



geografie

Bier van Hier

Microbrouwerijen zijn hot | De opmars van de markthal | Green grabbing | Global Land Rush | Hondsbossche en Pettemer Zeewering op sterkte | Het toekomstbeeld van leerlingen

Bierrevolutie in Nederland

VAN NEOLOKAAL
TOT KOSMOPOLIET



De laatste jaren is het aantal kleine, commerciële brouwers van speciaalbier spectaculair toegenomen. Het lijkt erop dat Nederland, als uitgesproken pilsnatie, een heuse biercultuur ontwikkelt. Hoe komt dat zo?

Stefan Barendse

Het aantal kleine brouwers van speciaalbier in Nederland is de laatste jaren spectaculair toegenomen, in 2014 zelfs met 45,5%. Anno 2015 telt ons land 320 kleine brouwerijen. Een bijzondere ontwikkeling, omdat Nederlanders in de loop van de 20^e eeuw weinig anders meer dronken dan pils van een handjevol grote brouwers. In zekere zin verklaart dat ook de behoefte aan speciaalbier: de onvrede met het ongedifferentieerde aanbod van gelijk smakende pilseners. Maar er is meer aan de hand.

Kranten en websites melden veelvuldig dat de trend is overgewaaid uit Amerika. Andere bronnen bestempelen het als een revival van een Nederlandse biercultuur die bestond vóór de opkomst van pils. In het recente *The Geography of Beer* wordt de speciaalbierrevolutie in verband gebracht met een hernieuwde waardering voor lokale producten. Dat laatste lijkt in Nederland ook het geval, maar opvallend genoeg niet zozeer in de grote steden. Amsterdam, de gemeente met de meeste brouwerijen, toont meer kosmopolitische productie- en consumptietrends.

CRAFT BEER

Wie weleens een regionaal bierfestival bezoekt, zal merken dat de bieren tegenwoordig nogal hoppig zijn. In de meeste gevallen

India Pale Ale, kortweg IPA. Hoewel de naam anders doet vermoeden, wordt IPA beschouwd als hét vlaggenschip van de Amerikaanse speciaalbier- of *craft beer*revolutie. Oorspronkelijk was het een Brits koloniaal bier, dat dankzij de extra hop langer goed bleef op de lange reis van Engeland naar India. Rond 1980 werd opnieuw in deze stijl gebrouwen aan de westkust van de Verenigde Staten, maar nu met Cascade-hop, een Amerikaanse variëteit uit 1956. In menig Nederlands bier is het citrusaroma van de Cascade goed te proeven.



De populariteit van IPA in Nederland doet vermoeden dat de groei van het aantal kleine brouwerijen een Amerikaanse rage is, maar zo simpel ligt het niet. In Nederland werd al vanaf 1985 op kleine schaal speciaalbier gebrouwen, vooral bieren naar Belgisch voorbeeld. De Natte en de Zatte van Brouwerij 't IJ (sinds 1985) in Amsterdam zijn daarvan goede voorbeelden.

Zij gaven daarmee gehoor aan de groeiende onvrede onder consumenten over het eenzijdige aanbod, dat destijds voornamelijk bestond uit pilseners. Het consumentenverzet werd geleid door Promotie Informatie Traditioneel Bier (PINT), dat in 1980 werd opgericht naar het voorbeeld van de Campaign for Real Ale (CAMRA) in Groot-Brittannië. De oorsprong van de Nederlandse brouwrevolutie ligt in zekere zin dus in Groot-Brittannië, met de Belgische biercultuur als voorbeeld. Ook de eerste Amerikaanse microbrouwers zijn sterk beïnvloed door de opvattingen van CAMRA. Dus als de huidige populariteit van speciaalbier in Nederland een Amerikaanse uitvinding is, is het op z'n best een Amerikaanse toe-eigening van een Brits idee dat in Nederland al eerder was geland.

REVIVAL

Sommigen zoeken de verklaring voor de speciaalbierrevolutie in Nederland zelf. Organisatiesocioloog Jochem Kroezen kenschetst in zijn proefschrift de opkomst van microbrouwerijen als een revival van de Nederlandse biernijverheid. De nieuwkomers bou-



De nieuwe generatie brouwers cultiveert een kosmopolitisch imago, zoals Butcher's Tears 'set up by pilgrims of the north lands as a base port for voyages on the seven foaming seas of gold'. De brouwerij met proeflokaal bevindt zich op het Havenstraatterrein, een voormalig spooremplacement in Stadsdeel Zuid (Amsterdam), dat vanaf 2017 wordt heringericht.

zoals het begin van de 20^e eeuw. De industriële brouwers hadden nog geen hegemonie gevestigd en er waren volop lokale brouwers die de bovengistende methode hanteerden. Maar ook voor deze revival is het bewijs niet overtuigend. Als we de brouwerijkaart van 1900 vergelijken met die van nu (figuur 1), springen vooral de verschillen in het oog. Op sommige plekken zijn de brouwerijen 'teruggekeerd', maar op heel veel plekken ook niet. Zo trekt de speciaalbierrevolutie grotendeels voorbij aan Limburg, dat in 1900 nog de meeste brouwerijen van Nederland telde (per hoofd van de provinciebevolking).

Historische spreidingspatronen zeggen niet alles. Als de opkomst van microbrouwerijen een revival is, moet er ook sprake zijn van een revivalcultuur. Die cultuur bestaat zeker, maar dominant is zij niet. Verderop in zijn proefschrift onderscheidt Kroezen een aantal typen microbrouwers, waarvan de 'historicus' er slechts één is. De historicus is een traditionalist, die verloren brouwtradities wil doen herleven. De 'biersommelier' wil vooral nieuwe unieke bieren brouwen, de 'voedseltechnicus' streeft naar kwaliteit door beheersing van het brouwproces, en de 'koopman' handelt vooral uit winstbejag.

NEOLOKALISME

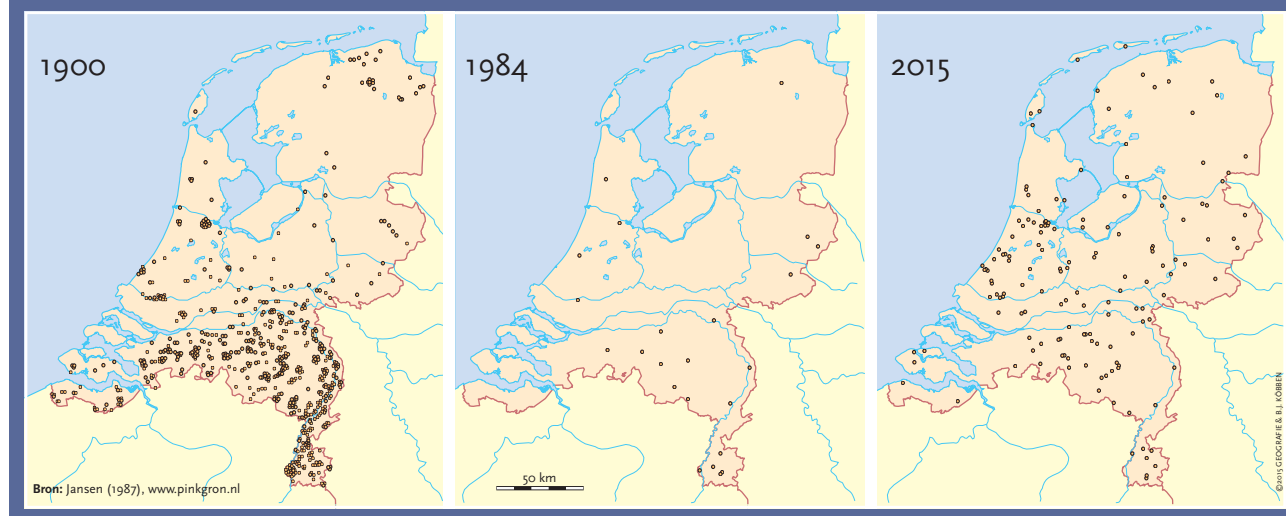
Ook geografen hebben de opkomst van speciaalbier onder de loep genomen, met name in de Verenigde Staten. Een populaire verklaring voor de Amerikaanse craft beerbeweging is het neolokalisme, een term die in 1997 is gelanceerd door Wes Flack. Volgens Flack spelen de Amerikaanse microbrouwerijen in op een toenemende behoefte aan lokale eigenheid of *sense of place*, in reactie op de sterker wordende invloeden van buitenaf, bijvoorbeeld door globalisering. Flack spreekt zelfs van een tegencultuur.

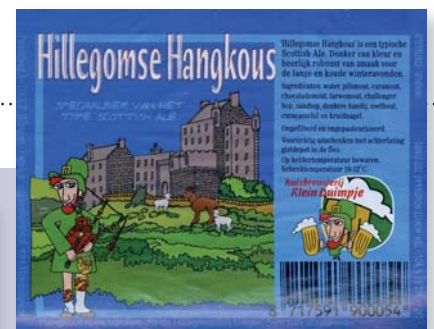
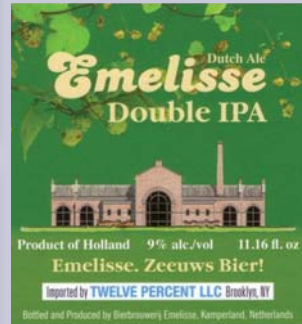
Ook veel Nederlandse microbrouwers benadrukken de lokale identiteit van hun waar. In Nederland verwijst ongeveer 35% van

wen volgens hem voort op plaatselijke brouwtradities. Kroezen wijst erop dat nieuwe brouwerijen zich meer dan eens vestigen in gemeenten met een 'belangrijk brouwverleden'. Hij hanteert daarvoor wel erg soepele criteria, namelijk als er sprake is van substantiële brouwactiviteit in een van de volgende tijdvakken: voor 1650, 1650-1900 of na 1900. Historische continuïteit is geen vereiste. Terwijl regionale concentraties nogal eens verschuiven door de tijd heen. In de 16^e eeuw bijvoorbeeld concentreerde de brouwnijverheid zich in de Hollandse steden. In 1900 waren de meeste brouwerijen te vinden in de plattelandsgemeenten van Zuid-Nederland. Op die manier hebben wel erg veel gemeenten een belangrijk brouwverleden en wordt het voor nieuwe brouwers bijna een opgave *niet* voor zo'n gemeente te kiezen.

Kroezen hecht bovendien te veel gewicht aan het vroege brouwverleden. Het is veel aannemelijker dat brouwers terugrijpen naar een tijd die verser in het collectieve geheugen ligt,

Figuur 1: Brouwerijen in Nederland (1900-2015)





Sommige brouwerijen spelen in op de behoefte aan lokale eigenheid (neolokalisme).

de brouwerijnamen naar de streek, plaats of plek waar de brouwerij is gevestigd. Enkele voorbeelden zijn de Twentse Bierbrouwerij, Stadsbierbrouwerij Apeldoorn, Brouwerij D'n Drul (een wijk in Groesbeek), Dorpsbrouwerij De Maar (een straat in Jabeek) en Oudaen Stoombierbrouwerij (een historisch gebouw in Utrecht). Daarnaast ontleent ongeveer 15% een naam aan de plaatselijke geschiedenis. Zo is Jopen Bier vernoemd naar de 14^e-eeuwse term voor Haarlemse biervaten en draagt Brouwerij Emelisse de naam van een verdronken dorp op Noord-Beveland.

Het neolokalisme is dus een factor van betekenis. Maar er zijn regionale verschillen. Brouwers in het noorden en oosten van het land verwijzen relatief meer naar de plaatselijke topografie en geschiedenis dan die in het westen (figuur 2). In Noord-Holland en Noord-Brabant zie je bovendien significante verschillen tussen de grote steden en de rest van de provincie (figuur 2, onder). In Amsterdam en de Brabantse stedenrij (Breda, Den Bosch, Eindhoven, Tilburg) is het veel minder gebruikelijk de lokale *roots* te benadrukken, dan daarbuiten. De stedelijke brouwers kiezen bij voorkeur voor plaats-neutrale namen.

Mogelijk wordt neolokalisme gevoed door regionalistische sentimenten. In Friesland bijvoorbeeld zijn twee brouwerijen vernoemd naar een belangrijk historisch figuur in de eigen geschiedenis: Friese Bierbrouwerij Us Heit (sinds 1985) en Grutte Pier Brouwerij (sinds 2014).

Ook het biertoerisme weegt mee. Zo mikt de Texelse Bierbrouwerij (sinds 1994) met verwijzingen naar het 'eilandgevoel' vooral op toeristen en de export naar het vasteland.

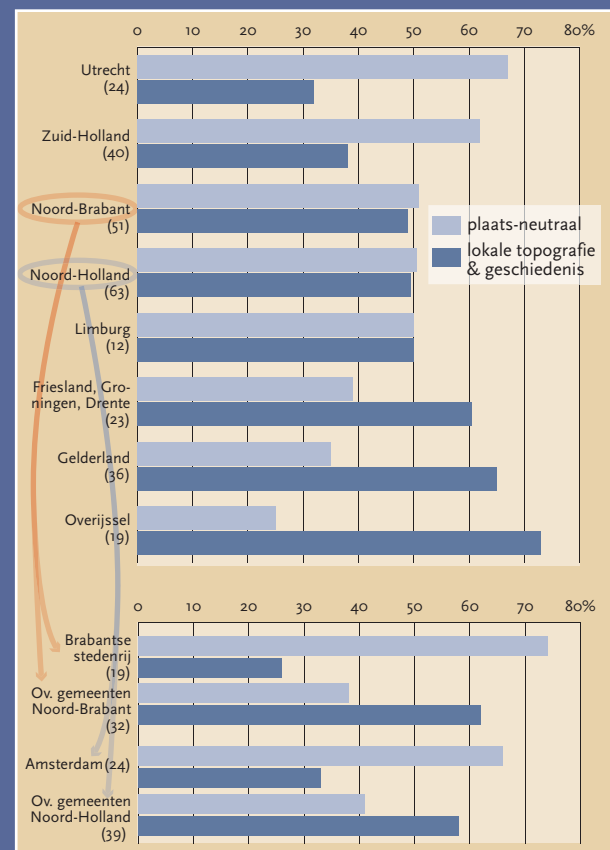
Minstens zo opvallend is echter de plaats-neutraliteit van microbrouwers in de Randstad en de Brabantse stedenrij. En juist hier groeit de speciaalmarkt het snelst, met als koploper Amsterdam, waar het aantal brouwers de afgelopen vijf jaar verviervoudigde. Als neolokalisme dat niet kan verklaren, wat dan wel?

KOSMOPOLITISME

In Amsterdam zijn het vooral de oudere brouwerijen die hun lokale identiteit benadrukken. De nieuwe generatie die vanaf 2011 opkomt, cultiveert juist een kosmopolitisch imago. Deze brouwers dragen vaak hippe, plaatsneutrale namen, zoals Butcher's Tears (sinds 2012), Oedipus Brewing (sinds 2012), Bruid (sinds 2013), Two Chefs Brewing (sinds 2013) en Nordman Beers (sinds 2014).

Het kosmopolitische zie je ook terug in de assortimenten, die vaak bestaan uit een vaste combinatie van bekende buitenlandse stijlen, zoals een Belgisch witbier, een Waalse *saison*, een Duitse *weizen* en een Amerikaanse IPA. Veel brouwers, ook de oudere, vullen dat assortiment periodiek aan met experimentele bieren, waarbij ze recepturen en technieken combineren. En sommige brouwers

Figuur 2: Typen namen van microbrouwerijen per provincie & in steden en rest provincie, Noord-Brabant en Noord-Holland (2015)



Achter elke provincie staat het totale aantal brouwerijen vermeld. Flevoland en Zeeland ontbreken; die tellen respectievelijk 5 en 9 brouwerijen.



Andere brouwerijen cultiveren een cultureel en grootsteds imago (kosmopolitisme).

doen alleen dat, zoals Butcher's Tears en Oedipus Brewing. 'Our aim', zeggen de brouwers van Butcher's Tears, 'is to enrich the beer culture rather than repeating what other brewers are already doing.'

Het kosmopolitisme en eclecticisme van de Amsterdamse brouwers past bij de veranderende status van speciaalbier als consumptiegoed. Was het in de beginjaren de liefhebberij van een kleine groep connaisseurs, tegenwoordig is het nuttigen van speciaalbier meer dan *bon ton*. In menig Amsterdams proeflokaal tref je een hip en internationaal publiek dat zich klaarblijkelijk graag identificeert met het internationale en hybride aanbod.

GENTRIFICATIE

De locatie van veel Amsterdamse proeflokalen bevestigt in grote lijnen de nieuwe consumptiecultuur. De meeste nieuwe etablissementen liggen om het toeristische centrum heen, in buurten waar gentrificatie plaatsvindt of door de gemeente wordt gestimuleerd. Neem brouwcafé Brouwerij Troost, dat in 2014 zijn intrek nam in een voormalig klooster aan het Cornelis Troostplein in De Pijp. Dit jaar nog wordt een tweede vestiging geopend op het terrein van de voormalige Westergasfabriek, naast de Westerparkbuurt. Beide zijn typische gentrificatiebuurten.

Brouwerij Troost is een trendvolger. Dat zie je zowel in het aanbod, dat een veilige variatie aan buitenlandse bieren bevat, als in de locatiekeuze. Er zijn echter ook trendsetters, die het gentrificatieproces een handje helpen, zoals Butcher's Tears (sinds 2012). De brouwerij met proeflokaal is gevestigd op het Havenstraat-terrein, een voormalig spooreplacement in Stadsdeel Zuid. Vanaf 2017 wordt het terrein omgevormd tot een 'hoogwaardig en centrum-stedelijk' woon-werkgebied en zal de brouwerij plaatsmaken voor een plein met een 'hoogwaardig inrichtingsniveau'. Of Butcher's Tears in de nieuwe buurt terugkeert (of wil keren) is de vraag, maar reeds in dit stadium voegt de brouwer waarde toe aan het toekomstige plan. Wie het proeflokaal bezoekt, leert naast het bier ook de locatie kennen en waarderen.

Ook de gemeente Amsterdam heeft oog voor de rol van horeca als gebiedspromotor. Zo biedt het Orlyplein voor Station Amsterdam Sloterdijk plaats aan een grandcafé en een onlangs geopend proeflokaal. Het proeflokaal annex eetcafé is opgezet door de brouwers van Nordman Beers en initiatiefnemers van broedplaatsen elders in de stad. De gemeente heeft met het project Orlyplein

een duidelijk doel voor ogen. Sinds de crisis heeft het omliggende kantorengedebied te kampen met leegstand; het plein en de horeca moeten het weer een aantrekkelijk vestigingsklimaat geven.

HERSTRUCTURERING

De bierwereld is interessant voor zowel economisch als cultureel geografen. Uit de opkomst van microbrouwerijen zijn volgens Kroezen lessen te trekken voor de herstructurering van sectoren die door schaalvergroting op een dood spoor zitten. Starters hebben volgens hem meer kans van slagen als zij kunnen voortbouwen op verdwenen tradities. Maar de bewijzen hiervoor zijn zoals hiervoor aangegeven wat mager.

Het staat buiten kijf dat voor vernieuwing inspiratie nodig is, maar moet die uit eigen tradities komen? Misschien zelfs beter van niet. In Duitsland bijvoorbeeld laat het *Reinheitsgebot* weinig ruimte voor experimenten. Deze regeling uit 1516 schrijft voor dat bier slechts drie bestanddelen mag bevatten: mout, water en hop (en gist, maar dat was toen onbekend). Hoewel het gebod geen wettelijke status meer heeft, houdt elke zichzelf respecterende Duitse brouwer zich eraan.

De geboden en verboden vallen echter weg als het tradities van anderen betreft. Feitelijk is dat het verhaal van de Amerikaanse craft beerrevolutie. Door het ontbreken van een nationale brouwertraditie was er ruimte om met de tradities van anderen aan de haal te gaan. Ook Nederland wordt niet belemmerd door een eigen brouwertraditie. Tegelijkertijd worden we omringd door de tradities van grote bierlanden: Groot-Brittannië, België en Duitsland. Een gunstiger positie voor het ontwikkelen van een vernieuwende biercultuur is eigenlijk niet mogelijk. Voorwaarde is dat brouwers, bierliefhebbers én academici dat ook gaan inzien. •

Antropoloog **Stefan Barendse** is docent aan het Berlage Lyceum in Amsterdam.

BRONNEN

- Jansen, A.C.M. 1987. *Bier in Nederland en België. Een geografie van de smaak*. KNAG, Amsterdam.
- Kroezen, J.J. 2014. *The Renewal of Mature Industries: An Examination of the Revival of the Dutch Beer Brewing*. Proefschrift. Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Patterson, M.W. & N.H. Pullen (eds.) 2014. *The Geography of Beer. Regions, Environment and Societies*. Springer, Dordrecht.



**Geografie is hét tijdschrift over
actuele ruimtelijke vraagstukken**

**Word lid van het KNAG
en ontvang *Geografie*
9 keer per jaar, 48 bladzijden dik**

Kijk op www.geografie.nl