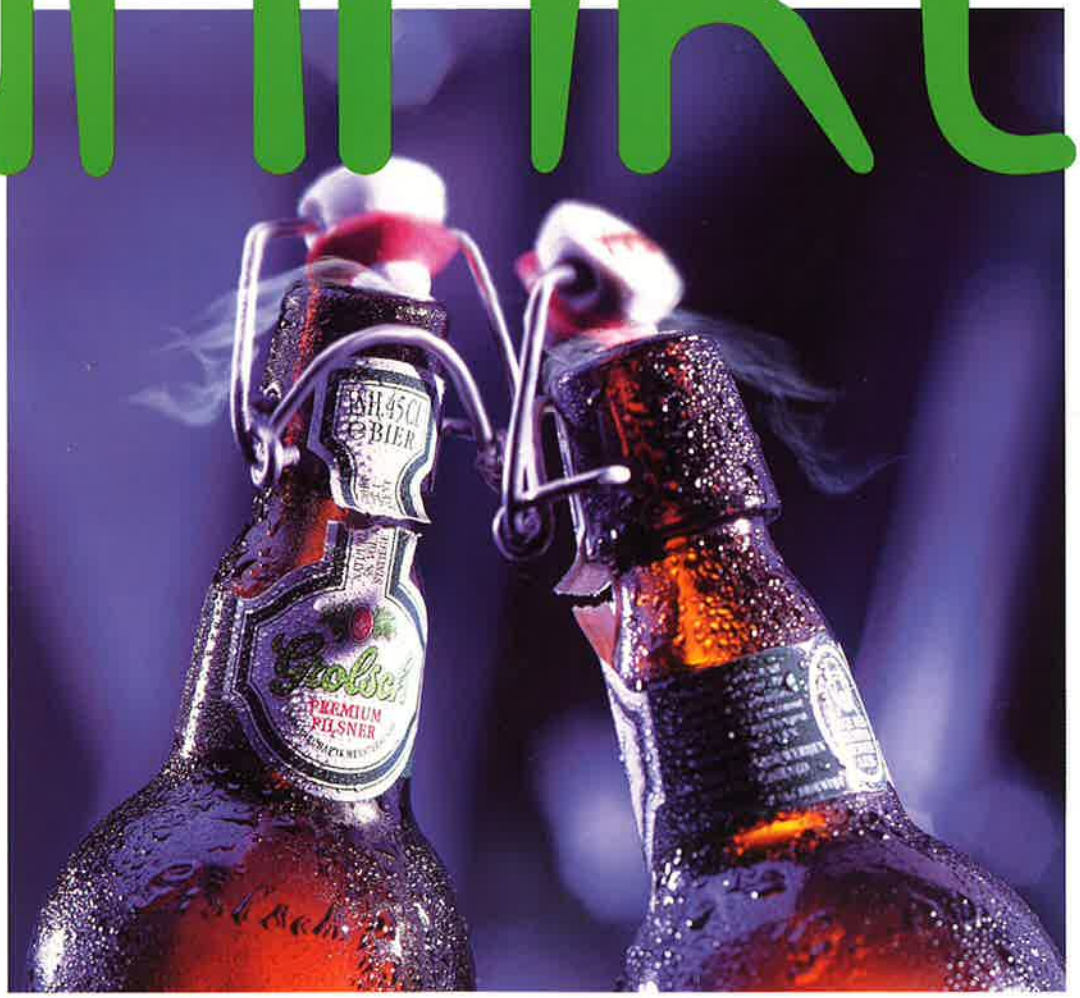
# De tijd drinkt






# De tijd drinkt.

Alles wat groeit heeft tijd nodig. En alles wat tijd krijgt, groeit. Tijd neem je. En tijd geef je aan dingen die goed moeten worden. Het is die 'Tijd', die de Grolsche Bierbrouwerij centraal heeft gesteld in haar nieuwe reclamecampagne.

De nieuwe campagne heeft een onderscheidende visie op het leven: een proces waarin mensen leren om door de tijd heen uiteindelijk de juiste keuzes te maken.

De superieure kwaliteitsbeleving en de onderscheidende positionering verdiende een echt bij deze tijd passende vormgeving. Die is doorgevoerd in een nieuwe uitmonstering voor alle flessen en de blikjes. Ook het krat is vernieuwd.

In deze brochure geven wij u een overzicht van veel van de nieuwe uitingsvormen die we aan de bierliefhebbers van Nederland zullen presenteren. Natuurlijk volgens onze bekende kwaliteit. Want wat heeft Grolsch meer dan gewoon bier? Precies. Het is immers door tijd dat vakmanschap meesterschap wordt. En zo is nu de tijd gekomen...

Komt tijd komt Grolsch.

Directie Grolsche Bierbrouwerij Nederland

Komt tijd komt Grolsch



1



2



3



4



5



6



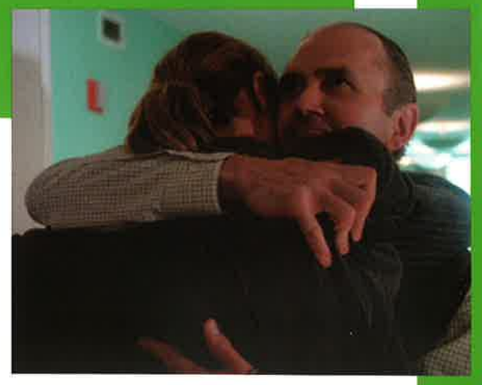
7



8



9



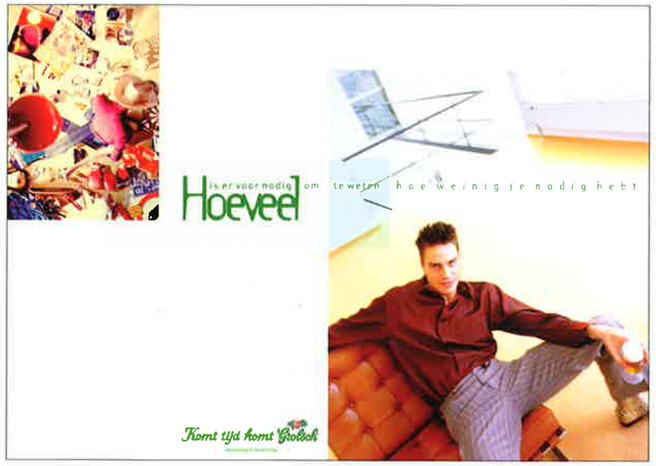
10



11

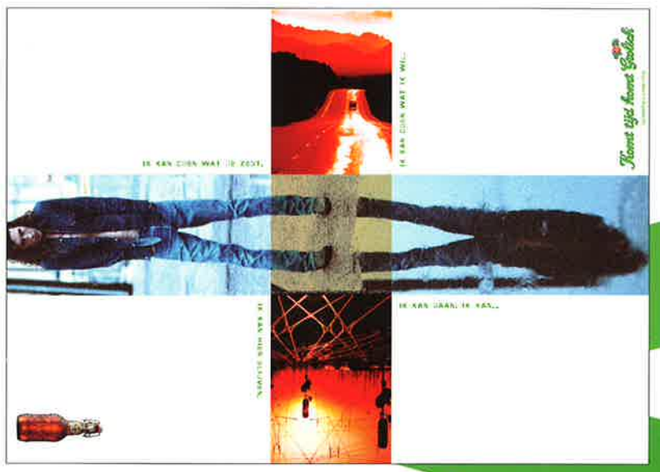
# Televisie

**Televisie.** Ons leven is een proces waarin we leren door de tijd heen de juiste keuzes te maken. In de tv- en bioscoopcommercial staat dat gevoel en die wording centraal. Komt tijd komt Grolsch.



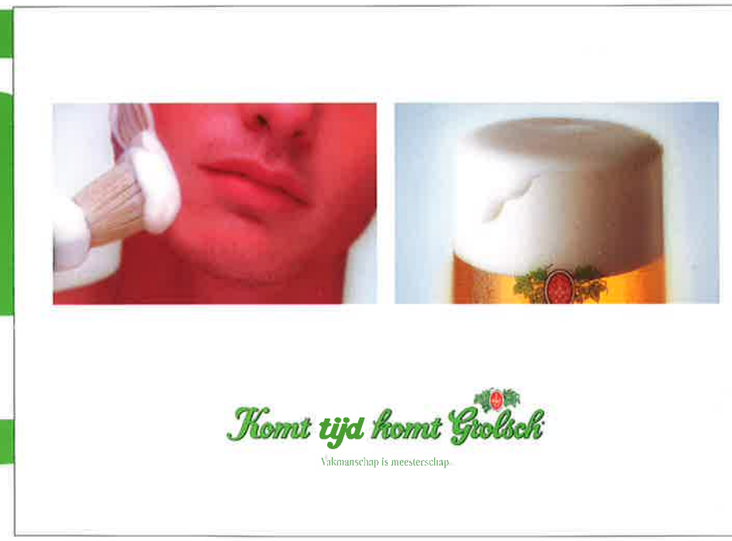













# Advertenties & buitenreclame.

Jong volwassen kwaliteitsbewuste Grolsch-drinkers hebben hun biermerk al gekozen. In de tijdschriften- en buitenreclame-uitingen wordt dat teken van volwassenheid uitgedrukt.




Introductie nieuwe etiketten op 1 februari 1996.

**Restyling etiketten.** Er hebben veranderingen plaatsgevonden in het hoplogo, woordmerk en etiketvorm. Uit marktonderzoek is gebleken dat de nieuwe etiketten eigentijdser, ambachtelijker, kwalitatiever, opvallender, frisser en vriendelijker overkomen.



tijd voor een pleister
tijd voor een spiegel

tijd voor nee
tijd voor ja



tijd voor een vlinder
tijd voor een das





tijd voor zwart
tijd voor wit

tijd voor zomer
tijd voor winter





tijd voor toeval
tijd voor champagne

tijd voor woorden
tijd voor beelden



tijd om te staan
tijd om te zittten





tijd om te laden
tijd om te lossen



tijd voor hard
tijd voor zacht

tijd om te zaaien
tijd om te oogsten





tijd om te vliegen
tijd om te vallen

tijd om te kijken
tijd om te jagen



tijd voor regen
tijd voor zon



tijd voor diep
tijd voor vlak





tijd om te gooien
tijd om te vangen





tijd voor façade
tijd voor ontmaskering



tijd voor helderheid

tijd voor sterren
tijd voor strepen



tijd om te dromen
tijd om te ontwaken





tijd voor goed
tijd voor kwaad

tijd voor aan
tijd voor uit



tijd voor boter
tijd voor vis



tijd om te duwen
tijd om te trekken

tijd voor mij
tijd voor mij





tijd voor bedrog
tijd voor bezinning



tijd voor –
tijd voor +



tijd voor lief
tijd voor leed



tijd om te planten
tijd om te plukken

tijd voor duister
tijd voor licht



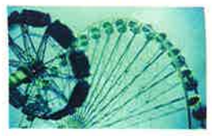


tijd om te horen
tijd om te voelen

tijd voor Wodan
tijd voor Johnnie



tijd voor toppen
tijd voor dalen





tijd om te buigen
tijd om te barsten

tijd over
tijd tekort






tijd om te breken
tijd om te bouwen



tijd voor Yin
tijd voor Yang




tijd om te koken
tijd om te kalmeren



tijd voor dun
tijd voor dik





tijd voor Sinatra
tijd voor 2-pack



tijd voor echt
tijd voor siliconen



tijd om te kiezen
tijd om te delen



tijd voor heen
tijd voor terug

tijd voor water
tijd voor vuur



tijd voor de lusten
tijd voor de lasten





tijd voor geloof
tijd voor dwaling



tijd om te huilen
tijd om te schuilen



tijd voor dag
tijd voor nacht

tijd om te schrijven
tijd om te schrappen





tijd om te kijken
tijd om te zien

tijd voor werk
tijd voor Henk



tijd om te denken
tijd om te doen



tijd voor turbulentie
tijd voor de stewardess





tijd van vroeger
tijd van nu



tijd voor 13
tijd voor 7

tijd voor rust
tijd voor een punthoofd



Komt tijd komt Grolsch

Vakmanschap is meesterschap

# introducties




**De kroonbeugel.** Een unieke combinatie van de beugelfles en het pijpje. De groene kleur, de eenmalige verpakking en de inhoud van 33 cl. maken de fles bijzonder. Het is de meest frisse en sierlijke bierfles van Nederland.




Introductie Kroonbeugel op 18 maart 1996.




**Grolsch Zomergoud in blik.** In 1996 zullen wij Grolsch Zomergoud ook in een stijlvol 25 cl. blik gaan afvullen. Blikbier en zomer horen immers bij elkaar. De verpakking is voor de consument gemakkelijk: zowel thuis in de ijskast als onderweg in de koelbox. Er is bovendien geen retourgoed. Het 25 cl. blik heeft een vriendelijke inhoudsmaat. Het is een onderscheidend blik met een luxe uitstraling dat in het bierschap extra zal opvallen.

Introductie Grolsch Zomergoud in blik op 10 juni 1996.

**Speciaalbieren.** Uiteraard hebben we ook al onze bestaande bieren de nieuwe uitstraling meegegeven:



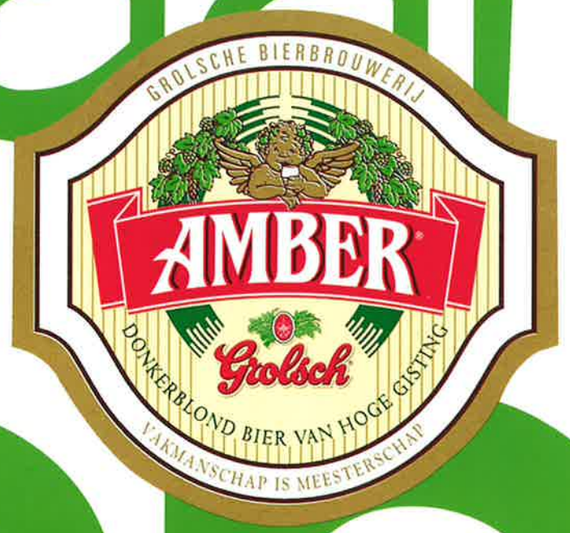










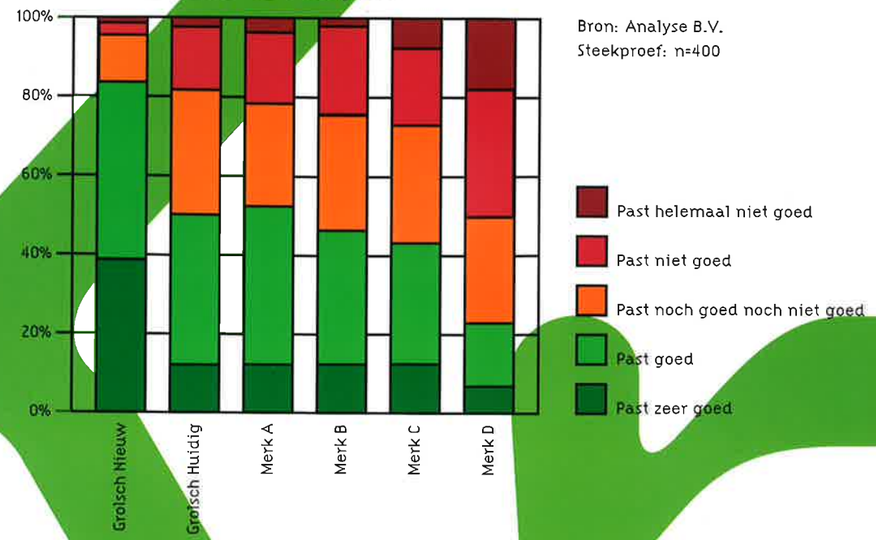








## Nodigt uit tot kopen




Bron: Analyse B.V.
Steekproef: n=400

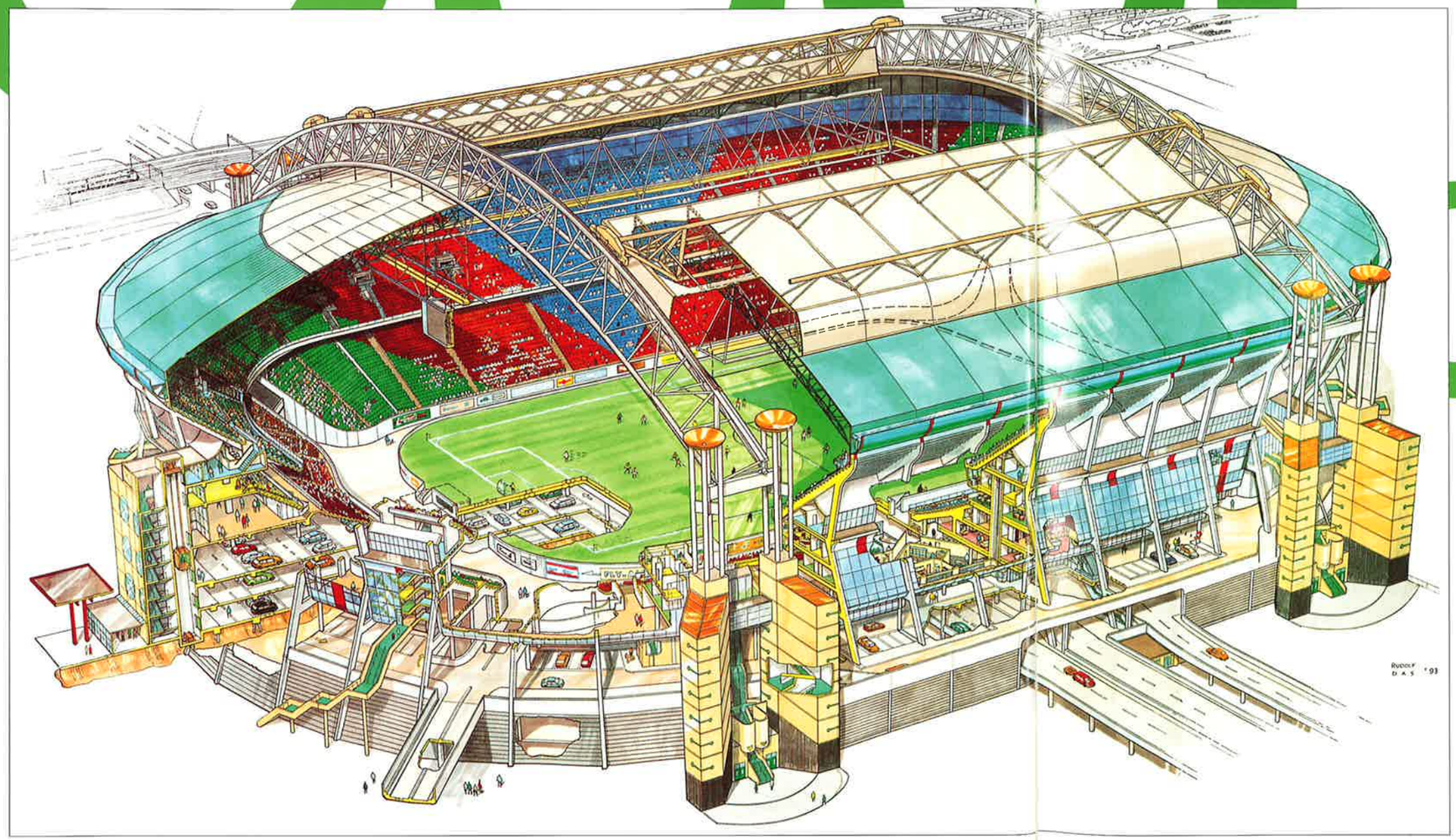



**Het nieuwe krat.** De foto's spreken eigenlijk al voor zich. Het nieuwe krat ligt nu in lijn met de premiumpositie van het Grolsch-merk. Uit het marktonderzoek kwamen de volgende sterke punten naar voren: • consumentvriendelijk (5 handgrepen) • het mooiste bierkrat van Nederland • zeer fris en opvallend • consistente kleuren (groen/wit). De afmetingen zijn ongewijzigd gebleven.




Introductie nieuw krat op 15 april 1996.

# Sponsoring



**Sponsoring.** In Amsterdam Arena, het modernste stadion ter wereld, wordt 's werelds lekkerste bier geschonken: Grolsch.

Opening Amsterdam Arena in augustus 1996.




Grolsche Bierbrouwerij Nederland B.V.
Postbus 55
7500 AB Enschede
Telefoon 053 483 33 33