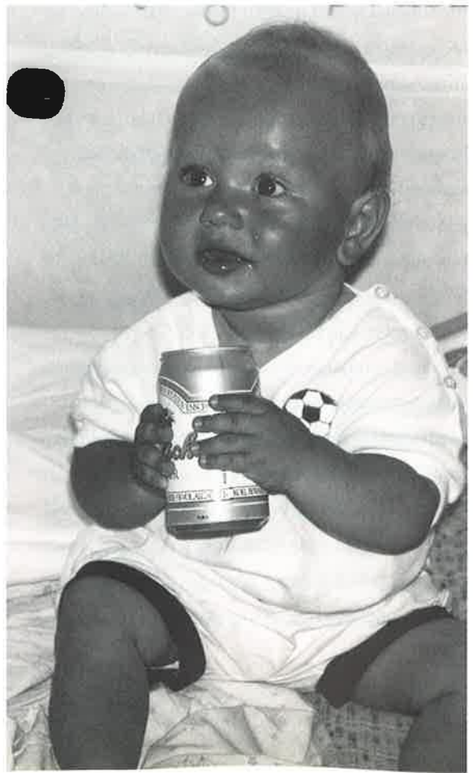
In dit nummer wordt ook weer de nodige aandacht besteed aan onze afdeling Export. Het is telkens weer een genot om de verhalen te horen van mensen die in het buitenland onze Grolsch-produkten zijn tegengekomen. Vooral de verhalen van Grolsch-drinkers in verre landen is verbazingwekkend.

De reiziger in Amerika weet vaak precies de plaats, de datum en het tijdstip waarop hij onze beugelfles met vakmanschap consumeerde. Hij weet vaak vanuit een soort fotografisch geheugen de winkels, restaurants en hotels op te noemen waar hij onze flessen Grolsch gezien heeft. Op deze manier wordt reizen over de wereld steeds boeiender; we danken onze afdeling Export hiervoor.

Namens de redaktie,
J. Analbers

Wat moet ik met dat blikje?

Dit is *Nino Bras* uit Geesteren, gefotografeerd door zijn vader of moeder. Of hij beroemd voetballer zal worden bij FC Twente of AC Milan kan niemand zeggen. Dat blikje – hoe verleidelijk de inhoud ervan ook is – zal Nino nog wel een jaartje of vijftien moeten laten staan. maar het is een leuke foto van een leuk klein mannetje!



Toen u de vorige Grolsch Kroniek thuis ontving was het dan toch zomer geworden. De mooie maanden juli en augustus hebben gelukkig het zeer slechte voorjaar gedeeltelijk gecompenseerd. In deze Grolsch Kroniek willen we het even hebben over 'Premium bier', 'Grolsch bokbier' en 'Mort Subite', terwijl u in dit nummer eveneens een interview leest met *Paul van Sprang*, ons nieuwe hoofd Marketing.

Nieuws van Commercie

Grolsch Premium Pilsner

Het eerste punt in de missie van Grolsch bepaalt dat wij alleen werkzaam zijn binnen het kwaliteitssegment van de biermarkt. Kwaliteitsbier kan men ook vertalen als *'Premium bier'*. Grolsch Pilsner scoort van alle Nederlandse bieren het best op de eigenschappen die met smaak en kwaliteit te maken hebben. Wanneer we de consumenten de bieren laten beoordelen staat Grolsch bovenaan voor lekker bier, kwaliteitsbier, puur natuur bier, bier dat het meest waar geeft voor je geld, bier met eigen smaak en bier met een pittige smaak. Met andere woorden: Grolsch is het absolute kwaliteitsbier, dus het absolute Premium bier in Nederland. Om deze boodschap nog beter uit te dragen hebben wij ons Pilsneretiketten enigszins aangepast en leest u nu zowel op de verpakking van de beugels als de pijpjes Grolsch *'Grolsch Premium Pilsner'.*





Grolsch Bokbier

We zitten weer volop in het Bokbierseizoen. Grolsch Bokbier is sinds jaren marktleider in dit specialiteitssegment. Om onze positie in dit segment verder te verstevigen hebben wij dit jaar onze verpakking aangepast. Grolsch Bokbier is thans te verkrijgen in een schitterend sixpack.



Mort Subite

In de vorige Grolsch Kroniek kondigden wij u aan dat wij in het kader van de Bierelier, het beste in bieren, regelmatig iets zouden vertellen over speciale bieren. We zijn blij u te kunnen meedelen dat de Bierelier een overeenkomst heeft bereikt over de verkoop van *Mort Subite* in Nederland. Mort Subite is een assortiment van Gueuze, Kriek en Fruitbieren dat gebrouwen wordt door brouwerij De Keersmaeker te Kobbegem in België. Mort Subite staat in dit segment aan de absolute top. Mort Subite is een Gueuze die, zoals overigens

lees door op pag. 6

...vervolg Mort Subite...

alle Gueuzes, Lambiek als basis heeft. Het recept voor Lambiek is eeuwen oud. De oorsprong is niet meer te achterhalen, maar wel staat vast dat in de middeleeuwen meer Lambiek dan water gedronken werd omdat water vaak door cholera besmet was. Het brouwen bestaat uit het mengen van mout, tarwe (tot veertig procent!) en water. Na het omzetten van het zetmeel in vergistbare suikers, wordt het gefiltreerde brouwsel (het wort dus) gedurende vier à vijf uur gekookt, terwijl overjaarse hop wordt toegevoegd. Het koelen gebeurt in open platte kuipen om de microorganismen die in de brabantse lucht aanwezig zijn hun werk te laten doen, een proces eigen aan de vervaardiging van Lambiek, een worden dat uniek is in de wereld. Vermelden we nog dat Lambiek een seizoenbier is, het wordt inderdaad gebrouwen van oktober tot april. Het gekoelde wort wordt op vaten, pijpen of foeders getrokken, waarin het natuurlijk gistingsproces zich rustig over twee à drie jaar voltrekt. Pijpen, ook wel eens picardijnen genoemd, zijn vaten die tot 700 liter kunnen bevatten; foeders tot 6.000 liter. Wanneer men oude en jonge Lambiek mengt en bottelt, bekomt men in de fles een tweede gisting, nagisting genoemd, die ongeveer een jaar duurt. Dat produkt heet dan Gueuze.



Kriek tenslotte is zoals Gueuze een mengsel van vijf liter Lambiek en één kilo Schaarbeekse krieken. Na ongeveer vijf maanden weken, wordt de Kriekenlambiek op flessen getrokken.

Om de oorsprong van het woord Mort Subite te kennen, moeten we zowat tachtig jaar terug. Rond 1910 baatte de biersteker Théophile Vossen de zaak La Cour Royale uit, gelegen op de hoek van de Stormstraat en de Bergstraat in Brussel. In 1927 verhuisde hij La Cour Royale naar de Warmoesbergstraat. Zijn kliënteel bestond vooral uit bankbedienden en journalisten. Het waren vaste klanten die vaak pitjesbak speelden. De verliezer moest een rondje betalen. Geregeld moest er iemand plots weg onder het spel. Dat noemde men 'le mort' of 'le mort subite'. Mort Subite werd de bijnaam van La Cour Royale, later de echte naam van het café en tevens de naam van de Lambiek die er werd afgetrokken. Vandaag wordt Mort subite exclusief door Brouwerij De Keersmaeker gebrouwen en het café Mort Subite, dat zich nog altijd in zijn oorspronkelijke staat bevindt, is als bezienswaardigheid een bezoek overwaard.

Op een dag...

J. Troch



Het klimmen kan hij niet laten. De toppen met Stender zijn nog niet bereikt, maar hij is goed op weg...

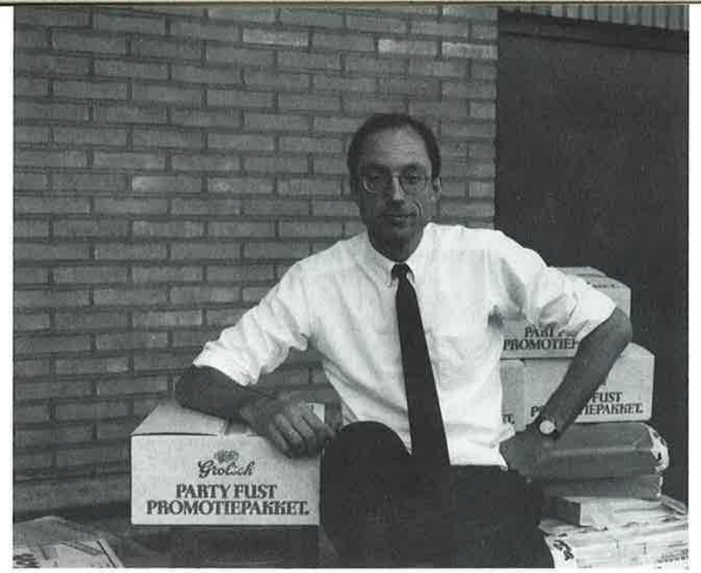
Door B. van Lith

Even voorstellen, marketing manager, Paul van Sprang

Moeiteloos vult de gesprekspartner het cassettebandje, waar toch al gauw anderhalf uur tekst, dan wel muziek opgaat, met verhalen, meningen, ideeën enzovoort.
Vergezeld van weidse gebaren en in een verteltrant die een politicus niet zou misstaan, maakt hij duidelijk wie hij is, wat hem beroert en waarom deze lange, lenige, ruime dertiger door Grolsch is ingehuurd als 'marketing manager'.

De eerste vraag aan *Paul van Sprang* moet dan ook luiden: 'Wat is marketing?' Een poosje knijpt hij zijn ogen dicht zodat er door het ziekenfondsbrilletje alleen nog maar streepjes te zien zijn om ze na enige tijd weer te openen, me priemend aan te kijken en vervolgens kernachtig te verklaren dat marketing niets anders is dan: luisteren! Gelukkig geeft hij toe dat luisteren alleen een te simpele voorstelling van zaken zou zijn. Hij heeft maar willen aangeven dat luisteren de kern is van marketing. Paul omschrijft het uitgebreider als 'onderzoek doen naar de behoeften en wensen van de consument en daaraan waar mogelijk tegemoet komen'. Als bijvoorbeeld uit onderzoek zou blijken dat de consument bier liever koopt in een flesje met een paarse kleur dan leveren we dat! Als de concurrentie datzelfde nog niet heeft ontdekt dan heb je een voorsprong.

Interview



Paul van Sprang, marketing manager bij Grolsch, in de starthouding voor een nieuwe aanval op de consument

Zo is er bij Grolsch geen enkele afdeling die niet op de een of andere manier hierbij betrokken is. Vandaar dat de sinds kort in Delden woonachtige Van Sprang stelt dat hij de coördinatie zowel binnen zijn afdeling alsook daarbuiten in kwalitatief opzicht goed verzorgd wil zien.

Kersvers

'Laten we nog eens kijken naar de consument met z'n vele wensen en neem nu eens de verandering van het krat beugelflessen met een inhoud van 20 stuks naar 16. Deze kwam tot stand omdat de consument – maar ook de handel – het krat te groot en te zwaar, kortom te onhandig vond. Op den duur kan je het opbreken als je niet aan de wens van de consument tegemoet komt, want hij wil wel een krat ineens kopen zodat zijn blik al gauw naar de concurrentie afdwaalt als je niets aanpast.

Als je je nu alleen in hoofdzaak beperkt tot het zoeken en vervullen van wensen en dat goed doet, kun je tot in lengte van dagen behoorlijke hoeveelheden Grolsch blijven afzetten,' zo doceert onze kersverse marketing manager verder.

'Maar als je nu ook nog probeert invloed uit te oefenen op diezelfde consument is de kans groot dat-ie jouw produkt eerder opmerkt, herkent en koopt'.

Vandaar dat reklame in al zijn vormen behoort bij marketing. Dus alle wervende reklame zoals tv- radio- en dagbladreklame maar ook de kleurstelling, de vormgeving en de tekst op onze etiketten – om maar eens een zijstraat op te noemen – maken er deel van uit. En wat dacht u van de ontwikkeling van glaswerk of T-shirts? Juist!

Hoe ziet Van Sprang de toekomst van onze Grolschprodukten? Blijven ze allemaal, of komen er nieuwe bij?

Bedachtzaam formulerend zegt hij een papier voor zich te zien waarop op maar één kant precies staat waar we naar toe moeten met onze produkten ten aanzien van verpakkingen, promotiestrategie enz. Maar dat heeft de Meester in de Rechten nog niet zo duidelijk op een rijtje staan. Daarover moet hij zich nog eens goed buigen.

Zolang is hij tenslotte nog niet in dienst bij Grolsch.

Pampers Boys en Girls

Meester in de Rechten? Is Paul van Sprang daarin afgestudeerd? 'Ja, ik begrijp de verwondering wel een beetje. Wat doet zo iemand op deze plaats waar je een doctorandus in de economie zou verwachten!

De studierichting trok mij echter, en tegen de tijd dat ik af moest studeren bleek Proctor & Gamble mij op de korrel te hebben voor een marketingfunctie. Daar kon ik ook met een juridische achtergrond terecht'. P & G zegt u waarschijnlijk niets, maar als u weet dat een produkt als Punica vruchtensap daartoe behoort, en ook Pampers Boys en Girls, de babyluiers, dan zegt dat over de veelzijdigheid al heel wat.

Vreemd genoeg werd Van Sprang volledig opgezadeld met juist deze luiers. Sterker nog, hij heeft ze als eindverantwoordelijke in de markt gezet en niet zonder succes.

Toen hij net bij Grolsch begonnen was werd hem weleens glimlachend gevraagd naar het verschil tussen deze twee luiers. Wanneer je dan dacht dat hij zich er met een Jantje van Leiden zou afmaken kwam je bedrogen uit. Met veel verve en overgave legde hij je het verschil haarfijn uit!

Bergsport

Aan de wand op de kamer van Van Sprang hangt een ingelijste foto van een aantal besneeuwde bergtoppen in de zon met daaronder de tekst: Bergen verzetten.

Dat moet welhaast een welkomstgeschenk geweest zijn van de heer Troch bij Van Sprangs aantreden, want als commercieel verantwoordelijke binnen onze onderneming heeft de heer Troch enige faam verworven met zijn 6 mandjes die elk voorzien van een bepaalde opdracht binnen een bepaalde tijd op de top van de Mount Everest moeten staan. Van Paul van Sprang wordt een flinke bijdrage verwacht om dat doel te bereiken!

'...Marketing is niets anders dan luisteren, onderzoek doen naar de behoeften en wensen van de consument...'

Het blijkt echter dat eerder genoemde foto reeds in zijn bezit was omdat bergen hem fascineren. Niet alleen kijkt hij er in 't echt graag naar of maakt hij lange avontuurlijke wandelingen in de bergen, maar vooral kan hij er moeilijk vanaf blijven en dan letterlijk bedoeld.

Zo is het zijn liefste hobby om er tegenop te klimmen. Ja, u leest het goed, we hebben een heuse alpinist -- of bergbeklimmer zo u wilt – in huis!

Nu z'n werk en z'n gezin het niet meer mogelijk maken om vorm en konditie te behouden die nodig zijn voor deze gedurfde en concentratie-eisende sport, heeft hij z'n alpine aktiviteiten op een laag pitje moeten zetten.

Een heel wat veiliger vertier bestaat uit z'n passie voor de piano. Paul draait zijn hand niet om voor een sonate van Chopin of Beethoven die hij door jarenlange studie voor eigen plezier of op verzoek van anderen ten gehore brengt, hoewel hij het moderne werk net zomin schuwt.

Praten met deze bevlogen man kost tijd door te luisteren. Tijd die we graag besteed hebben om zijn visie op marketing te vernemen, om te horen hoe hij over velerlei zaken denkt, maar vooral om een indruk te krijgen van Paul van Sprang. Dat was het doel van deze bijdrage.

Seniorenreis geslaagd



Een vrolijke noot tussen de gangen door met v.l.n.r. dhr. *Hulsinck*, mevr. *Hulsinck*, *Annemarie*, mevr. *Elschot*, mevr. *Schepers*

Na maanden van 'intensieve' voorbereiding door het bestuur van het seniorenreisclubje, *Anne-Marie* en *Lamkje,* was het donderdag 12 september jl. eindelijk zover. Het eerste uitstapje van de senioren Grolsch Groenlo was een feit.

Rond 08.00 uur stonden de eerste reislustigen al bij restaurant 'De Klocke'. De zon lachte ons al vriendelijk toe. Wat dat betreft kon de dag al niet meer stuk. Even na half negen vertrokken 2 bussen van BAX-GSM met zo'n 80 enthousiaste deelnemers via een toeristische route door het Tukkersland richting Ootmarsum. Onderweg kregen we nadere tekst en uitleg van de chauffeur over de diverse bezienswaardigheden. In Ootmarsum bij restaurant "t Bosch' was de eerste koffie- en rookpauze, want de rokers in ons midden werden vriendelijk verzocht in de bus niet te roken. Geheel volgens programma zaten we tegen half elf weer in de bus naar Emmen voor een bezoek aan het Noorder Dierenpark. Na een bezoek aan Het Biochron en de prachtige vlindertuin stond er een ruim gesorteerde koffietafel in het restaurant klaar; iedereen liet het zich goed smaken. Enkelen hadden de pech dat er op het laatst geen krentenbrood meer was.



'...Eerste seniorenreis Grolsch Groenlo...'



Onze 'jongste' deelnemers, enkele VUT-ers: dhr. *Bomers*, dhr. *Heming*, dhr. *Arfman*, dhr. *Schuurmans*

Na de voortreffelijke koffietafel kon iedereen nog zo'n 2 uur vrij door de prachtig aangelegde dierentuin rondwalen, waarbij het zonnetje voor een aangename sfeer zorgde. Moe maar vol indrukken stapte iedereen tegen half vier weer in de bus richting Heino. De rit ging door het mooie Drentse en Overijsselse landschap (omgeving Ommen en Holten), waarna er een alcoholische stop werd gemaakt bij restaurant 'Sallandse Bistro' te Heino. Dat de drankjes bijzonder goed vielen bleek wel uit de snel stijgende stemming, die de hele dag toch al bijzonder goed was.

Gelukkig kon iedereen de bus nog terugvinden zodat wij zonder vertraging bij restaurant 'De Klocke' arriveerden voor het afsluitende diner. Vanaf deze plaats mag nog wel even vermeld worden dat de firma BAX-GSM deze dag goed verzorgd heeft.

Tijdens de voortreffelijke maaltijd zorgden *Gait Haarlink* en *Jan Stapelbroek* met hun trekharmonica voor een vrolijke stemming en enkele aanwezigen maakten er maar een diner dansant van.

Tegen 22.00 uur kwam er helaas een einde aan deze schitterende dag, maar de voorzitter zegde in zijn toespraak toe dat we volgend jaar weer zo'n uitstapje zullen maken. Hij bedankte tevens Grolsch, *Ton, Anne-Marie* en *Lamkje* die mede deze dag tot zo'n geslaagde dag hebben gemaakt. Gezien de leuke en enthousiaste reakties zal iedereen volgend jaar zonder meer weer van de partij zijn.

Het bestuur

Ook de heren *Bekkenutte* en *Wolterinck* lieten het zich goed smaken





V.l.n.r. mevr. *Te Brake*, dhr. *Te Brake*, mevr. *Rostinck*



Anita 'van de Klocke' aan 't serveren, V.l.n.r. dhr. *Overkamp*, mevr. *Overkamp*, dhr. *Huitink*

De heren *Haarlink* en *Stapelbroek*



Eigenlijk was het toetje (meerdere soorten ijstaart) nog het lekkerst



Invoering kwaliteitssysteem volgens ISO-9000

Van oudsher heeft de kwaliteit van het bier bij Grolsch hoog in het vaandel gestaan. Mede door de groei van de ondernemingen en de toenemende complexiteit is het langzamerhand noodzakelijk geworden om de kwaliteitszorg op een systematischer manier te gaan organiseren. De directie heeft daartoe samen met de bedrijfsleiding besloten tot invoering van een kwaliteitssysteem volgens ISO-9000. In dit artikel licht dhr. *Meijerink* in zijn funktie van coördinator van dit projekt toe waarom deze beslissing is genomen en hoe de invoering in de praktijk in z'n werk gaat.

In het ISO-9000 systeem zijn een aantal normen beschreven waaraan een kwaliteitssysteem in de praktijk moet voldoen. Deze normen zijn opgesteld door de International Organization for Standardization (ISO). De normen worden sinds december 1987 gehanteerd als algemeen toepasbare regels voor het opzetten en beheren van een kwaliteitssysteem. Dit houdt tevens in dat ze internationaal zijn geaccepteerd.

Er zijn verschillende redenen geweest om te besluiten tot de invoering van ISO-9000 bij Grolsch.

- Allereerst is het mede door de groei van de onderneming noodzakelijk geworden om de kwaliteitszorg systematischer aan te pakken. Dit voorkomt dat er op sommige plaatsen controles dubbel plaatsvinden en op andere plaatsen juist helemaal niet. Tevens worden de organisatie en werkwijzen vastgelegd in duidelijke procedures en taakomschrijvingen, wat uiteindelijk kan leiden tot een efficiëntere bedrijfsvoering.
- Ten tweede verlangen steeds meer afnemers van Grolsch dat het productieproces aan bepaalde kwaliteitseisen voldoet. Door het behalen van een ISO-9000 certificaat is dit objectief aantoonbaar gemaakt.
- In 1992 zal de wet op de productenaansprakelijkheid worden ingevoerd. Deze wet stelt dat een producent wettelijk aansprakelijk kan worden gesteld voor schadelijke gevolgen die optreden wanneer een consument zijn product gebruikt. Een ISO-9000 certificaat kan een nuttig hulpmiddel zijn om aan te tonen dat alles in het werk wordt gesteld om een product van goede kwaliteit te leveren.

Bij de invoering van het kwaliteitssysteem wordt Grolsch geholpen door de PA Consulting Group die een ruime ervaring heeft op dit gebied. De invoering ziet er globaal als volgt uit:

- In eerste instantie wordt de algemene gang van zaken binnen de brouwerij vastgelegd in procedures en werkinstructies.
- Hierna wordt het kwaliteitssysteem beschreven in de vorm van een kwaliteitshandboek.
- Als het systeem in de praktijk is doorgevoerd zal er een onafhankelijke instelling komen controleren of er inderdaad volgens de normen wordt gewerkt. Is dit het geval dan wordt er voor een bepaalde periode (meestal 2 jaar) een ISO-9000 certificaat verstrekt. De geldigheid van het certificaat wordt verlengd als na 2 jaar blijkt dat het systeem nog steeds goed functioneert.

Op de laboratoria in Enschede en Groenlo is inmiddels een begin gemaakt met de invoering van een kwaliteitssysteem.

Vanwege het feit dat de laboratoria een zeer belangrijke rol spelen bij de kwaliteitscontrole is besloten om ze apart van de productieafdelingen te certificeren en wel volgens de Sterlab-normen. Sterlab is een door de overheid in het leven geroepen instantie die zich bezighoudt met kwaliteitsnormen voor laboratoria. Sterlab heeft de ISO-9000 normen herschreven en aangepast aan de specifieke omstandigheden op een laboratorium.

Ik hoop dat u een eerste indruk heeft gekregen van wat er binnen de brouwerij gaande is met betrekking tot de kwaliteitszorg. Via de publicatieborden en de Kroniek zult u vanaf nu regelmatig op de hoogte worden gehouden over de ontwikkelingen op dit gebied, en vanzelfsprekend zal een ieder ook op de werkplek met het nieuwe systeem in aanraking komen.

Charles Meijerink

Janny ten Damme, eerste vrouw aan de Vuller: van vakantiewerk tot vaste baan

Janny ten Damme (26) aan het woord na ruim vijf jaar werkzaam te zijn bij Grolsch. Wie is zij eigenlijk?



'Zoals ik al zei, mijn naam is Janny ten Damme en ik ben geboren op 5 november 1965 te Hupsel (gem. Eibergen). Ik woon sinds anderhalf jaar samen met Robert Penterman aan de Vredensweg 15 in de Holterhoek'.

Haar ouders hebben een goed draaiend bedrijf in het verwerken van houtvezel, dat tezijnertijd overgenomen zal worden door haar broer. Ook Janny heeft een tijdje in het bedrijf geholpen nl. met het verzorgen van de administratie.

Ze heeft haar opleiding gevolgd aan de LBO te Eibergen en na het leren van lassen en een beetje elektro, werd uiteindelijk textiel haar keuzevak. Modinette is eigenlijk haar beroep. Tijdens haar eerste baan bij 'Koala' in Aalten heeft ze slechts 10 weken gewerkt. Daarvoor had zij echter al kennis gemaakt met Grolsch. Via haar buurjongen, waarmee zij in de vakantie de aardappelen van het land haalde, kwam zij in aanraking met het vakantiewerk bij Grolsch.

Dat beviel haar erg goed en na een periode van weken, maanden en tenslotte een termijn van 12 maanden kwam ze bij Grolsch in dienst.



Voor zover ik mij kan herinneren was jij één van de zes dames die in vaste dienst kwam.

'Dat klopt, want daarvoor waren er nog geen dames te bekennen op de kolonnes'.

Hoe was je ervaring met de mannelijke collega's?

'Dat heb ik altijd als prettig ervaren. In het begin werd er wel wat vreemd tegen je aangekeken, maar nu, na ruim vijf jaar zijn ze er wel aan gewend. De emancipatie heeft ook bij Grolsch toegeslagen, gezien het aantal dames dat nu deel uitmaakt van de personele bezetting bij Grolsch'.

Wat heeft jou ertoe bewogen om bij Grolsch te gaan werken?

'Ten eerste een vaste baan en ten tweede zekerheid voor de toekomst. Bij Grolsch zit je goed. Mijn werk, voornamelijk het bedienen van de vullers op kolonne 1 en 6, bevalt mij prima. Ik heb goed contact met mijn collega's en een lolletje op zijn tijd hoort er zeker bij'.

Eén voorval kan zij zich nog goed herinneren.

'Op een zaterdagmorgen moesten wij schoonmaken. Ene *Henk Stokkers* was er natuurlijk ook en aangezien hij de kunst verstaat om iemand eens lekker nat te spuiten, gebeurde dat dus ook met mij. Ik dacht toen bij mezelf, voor twaalf uur pak ik je wel terug. En zo gezegd zo gedaan, al was het niet Stokkers maar Nico Heinen, die de volle laag kreeg. Natuurlijk schrok ik, want ik was nog niet in vaste dienst. Maar hij kon het gelukkig wel waarderen. Ik vond het best wel vervelend, maar ik dacht echt dat Stokkers achter de muur vandaan kwam'.

Wat doe je nog meer binnen dit bedrijf?

'Ik vind het leuk om te helpen in de kantine tijdens een receptie of iets anders. We hebben een leuke groep van circa 12 medewerk(st)ers.

Proefpanel of smaakpanel

Janny, vertel ons eens van het proef/smaakpanel waar je in zit?

'De bedoeling van dit panel is het herkennen van het typische Grolsch-smaakprofiel, het constateren van afwijkingen, het beoordelen van andere merken en het uitvoeren van houdbaarheidsproeven.

Het panel bestaat uit 16 mensen, waarvan 3 vrouwen. De groep bestond uit 45 mensen, die getest werden op hun smaak/reukvermogen. De rest moet je maar op het lab navragen, want die kunnen je het nog beter vertellen. Dat heb ik dus ook gedaan en ik kwam daar in contact met Gea. Zij vertelde mij het volgende: er wordt veel gebruik gemaakt van een driehoeks-tester, d.w.z. je krijgt drie glazen voorgezet, waarvan één glas afwijkend is. De bedoeling is vervolgens dat er twee gelijke glazen worden aangekruist op het formulier. De voorkeur voor het afwijkende of de twee gelijkende worden aangegeven en er wordt omschreven wat men waarneemt.

Als meer dan de helft van de mensen de test goed hebben gedaan, betekent dit dat er een opvallend verschil is tussen de twee gelijke glazen en het afwijkende glas.

Van de 45 mensen zijn er dus 16 mensen geselecteerd die aan de norm voldeden'.

Dankzij Janny en Gea weten we dat ook weer.

Toekomst

'Grolsch doet het nationaal en internationaal heel goed. De export is nog steeds groeiende en met Stender gaat het ook heel goed. Alcoholvrij bier is een goede zet geweest. Stender komt ook in het smaakpanel als beste naar voren.

De reclame van Grolsch bier en Stender wordt door jong en oud goed gewaardeerd. 'Goede wijn behoeft geen krans', is een oud gezegd. Je komt Grolsch overal tegen.

Hobby's

Als hobby's heeft Janny: handwerken en sport als belangrijkste tijdopvullers. Zo gaat zij nog één avond in de week met zo'n 20 dames naar een fitness-club in Etten. Verder is zij ook bezig met het borduren van een eigen levensboom. De tv gaat aan voor 'Zeg 'ns AAA', 'Medisch Centrum West' en 'Laat maar zitten'. Haar grootste wens is gelukkig getrouwd te zijn met Robert en later ook nog kinderen.

Ook zou ze nog eens op vakantie willen gaan naar Kenia.

'Ik zou best eens op zo'n olifant door de jungle willen gaan, lekker spannend al die slangen om je heen.'

Op mijn vraag of ze dan met een Stender-ballon zou willen varen, en

'…Ik schrok natuurlijk. Ik dacht echt dat Henk achter de muur vandaan kwam…'

dan natuurlijk zelf de vlucht regelen, wordt door Janny positief beantwoord. Ze zou zeker tussenlandingen willen maken in Hollywood en Disney land'.

Tot Slot

U heeft kennis kunnen maken met een ambitieuze jonge vrouw waar het avontuur vanaf straalt. Een vrouw die de lust heeft om van haar leven en van de tijd bij Grolsch iets moois te maken. Al wil ik nog wel kwijt dat ik haar en Robert al hoor gillen in het oerwoud van Kenia!

We zijn benieuwd.

Henny Schovers

Scotland Yard Pub met beugelfles in Oostenrijk

Op het eerste gezicht een vreemde combinatie. De uitleg van de familie Rikkers uit Haaksbergen is echter heel simpel.
In *Mayerhofen*, in het Oostenrijkse Zillertal staat een Engelse pub met de toepasselijke naam Scotland Yard. Grolsch is sinds kort in Oostenrijk aanwezig en legt een duidelijk verband tussen Premium Lager, beugelfles en pub. Het is even wennen maar dan wordt het wel duidelijk!



THE SWINGTOP WARRIORS

Softball!!!...

Swingtop Warriors Tournament 1991

Na de meest gruwelijke weersvoorspelling van het jaar werd het toch een prachtige dag zonder een spat regen.

Op zaterdag 28 september jl. streden maar liefst 6 heren- en 4 damesteams om de felbegeerde Swingtop Trophy. Het perfekt georganiseerde softball-tournooi (dank je wel Aart Roos) werd vlot afgewikkeld, zodat op tijd de finale-partijen konden worden gespeeld. Shell Amsterdam won het tournooi bij de heren, terwijl de dames van Tex Town Tigers de 1e prijs veroverden.

De heer *F.J.S. de Groen* uit Groenlo, heeft alle prijzen en wisselbekers uitgereikt met de daarbij behorende hilariteit. Het was werkelijk een reuze dag. Kijkt u maar naar de foto's.



Catcher *Andries de Groen* ving – onder toeziend oog van de hoofdscheidsrechter – vrijwel iedere bal





Sport

Bij de dames van The Swingtop Warriors bezet *Mathilde Perik-Damhuis* op een parmantige maar zeer gedegen manier de thuisplaat



Winnaars Shell Amsterdam



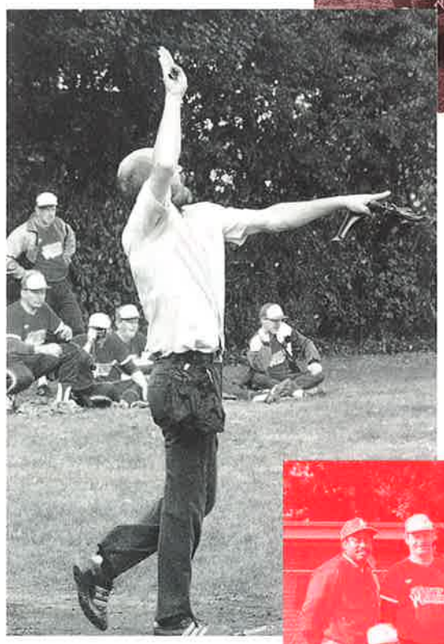
Wisseltrofee voor Shell Amsterdam



Het damesteam van The Swingtop Warriors



Beste slagman bij de heren!



Volgens de scheidsrechter is de man op het 3e honk uit. Het heeft iets van ballet weg!



De wedstrijdleiding maakte handig gebruik van de computer bij het verwerken van de uitslagen



De verschrikkelijke Swingtop Warriors van Grolsch...



Beste slagman bij de vrouwen. De prijs werd uitgereikt door *J. Hassink*, voorzitter van TTT Enschede





Rabbi *Maarsen* ondertekent het Kashrut-certificaat

Grolsch Premium Lager kosher verklaard

Donderdag 30 mei jl. werden wij bezocht door Rabbi *Maarsen* van het Opperrabbinaat in Amsterdam.

Rabbi Maarsen bezocht de brouwerij om vast te stellen of de brouwmethode van Grolsch voldoet aan de normen om het predikaat 'kosher' aan ons bier te geven. De uitslag was positief en dus werd er een zogenaamd Kashrut-certifikaat ondertekend.

Het koshere Grolsch Premium Lager mag nu ook in de orthodoxe Joodse supermarkten in Israël verkocht worden. Orthodoxe Joodse consumenten kunnen Grolsch drinken zonder in strijd met hun religieuze overtuiging te handelen.

Overbodig te vermelden dat dit alles mogelijk is dankzij de gezamenlijke inspanningen om de brouwerij aan de hoogste hygiënische standaarden te laten voldoen.

Dit voorjaar is tevens gestart met de Grolsch Advertising campagne. Er wordt geadverteerd in een aantal belangrijke magazines en via billboards op strategische locaties.

Bezoek Grolsch USA aan Nederland

Export

Begin augustus waren alle verkopers en het gehele management van onze Amerikaanse dochteronderneming Grolsch Importers Inc. op bezoek in Nederland.

Het bezoek diende een aantal doelen. Allereerst werden de plannen van Grolsch voor 1992 doorgesproken. Daarnaast werden de Amerikanen vertrouwd gemaakt met het produkt 'Grolsch' en vooral met de organisatie erachter. Hiertoe werden bezoeken gebracht aan onze brouwerijen te Enschede en Groenlo. Het bleek al snel dat onze Amerikaanse collega's zeer onder de indruk waren van de efficiënte manier waarop een kwaliteitsprodukt als 'Grolsch' wordt gemaakt. Vooral waren ze onder de indruk van de mensen die voor de totstandkoming van dit produkt zorgdragen.

Als laatste onderdeel van het bezoek werden, in samenwerking met de afdeling Thuisverbruik en de Sperwer-organisatie winkels bezocht. De wijze waarop ons produkt in deze winkels wordt gepresenteerd verschilt nogal van de Amerikaanse situatie in supermarkten. Ook hiervan waren de Amerikanen zeer onder de indruk.

Al met al een heel geslaagd en vooral leerzaam bezoek.

Namens Grolsch Importers Inc.,
'Thanks for your support'





Zaterdagavond half zes is het bier op het feestterein aanwezig. Het feest kon – met Grolsch – weer verder gaan

Vrijdag 1 augustus jl. vond er in de stad Wettenberg in de nabijheid van Gießen een bijzondere manifestatie plaats, namelijk een 'Golden Oldies' tentoonstelling.

Grolsch, een bijzonder bedrijf...

Veel prachtige klassieke auto's vielen te bewonderen, het was prachtig weer, heel veel dorstige bezoekers en ..... een grote Grolsch Tap-Caroussel.

Op een dag.....
Daar kwamen de Duitsers die avond ook achter. De voor 3 dagen geplande omzet werd op deze vrijdag al getapt. Ons Grolsch Premium Pilsner viel bijzonder in de smaak.

Daar tegelijkertijd ook een aktiviteit in Oldenburg (bij de Franse grens) boven verwachting verliep, was onze groothandelaar bijna door zijn voorraad heen.

Zaterdagochtend 2 september zaten onze medewerkers dan ook met de handen in het haar. Hoe kom je op zaterdag aan fustbier? Eén telefoontje naar *Jan Analbers* was voldoende. Meteen werd alles in gang gezet. Bier, een vrachtwagen, papieren, alles komt voor elkaar. Samen met *Nico Heinen* en *Domingo Jansz* klaart Jan de klus.

Zaterdagavond 18.30 uur is het bier op het feestterein aanwezig. Het feest kon – met Grolsch – weer verder gaan.

Grolsch, een bier en vooral medewerkers waar we trots op zijn.

Grolsch sponsort softball-team Bonaire

Sinds deze zomer is Grolsch de sponsor van het softball-team 'Amante' uit Bonaire, zoals u op de foto kunt zien. Amante is opgericht op 25 juni 1991. De naam Amante is een afkorting van de volgende buurten: Amboina, Amazone, Nikiboko en Tera-Korra. Het team bestaat uit 18 spelers, waaronder douane-ambtenaren, beveiligings-



Onze importeur op Bonaire is de firma *Morvis E. Curiel & Sons* en de brandmanager is *Gerrit Vis*, helemaal rechts op de foto

ambtenaren, politie-ambtenaren, posterij-ambtenaren en constructie werkers. Er zijn 10 actieve softball-teams op Bonaire. Tot nu toe heeft Amante twee toernooien gespeeld, waarbij ze één keer derde en één keer vierde zijn geworden. Binnenkort doen ze mee aan een derde toernooi, waarbij ze hopen op een nog beter resultaat.

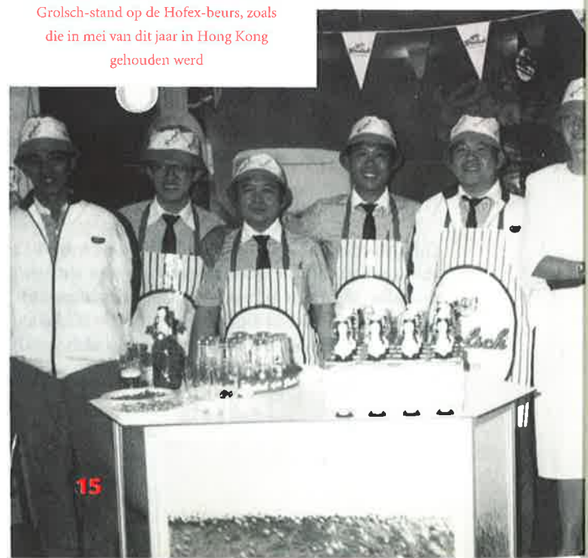
Hofex-beurs Hong Kong

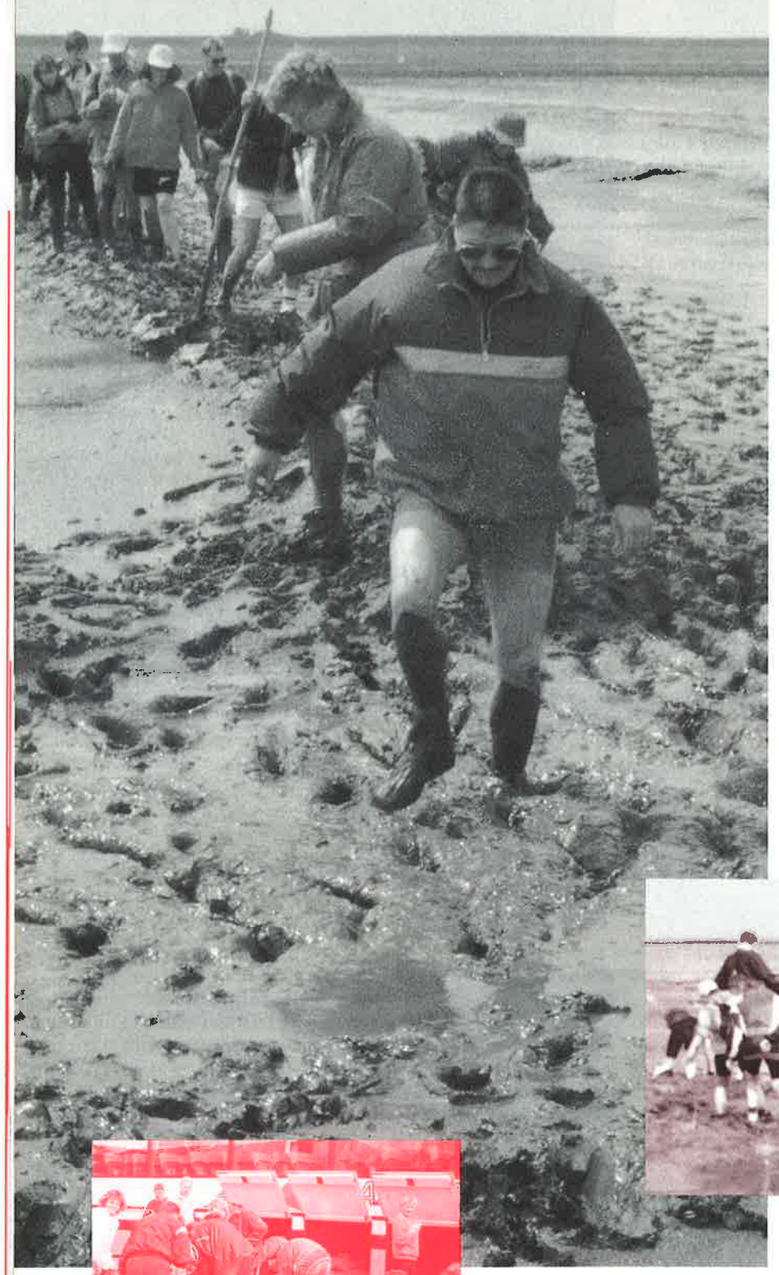
De Hofex is de Hong Kong-versie van de Horecava en wordt elke twee jaar gehouden.

Zoals u zich wellicht herinnert werd Grolsch ca. 1 jaar geleden op deze markt geïntroduceerd. Het overweldigend succes deed ons besluiten aan deze beurs deel te nemen, om zodoende nog meer vakmensen kennis te laten maken met ons produkt en te overtuigen om het in het assortiment op te nemen.

Nu, enkele maanden na de beurs, kunnen wij vaststellen, dat wij daarin zeer goed zijn geslaagd. Naast een aanzienlijke stijging in de verkrijgbaarheid in de horeca werden wij opgenomen in de assortimenten van de twee grootste supermarkt-ketens: 7-eleven en Wellcome. Verder werden er een aantal interessante contacten gelegd met China, zodat binnenkort ook de Chinezen in de grote Chineze steden als Beijing, Shanghai en Kanton Grolsch kunnen drinken.

Bijgaande foto geeft een indruk van de Grolsch-stand op de Hofex-beurs, zoals die in mei van dit jaar in Hong Kong gehouden werd





Een lekkere wandeling

Het verkleedlokaal in de open lucht

Wad'lopen'...

Op zaterdag 22 juli jl. vertrok een bus met 48 enthousiastelingen richting Pieterburen voor een tochtje ploeteren in de modder. Wonder boven wonder was iedereen 's-morgens ruim van tevoren aanwezig (vertrek nl. om 07.00 uur), zelfs *Madelon*. Helaas liet de bus even op zich wachten.

Na een koffiestop bij motel Spier te Spier kwamen we middels een toeristische route rond 11.00 uur in Wehe Den Hoorn aan, waar al een andere groep stond te wachten.

Aangezien in het betreffende café geen kleedruimte aanwezig was, moesten we ons maar verkleden op de parkeerplaats bij de bus. Nadat iedereen zijn sportieve outfit aanhad inclusief gymschoenen van Zeeman, werden we gedropt op de Wadden. Onder leiding van drie gidsen van de firma Dijkstra en ideale weersomstandigheden begonnen we samen met die andere groep, waarvan al snel bleek dat die in tegenstelling tot ons nagenoeg geen conditie had, aan een tocht van zo'n 8 km door de blubber. Menigeen maakte spontaan doch onvrijwillig in zijn geheel kennis met de modder, terwijl



Het is nog een hele tippel



Stoer hè?

ging zich van de ergste modder te ontdoen. Met enige vertraging en een omweg omdat *Jan Stortelder* zijn portemonnee met een zeer behoorlijke inhoud in Wehe Den Hoorn had laten liggen, arriveerden wij om-



In het begin lag er nog een paadje

een vrouw uit de andere groep al direkt in het begin tot aan haar middel in de blubber zakte. Het kostte de 3 gidsen geruime tijd voordat ze haar hadden 'vlot getrokken'. Na zo'n 2½ uur ploeteren en onder de modder bereikten we eindelijk het eindpunt. De tocht naar de 'douches' bleek verder dan iedereen verwacht had. De opgegeven 2 km bleken er minstens 4 te zijn en de douches bestonden uit een aantal ronde tonnen met water. Van schoon water was absoluut geen sprake meer, omdat vele groepen ons al waren voorgegaan. Na van het gelach over deze schitterende accommodatie bekomen te zijn, probeerde iedereen zo goed en zo kwaad als het

'...De douches bestonden uit een aantal ronde tonnen met water...'



De wasplaats

streeks 17.30 uur bij café-rest. Takens te Balkbrug, waar ons een warme hap stond te wachten. Na een uitstekende maaltijd en enkele consumpties, die tot veler verrassing voor eigen rekening bleken te zijn, waardoor er links en rechts geld geleend moest worden, aanvaarden we moe maar zeer voldaan de terugreis naar Groenlo, waar we 's avonds rond half negen aankwamen. Iedereen was laaiend enthousiast over deze dag en is volgend jaar sowieso weer van de partij. Het plan is dan een oversteek te maken.

Ton Wopereis

Kennismaking met Inge Nijenhuis-Rötter

Na haar opleidingen LHNO en VHBO kwam *Inge Nijenhuis-Rötter* als uitzendkracht bij een confectiebedrijf te Harreveld terecht. Intussen had ze een open sollicitatie aan Grolsch gericht, omdat ze zich in de confectie niet happy voelde.

Grolsch trok haar, omdat ze links en rechts gehoord had dat het een zeer goed bedrijf was en bovendien dichterbij lag, want Inge woont nl. in Groenlo.

Op 1 november 1990 kreeg ze een tijdelijk kontrakt als operator in de bottelarij, dat op 1 april jl. werd omgezet in een vast dienstverband.

Inge werkt op kolonne 1 en zit voornamelijk bij de oplegger/sluiter. Zij vindt het allesbehalve dom werk. Concentratie is zeer belangrijk en bovendien moet je enig technisch inzicht hebben. Hoewel haar opleiding niet in die richting wijst, staat ze haar 'mannetje' qua techniek wel.

Hoewel machines het tempo bepalen, vindt zij dat men voldoende tijd heeft en zelfstandig kan werken. Inge ziet het leren van meer machines als een echte uitdaging. Je krijgt zo nog meer mogelijkheden en afwisseling in het werk. Daarnaast zou ze met recepties ook wel in de kantine willen werken.

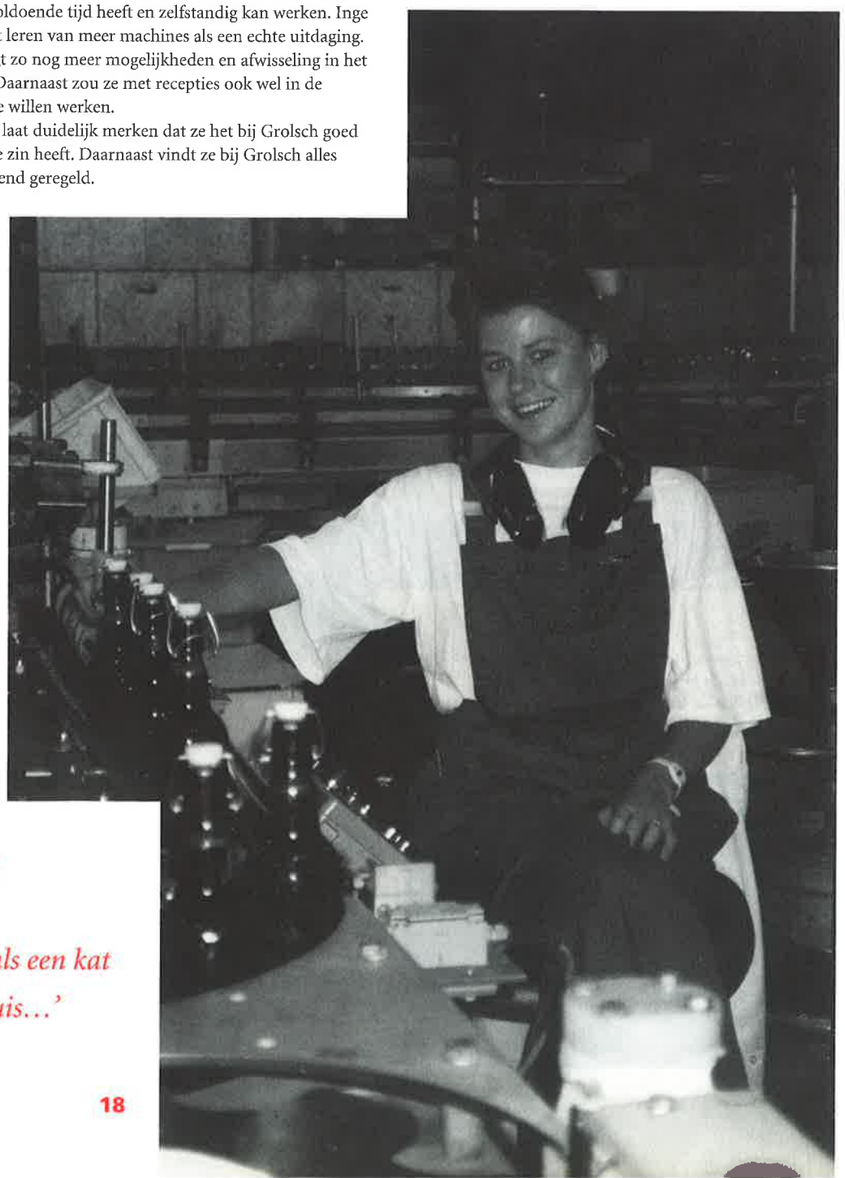
Ze laat duidelijk merken dat ze het bij Grolsch goed naar de zin heeft. Daarnaast vindt ze bij Grolsch alles uitstekend geregeld.

Toch heeft ze ook nog wel een puntje van kritiek. Zij vindt de begeleiding bij indiensttreding onvoldoende. Je komt in feite als een kat in een vreemd pakhuis. Verder zou ze ook nog graag een rondleiding door het gehele bedrijf willen hebben.

Het volgen van de LSBL brouwerij vakopleiding ziet zij momenteel nog niet zitten. Inge is onlangs getrouwd en wil naast het werk ook de nodige aandacht aan het huishouden besteden. De nog weinige vrije tijd brengt ze op haar eigen manier door, ze houdt niet van verplichtingen. Inge mag graag puzzelen, thuis bezig zijn en af en toe lekker onderuit voor de tv.

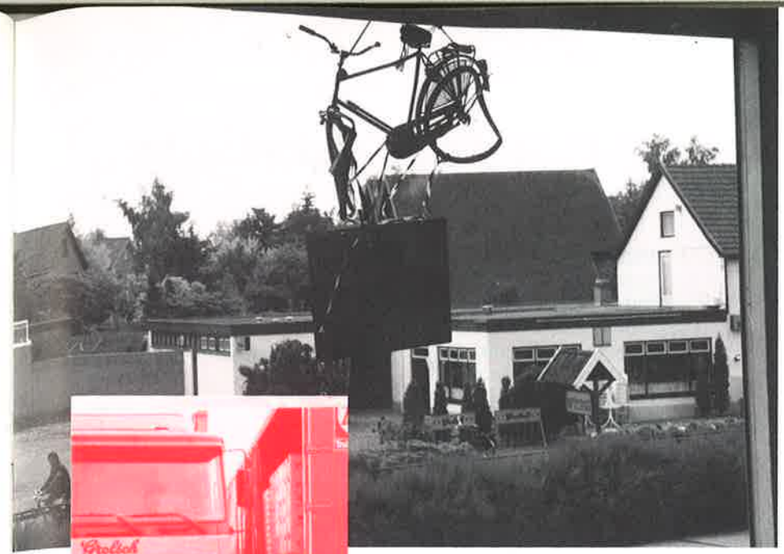
In de zomermaanden helpt ze haar man op braderieën met de verkoop van tassen, zonnebrillen en dergelijke.

Ton Wopereis



Vrouw in de brouwerij

'...Van de confectie naar de Grolsche bierbrouwerij: als een kat in een vreemd pakhuis...'





Opwinding in Groenlo

Dat onze brouwerij in Groenlo bruist van aktiviteiten is alom bekend. Op dinsdag 16 juli jl. vond onze chauffeur *Jan Luttikholt* dat het weer eens tijd werd voor wat leven in de brouwerij. Wat gebeurde er die dag precies?

Onze Jan was om 6.15 uur op de brouwerij om in alle vroegte aan zijn eerste rit te beginnen. Hij zette die ochtend zijn fiets tegen zijn eigen vrachtwagen de VF-10-TJ. Jan ging een kop koffie drinken en begon fluitend aan z'n eerste rit van die dag, welke hij na 2 meter abrupt moest onderbreken omdat hij vergeten was zijn fiets weg te zetten...

Uiteraard werd dit voorval door collega's aangegrepen om via borden te waarschuwen om geen fietsen tegen eigen vrachtwagens te plaatsen. 's Avonds is nog geprobeerd om ome Jan strak op de foto te zetten met z'n fiets. Dat dit niet helemaal gelukt is getuigt de foto waarop Jan zich al vrij snel uit de voeten maakte. Hij lacht nog wel, maar als een boer die kiespijn heeft.



Multicopy deelt reizen uit

Elke klant van Multicopy kreeg bij het aanbesteden van kopieerwerk aktie-zegels. Deze aktie-zegels konden gespaard worden en vervolgens op een bijbehorende kaart worden geplakt. Iedere volle kaart maakte kans op een fantastische reis. De aktie is inmiddels afgelopen en de jury heeft de prijswinnaars bepaald.

Duizenden inzendingen met orginele slagzinnen werden door Multicopy ontvangen.
De winnaars hebben inmiddels hun prijs uitgereikt gekregen in de vestiging waar zij klant zijn. In dit geval: Multicopy Enschede, Boulevard 1945 -344.

De gelukkige winnares
Bernadet Pater – afdeling Horeca-Verkoop.
Een luxe verwen-weekend in Limburg



De winnares neemt de reis in ontvangst van de heer *G.L. Slot*, algemeen directeur van Multicopy International B.V.



Ballonnen trekken altijd aandacht...

Eerst had Grolsch één ballon regelmatig in de lucht. De bekende gele ballon met het rode logo van Grolsch. En toen kwam nummer twee! Nog een slagje groter en... helemaal blauw! Stender-blauw.

Dat deze ballonnen goed opvallen en vooral als ze samen naast elkaar varen, ja dat hebben we gemerkt. Veel mensen, die 's avonds in hun achtertuin zitten of op hun balkon, horen al op afstand het bekende geluid van de gasbrander. 'Daar komt een ballon, neen, het zijn er twéé.' Kijk, Grolsch en Stender bij elkaar.'

Mevrouw *J. Weggen* uit Hengelo houdt van fotograferen. Dus pakte zij haar camera toen de twee ballonnen over haar huis kwamen. Zie hier het resultaat.



Schutterskoning *Joop Haarlink* even voor het opstijgen van de ballon



Ook de Groenlose Schutterskoningen luchtruim kiezen

Wanneer u deze Kroniek onder ogen krijgt is Grolsch Groenlo twee Schutterskoningen rijker.

Onlangs werden er in de regio Groenlo weer de diverse kermissen afgewerkt. Deze feesten gaan in het algemeen gepaard met veel Grolsch gerstenat en ook deze keer was het weer eens extra goed raak.

Het warme weer tijdens de vakantieperiode gaf weer alle aanleiding om weer eens flink van die goudkleurige rakkers te genieten.

Zo ook in Voor-Beltrum en Groenlo. Het jaarlijkse vogelschieten is daar een traditie, die zijn weerga niet kent.

Om maar te beginnen met Voor-Beltrum. Zo'n achtnegenhonderd toeschouwers waren er getuige van hoe *Joop Haarlink* als schutterskoning van Voor-Beltrum het luchtruim koos in de enorm grote gele ballon van Grolsch om er ongeveer één uur later weer gezond en wel uit te stappen.

In Groenlo daarentegen werd bottelarij-medewerker *Nico Ressing* koningsschutter, en deze werd op zijn beurt tijdens het eten in de grote feesttent verrast door de heer *Jan Analbers* met de mededeling dat het na alle inspanningen tijd werd om even een frisse neus te halen. Spontaan werd hij meegenomen naar het voetbalveld van de Grolse Boys om daar in de Stender-ballon te worden geladen. En zo beleefde hartje Achterhoek weer eens een primeur om binnen 3 weken tijd de twee enorme luchtballonnen van Grolsch over te zien komen. Weer een bewijs dat Grolsch zeer bij de tijd is, maar dat was al wel bekend.

Henny Schovers

Prijsvraag-uitslag

de lucht in!!

Met Stender

Op deze vraag (of liever gezegd: prijsvraag) hebben veel van onze medewerkers gereageerd.

Mooie gedichten, schuchtere wensjes – via laser-printers of op stukjes afgescheurd schoolschriftpapier kwamen de oplossingen binnen.

Zoals wij duidelijk hebben omschreven zijn er in totaal 24 staanplaatsen beschikbaar gesteld. M.a.w. een gewonnen ballonvaart is dus één ballonvaart voor één persoon. Welnu, na lang wikken en wegen zijn de volgende prijswinnaars uit de ballon gerold:

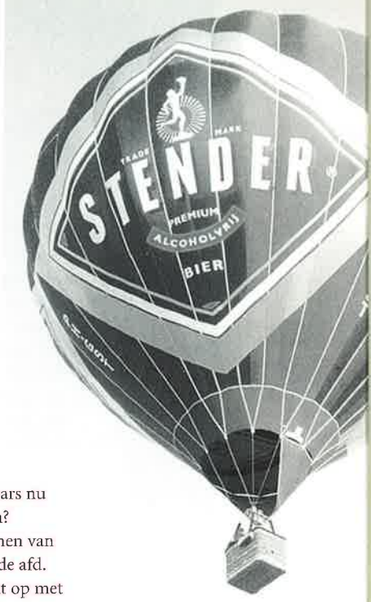
1 *A. van der Horst*
2 *F.B. Geelink*
3 *R. Snel*
4 *Th. Groot Zevert*
5 *F.H.A. te Vruchte*
6 *D. Jans*
7 *R. Harreman*
8 *J. Brouwer*
9 *A. Smalbruggen*
10 *H.G.A. de Jager*
11 *M. Hartendorp*
12 *A. Stappenbeld*
13 *H.G. Oude Veldhuis*
14 *G.J. Leushuis*
15 *E. Fischer*
16 *J. Röring*
17 *Th. Hekker*
18 *W. Diepeveen*
19 *H. Termijtelen*
20 *N.J.H. van der Boor*
21 *J. Damveld*
22 *M. Niehof*
23 *M. Nijkrake*
24 *J.H. Priekaar*

Hoe kunnen deze prijswinnaars nu van hun ballonvaart genieten?

Dit gaat als volgt: de namen van alle prijswinnaars gaan naar de afd. Marketing. Zij neemt kontakt op met de heren ballonvaarders en de winnaars krijgen bericht thuis. Daarin staat wanneer uw vaart staat gepland, hoe laat u aanwezig moet zijn etc.

Tot slot nog even dit: wij zullen proberen om zoveel mogelijk prijswinnaars in de komende weken de lucht in te krijgen. Mocht dit onverhoopt (door slechte weersomstandigheden) niet kunnen doorgaan, dan verschuift uw vaart naar de lente van 1992.

Wij wensen alle prijswinnaars van harte geluk en behouden vaart!





Schutterskoning *Nico Ressing*



Over Eticol 909 en 300 andere lijmen

National Starch & Chemical B.V. levert al vele jaren de etiketteer- en verpakkingslijmen bij Grolsch, zowel in Enschede als in Groenlo. National is tegenwoordig een internationaal bedrijf met 125 vestigingen in 25 landen over de hele wereld. Er werken circa 7400 mensen waarvan circa 100 in Zutphen. *Gerrit Dreise* van National vertelt

Het lijmbedrijf in Zutphen bestaat 90 jaar en werd in 1976 overgenomen door National. Voorheen waren wij een familiebedrijf genaamd Strucol.

Het bedrijf in Zutphen omvat 5 produktie lokatie's, een laboratorium en een kantoor. Er worden circa 300 verschillende lijmen geproduceerd. Wij maken lijmen voor de verpakkingsindustire, sigaretten-, boekbind-, nonwoven- (= luiers en damesverband), automobiel-, houtverwerkende industrie, etc. etc. Tevens wordt er in Zutphen kaascoating gemaakt.

Kaascoating is het korstje om de kaas dat er voor zorgt dat de kaas niet verschimmelt. Ook leveren wij vele soorten zetmelen aan de papier en voedsel producerende industrie. Zetmelen komen veel voor in sausjes, chips, drop, cake en gebak.

'… Grolsch is een bedrijf met een groot lijmverbruik, zo'n 125.000 kg lijm per jaar…'

Grolsch–lijmen

Aan Grolsch leveren wij de volgende lijmen:

- Eticol 909, Caseïnelijm voor het etiketteren op glas.
- Instantpak 52, Hotmelt voor het sluiten van kartonnen dozen.
- Eticol 750, Caseïnelijm met extra condenswatervastheid voor het etiketteren van de koud afgevulde beugels.
- 701-4446, Caseïne/Dispersielijm met de extra ijswatervastheid, voor het etiketteren van de exportflessen.

Caseïnelijm wordt gemaakt uit dierlijk eiwit. Door het aanzuren van ondermelk krijgt men caseïne dat na zuivering gebruikt wordt als grondstof voor etiketteerlijm. De caseïnepoeder komt meestal uit Nieuw-Zeeland omdat daar de beste en meest stabiele kwaliteit wordt geproduceerd. Bij ons wordt de caseïnepoeder met behulp van alkaliën opgelost in warm water. Bij 20° C zijn de aldus ontstane lijmen als regel vloeibaar tot pasteus. De viscositeit (=dikte van de lijm) is echter sterk afhankelijk van de temperatuur. Bij lagere temperaturen wordt de lijm dikker, bij hogere temperaturen wordt de lijm dunner. De structuur van de lijm blijft kort waardoor het spatten op de machine wordt voorkomen. Ook heeft de lijm een goede condenswatervastheid zodat de etiketten ook in de zomer bij hoge luchtvochtigheid op de fles blijven zitten. De lijm wordt meestal verwarmd op de machine en bij ca. 28° C verwerkt. Doordat de lijm zich bij deze temperatuur beter laat verwerken, kan een mooie dunne lijmfilm op het etiket aangebracht worden. Als het etiket dan op de koude natte fles komt, stijgt de dikte van de lijm zeer snel waardoor het etiket niet meer verschuift tijdens de verdere verwerking van de fles. Door het toevoegen van diverse hulpstoffen kunnen wij speciale eigenschappen zoals extra condenswatervast of ijswatervast aan een lijm meegeven.

Voor de verpakkingshotmelts gebruiken wij als basisgrondstof EVA (=Ethyleen Vinyl Acetaat), een grondstof die uit aardolie wordt verkregen. Een hotmelt is een vaste stof die door verhitting bij ca. 170° C vloeibaar wordt en met speciale apparatuur op een verpakking wordt gespoten. Door het sluiten van de verpakking wordt de hotmelt uitgedrukt en koelt af, waardoor een zeer snelle hechting wordt verkregen.

Een hotmelt bevat verder harsen voor de verbetering van de hechting, wassen en paraffines voor de verbetering van de verwerkbaarheid en anti-oxydanten die er voor zorgen dat de lijm minder snel verbrand. Er zijn verschillende soorten verpakkings-hotmelt om aan speciale eisen zoals hechting op gelakte materialen en hechting bij lage en hoge temperaturen te kunnen voldoen.

Ondernemingsraad van de Grolsche Bierbrouwerij

= Meedenken
= Meepraten
= Meebeslissen
= Adviseren

In januari 1992 zullen er weer verkiezingen gehouden worden voor de ondernemingsraad van de Grolsch Bierbrouwerij Nederland B.V. Een ondernemingsraad die bestaat uit mondige mensen van alle afdelingen van de onderneming. Van Expeditie tot Bouwkundige dienst, van Bottelarij tot Verkoopafdeling.

De ondernemingsraad heeft de afgelopen jaren meegedacht, meebeslist en geadviseerd. Zij werd geïnformeerd over allerlei aangelegenheden, die van wezenlijk belang waren voor alle werknemers van Grolsch. Aan de orde kwamen de herstructurering, de distributie, de nieuwbouw van het brouwhuis, het pensioenfonds, de VGW-commissie, de ATV-regeling, de financiële cijfers van de onderneming, de omzetontwikkeling, de werkdruk binnen de afdelingen, werkoverleg en ga zo maar door.
Kortom een ondernemingsraad die onmisbaar is voor Grolsch. Denkt U er dus aan: Januari 1991, verkiezingen voor onze ondernemingsraad!

Vakmanschap is meesterschap



In de winter worden de lijmen vorstvrij getransporteerd in geïsoleerde trucks



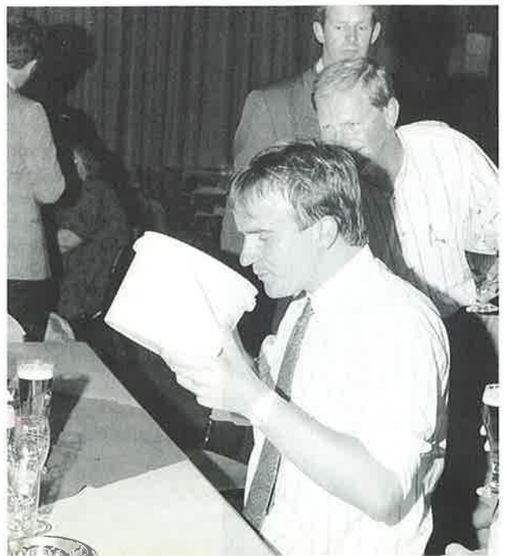
Het laboratorium van National te Zutphen

Mini-cursus

Wij kunnen veel mooie verhalen vertellen over lijmen en hun toepassingen, maar de belangrijkste factor is toch de man of vrouw aan de machine. Hij of zij moet precies weten wat er wel en wat er niet mogelijk is met een bepaalde lijm. Als er bijv. te weinig lijm op de etiketten wordt aangebracht, is het mogelijk dat de volgende dag alle etiketten van de fles vallen. Bij het opbrengen van teveel lijm kan de lijm onder het etiket vandaan lopen en zo de hele fles versmeren. Als een lijm niet 100% op de machine loopt en problemen geeft dan staat niet alleen de etiketteermachine maar ook de rest van de produktielijn stil. Vandaar dat we altijd proberen om onze klanten, en speciaal de mensen die dagelijks met onze lijm werken zoveel mogelijk over lijm te leren. Hiertoe organiseren wij een soort mini-cursus waarin in ca. 2 uur alle eigenschappen van lijm worden behandeld. Ook wij kunnen veel leren door met mensen te praten die dagelijks met onze lijm werken. Zo is bijv. onze Eticol 750 ontwikkeld n.a.v. discussies die wij hebben gehad tijdens het bezoek van 2 groepen produktiemedewerkers van Grolsch uit Groenlo. Door met elkaar over etiketteer-problemen te praten ga je dezelfde taal spreken zodat er bij eventuele vragengeen verwarring meer bestaat over bepaalde begrippen als natte-kleefkracht, settingtijd, hechtings-snelheid, condenswatervastheid, ijswatervastheid, of machinale verwerkbaarheid.

Grolsch is voor mij een klant waar ik graag kom, niet alleen voor het lekkere bier, maar zeker ook vanwege de plezierige manier van samenwerken. Ik hoop dat dit nog vele jaren mag duren en dat ook de mensen uit Enschede het goede voorbeeld van hun collega's uit Groenlo zullen volgen om binnenkort bij ons in Zutphen op bezoek te komen.

Namens National Starch & Chemical B.V.,
Gerrit Dreise



Uit vroeger tijden

In één van de oudste wijken van Enschede, De Bothoven, (waar nog altijd een oude watertoren staat) was het een goede gewoonte, dat de mannen op de dag dat zij in het huwelijk traden – als een soort afscheid van het (goede) leven ervoor – bier uit een pan of een emmertje dronken. Dit moest dan ten overstaan van alle bruiloftsgasten gebeuren. En zo geschiedde het ook op een warme na-zomerse dag in september, dat *een inwoner* uit de wijk De Bothoven (en toevallig werkzaam bij Grolsch) deze goede gewoonte in ere hield door uit een emmertje te drinken. Vroeger gebeurde dat met pils, nu echter werd het edele Amber daarvoor gebruikt. Het huwelijk én het drinken van bier is bij de jonge bruidegom in goede aarde gevallen.

Vanzelfsprekend!



Opleiding

Training effectief telefoongebruik

Maar liefst 21 medewerksters van Grolsch volgden in het voorjaar een cursus 'Effectief Telefoongebruik'. Kernpunten van deze cursus waren ondermeer: Klantgerichtheid, service, efficiency en uiteraard kwaliteit. Tijdens deze trainingen kwam onder andere duidelijk naar voren, dat wij elkaar te weinig op de hoogte stellen waar wij ons bevinden.

Na afloop van deze cursus werden de getuigschriften door de heer *Eric van Eijk* persoonlijk uitgereikt. Op de rechterfoto laat *Ineke Bult-Leeflang* van de afdeling Expeditie zien hoe blij ze is met haar getuigschrift. Bovenstaande groepsfoto die na afloop werd gemaakt, toont dat het niet alleen een leerzame doch ook een prettige cursus is geweest.



De geslaagden voor de Bier-opleidingen A en B gezamenlijk op de foto!



De oogst van het jaar is weer binnen

Evenals vorig jaar om deze tijd kon er na 1 of 2 jaar 'werkend' leren bij de LSBL weer volop worden 'geoogst'.

De eerste oogst vond plaats vrijdag 30 augustus in Ede, waar de heren *A.Rots, M. ter Bogt, H. Postel, W.v.d. Genugten, T. Offenberg* en *W. Delmte* hun certificaten ontvingen voor de A-Basis opleiding.

De A-Basis opleiding is gericht op zgn. 'doorstromers' die na deze opleiding de 2-jarige B-bier opleiding gaan volgen.

De certificaten werden uitgereikt tijdens een bijeenkomst van alle LSBL-deelnemers in Oost-Nederland in de ontvangstzaal van de CST te Ede, waar na de toespraken en een korte excursie, de kandidaten tijdens een informele bijeenkomst gefeliciteerd konden worden.

De tweede oogst vond plaats op woensdag 11 september in Alphen aan de Rijn in een grote lokaliteit in het park Avifauna, waar het district West-Nederland van de LSBL jaarlijks de diploma's uitreikt. Voor het geslaagd afronden van de A-Bier opleiding konden de heren *S. Evers, B. Knol, J. ten Bruin, A. Stappenbeld* en *H. Meyer* hun wel verdiend diploma ontvangen.

Het is de tweede groep afgestudeerden A-biergericht, sinds wij twee jaar geleden gestart zijn met deze opleidingen.

Voor het eerst konden medewerkers het diploma van de twee jarige opleiding B-Bier in ontvangst nemen.

De heren *S. Geverink, J. Dijk, L. Snippert* en *P. Ottink* zijn onze eerste medewerkers die deze opleiding succesvol hebben afgesloten. Al met al knappe prestaties die onze medewerkers hebben verricht.

De Bier-opleiding 'leeft' bij Grolsch. Dit is te merken aan het groot aantal geïnteresseerden, en aan het enthousiasme dat deelnemers tonen voor deze eigen branchegerichte brouwerijopleidingen.

Voor het seizoen 1991-92 nemen er reeds 25 van onze medewerkers deel aan deze opleidingen. Vakmanschap is meesterschap en opleiden is bouwen aan de toekomst!



De A-Basis



E.H.B.O. Grolsch Enschede

Op iedereen rust de plicht naar vermogen hulp te verlenen aan mensen die in nood verkeren. Of deze nood nu het gevolg is van een plotselinge stoornis in de gezondheidstoestand als gevolg van een ongeval of van ziekte, het slachtoffer bevindt zich in een situatie waarin hij afhankelijk is van anderen. Het is daarom van groot belang dat er zo snel mogelijk eerste hulp wordt geboden. Om dit verantwoord te doen is het noodzakelijk dat men weet wat men wel, maar ook dat men weet wat men niet moet doen.

Eerste hulp is die hulp die, in afwachting van deskundige hulp, op verantwoorde wijze door een leek kan worden verleend bij plotseling optredende stoornis in de gezondheidstoestand van een medemens.

Deze situaties doen zich ook voor op de brouwerij. Hoe eerder een EHBO-er ter plaatse is des te groter is de kans dat de schade beperkt kan blijven. Om zo snel mogelijk hulp te bieden is het noodzakelijk dat er over de hele brouwerij EHBO-ers aanwezig zijn.

Op sommige afdelingen zoals de bottelarijen, het kantoor, de elektrotechnische dienst en de werktuigkundige dienst mag het aantal EHBO-ers best uitgebreid worden.

Via deze weg doe ik dan ook een vriendelijk verzoek eens na te denken of deze taak niet voor jou is weggelegd. Het is toch een voldaan gevoel wanneer jij je collega, familielid of wie dan ook door jouw hulpverlening voor erger letsel hebt kunnen behoeden. De daarvoor noodzakelijke kennis en vaardigheden worden geleerd op EHBO-cursussen. Deze worden gedurende de wintermaanden wekelijks door de plaatselijke EHBO-verenigingen gegeven en duren ongeveer 10 tot 12 weken. Aan het eind van zo'n cursus vindt een toets plaats waarna men in het bezit komt van een eenheidsdiploma. Om dit diploma zijn geldigheid te laten behouden dient men jaarlijks minstens zes keer een oefenavond te bezoeken.

Deze avonden worden bij de verenigingen gegeven, maar kunnen ook op de brouwerij worden gevolgd. Elke vierde maandag van de maand om 17.00 uur, uitgezonderd de vakantiemaanden, wordt de stof behandeld die nodig is om de vaardigheid te behouden.

Het voordeel van de oefening binnen de brouwerij is dat deze is toegesneden op de omstandigheden in de brouwerij. Als je interesse hebt neem dan even contact op met ondergetekende.

N.B. Via de studiekostencommissie bestaat de mogelijkheid les- en examengeld terug te krijgen. En zeker vermeldenswaardig is dat de oefenavond ook nog een geldelijke bijdrage oplevert.

Gerard Groote Punt

'...In afwachting van deskundige hulp kan een EHBO-er goed werk verrichten...'

Grolsch evenementen gedurende de afgelopen maanden

Tijdens de afgelopen mooie zomermaanden heeft Grolsch zich uiteraard ook weer gedurende diverse evenementen op uitstekende wijze gepresenteerd.

In de eerste plaats trok deze zomer voor het eerst de *parade* langs een aantal steden in Nederland. De naam 'De parade' zegt u waarschijnlijk nog niet veel, maar als ik zeg dat dit een voortzetting is van de 'Boulevard of broken dreams' van een aantal jaren geleden, gaat er misschien wel een lampje branden. De parade is een soort culturele kermis, waar allerhande artiesten optreden, die zodoende een zinvolle invulling proberen te geven aan de zomerstop van het theaterseizoen.

Na een moeizame start in Den Haag trok het circus naar Amsterdam, waar het weer gelukkig prima meewerkte. Er kwamen veel toeschouwers, die zich gelukkig allemaal de Grolsch Pils, Amber dan wel Stender goed lieten smaken.

Na Amsterdam ging het verhaal verder in Tilburg, waar het fantastische zomerweer waarschijnlijk voor een groot deel verantwoordelijk is geweest voor de geweldige bieromzet.

Het rondje werd uiteindelijk afgesloten in Groningen, met een ietwat tegenvallende publieke belangstelling.



Franke Shoothaak in volle aktie tijdens de barrage om de Grote Prijs van Twente

CSIO Geesteren

In het weekend van 11 augustus werd de traditionele CSIO Geesteren verreden. Zoals bekend, is Grolsch hier reeds sinds jaar en dag aanwezig. Zo ook dit jaar. Ondanks het niet al te beste zomerweer trok dit evenement ook dit jaar weer veel toeschouwers. Deze kwamen echter niet allemaal alleen voor de paardesport.
's Avonds, na afloop van het hippisch gebeuren, zorgde een aantal feestelijke muziekbands, die tot laat in de avond doorspeelden, voor een uitbundige sfeer.

Sport



Nell van Zwieteren krijgt de bezwete shirts overhandigd

Het Melkhuisje

Van 20 t/m 28 juli 1991 werd er op het Melkhuisje te Hilversum voor de 34e keer het internationale tennistoernooi van Nederland gehouden.

Grolsch was met Stender, één van de hoofdsponsoren.

Voor de Evenementenserviceafdeling van Grolsch begonnen de opbouwwerkzaamheden reeds op donderdag 18 juli. Met 4 vrachtauto's vol met materialen was men die morgen al vroeg uit Groenlo vertrokken om binnen de kortst denkbare tijd twee gravel-tennisbanen om te toveren tot een Carribean Bar, Restaurant à la Carte, groot VIP-Restaurant, diverse VIP-ruimtes alsmede een openbare bar op het middenterrein, waar men kon genieten van Grolsch Pils, Stender en Amber. Vooral de Amber werd veel gedronken.

Vanaf woensdagavond 24 juli, overigens de avond waar ook een evenementenploeg twee grote vergaderzalen in Hotel 'Tabak' (thuishaven van de spelers en hun begeleiders) hadden verbouwd tot een Casino en een discotheek, werden de twee laatste gravelbanen op het Melkhuisje nog even veranderd in een VIP-dorp.

Elk van de 20 ruimtes werd voorzien van een eigen mobiele tap. Ook Grolsch was in zo'n ruimte aanwezig om diverse relaties te ontvangen.

'…Het gevolg was dat de 'Grolsch Pub' werkelijk altijd vol zat…'

Alle afdelingen hebben daar met plezier gebruik van kunnen maken. Het gevolg was dat de 'Grolsch Pub' werkelijk altijd vol zat. Het sterke spelersveld, de goede opkomst van de toeschouwers, de ruime aandacht van de media, het schitterende weer en de finalewedstrijd tussen *Magnus Gustafsson* en *Jordi Arrese*, (Gustafsson, nr 15 op de wereldranglijst won deze partij), leidde ertoe dat meteen na afloop van die wedstrijd een meer dan tevreden toernooidirecteur, *Piet van Eijsden*, de nog met zweet druppelende shirts kon aanbieden aan *Nell van Zwieteren*, vrouw van de Evenementenmanager West-Nederland, als blijk van waardering voor de goede samenwerking met Grolsch.

Al met al een toernooi om niet te vergeten, en omlijst met vakmanschap.



Puzzelhoek

De redactie heeft weer véél goede oplossingen gekregen. Toch hadden de meesten de puzzel niet goed ingevuld. (Dat was immers ook de vraag; niet alleen de oplossing moest goed zijn, maar ook de puzzel).

De oplossing was: *Grolsch Kroniek.*

En de antwoorden van de puzzel waren:
Beugel, Amber, laboratorium, fluitje, Stender, redactie, schuim, brouwketel, Peter, logo, Groenlo, kantine en Sterrenslag.

De winnaars van deze Grolsch Kroniek-puzzel, *Anita te Riet, T. Benneker* en *Th. Groot Zevert*, ontvangen een mooie prijs.

Namens de redactie Van Harte Gefeliciteerd!

Nieuwe medewerkers
Enschede



Bokma, Frits Pieter

Geboren 30 augustus 1963 te Leeuwarden.
Wonende te Enschede aan de Oldenzaalsestraat 145.
Functie: Management Development Trainee op de afd. Verkoop Trainees.
In dienst 15-07-'91.



Dietrich, Adriaan Bob

Geboren 9 april 1964 te Hilversum.
Wonende te Enschede aan de Fazantstraat 23.
Functie: Bedrijfskundig Medewerker op de afd. Produktie Control.
In dienst 01-09-'91.



Prins, Arnoldus Antonio

Geboren 24 maart 1962 te Leiden.
Wonende te Amsterdam aan de Van Helt Stocadestraat 36-hs.
Functie: Management Development Trainee op de afd. Produktie Control.
In dienst 01-08-'91.



Dijkhuis, Johanna Maria Willemina

Geboren 22 augustus 1964 te Oldenzaal.
Wonende te Oldenzaal aan de Bleekstraat 53.
Functie: Export Marketing Assistent.
In dienst 01-09-'91.



Westerveld, Albert Christiaan

Geboren 20 oktober 1960 te Amsterdam.
Wonende te Enschede aan de Walkottelanden 32.
Functie: Controller Grolsch N.V.
In dienst 01-09-'91.

Sociale zaken

Uit dienst
Enschede

Rouing, P.P.F.
Functie: Hoofd Inkoop.
Uit dienst 12-06-'91, wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.

Borrenbergs, L.J.M.
Functie: Export Marketing Assistente.
Uit dienst 30-06-'91.

Lap, E.H.W.J.
Functie: Inspecteur op de afd. Horeca District Z.O.
Uit dienst 31-08-'91.

Olthof, C.B.
Functie: Assistente N.A.M. op de afd. Thuisverbruik.
Uit dienst 31-08-'91.

Stel, J.J.
Functie: Inspecteur op de afd. Horeca District Z.W.
Uit dienst 31-08-'91.

Diepenmaat, B.J.
Functie: Draaier/Freezer op de afd. Werktuigkundige Dienst.
Uit dienst 03-07-'91 wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.

Wildenborg, G.H.B.
Functie: Deb. Administrateur op de afd. Boekhouding/Fin. Administratie.
Uit dienst 10-08-'91.

Groenlo

Overkamp, A.J.
Uit dienst 18-08-'91, wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.

Geelink, F.B.
Uit dienst 18-08-'91, wegens het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.



Jubileum J. Visser

Jubileumkalender

Terugblik
Enschede

Meijerink, G.B.W.
25 jaar in dienst.
Receptie 24-05-'91.

H.G. Overkamp, H.G.
In de VUT.
Receptie 28-06-'91.

Visser, H.J.
25 jaar in dienst.
Receptie 16-08-'91.

Visser, J.
25 jaar in dienst.
Receptie 23-08-'91.

Fischer, J.B.
25 jaar in dienst.
Receptie 23-08-'91.

Groenlo

Papen, J.A.G.
25 jaar in dienst.
Receptie 03-07-'91.

Pasman, J.G.H.
Na 40 dienstjaren in de VUT.
Receptie 27-08-'91.

Dimmendaal, G.W.
In de VUT.
Receptie 23-10-'91.

Jubileum J.G.H. Pasman



Jubileum J.B. Fischer





Jubileum H.J. Visser

Promoties

Geverinck, S.G.M., Gist- en lagerkelderman B, 01-07-'91.
Koster, S.M.A., Operator B, 01-07-'91.
Neijsen, M., Operator B, 01-07-'91.
Rijsman, S.J.B., Operator B, 01-07-'91.
Hubers, J.M.N., Operator B, 01-07-'91.
IJzereef, A.M., Operator B, 01-07-'91.



Jubileum J.A.G. Papen

Zilveren insigne

De volgende medewerkers kregen het zilveren insigne voor hun 12½-jarig dienstverband.

Enschede

Munsterhuis, J.A.J., 01-07-'91.
Diepeveen, H.A., 01-08-'91.
Kalkeren, A. van, 03-08-'91.
Keesmaat, A.G.J., 01-09-'91.

Groenlo

Hoopen-Konniger, mevr. *D.M.W. ten*, 01-07-'91.
Hobé, G.J.H., 02-07-'91.
Hartman, H.J.G.M., 15-07-'91.
Goossens, B.J.A., 05-08-'91.

Komende recepties
Groenlo

Klein Tank, G.M.B.
25 jaar in dienst.
Receptie 01-11-'91.

Gerritsen, mevr. C.M.H.
Na 25 dienstjaren in de VUT.
Receptie 27-11-'91.

Wolterink, A.J.G.
25 jaar in dienst.
Receptie 12-12-'91.

Spekschoor, W.J.
In de VUT.
Receptie 20-12-'91.

Tweede kwartaalverslag

Enschede 1991

ideeënbus

In het tweede kwartaal van 1991 zijn totaal 24 ideeën binnen gekomen, waarvan er 9 zijn afgehandeld en 15 nog in behandeling zijn. De volgende beloonde ideeën (1990 en 1991) zijn in het tweede kwartaal 1991 afgehandeld.

1 Het betreft hier een idee voor de automatische krattencontrole, waarbij de uitstoter 2 handelingen (wegdraaien lege kratten en 'lucht' inschakelen) in één keer krijgt. Volgens de indiener kan dit via een technische aanpassing. Dit is een goed idee, de indiener heeft een beloning van f 200,– en een gegraveerd glas ontvangen.

'…Een leuk idee: onder de indieners van gehonoreerde ideeën een gratis ballonvaart verloten…'

2 Door het plaatsen van een overbruggingsschakelaar bij de inloop van de spoelmachine van kolonne 8, kunnen er veel storingen worden voorkomen omdat deze schakelaar er voor zorgt dat de fotocel de flessen die te ver uit de korfen steken signaleert. Dit is een goed idee en de indiener heeft een beloning van f 200,– en een gegraveerd glas ontvangen.

3 Volgens de indiener levert het een besparing op hopextract te gebruiken i.p.v. hoppallets, omdat de kostprijs van hoppallets hoger ligt. De indiener heeft een voorlopige beloning van f 50,– ontvangen, omdat er besloten is proeven hiermee voorlopig uit te stellen, maar het kan zijn dat in de loop der tijd dit onderwerp wederom aan de orde komt.

4 Door sproeikopjes aan de onderkant van de krattenbaan te plaatsen nemen volgens de indiener de storingen af, omdat de motor en de banden minder zwaar lopen. De indiener heeft een aanmoedigingspremie van f 50,– ontvangen.

5 De indiener kwam op dit idee, doordat de zon die door de ramen scheen op de voorbijgaande flessen viel en hij zo een aantal breukflessen ontdekte. Door een lamp te plaatsen krijg je hetzelfde effect. Dit is een goed idee en de indiener heeft een beloning van f 200,– en een gegraveerd glas ontvangen.

6 De indiener wilde een gladdere afwerking van de folie van de Stender-fles door een rol met soepel schuim van een bepaalde dikte over de volle bakken te laten lopen. Dit idee wordt structureel aangepakt met een nieuwe machine. De indiener heeft een aanmoedigingspremie van f 50,– ontvangen.

7 De indiener wil de lift van het hophok vergroten, zodat er een pallet in kan. Wanneer er nu hop naar boven moet zijn er 2 personen nodig en als de lift groter is dan kan één persoon hetzelfde werk alleen doen. De indiener heeft een aanmoedigingspremie van f 40,– ontvangen.

8 Een luchtsetje bij de portiersloge neer hangen, zodat men ook 's morgens voor 08.00 uur en 's avonds na 16.30 uur een auto- of fietsband kan oppompen. De indiener ontvangt een beloning van f 100,– en een gegraveerd glas.

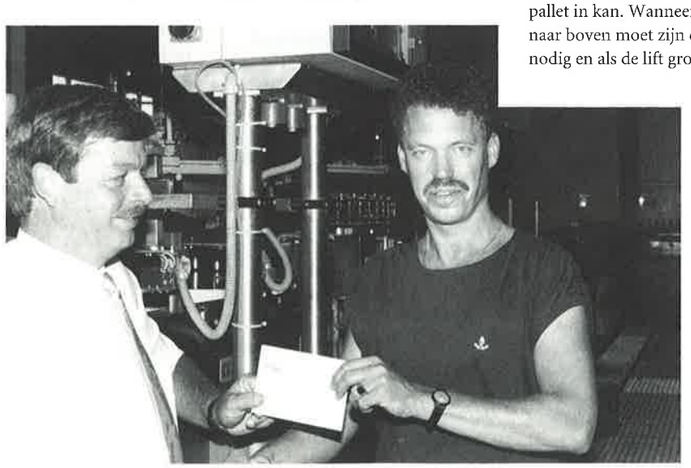
9 Het idee betreft een andere wijze van koolzuurdosering in de apollo's t.b.v. Stender. Dit gebeurt nu met een spiraal die in de kegel van de apollo's ligt gedoseerd in de Stenderwort. De wort is zo sterk gekoeld dat er zich boven in de apollo's ijs vormt. Dit valt naar beneden op de spiraal, waardoor deze vervormt. De indieners hebben een aanmoedigingspremie ontvangen van f 25,–.

10 De indiener wil graag een warme luchtblazer en een ventilator in de brug van kolonne 10 hebben geplaatst, om het vocht te verwijderen wat er ontstaat wanneer het buiten koud is, waardoor het in de brug nat en gevaarlijk is. De indiener heeft een aanmoedigingspremie van f 50,– ontvangen.

11 Door een gesloten systeem te maken voor het smeren van vrachtwagenkleppen, de kabels en het wielmechanisme etc., hoeft dit volgens de indiener niet meer handmatig te gebeuren. Dit geeft voordeel en tijdwinst en minder kabelbreuk. De indiener heeft een aanmoedigingspremie van f 50,– ontvangen.

12 Het betreft hier een idee om de stofafzuiging in de werkruimte te verbeteren door de sluizen te vervangen door pneumatische plaatsafsluiters. Dit geeft minder kans op (stof-) explosiegevaar en een verbetering van de werkomstandigheden. De indiener heeft een aanmoedigingspremie van f 40,– ontvangen.

Voor het idee betreffende bijvuller B van kolonne 8 ontving dhr. *Nijkamp* uit handen van de heer Snel van Soc. Zaken een gegraveerd glas en en beloning van f 150,–



Eerste halfjaar

Groenlo 1991

In het eerste halfjaar van 1991 bereikten in Groenlo maar liefst 15 voorstellen de ideeënbus (t.o.v. 14 in 1990, 5 in 1989, 5 in 1988, 9 in 1987 en 6 in 1986).
Van deze 15 voorstellen zijn er reeds zeven volledig afgehandeld: 3 beloningen, 2 aanmoedigingspremies (f 35,– en f 50,–) en 2 afwijzingen. Acht voorstellen zijn nog in behandeling (waarvan reeds nu bekend is dat er twee zullen worden uitgevoerd).



Voor een veilige bewaar- en opslagplaats voor tonerpatronen van kopieermachines diende mevr. *L. Wevers* een idee in. Voor dit goede idee ontving zij een gegraveerd glas en een beloning van f 150,– van dhr. *Homan*, bestuurslid van de ideeënbuscommissie.



Mevr. *J. Bergman-Kreese* had het idee ingediend om onder de indieners van gehonoreerde ideeën een gratis ballonvaart te verloten. Voor dit leuke idee ontving zij uit handen van dhr. *P.P. Snoep* een gegraveerd glas en een beloning van f 150,–. Op de foto trekt de heer Snoep het winnende lot.

Beloonde ideeën

1 Veiligheidsidee ingezonden door dhr. *W.L. Papen* van de afdeling bierloods, kolonne 1. Het betreft het afbakenen van het laatste stuk van de lopende band ter bevordering van het overzicht. Beloning f 150,–.

2 Ingezonden door dhr. *H.T.M. Goossens*. Het betreft het plaatsen van een zeefje onder in de trechters die bestemd zijn voor het restbier. Het komt namelijk regelmatig voor dat de hals van de trechter verstopt raakt door bijv. glas of papier. Het zeefje kan gemaakt worden van RVS geperforeerde plaat en kan bevestigd worden door bijv. lassen.
Beloning f 150,–.

3 Ingezonden door dhr. *B. Abbink*, van de bliklijn. Zijn idee betreft de vulhoogtecontrole met een uitsortering van ondervulde blikken in de blikkolonne. De uitstoter is afgesteld op 33 cl-blikken met als gevolg dat de uitgesorteerde 44 cl-blikken omvallen. het idee betreft het in hoogte verstelbaar maken van de uitstoter zodat alle blikken correct worden uitgesorteerd zonder om te vallen. Beloning f 150,–.

De twee hieronder vermelde voorstellen zullen worden uitgevoerd. Na uitvoering zal de commissie overgaan tot vaststelling van (de hoogte van) de beloning.

1 Ingezonden door dhr. *H.J.G.M. Hartman* van kolonne 6. Het voorstel betreft het aanbrengen van een derde vulhoogte op de Oritron bij de plakmachine, nl. de overgevulde vulhoogte. Van de overgevulde vulhoogte blijkt de vulmonding bij acht van de tien flessen stuk te zijn aan de buitenkant.

'…De zeeptonstandaard … de breukflessenlamp … het luchtsetje…'

2 Dhr. *Elzinga* stelde voor om bij kolonne 6 een 'zeepton' op een standaard te plaatsen, dit ter voorkoming van het knoeien met zeep met als gevolgd daarvan een spekgladde vloer.





De zomer van 1991

Ook in 1991 was de afdeling evenementen weer present op honderden en honderden evenementen. Nederland gaat zomers uitbundig uit z'n bol, het seizoen wordt steeds langer en de feesttenten worden jaarlijks groter en voller. Het sukses voor een goede afwikkeling is een goede planning van materialen en van een strak schema met betrekking tot de opbouw en afbouw van materialen. Dit betekent een flexibele opstelling van onze medewerkers waarbij motivatie en gevoel voor service en kwaliteit voorop dient te staan. Ook dit jaar hebben we de klussen weer geklaard, met behulp van de andere afdelingen, en geassisteerd door veel vakantiewerkers en seizoenskrachten.



Ook bij de kermis in *Varseveld* staan onze biertanks opgesteld. Als de leidingen niet onder de vloer kunnen, dan gaan we boven door de tent, waar op 50 meter van de tank een heerlijk glas Grolsch bier getapt kan worden.



Een impressie van de opbouw van het CSI te *Geesteren* waar een 20-tal bierkramen op onze biertanks zijn aangesloten. De watergekoelde bierleidingen gaan onder de vloer naar de buffetten. Buiten worden de leidingen via schutbuizen in de grond gelegd.



De redactie is alweer druk doende om het volgende nummer van dit jaar vóór de Kerstdagen bij u thuis te krijgen.

Ook in de laatste maanden van het jaar zijn er tal van zaken die onze aandacht vragen en waarover wij u graag zullen berichten...