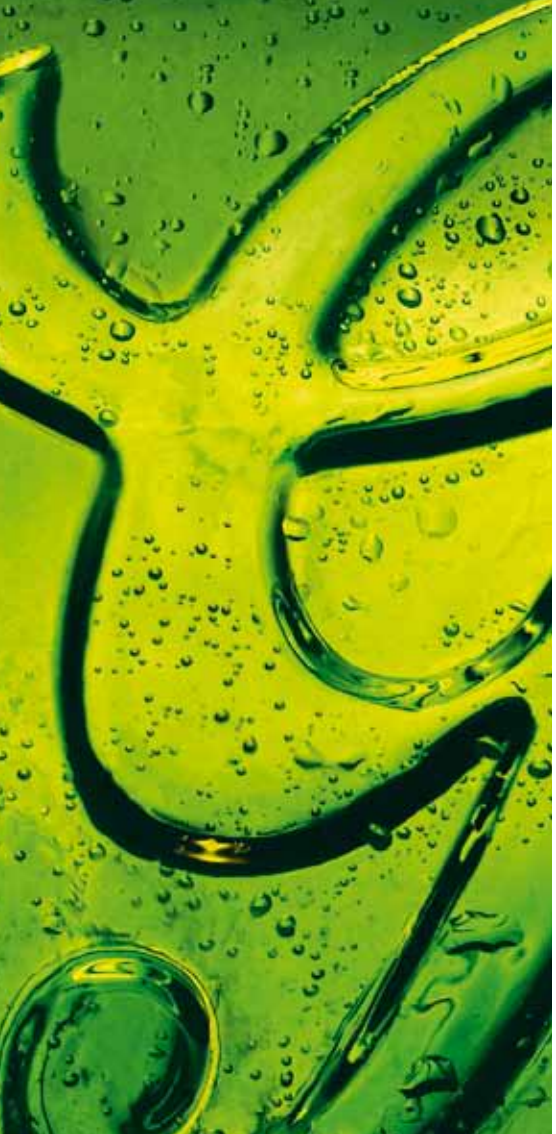


ALLES OVER GROLSCH





Inhoudsopgave

1. Bier- en Grolsch geschiedenis	4
2. Bierbereiding	21
3. Bier & gezondheid	31
4. Bierverordening	35
5. Grolsch producten	39
6. Grolsch campagnes	46
Bronnen	51

Alles over Grolsch

Inleiding

Bier is een fantastisch natuurlijk product. Het kent vele smaken, waardoor er vrijwel voor ieder moment een bijpassend bier bestaat. Onze voorgangers hadden dit honderden jaren geleden al ontdekt. Er zijn zelfs tijden geweest dat er meer bier werd gedronken dan water. Dat kan en wil je je nu niet meer voorstellen. Maar het neemt niet weg dat het een bijzonder product is, waar veel over te vertellen valt.

Heb je je wel eens afgevraagd hoe bier is ontstaan? Waar het van wordt gebrouwen of hoe het wordt gebrouwen? Hoe Grolsch aan haar naam is gekomen of wat de kenmerken zijn van de verschillende Grolsch bieren? Dan heb je bij deze alle antwoorden in handen. Kom ook een keer naar de brouwerij-tour in Enschede. Daar kan je alles met eigen ogen waarnemen.

Veel leesplezier!

Koninklijke Grolsch N.V.

Bier- en Grolschgeschiedenis

De eerste beschaving: de Sumeriërs

De oorsprong van bier ligt in het Midden-Oosten, in het land genaamd Mesopotamië: het huidige Irak. In dit vruchtbare gebied gaan ongeveer 10.000 jaar v. Chr. de eerste mensen wonen. Dit volk, de Sumeriërs, ontdekt tijdens het brood bakken toevallig dat je met graan ook een soort zoete, alcoholhoudende, voedzame en dorstlessende pap kan maken. Hiermee is de basis voor bier een feit.





Bier brouwen groeit in Egypte uit tot een hele industrie waarin zowel mannen als vrouwen aan het werk zijn. ‘Het geschenk van de Zonnegod’ is heilig en een belangrijk onderdeel van het voedselpakket. In de bronstijd (ongeveer 3000 tot 800 v. Chr.) wordt bier ook gebruikt als betaalmiddel. Bier als salaris dus!



Vanaf de 11^e eeuw ontstaat er in Noord-Europa een stedelijke cultuur. De vraag naar bier neemt toe en brouwen op het platteland wordt overgenomen door de bewoners van de steden.

Aan het eind van de middeleeuwen dronk men per persoon tussen de 250 en 700 liter bier per jaar.



Plezier met muziek en bier
Adriaen van Ostade (1673)

De geboorte van Grolsch

1615 is het geboortjaar van Grolsch wanneer brouwer Willem Neerfeldt zich in de stad Grol vestigt, dat we tegenwoordig kennen als het Achterhoekse Groenlo. De bierbrouwerij wordt opgericht tijdens het 12-jarig bestand (1609 tot 1621) gedurende de 80-jarige oorlog, in een periode waarin er een wapenstilstand is. Neerfeldt ziet een goede investering in het voorzien van bier voor de dorstige soldaten.



Groenlo 16^e eeuw

Peter Cuyper trouwt met Jenneken, de dochter van Willem Neerfeldt, en neemt in 1650 de brouwerij over. Hij wordt beschouwd als de grondlegger van de Grolsche Bierbrouwerij en blijkt een succesvolle ondernemer, die niet voor niets de eervolle benoeming tot gildemeester krijgt.



Peter Cuyper

Lange tijd is bier de meest gedronken drank onder het gewone volk, maar rond 1760 brengen de schepen uit de koloniën exotische concurrenten mee, zoals koffie, thee en chocola. Ook vormen wijn en gedistilleerde drank als brandewijn en jenever een bedreiging. De belasting hierop is namelijk veel lager en men heeft er veel minder opslagruimte voor nodig. Tevens stijgen de graanprijzen waardoor veel bierbrouwers jenever gaan produceren. De brouwerij in Groenlo blijft echter trouw aan het brouwen van hun kwaliteitsbier.

Theo de Groen, de introductie van de beugelfles en andere uitvindingen

Omdat de brouwerij in Groenlo in 1806 van vader op schoonzoon over gaat, verandert de naam van de eigenaren van Cuyper in Harperink. In 1850 bedient de brouwerij van Harperink niet alleen Groenlo, maar het hele gebied tussen Winterswijk, Haaksbergen en Deventer, waardoor de vraag naar bier van 'De Klok' te groot wordt voor de kleine brouwerij in het centrum van Groenlo.

In 1876 bouwen de gebroeders Petrus en Willem Harperink daarom net buiten de stadswallen een nieuwe brouwerij.





De investering in deze nieuwe brouwerij is helaas te groot en de zaken lopen niet als verwacht, de omzet daalt en het bedrijf verliest de goede naam. In 1895 wordt er dan ook besloten om de brouwerij te verkopen aan Theo J. de Groen, een brouwer uit Utrecht. ‘Beiersch Bierbrouwerij De Klok’, brouwer van ‘Grolsch bier’ bloeit onder leiding

van de familie De Groen al snel weer helemaal op.

In datzelfde jaar wordt ook de Enschedese Bierbrouwerij, de E.B.B., opgericht door een aantal Enschedese textielfabrikanten, handelaren en bankiers. De textielfabrikanten in Enschede zijn bezorgd om het jenevergebruik van hun arbeiders en willen hen een gezonder alternatief bieden.

In 1897 introduceert Theo de Groen van brouwerij ‘De Klok’ de halve liter beugelfles. Deze unieke fles geeft Grolsch zijn karakteristieke uiterlijk en wordt wereldwijd gewaardeerd als een teken van kwaliteit.



Sinds het einde van de 19e eeuw volgt de brouwindustrie de industriële ontwikkelingen op de voet. De uitvinding van de stoommachine, de thermometer, de densimeter (dichtheidsmeter van vloeistoffen) en saccharometer (waarmee het suikergehalte gemeten kan worden) zijn belangrijk voor de groei mogelijkheden van de brouwerijen.



In 1878 ontwikkelt Carl Linde de eerste koelmachine die ook Grolsch in de loop van de tijd aanschafft. De Deen Emil Hansen vindt een methode

uit om zuivere gist van één stam te kweken. Ook Grolsch kweekt een eigen unieke en geheime stamgist om er voor te zorgen dat het karakteristieke Grolsch bier een constante en voorspelbare kwaliteit heeft.





Grolsch tijdens en na de Eerste en Tweede Wereldoorlog

De Enschedese Brouwerij heeft het tijdens en kort na de Eerste Wereldoorlog erg moeilijk. Theo de Groen wordt benaderd, wat in 1922 leidt tot een fusie tussen beide brouwerijen, onder de nieuwe naam NV Bierbrouwerij 'De Klok' Enschede - Groenlo. Doordat de biergrondstoffen vlak na de Eerste Wereldoorlog schaars zijn, openen



veel brouwerijen een limonade-afdeling, zo ook brouwerij 'De Klok'. Hier wordt succesvol verschillende smaken limonade-siroop en limonade-gazeuse gefabriceerd, zoals de 'Golden 5' en de tonic 'McGreen'. 'De Groen's Limonades' is de naam, wat later wordt veranderd in de afkorting 'Grol'.



In 1954 verandert de naam van de snel groeiende brouwerij NV Bierbrouwerij 'De Klok' Enschede - Groenlo in 'Grolsche Bierbrouwerij NV'.



In 1972 brandt een gedeelte, namelijk de opslagloods voor de flessen, van de limonadefabriek in Groenlo af. In plaats van deze opslagloods te herbouwen wordt er in 1976 besloten om te stoppen met de fabricage van limonade en gazeuses. Grolsch



besluit zich vanaf dat moment te richten op wat ze het beste doet: het brouwen van bier. Alleen de siroop van Grolri wordt nog tot midden jaren '90 geproduceerd.



Voor de jaren '80 werd er wel eens een lading Grolsch naar het buitenland geëxporteerd, maar de eerste echte stap in het buitenland

wordt gezet in 1976, als in Amerika de dochteronderneming 'Grolsch Importers Inc.' geopend wordt. Ook in Engeland valt de groene exportfles met beugel (de 'Swingtop') op. Sindsdien groeit de buitenlandse interesse voor Grolsch bier elk jaar.





In 1984 besluit Grolsch naar de beurs te gaan. In 1995 krijgt de brouwerij het predikaat 'Koninklijk', ter gelegenheid van het 100-jarig jubileum van



de Enschedese Bierbrouwerij. Om hiervoor in aanmerking te komen moet een organisatie een zeer belangrijke plaats innemen in het vakgebied, van landelijke betekenis zijn en minimaal honderd jaar bestaan. De Koningin onderscheidt niet meer dan één organisatie per branche, Koninklijke Grolsch is dan ook de enige bierbrouwerij met dit eervolle predikaat. Stapsgewijs trekt de familie De Groen zich terug uit de 'Koninklijke Grolsch N.V.' en wordt er een nieuwe directie van buiten aangetrokken.



Herstel werkzaamheden gist- en lagerkelder



Samen beugelen
in Groenlo



Eerste afvulling na de ramp



De vuurwerkramp

Op 13 mei 2000 wordt het brouwerijcomplex in Enschede zwaar getroffen door de vuurwerkramp in de woonwijk Roombeek, op slechts 200 meter afstand. Er zijn geen slachtoffers bij Grolsch omdat de ramp op een zaterdag plaatsvindt. Wel is er veel materiële schade. Het duurt een half jaar voordat de brouwerij weer vol in bedrijf is.

De nieuwe brouwerij

De plannen voor een nieuw brouwerijcomplex op de grens van Boekelo en Enschede, dat de beide oude brouwerijen in Enschede en Groenlo vervangt en verenigt, liggen op het moment van de vuurwerkramp al klaar. De eerste steen wordt gelegd op 30 mei 2002 en op 7 april 2004 opent de meest geavanceerde brouwerij ter wereld haar deuren.

Op dit moment voldoet de brouwerij van Grolsch aan de modernste eisen op het gebied van milieu en loopt daarnaast voor op de komende wetgeving en technische en maatschappelijke ontwikkelingen. Dit neemt niet weg dat het bier nog steeds volgens 4 eeuwen oude traditie gebrouwen wordt, onder het vertrouwde motto 'Vakmanschap is Meesterschap'.



Bier mag weer gezien worden



Op 5 februari 2007 introduceert Grolsch een nieuwe, transparante groene fles. Deze fles vervangt het oude bruine pijpje en heeft 10% meer inhoud. De stijlvolle nieuwe fles veroorzaakt met z'n opvallende design en prachtige details, een ware revolutie in het bierlandschap. De

fles heeft afgeplatte zijkanen, een verticaal Grolsch-reliëf op beide zijden en draagt uitsluitend een halsetiket. Op 12 februari 2008 volgt de beugelfles. De fles die is uitgegroeid tot het boegbeeld van Grolsch onderging ook de metamorfose. De nieuwe groene beugelfles laat zich het best omschrijven als een fles met karakter voor bier met karakter. De beugelfles oogt slanker maar de karakteristieke vorm en beugelsluiting zijn behouden gebleven.

SABMiller

Sinds februari 2008 is Grolsch een dochteronderneming van SABMiller plc. SABMiller is met ruim 70.000 medewerkers de op één na grootste bierbrouwer ter wereld, brouwt ongeveer 213 miljoen hectoliter per jaar, heeft meer dan 200 merken in haar portfolio en is in meer dan 75 landen wereldwijd actief.



De vier belangrijkste biermerken die door SABMiller wereldwijd worden gevoerd zijn het Tsjechische Pilsener Urquell, het Italiaanse Peroni Nastro Azzuro, Het Amerikaanse Miller en ons eigen Twentse Grolsch.

Beeldmerken door de jaren heen

Al vanaf het begin van de twintigste eeuw wordt het beeldmerk van Grolsch in ere gehouden. Dit beeldmerk is de naam in zwierige 'script' letters geschreven en een hopsymbool, met de korenaar, de hopbellen en -bladeren en de letters G en B (van Grolsch Bier). Een enkele keer is hier van afgeweken door bijvoorbeeld een gotische letter uit te proberen. Vele jaren is het merk Grolsch herkenbaar in rode letters op een gele achtergrond.



Deze kleurencombinatie was echter voor de export ongebruikelijk, hier gebruikte de brouwerij groene letters op een witte achtergrond. In de jaren '90 wordt het groen wit in de totale huisstijl van Grolsch doorgevoerd

om een wereldwijd consistent beeld te voeren. Er is voor de kleur groen gekozen omdat dit een logische kleur is voor het natuurproduct bier. De kleur wit, in contrast met het groen, staat voor de reinheid en kwaliteit van Grolsch bier. De kleur rood in het hopsymbool staat voor de passie van de Grolsch medewerkers.



De herkomst van het woord 'bier'

Vaak wordt aangenomen dat het woord 'bier' afstamt van het Latijnse woord 'bibere', wat drinken betekent. De Romeinen hebben echter een hele andere benaming voor bier, namelijk 'cerevisia', wat erg lijkt op het Spaanse woord voor bier, 'cerveza'. De benaming 'bier', wat staat voor 'ale' met toevoeging van hop, komen we als eerste tegen bij de Germanen in Duitsland.

Volgens oud-Noorse sagen drinken gewone mensen 'alu', waar het Engelse woord 'ale' van afstamt. 'Ale' is eeuwenlang een betekenis voor een drank die wordt gemaakt uit de vergiste suikers van mout en op smaak wordt gebracht met planten, kruiden en specerijen, maar geen hop. De benaming pils is afgeleid van de Tsjechische stad Plzň (Pilsen), dat vanaf 1842 beroemd wordt om zijn heldere en hoppige bier. Het woord 'brouwen' stamt uit het Keltische woord voor mouten: 'brace'.

Beeld van het Zweedse eiland Gotland (700 n.Chr.).
Een omgekomen Viking wordt met een drinkhoorn
ontvangen in het Walhalla. Broa Halla, Zweden.



Bierbereiding



Voor het brouwen van Grolsch Premium Pilsner is water, gerstemout, hop en gist nodig. Voor sommige andere Grolsch bieren kunnen er nog één of meer grondstoffen worden toegevoegd. Grolsch 2.5 Lemon krijgt haar lemonsmaak bijvoorbeeld door een vleugje citroen en het Grolsch Premium Weizen wordt gebrouwen met toevoeging van tarwemout.

Aan het brouwwater dat Grolsch gebruikt, worden de hoogste en strengste eisen gesteld. Het water komt dan ook niet gewoon uit de kraan maar het wordt uit de natuurlijke bronnen van Grolsch gepompt. Deze bronnen liggen in de

Twentse gebieden Schreurserven, Kotkamp en Lonnekerbleek en via een pijpleiding van ongeveer zeven kilometer wordt het water uit deze gebieden naar de brouwerij getransporteerd. In de brouwerij wordt het water gezuiverd (gedeeltelijk ontkalkt waardoor het zachter wordt) en gefilterd.



Gerstemout

Grolsch haalt de beste gerstsoorten uit Zuid- en Midden-Nederland, Frankrijk, Engeland en Duitsland. Voordat het gerst verandert in gerstemout (kort gezegd mout) is eerst een behandeling nodig die plaats vindt in de eigen mouterij van

Grolsch. Deze mouterij staat in Kloosterzande (Zeeuws Vlaanderen) en zorgt voor ongeveer 60% van het totale mout dat Grolsch nodig heeft. De andere 40% mout komt uit mouterijen in Duitsland en Nederland.



Hop

Hop is een kruidsoortig gewas en zorgt voor de karakteristieke lichtbittere smaak en voor de houdbaarheid van Grolsch bier. Voor het brouwproces wordt alleen de onbevruichte vrouwelijke plant gebruikt. Grolsch gebruikt hopsoorten zoals Columbus, Magnum, East Kent Golding en Perle uit verschillende

gebieden, voornamelijk uit Zuid Duitsland, Engeland en Amerika. Elke biersoort van Grolsch heeft zijn eigen hop-dosering voor de smaak, de aroma, de schuim-stabiliteit en voor de houdbaarheid.

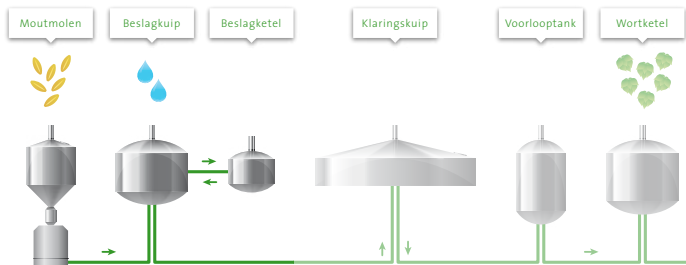
Gist

Gist is officieel geen grondstof maar een eencellig micro-organisme dat moutsuikers omzet in alcohol en koolzuur. Grolsch heeft een geheime, unieke en zorgvuldig bewaarde gist-stam.



Grolsch gebruikt twee soorten brouwgist: hoge en lage gist. Hoge gisting gebeurt bij een hoge temperatuur (10 tot 25°C) en zodra het gist zijn taak heeft voldaan stijgt het naar boven, vandaar de naam 'bovengistend bier'. Bij lage gisting bij een lage temperatuur (6 tot 10°C) zakt de gist na het gisten naar de bodem. Hier komt de toepasselijke naam 'ondergistend bier' vandaan.





Moutsilo's

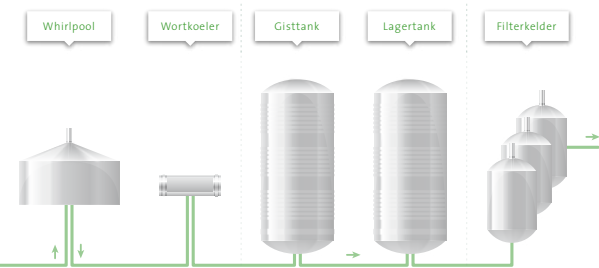
Als de vrachtwagens met het gerstemout eenmaal bij de Grolsche Bierbrouwerij aangekomen zijn, wordt het mout eerst schoon gemaakt door middel van een zogenaamde 'combi-cleaner'. Hierna wordt het mout opgeslagen in grote moutsilo's.

Moutmolen

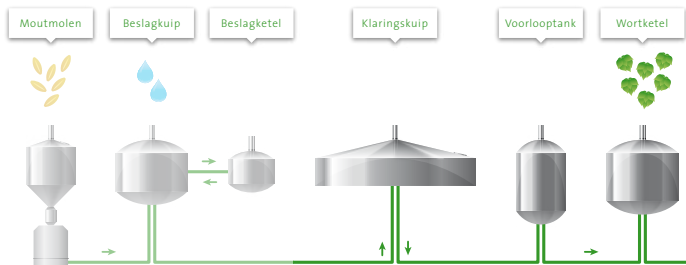
Vanuit de moutsilo's wordt het mout naar de moutbuffertank gebracht. Het mout valt via een sluis (waar het enkele minuten wordt geweekt in brouwater) in de moutmolen waar het vervolgens tot beslag wordt gemalen tussen twee walsen. Onder de moutmolen zit een pomp die dit beslag naar de beslagkuip pompt.

Beslagkuip en beslagketel

De beslagkuip heeft een roerwerk, zodat het beslag goed gemengd blijft. De begintemperatuur is 63°C. Eenderde deel van het beslag wordt overgebracht naar de beslagketel, opgewarmd naar kooktemperatuur (100°C) en onder het roeren door weer toegevoegd aan de beslagkuip.



De eiwitten die in het beslag zitten worden afgebroken, wat belangrijk is voor de latere kwaliteit van Grolsch bier. De temperatuur van het gehele mengsel in de beslagkuip komt uiteindelijk uit op 76°C.



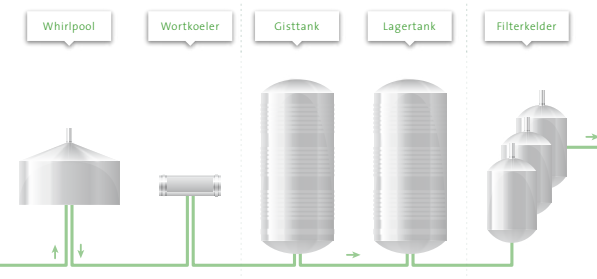
Door deze langzame en gelijkmatige verwarming in twee stappen (de zogenaemde decoctie-methode) breken de enzymen die in het mout aanwezig zijn het zetmeel in het beslag af, om die om te zetten in suikers.

Klaringskuip en voorlooptank

Aan het eind van het versuikeringsproces in de beslagkuip is er een mengsel ontstaan van onopgeloste en opgeloste stoffen die gescheiden moeten worden. Dit wordt gedaan in een ‘klaringskuip’, een grote ketel met een zeefbodem. De vaste delen slaan neer op de zeefbodem en de zoete vloeistof, die we ‘wort’ noemen, lekt daar doorheen. Onder de zeefbodem wordt het wort vervolgens opgevangen in de voorlooptank.

De vaste delen die overblijven op de zeefbodem van de klaringskuip, worden ‘bostel’ genoemd. Deze bostel bevat nog veel moutsuikers en wordt daarom uitgewassen met warm brouwater, dat vervolgens ook naar de wortketel wordt gevoerd. De uitgewassen bostel is een waardevol bijproduct dat veel eiwit bevat en wordt verkocht als veevoer.

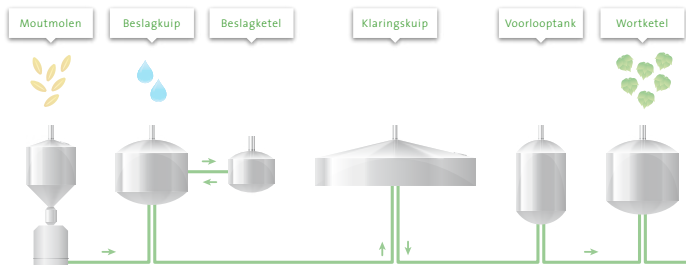




Wortketel

Vanuit de voorlooptank wordt de wort naar de wortketel gepompt en aan de kook gebracht (100°C). Dit geeft het Grolsch bier een mooie lichtbruine kleur en de enzymen worden door het koken in hun omzettingsprocessen gestopt. Tevens wordt de wort door het koken gesteriliseerd zodat bederf wordt voorkomen. Als de wort kookt wordt er hop toegevoegd waardoor het Grolsch bier zijn aangename bittere smaak en zijn typische hopgeur krijgt. Door het koken verdampt tevens water waardoor het suikerpercentage van de wort stijgt tot de gewenste hoeveelheid. Behalve water worden ook ongewenste geurstoffen uitgedampt en uit de wort verwijderd.





Whirlpool

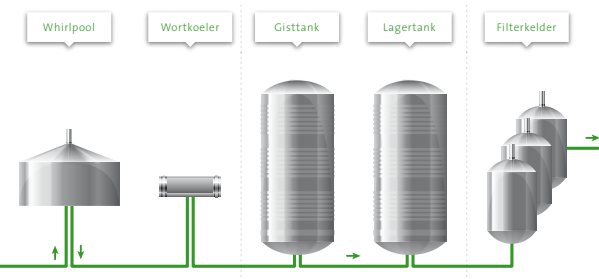
Door het intensieve koken in de wortketel vlokt een deel van de opgeloste eiwitten uit, ofwel deze gaan klonteren. Het verwijderen van deze eiwitten gebeurt op 100°C in de zogenaamde ‘whirlpool’ (een soort centrifuge) en is nodig omdat het Grolsch bier anders troebel wordt tijdens het bewaren in de fles. Hierna worden de eiwitten toegevoegd aan de bostel en de overgebleven wort in de whirlpool gaat verder naar de wortkoeler.

Wortkoeler

In de wortkoeler wordt de wort snel afgekoeld tot ongeveer 8°C. De heldere, gekoelde wort heet vanaf nu ‘aanstelwort’ en is gereed om naar de gist- en lagertanks afgevoerd te worden.

De gist- en lagertanks

Met de eigen giststammen van Grolsch worden in de gisting-tanks de moutsuikers in de wort omgezet in alcohol en koolzuur, waarna we spreken van ‘jongbier’. De gist- en lagertanks voor ondergistend bier (de ‘vierbrouwseltanks’ en ‘vijfbrouwseltanks’ die langs de snelweg te zien zijn) hebben een inhoud van ongeveer 2.000.000 tot 2.500.000 glazen Grolsch bier.



De tanks voor bovengistend bier (de tweebrouwseltanks, ook wel Dikke Bertha's genoemd) bevatten ongeveer 100.000 glazen Grolsch bier. Bij ondergistend bier kan de gist dat op de bodem ligt worden afgetapt en opnieuw worden gebruikt om verse brouwsels uit het brouwhuis te vergisten. Bij de gist- en lagertanks met bovengistend bier kan de gist niet hergebruikt worden. De gist die uiteindelijk over blijft, wordt verder verwerkt tot producten voor de cosmetische- en levensmiddelenindustrie. Het jongbier wordt gelagerd bij circa $-1,5^{\circ}\text{C}$ waardoor de laatste eiwitten uit kunnen vlokken. Door het lageren krijgt Grolsch bier zijn natuurlijke houdbaarheid en zijn karakteristieke smaak. Na de lagering wordt het jongbier lagerbier genoemd.

Filterkelder

Voordat het lagerbier geschikt is voor het afvullen en het helderbier genoemd mag worden (met uitzondering van Premium Weizen), moet het in filtertanks op een constante lage temperatuur (0°C) gefilterd worden. Dit gebeurt om alle overgebleven gisten en eiwitten te verwijderen. Het bier wordt hierna koud opgeslagen in grote helderbier tanks waar het beschikbaar is voor de diverse afvullijnen.



Bottelarij

Het Grolsch bier dat gebrouwen is en klaar ligt in de grote helderbiertanks is nog niet te gebruiken voor de consument. Daar zorgt de afdeling Bierverwerking voor, in de zogenoemde Bottelarij. Naast de vele verschillende soorten flessen worden hier ook blikken in alle maten, fusten, tanks en speciale verpakkingen afgevuld. In totaal worden er op deze afdeling o.a. 200 verschillende verpakkingstypen afgevuld.

Logistiek

Volledig geautomatiseerd worden alle verpakkingen naar de magazijnen getransporteerd, waar ze worden opgeslagen of ingeladen in de vrachtwagens die ze direct of indirect naar hun eindbestemming vervoeren. Een volledig geautomatiseerde opslag, monorails en laad- en losbanen zorgen ervoor dat er dagelijks meer dan 6,5 miljoen glazen Grolsch bier de brouwerij verlaten naar Grolsch klanten en consumenten over de hele wereld. Per vrachtwagen, spoor of boot vervolgen de Grolsch bieren hun weg naar supermarkten, slijterijen en horeca-bedrijven in meer dan 70 landen.

Bier & gezondheid

Grolsch drink je voor je plezier en voor je genot. Voorwaarde is wel dat het met mate, of in sommige situaties helemaal niet, wordt gedronken. Grolsch zet zich dan ook in voor een verantwoord gebruik van haar producten. Daarnaast vindt ze dat de productie van bier het milieu zo weinig mogelijk mag belasten. Maatschappelijke verantwoordelijkheid is iets wat Grolsch serieus neemt en verantwoord gebruik en verantwoorde productie staan dan ook hoog op de agenda.

Bier & duurzaamheid

Vanaf 2001 is er de overeenkomst Convenant Benchmarking Energie-efficiency (door het ministerie van Economische Zaken en meerdere brancheorganisaties ondertekend). Deze overeenkomst is bedoeld om op het gebied van energie-efficiency te behoren tot de top, dat wil zeggen tot de 10% best presterende brouwers in de wereld. De Grolsche Bierbrouwerij hoort nu al tot deze wereldtop en heeft energieprestaties die er voor zorgen dat Grolsch ook in de toekomst die plaats in de wereldtop zal houden.



Afvalwaterzuivering

Al het Grolsch bier dat naar de consument gaat moet verpakt worden. Grolsch doet haar best om de hoeveelheid verpakkingsmateriaal te beperken en daarnaast de recycling ervan zo eenvoudig mogelijk te maken. Ze doet dit door bijvoorbeeld een actieve bijdrage te leveren aan het Convenant Verpakkingen (www.svm-pact.nl) en Stichting Nedvang (www.nedvang.nl).

Grolsch investeert steeds weer in het verminderen van de hoeveelheid water die wordt gebruikt voor het productieproces. De nieuwe brouwerij gebruikt dan ook een eigen afvalwaterzuiveringsinstallatie. Het biogas dat bij het schoonmaken van het water vrijkomt wordt gebruikt voor de verbranding van de geur in het brouwhuis en van de afvalwaterzuivering zelf. De warmte die bij deze verbranding vrij komt wordt weer gebruikt als energie voor de brouwerij.

Bier & gezondheid

Grolsch benadrukt het grote belang van verantwoord alcoholgebruik en het tegengaan van alcoholmisbruik. Grolsch doet dan ook actief mee aan initiatieven die alcoholmisbruik bestrijden zoals de campagne 'Geen 16? Geen druppel' (www.geen16geendruppel.nl) en aan de Reclame-code voor Alcoholhoudende Drank (www.stiva.nl).

Daarnaast onderneemt Grolsch zelf initiatieven om haar visie op verantwoord alcoholgebruik te ondersteunen. In augustus 2010 is de nederlandstalige website www.talkingalcohol.com geïntroduceerd en zijn alle verpakkingen/etiketten voorzien van een eigen logo 16+ met een verwijzing naar www.talkingalcohol.com.



Er zijn in de afgelopen jaren meerdere publicaties verschenen waarin is beschreven dat matige alcoholconsumptie past in een gezond leefpatroon. De Gezondheidsraad adviseert maximaal 2 standaard glazen voor mannen en één standaard glas alcoholhoudende drank voor vrouwen per dag. Het Kennisinstituut Bier dat sinds 2010 actief is doet veel objectief en wetenschappelijk onderzoek naar de relatie tussen verantwoorde bierconsumptie en gezondheid. Voor meer informatie www.kennisinstituutbier.nl



Het mysterie van de 'bierbuik'

Ten slotte moet er nog een groot misverstand uit de weg geruimd worden: het is niet het bier, maar vet, dat voor de welbekende 'bierbuik' zorgt! Alcohol in bier en in andere alcoholhoudende drank wekt de eetlust op en versoepelt de controle op het eigen eetgedrag. Zware bierdrinkers eten dan ook veel vette, calorierijke spijzen (snacks, frieten, bierworstjes, nootjes e.d.) en doen vaak weinig aan lichaamsbeweging. Uit onderzoek blijkt bovendien dat het lichaam van mensen die veel bier drinken minder vet verbrandt. Waarschijnlijk heeft het lichaam de neiging om eerst de alcohol te verbranden, het overtollige vet moet ergens heen en wordt opgestapeld bovenop de buikspieren. Het resultaat dáárvan komt iedereen bekend voor....



4

Bierverordering

Alcohol (%)

In Nederland wordt de sterkte van bier en andere alcoholhoudende dranken uitgedrukt in 'volumepercenten'. Volumepercenten geven het aantal centiliters pure alcohol per 1 liter bier aan. Er bestaat ook de term 'gewichtspcenten' die het aantal grammen alcohol per 1 kilo bier aangeeft.

De percentages zijn om te rekenen volgens de volgende tabellen:

Volume %	Gewicht %	Gewicht %	Volume %
3	2,4	2	2,5
4	3,2	3	3,7
5	4,0	4	5,0
6	4,8	5	6,2
7	5,6	6	7,5
8	6,4	7	8,7
9	7,3	8	9,9
10	8,1	9	11,2

Kleur

Ieder biertype heeft een eigen specifieke kleur. Het gebruikte mout heeft de meeste invloed op de kleur van het bier en verder kunnen andere grondstoffen, zoals (bruine) suikers, hop en

vruchten de kleur van het bier beïnvloeden. Tevens kunnen bewerkingen die het bier ondergaat, zoals spoelen, koken en gisting de kleur bepalen. Koken maakt bijvoorbeeld het bier donkerder, maar gisting zorgt er weer voor dat het bier een lichtere kleur krijgt.

Om het bepalen van de kleur wat gemakkelijker te maken is er de EBC kleurschaal, vastgesteld door de Europese Brouwerij Conventie:

EBC schaal	Kleur
0-8	Lichtgeel
8-12	Geel
12-20	Goud
20-28	Amber
28-35	Bruin
35-40	Koperbruin
40-60	Donkerrood
60-80	Bruin/rood
80-120	Donkerbruin/rood
120-200	Zwart

Smaaktypering

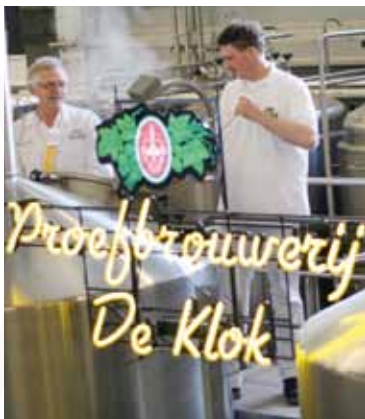
De smaak van bier is zeer ingewikkeld aangezien hier veel verschillende smaakstoffen verantwoordelijk voor zijn. In bier zijn tot nu toe ongeveer 600 smaakactieve stoffen ontdekt, maar dit zijn er waarschijnlijk nog veel meer. De Amerikaanse professor Morten C. Meilgaard heeft veel onderzoek gedaan naar de smaak van bier en zelfs een ‘biersmaakwiel’ ontwikkeld. Bij Grolsch is er een smaakpanel voor het proeven van biermonsters. Dit smaakpanel bestaat uit werknemers van verschillende afdelingen binnen de Grolsche Bierbrouwerij.

Calorieën

Pils bevat ongeveer 40 kilocalorieën per 100ml. Dit betekent dat er in een glas bier (200ml) ongeveer 80 kilocalorieën zitten. Dit is ongeveer gelijk aan een glas wijn (100ml) dat 80 kilocalorieën bevat.

Aantal kilocalorieën per 100ml:

Pils	Bier alcoholarm	Rode wijn	Witte wijn	Melk
40	15	80	73	47





Producten

De producten van Grolsch hebben vaak de naam 'Premium' wat in het woordenboek wordt beschreven als 'van de hoogste kwaliteitsklasse'. Grolsch is wereldwijd dan ook als premium merk gepositioneerd. Op het gebied van kwaliteit en prijsniveau staan de producten van Grolsch aan de top!



Grolsch Premium Pilsner

Kleur:	7,5 - 9,5 (lichtgeel/geel)
Smaak:	Verfrissend, stevig gehopt, licht moutig
Alcohol:	5
Spijs:	alle gerechten
Aanbevolen drinktemp.:	6 - 8°C
Ingrediënten:	Water, gerstemout en hop
Calorieën per 100 ml:	40

Gistingsproces: Ondergisting

Verpakking en houdbaarheid:

Fles: 25cl / 33cl /	6 maanden
Beugelfles: 45cl	6 maanden
Blik: 33cl en 50cl	6 maanden
Fust: 6L (Perfect Draft)	6 maanden
19,5L	14 weken
30L / 50L	9 weken



Grolsch 2.5 Lemon

Kleur:	4,5 - 7,5 (geel)
Smaak:	Sprankelende frisse citroensmaak
Alcohol:	2,5
Spijs:	Diverse barbecue gerechten
Aanbevolen drinktemp.:	6 - 8°C
Ingrediënten:	Water, gerstemout, suiker, citroensap (1,5%), natuurlijk citroenextract en hop
Calorieën per 100 ml	26
Gistingsproces:	Ondergisting
Verpakking en houdbaarheid:	
Fles: 25cl	6 maanden



Grolsch Premium Weizen



Kleur:	12-16 (geel/goud)
Smaak:	Een krachtige, niet-zoete, volfrisse tarwesmaak
Alcohol volumepercent:	5,5
Spijs:	Lichte gerechten zoals salades, zeevruchten en sushi
Aanbevolen drinktemp.:	6 - 8°C
Ingrediënten:	Water, tarwemout, gerstemout, gist en hop
Calorieën per 100ml:	46
Gistingsproces:	Bovengisting
Verpakking en houdbaarheid:	
Fles: 30cl	6 maanden
Fust: 19,5L	19 weken

Grolsch Lentebok

Kleur:	13 - 17 (goud)
Smaak:	Stevig, fris en aangenaam zoet
Alcohol:	6,5
Spijs:	Spicy gerechten
Aanbevolen drinktemp.:	8 - 10°C
Ingrediënten:	Water, gerstemout, suikers en hop
Calorieën per 100ml:	63
Gistingsproces:	Ondergisting
Verpakking en houdbaarheid:	
Fles: 30cl	6 maanden
Fust: 19,5L	14 weken



Grolsch Herfstbok

Kleur:	57 - 72 (donkerrood/bruin/rood)
Smaak:	Stevig, zacht, zoet
Alcohol:	6,5
Spijs:	Wild, stamppotten, geroosterd of gerookt vlees/vis
Aanbevolen drinktemp.:	8 - 10°C
Ingrediënten:	Water, gerstemout, suiker en hop
Calorieën per 100ml:	63
Kleurstof:	karamel
Gistingsproces:	Ondergisting
Verpakking en houdbaarheid:	
Fles: 30cl	9 maanden
Beugelfles: 1,5L	6 maanden
Fust: 19,5L	14 weken
Fust: 30L	14 weken



Grolsch Stender

Kleur:	6,5 (lichtgeel/geel)
Smaak:	Fris, hoppig en dorstlessend
Alcohol:	0,5%
Spijs:	alle gerechten
Aanbevolen drinktemp.:	ijskoud serveren bij 3 graden
Ingrediënten:	Water, gerstemout en hop
Calorieën per 100ml:	15
Gistingsproces:	Ondergisting
Verpakking en houdbaarheid:	
Fles: 33cl	6 maanden



Grolsch Kanon



Kleur:	12,0 - 17,0 (goud)
Smaak:	Rijk en krachtig
Alcohol:	11,5
Spijs:	Stevig gevulde stamppotten
Aanbevolen drinktemp.:	8 - 10°C
Ingrediënten:	Water, gerstemout, suikers en hop
Calorieën per 100ml:	82
Gistingsproces:	Ondergisting
Verpakking en houdbaarheid:	
Fles: 30cl	9 maanden
Blik: 50cl	9 maanden

6

Grolsch campagnes

De reclame vóór 1959

Ondanks dat Grolsch na de Tweede Wereldoorlog pas echt begint te groeien van een regionale bierbrouwerij tot een landelijk bekend merk, wordt er al vóór de Tweede Wereldoorlog reclame gemaakt voor Grolsch bier. Deze reclame is regionaal en bestaat onder andere uit reclameborden, beschilderde auto's, bierglazen en folders en affiches in kranten.

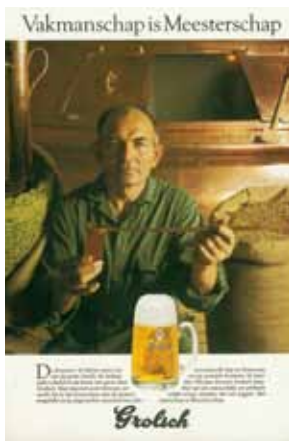
Eind jaren '40 doet Grolsch mee met de gezamenlijke reclamecampagne voor bierbrouwers 'Het bier is weer best'. Hiermee proberen de bierbrouwers duidelijk te maken dat de

slechte kwaliteit van bier door het gebrek aan grondstoffen tijdens en kort na de oorlog verleden tijd is. De in 1945 aangenomen Gerard Brummer bedenkt hierna voor Grolsch de reclame-campagnes waarin de nadruk wordt gelegd op de kwaliteit van Grolsch bier. In 1953 lanceert Grolsch de campagne 'Grolsch doet je goed' en 'Grolsch Pilsner - er is niet beter', in 1955 gevolgd door 'Bierkenners vragen Grolsch'.



‘Vakmanschap is Meesterschap’

In 1959 start de campagne ‘Meesterschap rijpt langzaam’, die snel wordt veranderd in het door Brummers bedachte motto ‘Vakmanschap is Meesterschap’. Dit motto is sindsdien onlosmakelijk met Grolsch bier verbonden. Brummer besluit



de jonge, getalenteerde fotograaf Paul Huf in te huren, die ook de na-oorlogse biercampagne ‘Het bier is weer best’ heeft gefotografeerd. Brummer vraagt Huf om een serie foto’s te maken van traditioneel werkende ambachtslieden in verschillende beroepen.

De componist Clous van Mechelen wordt ingeschakeld voor de bijbehorende muziek in de bioscoop- en televisiereclames. De cam-

pagne, die authenticiteit en liefde voor het handwerk uitstraalt, slaat enorm aan en wordt één van de langstlopende reclamecampagnes in Nederland.

Campagnes na 1987

Na het overlijden van Gerard Brummer in 1975 loopt de campagne ‘Vakmanschap is Meesterschap’ nog tot 1987 door.

**OP EEN DAG
DRINK JE GEEN
BIER MEER,
MAAR DRINK JE
GROLSCH.**



VAIRMANSCHAP IS MEESTERSCHAP

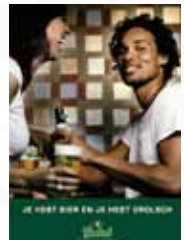
De campagne hierna, 'Op een dag drink je geen bier meer, maar drink je Grolsch', zet Grolsch neer als een bier van hoge kwaliteit, voor moderne zelfbewuste mensen met een volwassen, eigenzinnige



smaak. Grolsch laat hiervoor muziek componeren met een jazzy stijl, die sindsdien bekend staat als typische 'Grolsch muziek'. In de hierop volgende campagne in

1995, 'Komt tijd, komt Grolsch', staat de verbroedering tussen de generaties centraal.

In 2001 start de campagne 'Je hebt bier en je hebt Grolsch' waarin de relatie van Grolsch met muziek benadrukt wordt in de tv-commercials. Grolsch luidt hierna in 2005 de campagne 'Bier op z'n Grolsch' in met het door Robert Knight geschreven nummer 'Everlasting Love' (voor Grolsch gezongen door de Engelse musicalactrice



Kerry Norton). In deze campagne staat het sociale aspect centraal en staat Grolsch bier voor saamhorigheid, vriendschap en plezier.



BIER OP Z'N GROLSCH



VAKMANSCHAP IS MEESTERSCHAP

Bier mag weer gezien worden

In 2007 introduceert Grolsch een nieuwe, lekker in de hand liggende en speciaal voor Grolsch ontworpen fles. De retourfles bevat 10% meer van het karakteristieke Grolsch Premium Pilsner dan het bruine pijpje en valt direct op door het heldergroene glas en een verticaal Grolsch reliëf op beide zijden.

Door middel van een campagne, veel 'free publicity', speciale primeurcafé's, een omruilactie met kratten en een voor het Internet ontwikkeld filmpje kon de consument de boodschap niet missen: Grolsch heeft een nieuwe fles. Bier mag weer gezien worden!

A photograph of two Grolsch beer bottles on a rooftop at night. The bottles are condensation-covered and set against a dark city skyline with lights. The text 'BIER MAG WEER GEZIEN WORDEN' is overlaid on the left side of the image.

BIER MAG WEER GEZIEN WORDEN

In 2008 start de campagne 'Zo Eigen als Grolsch'. De campagne gaat terug naar waar het merk al 400 jaar voor staat: 'eigenheid' en 'eigenzinnigheid', ontstaan vanuit eigen overtuiging. De Beugel is hier natuurlijk het meest tastbare bewijs van. De campagne richt zich op het gezamenlijk vieren van wat mensen uniek en eigen maakt. Nederlanders met een onafhankelijke geest spelen de hoofdrol. 'Met wie proost jij' wordt in deze campagne gebruikt om mensen aan het denken te zetten met welke eigenzinnige persoon zij wel eens zouden willen proosten.



MET WIE PROOST JIJ?



In 2010 wordt “Zo eigen als Grolsch” gecombineerd met de OP campagne. In deze campagne brengt Grolsch een ode aan eigenzinnigheid. Grolsch hoopt door voorbeelden van eigenzinnige mensen en daden te laten zien, anderen te inspireren om ook hun eigen koers te varen.



**OP DE MAN DIE
GEEN AFSCHEID
WILDE NEMEN VAN
DE ONHANDIGE
BEUGEL!**

Onze oud-directeur Theo de Groen was geen makkelijke. Zeker niet voor zijn boekhouders. Die vonden de beugel maar duur. En de goedkopere kroonkurkies een beter alternatief. Daar had Theo dus geen boodschap aan. Grolsch hoort in een beugel. Punt. Dat was toen zo. En dat blijft zo.

ZO EIGEN ALS Grolsch

**Geen 16?
Geen druppel**

Grolsch brengt met deze campagne als het ware een proost uit op de eigenzinnigheid van Nederland.

Bronnen

Protz, R.
Atrium Bier Encyclopedie 1995
Icob BV, Alphen aan den Rijn

Scheepmaker, N., Groen, J. de
Vakmanschap is Meesterschap 1992
Waanders Uitgevers, Zwolle

Walz, M., Hlatky, M.
Jungbrunnen Bier 2004
Verlagshaus der Ärzte GmbH, Wien

Lenting & Partners
Bier 2005
Lenting & Partners, Ubbergen

Centraal Brouwerij Kantoor
Feiten over bier
Centraal Brouwerij Kantoor,
Amsterdam





Koninklijke Grolsch N.V.
Brouwerslaan 1
Postbus 55
7500 AB Enschede
Tel: 053 483 33 33
Fax: 053 483 31 14
www.grolsch.nl
www.koninklijkegrolsch.nl