

Bierpioniers

Van oudsher wordt de Nederlandse biermarkt gedomineerd door Heineken, Grolsch en Bavaria. Maar er wordt steeds minder pils gedronken, terwijl de vraag naar speciaalbier stijgt. Innovatieve ambachtelijke brouwerijen zien hun kans schoon en komen met speciaalbier dat prijzig, extreem, ontoegankelijk en moeilijk verkrijgbaar is.

De voorheen dakloze Haarlemse brouwerij Jopen heeft zojuist de deuren van een kraaknieuwe brouwlocatie geopend. Sinds de oprichting in 1994 liet de brouwerij haar bieren elders brouwen, onder supervisie van een eigen brouwmeester. Maar nu is Jopen 'thuisgekomen' in een verbouwde kerk in het Haarlemse centrum. Met een restaurant, strakke inrichting, hippe semi-historische muurschilderingen, maar ook oude details zoals glas-in-loodramen. Brouwketels, gist- en lagertanks zijn zichtbaar door een glazen wand achter de bar; de brouwer hanteert zijn roerstok onder het toeziend oog van de gasten.

De koperen kookketel is volgens eigenaar Michel Ordeman 'de Ferrari onder de brouwketels', met allerlei vernuftige technische snufjes. Zo brengt een binnenkoker het brouwsel gelijkmatig op temperatuur en zorgt een speciale aromatherapie ervoor dat de hoparoma's na het toevoegen van de hop behouden blijven. Michel Ordeman en zijn partner Lydian Zoetman proberen oud en nieuw in de Jopen brouwerij samen te brengen. De Haarlemse brouwerij brouwt bier naar oude Nederlandse recepten. Dat begon in 1994 met een Hoppenbier, gebaseerd op een recept uit 1501. Michel Ordeman waakt ervoor om klassieke populaire Belgische biertijlen als dubbels en tripels 'na te brouwen', want die zijn helemaal niet zo authentiek als vaak wordt beweerd, zegt hij. "Sommigen zijn minder dan een eeuw oud. We brouwen geen 'me too'-bier, maar echt originele types.

Eigen stempel

Wie kent 'm niet: de lichtgevederde bierdrinker, die bier niet meer snel achterover wenst te kloppen, maar er bewust van wil genieten. Hij (of zij, maar in mindere mate) slaat vlak voor het weekend bij de slijter een partij speciaalbiertjes in, met daaronder liefst een paar onbekende. Aparte bieren doen het goed, en al helemaal als ze van eigen bodem komen, zegt Rick Kempen van onafhankelijke bierdistributeur Bier & Co. "De consument is steeds meer op zoek naar kleine, ambachtelijke producten en de winkels spelen daarop in. Waar veel slijterijen vroeger naast pils bijvoorbeeld alleen witbier en abdijbier bestelden, vragen ze nu ook om alternatieve bieren zoals *Indian pale ales*, weizenbieren, trappistenbieren, dubbels en tripels. Daarom gaan de grote pilsbrouwerijen zelf ook de meest uiteenlopende types aanbieden; zij imiteren het succes van de kleine brouwerijen."

Pas sinds een jaar of vijf treden Nederlandse ambachtelijke brouwerijen op de voorgrond, met bierfestivals en andere activiteiten om de consument te verleiden. De kwaliteit van de gemiddelde ambachtelijke brouwerij is lang niet altijd constant, zegt Kempen. "Maar er is een kleine groep brouwerijen die de kar trekt, en die ontzettend interessant bier maakt." Die voorhoede wordt gevormd door een aantal vernieuwende brouwerijen die niet bang zijn om relatief onbekende biertypes op de markt te zetten en net even andere ingrediënten te gebruiken. Denk bijvoorbeeld aan op hout gelagerde bieren, op turf gestookte mout of mout van biologische

spelt. De innovatieve brouwerijen boren nieuwe doelgroepen aan en leveren hoge kwaliteit. Zij gaan verder dan de eerste generatie ambachtelijke Nederlandse brouwers, die het succes van Belgisch witbier probeerden te imiteren. Zij willen hun eigen stempel drukken: biertypes uit verschillende landen combineren, experimenteren en andere technieken toepassen.

Middeleeuwse inspiratie

In het Hoppenbier van Jopen zit gerst, tarwe en haver. "Dat geeft het bier een fluwelen smaak", zegt Ordeman. Na het hoppenbier volgde Koytbier, naar een recept uit 1407 voor gruijt bier. Gruijt is een middeleeuws kruidenmengsel dat vroeger in plaats van hop als smaakmaker werd gebruikt, en een kruidig bittertje aan bier verleent. Beide bieren liepen uitstekend. Inmiddels heeft Jopen een goede naam, die dankzij een onafhankelijke distributeur ook landelijk zoden aan de dijk zet. De eigenaars hebben hun merk bewust langzaam opgebouwd. "Daardoor kunnen we nu met een eigen brouwerij hoger instappen dan wanneer we daar meteen



meewaren begonnen", zegt ydian Zoetman. Ze hadden al veel eerder een eigen brouwerij kunnen hebben, in het industriegebied. Maar dat was zinloos geweest, vindt ze. "Wij zijn levensgenieters, en dat willen we met onze brouwerij uitstralen." De financiering voor de nieuwe brouwlocatie is afkomstig van de bank en vijf aandeelhouders, waarvan de directie er één is. De andere aandeelhouders zijn fans van het eerste uur, die in 1994 reageerden op een aandelenuitgifte van Jopen in de krant. Destijds ging het om 200.000 gulden, nu om meer dan een miljoen euro. Met een omzet van bijna een miljoen euro en een jaarlijkse groei van twintig procent is Jopen nu een van de drie snelst groeiende ambachtelijke brouwerijen, aldus Zoetman. "We produceren 3700 hectoliter, terwijl we niet eens een eigen proeflokaal hebben. Dus ik zie ons straks als een speer groeien. We sluiten weleens weddenschappen af over het niveau waarop we volgend jaar zullen zitten."

Voor de export

Niet alleen in eigen land, maar ook daarbuiten is er vraag naar innovatieve Nederlandse speciaalbiere. Vooral in de VS worden - anders dan je zou verwachten van zo'n 'jong' bierland - de meest spannende biere gebrouwen, en ook de honger naar dergelijke biere is er groot. In *upcoming markets* als Brazilië en India geldt de wet van de remmende voorsprong: ontwikkelingen die in ons land vijftienvintig jaar besloegen, verlopen daar in sneltreinvaart; het enthousiasme voor speciaalbier is meteen al enorm. Brouwerij Sint Christoffel in Roermond zet biere af in Brazilië, China, Rusland, Canada, India en Hawaï. De helft van de productie - circa 2500 hectoliter per jaar - is bestemd voor de export. "We moeten ons wel breed oriënteren, want we zitten in een enorme niche", zegt Joyce van den Elshout. Ze is samen met Steven van den Berg sinds 2009 eigenaar, nadat ze allebei enkele jaren voor de vorige eigenaar het management hadden gedaan. "Niemand maakt speciaalbier zoals wij het doen. We hebben eigenlijk ook geen concurrentie." Ze brouwen ondergistend speciaalbier, wat onder ambachtelijke brouwers ongebruikelijk is, omdat het wordt geassocieerd met pils. "Waar bij bovengistend bier de smaak vooral in de vergistingsfase ontstaat, ontleent ondergistend bier zijn smaak meer aan de ingrediënten", zegt Van den Elshout. Sint Christoffel maakt bier zoals het oorspronkelijk bedoeld is, stelt brouwmeester

Van den Berg. "Pils was vroeger donker en vol van smaak", legt hij uit. Terwijl standaardpils van fabrieks brouwers enkele weken lagertijd krijgt, ligt hun bokbier wel vier maanden te rijpen. Ook uitzonderlijk zijn de open gistkuipen, waarin het bier vergist. De brouwer schept het al te bittere schuim er tussentijds af, waardoor er extra veel hop in het bier kan. Hartje zomer brouwt Sint Christoffel kerstbier voor Canada, en in de herfst wordt elders gevraagd om licht zomerbier. Dat vereist een strakke planning. "Rusland bestelt in de kerstperiode veel bier, maar het moet er eerder zijn omdat alle havens dichtvriezen", vertelt Van den Elshout. De invoer kan tijdrovend zijn. "In Rusland moeten er 21 vermeldingen op de fles, en China vraagt om heel veel paperrassen, maar het maakt niet uit wat erop staat." Vooral in Brazilië ligt het Christoffel bier soms maanden in de haven. Laatst moest zelfs de Nederlandse consul-generaal eraan te pas komen.

Extreem en ontoegankelijk

Brouwerij De Molen in Bodegraven, in 2005 opgericht door Menno Olivier, is nóg meer op het buitenland georiënteerd. Vooral in de VS lusten ze pap van het Molenbier. Volgens de toonaangevende beoordelingsite Ratebeer.com behoort de brouwerij tot de tien beste ter wereld. Bier kan net zo exclusief zijn als goede wijn of whisky, vindt de eigenaar. Zijn 59 verschillende biere - van dubbel IPAs tot Boheemse pilsener en van *imperial porter* tot gerookte en op vat gerijpte *imperial stout* - zijn prijzig, extreem, ontoegankelijk en moeilijk verkrijgbaar. Ze zijn in alles het tegendeel van gewone pils, dat is afgestemd op de grootste gemene deler. Zijn omzet bedroeg afgelopen jaar meer dan een miljoen euro. Olivier heeft het altijd té druk, want jaarlijks stijgt de productie met dertig tot vijftig procent. De lagerruimte en bottelarij bevinden zich in een voormalig kaaspakhuis, niet ver van de molen waar wordt gebrouwen. Olivier doet veel aan *dryhopping*, waarbij na het vergisten en rijpen extra hop wordt toegevoegd, omdat de hoparoma's tijdens het brouwproces grotendeels verloren gaan. "Ik gebruik dure aromatische bloemenhop uit Nieuw-Zeeland die ruikt heerlijk naar citrus." Zijn drijfveer is het neerzetten van mooie smaken. Want, vindt hij, met bier is wat smaakvariatie betreft zoveel meer mogelijk dan met wijn. Hij noemt bijvoorbeeld de Tsarina Esra Reserva, een licht stoutbier in genummerde oplage, met een so-

ber zwart-wit etiket en een met parafine verzegelde dop. "Die heeft een zoete wijnsmaak, omdat hij negen maanden in wijnvaten heeft gerijpt", vertelt Olivier.

Radicaal andere smaak

Omdat het bier van brouwerijen als Sint Christoffel en De Molen radicaal anders smaakt dan gewoon bier, is er veel missiewerk te verrichten. Sint Christoffel probeert met een goede voorlichting via bieretiketten en de website ook de beginnende bierdrinker te bereiken. Maar ook door voorlichting aan de slijterijen. Van den Elshout is net bezig met een reeks masterclasses voor alle driehonderd Mitra-eigenaars, samen met collega's van Koningshoeven - waar het La Trappe-bier vandaan komt - en de Texelse Bierbrouwerij. "Ze zijn enorm enthousiast. Voor hen is de marge van speciaalbier interessant. En als zij beter begrijpen wat er allemaal met speciaalbier kan, kunnen zij het ook aan hun klanten overbrengen." 'Ingewikkeld' bier wordt steeds beter begrepen, ervaart Menno Olivier. Waar grote slijterijketens vroeger alleen in goedkoop bier geïnteresseerd waren, willen ze zijn exclusieve bier tegenwoordig graag in hun assortiment opnemen. Dat durfde hij tot nu toe niet aan, want als de orders te groot worden, moet hij nee verkopen. De vraag groeit altijd harder dan hij vooraf denkt, is gebleken. "Dan verlies je de reputatie die je zorgvuldig hebt opgebouwd." Daarnaast ijvert Olivier samen met Rick Kempen en een aantal andere actievelingen in de bierwereld al een tijdje voor de acceptatie van bier als vervanger van wijn aan tafel. In oktober organiseerde hij een *food and beer pairing* voor een uitgelezen culinair gezelschap in het proeflokaal van De Molen, waaraan onder andere de chefkok van de Amsterdamse Hermitage deelnam. Maar er moet nog veel gebeuren, willen toprestaurants met dezelfde vanzelfsprekende *air* bier aan tafel presenteren. Lichtend voorbeeld: Neva, een famous sterrenrestaurant in Kopenhagen met een uitgebreide lokale bierkaart. Andere voorbeelden van brouwerijen die van de gebaande paden afwijken zijn Gulpener - van oudsher een familie brouwerij - en Koningshoeven, waar trappistenbiere vandaan komen. Gulpener heeft zich gespecialiseerd in milieuvriendelijkheid: de mout wordt niet aangekocht, maar zelf gemaakt van eigen graan, afkomstig van een speciaal voor dat doel opgerichte coöperatie van boeren uit de regio. Brouwerij Koningshoeven, eigendom van Bavaria,

heeft met La Trappe Puur de eerste stap gezet om biologisch te brouwen; ook een trend onder ambachtelijke bierbrouwers. Brouwerijen als deze zijn schoolvoorbeelden van hoe het moet, vindt Rick Kempen van Bier & Co. "Voor hen is kwaliteit belangrijker dan kwantiteit. Jaarlijks 5.000 hectoliter mag voor ambachtelijke begrippen veel zijn, Heineken verspilt zoets in een week alleen al bij het afvullen. Maar wat dit soort brouwers doen is oneindig meer karaktervol. Ze proberen niet iedereen te plezieren." Koningshoeven is overigens een categorie apart, met 55.000 hectoliter per jaar. Het trappistenklooster

maakt deels gebruik van de logistiek van Bavaria.

Dure hop

Binnenkort hoopt Menno Olivier van De Molen een groot pand elders in het dorp aan te kopen, en een nieuwe, grote brouwinstallatie waarmee hij zijn jaarproductie minstens zal verviervoudigen. Nu gaat hij in binnen- en buitenland toch aan een aantal grote ketens leveren. De banken waren niet happig, maar het lijkt erop dat de benodigde drie miljoen euro er gaan komen. De uitbreiding voelt als een opluchting: "Eigenlijk is het waanzinnig hoe

we hier werken. De werkdruk is te hoog. De twee pakhuisen die we hebben, staan bijna bol. Als de jongens een vat willen pakken, moeten ze eerst voorraden weghalen. Dat kan je ze eigenlijk niet aandoen."

Handwerk en ambachtelijk brouwen, èn slim economisch en logistiek werken zijn een lastige combinatie, weet hij. Maar met de goede behuizing moet het kunnen. "Ook als je grotere hoeveelheden brouwt, kun je superkwaliteit bieden. Ik wil hoe dan ook geen concessies doen." Glimlachend: "Ik blijf gewoon dezelfde gigantische hoeveelheid dure hop gebruiken." <<

Win het boek!

Sprout geeft tien exemplaren weg van *Jong bier in oude vaten*, 32 eigenzinnige bierbrouwers, geschreven door Sprout-journaliste Annette Wiesman, met foto's van Tina Westphal, dat verschijnt bij Fontaine Uitgevers. Winkelwaarde: € 24,95. Stuur een mailtje naar redactie@sprout.nl o.v.v. 'bier' en maak kans op een exemplaar. De eerste tien inzenders krijgen het boek toegestuurd.



Joyce van den Eijnde en Steven van den Berg, Sint Christoffel



'Niemand maakt speciaalbier zoals wij. Eigenlijk hebben we geen concurrentie'



Lydian Zoetman, Jopen

van innovatieve brouwers is niet bang om onbekende bieren op de markt te zetten.

