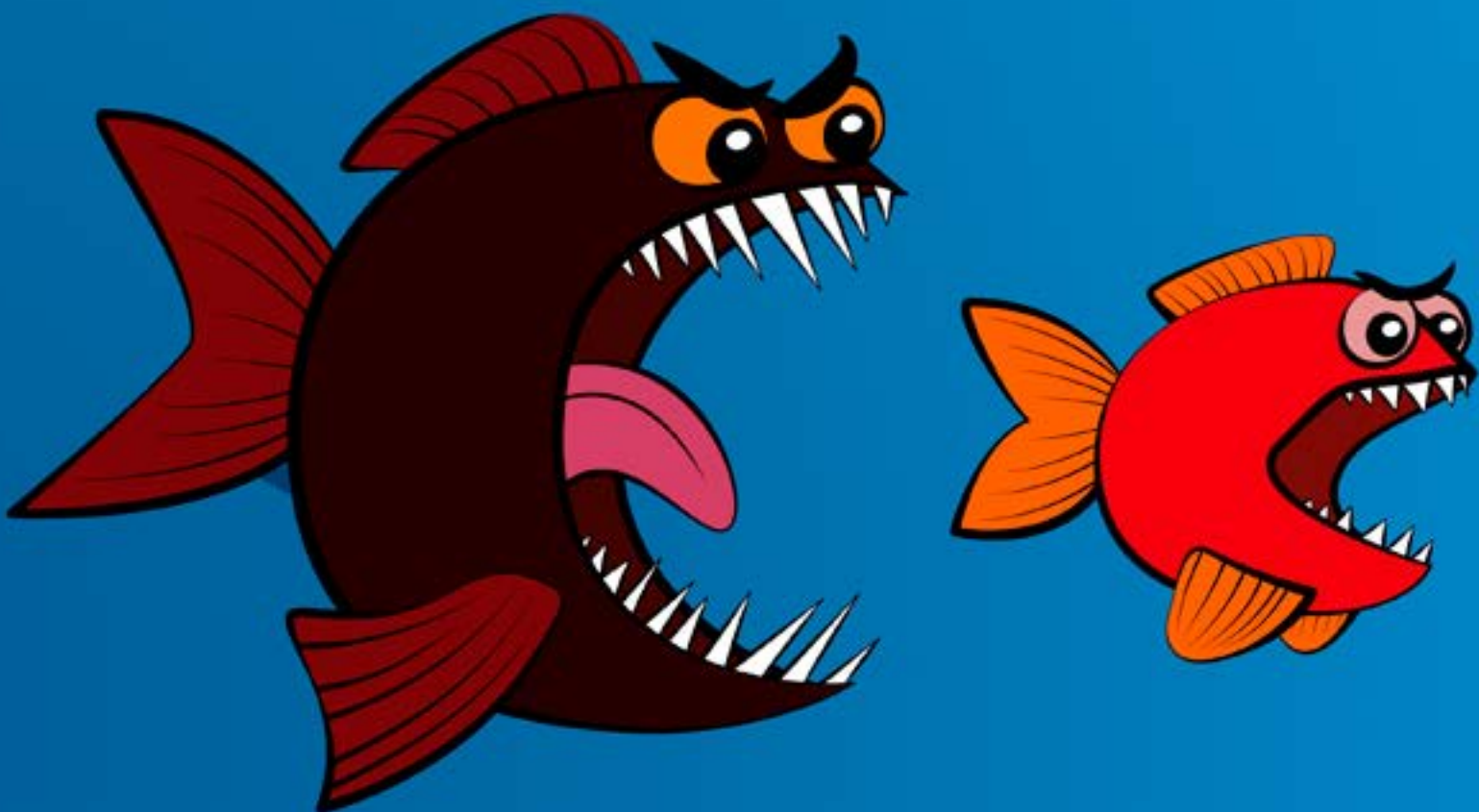


# Kun je onafhankelijkheid proeven?

Op de eerste – en hopelijk enige – digitale Dutch Craft Beer Conference, het jaarlijkse netwerk- en kennisuitwisselingsevenement dat de branchevereniging voor kleine en onafhankelijke Nederlandse brouwerijen CRAFT organiseert, kondigde toenmalig voorzitter Bart van Kleef een zegel aan dat CRAFT-leden op hun etiketten kunnen plaatsen. Dat zegel geeft aan dat het bier in de fles of het blik waarop het prijkt gebrouwen is in een 'onafhankelijke, Nederlandse brouwerij'.

Een interessante ontwikkeling, die vooral op de consument gericht is. Dat is natuurlijk reden voor PINT, dé Nederlandse bierconsumentenvereniging, eens nader in te gaan op onafhankelijkheid van brouwerijen en de vraag te stellen: kun je onafhankelijkheid proeven?



## Zegels en logo's

In een interview in Bier! Magazine, waarin het CRAFT-zegel ter sprake kwam, merkte Van Kleef het volgende op: "Onafhankelijkheid is een wezenlijk punt voor CRAFT-leden. Naar voorbeeld van de Amerikaanse Brewers Association (BA), die in 2017 een 'Seal of Independence' introduceerde dat brouwerijen op hun etiketten konden gebruiken om hun onafhankelijkheid te tonen, zal CRAFT medio 2021 een dergelijk zegel voor haar leden beschikbaar maken. En laat ik meteen duidelijk zijn: dat zegel zegt niets over kwaliteit, net zomin als het zegel van de BA.

Je moet het zien als het zegel dat de Internationale Vereniging Trappist verleent aan producten die onder specifieke voorwaarden zijn gemaakt in kloosters van de Orde van de Cisterciënzers van de Strikte Observantie: het 'authentiek trappistenproduct', dat feitelijk een herkomstaanduiding is. Een blik of fles met het CRAFT-zegel zegt dat het bier is gemaakt in een onafhankelijke Nederlandse brouwerij. Dat spreekt veel bierliefhebbers aan, en speelt in toenemende mate een bepalende rol in hun koopbeslissing."

Of dat laatste werkelijk zo is weten we niet: er is geen onafhankelijk onderzoek naar gedaan in Nederland, althans niet voor zover ik heb kunnen nagaan. Wel ligt het in de rede, daar consumenten in zijn algemeenheid, en bierconsumenten in het bijzonder, de laatste jaren steeds kritischer en veeleisender zijn geworden.

De schier ongelooflijke groeicijfers van het aantal Nederlandse brouwerijen in de laatste tien jaar geven in elk geval aan dat 'lokaal geproduceerd' een voor consumenten belangrijk thema is gebleken: er zijn vrijwel geen Nederlandse gemeenten meer zonder een brouwerij binnen de eigen grens. Een niet te beantwoorden vraag is dan: zien bierconsumenten kleinere, lokale brouwerijen als onafhankelijk, of vooral als klein en lokaal?

En: als de brouwerijen gezien worden als onafhankelijk, waarvan zijn ze dan onafhankelijk?

### Onafhankelijk = craft?

De president van de Amerikaanse Brewers Association (BA), Bob Pease, was er in een interview met Brouw! Magazine heel duidelijk over: onafhankelijkheid van brouwers gaat over eigenaarschap, waaruit een bepaalde kijk op de (bier)wereld volgt. Het door de BA geïntroduceerde 'Seal of Independence', waarop het aanstaande CRAFT-zegel nadrukkelijk is gebaseerd, had daarnaast als oogmerk de consument te informeren over, en onderscheid te laten maken tussen, craftbier en crafty bier.

Met dat laatste bedoelt de BA bier, gebrouwen door voormalige craftbrouwerijen die zijn opgekocht door multinationals en daarmee hun onafhankelijkheid verloren, en bieren die door multinationale brouwerijen op de markt worden gebracht en het uiterlijk hebben van een 'craft'-bier. Voorbeelden zijn Blue Moon en Shock Top: merken van MillerCoors en AB InBev, zonder dat er een Blue Moon- of Shock Topbrouwerij bestaat. Bob Pease: "Als een multinationale brouwerij een craftbrouwer opkoopt, dan is de laatste geen craftbrouwer meer. Daar hebben we de definitie voor; craftbier hebben we niet gedefinieerd.



Dat laten we liever aan de consument over: de bierdrinkers kunnen zelf het best bepalen of ze datgene wat in hun glas zit waarderen en of ze de brouwer willen steunen. Dat is uiteindelijk een subjectieve keuze. Wij beperken ons tot een objectieve maatstaf, en wel die van onafhankelijkheid. Aan de basis van craftbrouwers ligt ondernemerschap, onafhankelijkheid en teruggeven aan de gemeenschap waaruit je voortkomt.

Als een craftbrouwer zich aan een multinational verkoopt, verandert vooral de economische wederkerigheid met de lokale gemeenschap. Het bier wordt er niet opeens slechter van – sterker nog, in sommige gevallen zelfs beter – maar de onafhankelijkheid is voor altijd verdwenen."

Dat onafhankelijkheid voor zowel CRAFT als de BA een belangrijke parameter is moge duidelijk zijn. In beide definities wordt gesproken over het eigenaarschap: een brouwerij wordt als onafhankelijk gezien als niet meer dan 25% van het aandelenkapitaal in handen is van een brouwerij (of ander drankenbedrijf) dat zelf niet voldoet aan alle andere voorwaarden die aan het lidmaatschap van CRAFT of de BA zijn gesteld. Zo verloor Uiltje Brewing Company haar recht op lidmaatschap van CRAFT omdat ze werd overgenomen door Swinkels Family Brewers, dat geen CRAFT-lid is, of kan zijn. Bekende voorbeelden uit Amerika zijn Lagunitas en Goose Island: craft breweries volgens de BA-regels, totdat zij werden overgenomen door respectievelijk Heineken en Anheuser-Busch InBev.

### De smaak van onafhankelijkheid

De opmerking van Pease is een belangrijke. Bier, gebrouwen door een kleine en onafhankelijke brouwerij die plots door een grote branchegenoot wordt opgekocht, 'wordt er niet opeens slechter van – in sommige gevallen zelfs beter'. Pease doelt daarmee vooral op de basiskwaliteit, waaronder het minimaliseren van brouw- en productiefouten.

Wat hij niet expliciet zegt, maar wat wel door hem en Van Kleef impliciet bedoeld wordt, is dat het verhogen van kwaliteit wellicht ten koste gaat van de smaak. Zo beweren veel bierliefhebbers dat Goose Island IPA en Lagunitas IPA sinds de overname misschien 'beter' gemaakt worden, maar wel aan smaakintensiteit hebben ingeboet. Nu blijft dat een subjectieve zaak: smaak en beleefde smaakintensiteit zijn zeer persoonlijk.

Daarbij kan ook 'psychologische beïnvloeding' een rol spelen: als je gelooft dat grote brouwers, zodra ze een kleinere overnemen, gaan bezuinigen op ingrediënten, zul je – ongeacht of dat ook werkelijk zo is – het bier altijd als 'minder' gaan beleven.

Een spannende vraag in dat verband is of bijvoorbeeld het bier van de Texelse Brouwerij, of van Oedipus, is veranderd nadat Heineken er een (minderheids)belang in nam. Om eerlijk te zijn heb ik daarvan geen berichten gezien – wel is het voer voor een onderzoek, bijvoorbeeld in de vorm van een afstudeerstage. Zou dat iets voor onze consumentenvereniging zijn om te initiëren?

Terug naar de vraag of je onafhankelijkheid proeven kunt. Ik vrees dat dit vooral een persoonlijke kwestie is: voor die consument die onafhankelijkheid belangrijk vindt, zal het meerwaarde in de algehele beleving geven, en dus ook in de smaakbeleving. Daarmee is meteen helder dat het vrijwel onmogelijk te objectiveren valt. Toch is dat niet helemaal waar en kan het zijn dat het verlies van onafhankelijkheid tot de spreekwoordelijke 'nare smaak in de mond' leidt. Hoe dan?

Pease wees in het interview op de 'macht' die mondiale brouwers uitoefenen op bijvoorbeeld inkopers van supermarkten. Naarmate hun portfolio groter wordt, en mede door overnames van kleine brouwerijen steeds gevarieerder, neemt die 'macht' alleen maar toe. Dat is een ontwikkeling op zich, maar heeft onder andere tot gevolg dat het voor onafhankelijke brouwers steeds lastiger zal worden een plek op het winkelschap te veroveren.

Dat dit negatieve gevolgen heeft voor het winkelaanbod en de keuzevrijheid van consumenten is glashelder – ziehier de bron voor een 'nare smaak in de mond' zijn. In dat licht bezien is het CRAFT-initiatief een zegen voor de consument: door bewust te kiezen voor bieren met dat Nederlandse 'zegel van onafhankelijkheid' maak je een heldere keuze én een helder statement richting alle brouwers.

Laten we hopen dat het zegel snel wordt ingevoerd én door zoveel mogelijk onafhankelijke Nederlandse brouwers zal worden gevoerd.