

Het wat op welke bladzijde lijstje

| | |
|---|----|
| Het wat op welke bladzijde lijstje..... | 1 |
| Hulde aan de blogger/vlogger..... | 3 |
| Dwangmatige biergewoontes..... | 8 |
| De Thuisbrouwer..... | 12 |
| Mijn eerste liefde..... | 16 |
| Voetbal..... | 18 |
| Vrouw(en)bier..... | 22 |
| Bier versus Wijn..... | 26 |
| Bierwedstrijden..... | 30 |
| Zoethoudertje..... | 34 |
| Zo, dat is terrassend!!..... | 36 |
| Typetjes..... | 40 |
| Super Cadix..... | 45 |
| De ondernemer..... | 48 |
| De Bar..... | 52 |
| De Bartender..... | 56 |
| Bier-spijs..... | 60 |
| Biercocktails..... | 64 |
| Hoofd, schouders, IPA, IPA..... | 67 |
| Keuzestress..... | 71 |
| Ik drink nooit meer..... | 74 |

| | |
|--|-----|
| Hop..... | 78 |
| Medicijn..... | 80 |
| #askforangela..... | 83 |
| Er gaat niets boven Groningen..... | 85 |
| Evenementenbier..... | 88 |
| Doe mij maar een “trappisje”..... | 92 |
| Wat in het vat zit, verzuurt niet.. of toch wel?..... | 96 |
| Bar-Bik-Joe..... | 100 |
| Wat drinken we wanneer?..... | 102 |
| Bier is beleven..... | 106 |
| Special Thnx..... | 109 |

Hulde aan de blogger/vlogger

Niks ten nadele van de hedendaagse marketingafdelingen van de kleine, middelgrote en grote brouwerijen. Deze jongens en meisjes doen uiteraard hun stinkende best om hun merk en merkbeleving zo deugdelijk mogelijk aan de man/vrouw/genderneutraal te brengen. Weinig tot niets wordt geschuwd om de visie en gedachte van het merk en product over te brengen op de consument. Van oersaaië afbeeldingen van een biertje met de tekst: "Dis echt heul lekker bier! Echt!" tot compleet over de top ideeën.

Het zou mij niet verbazen als de astronaut die de Tesla Roadster bemant een six-pack alcoholvrij bier in zijn kofferbak heeft, om net na Mars even een pitstop te maken om deze te delen met een paar Marsmannetjes (sorry, die bestonden al toen negerzoenen nog mochten, dus niks tegen eventuele Marsvrouwjes of Marsgenderneutraaltjes). Uiteraard zijn deze buitenaardse wezens stomtoevallig gekleurd in de kleuren van de desbetreffende brouwer. Hoe kom je erop?

Allemaal prachtig bedacht natuurlijk, maar naar mijn idee is een

Marketingafdeling niet helemaal 2019. Gelukkig denkt de gemiddelde marketingafdeling hier ook zo over, want deze roepen steeds meer de on(der)betaalde hulp in van de vele bloggers/vloggers die ons kleine landje inmiddels rijk zijn. Door deze groep mensen te bestoken met flessen van hun nieuwste goedje of opnieuw te promoten evergreen hoopt de brouwerij een breed en geïnteresseerd publiek te bereiken. Uiteraard wordt de gemiddelde blogger/vlogger hier blij van.

Tel maar uit, je wilt een succesvolle en veel gevolgde blogger/vlogger worden en je houdt van bier, anders was je wel over spruitjes gaan bloggen/vloggen. Om zeker te zijn van je volgende score doe je je uiterste best om het bier dat je toegestuurd hebt gekregen zo appetijtelijk en origineel mogelijk in beeld te brengen. Filttertje hier, fotoshopje daar en je kan zelf ook nog in beeld. Plaatsen op de Insta's van deze wereld en het hunkeren naar likes en duimpjes omhoog kan beginnen. Veel duimpjes betekent weer nieuw bier van de brouwer en de cirkel is rond.

Nu heb ik twee meningen die elkaar niet helemaal bijstaan en mij plaatsen in een lastig parket bij het vormen een algemene, duidelijke mening. Allereerst ben ik van mening dat de bovengemiddelde blogger/vlogger veel te weinig betaald krijgt. Let wel, ik heb het dan niet over de wel aardig schrijvende hobbyist die naast een laffe Facebookpagina met geweldig geschreven stukjes quasi onzin met een bierig tintje, weinig tot niets bijdraagt aan de promotie van bier in het algemeen. Nee, met de bovengemiddelde blogger/vlogger bedoel ik de helden die dag en nacht bezig zijn om alle content op alle social media bij te houden en hiermee een dusdanige bijdrage leveren dat ze er echt toe doen. De bovengemiddelde blogger/vlogger leeft bier en heeft geen tijd voor een "echte" baan. Want een bovengemiddelde blogger/vlogger word je niet, dat ben je.

Voor een hongerloon reis je de hele wereld over (dat dan weer wel) om overal kennis te vergaren over de nieuwste ontwikkelingen in de wereld van het gerstenat. Je jureert op de belangrijkste bierwedstrijden en proeft de meest exclusieve bieren die de mens ooit gemaakt heeft. Je wordt bij tijd en wijle

geperverteerd in de mooiste hotels met de mooiste spijzen bij het bier... Ja, tot dusver klinkt het niet heel erg rot om een bovengemiddelde blogger/vlogger te zijn. Maar al deze mooie belevenissen betalen de hypotheek niet en stoppen ook geen benzine in je 18 jaar oude Fiat Uno. Maar ja, het gaat niet om het doel, maar om de reis ernaartoe. Toch zou het voor de bovengemiddelde blogger/vlogger leuk zijn als het doel, in de vorm van de hypotheek en benzine, een beetje meer bekostigd wordt door de reis ernaartoe.

Dat laatste gezegd hebbende kom ik op mening twee, welke meent dat het betalen van een bovengemiddelde blogger/vlogger de onpartijdigheid van deze natuurlijk enorm beïnvloedt. Waar ik graag eerlijk ben over de bieren die ik drink, gekregen of niet, gebrouwen door de brouwer die op mijn salarisstroom prijkt of niet, kan ik begrijpen dat de bovengemiddelde blogger/vlogger die werkelijk betaald gaat krijgen voor de content die geplaatst wordt, de toon van het stukje wel bij kan draaien om zijn/haar broodwinning veilig te stellen. Het doel van de brouwerijen is hiermee natuurlijk bereikt en de bovengemiddelde blogger/vlogger wordt er ook, financieel,

wijzer van. Toch zie ik het niet als een win-win situatie. De bovengemiddelde blogger/vlogger is toch ooit uit partijloze liefde voor het product begonnen met bloggen/vloggen. Een ideologische bijdrage om al wat mooi bier is, te promoten. Ongekleurd door de bouwwerken uit de oudheid die de Eurobiljetten sieren.

Laten we dus samen werken aan een wereld waar de bieren allemaal dusdanig goed zijn dat geen van de brouwerijen bang hoeft te zijn voor een negatieve blog/vlog. Een wereld die de bovengemiddelde blogger/vlogger een basissalaris geeft en later afrekent op de creativiteit en kwaliteit van de geschreven blogs en gemaakte vlogs. Een wereld waarin de bovengemiddelde blogger/vlogger alleen maar hoeft te denken aan de promotie van datgeen wat ons allemaal samenbrengt, "echt heul lekker bier! Echt!"

Oordeel Zelf!

Dwangmatige biergewoontes

Ken je dat? Dat er een figuur naast je zit die dusdanig dwangmatig bezig is met bepaalde dingen/handelingen dat je er eigenlijk wel een beetje kriegel van wordt. Ik wel, ik ben namelijk ook zo'n iemand. Ah, het wordt een persoonlijk stukje, spannend! Naast vele niet bier gerelateerde dwangmatige handelingen heb ik er natuurlijk ook een aantal die wel iets met bier te maken hebben. Gelukkig zijn deze handelingen stuk voor stuk naast dwangmatig ook nuttig, danwel goed te verklaren. Om bij het begin te beginnen...

Ik ben opgegroeid in het prachtige Zevenbergen (totaal niet relevant voor dit verhaal en ook heus niet zo prachtig als ik het doe voorkomen) en had, en heb, een vader (die Ouwe) die zich graag een Grolsch beugel voorzette. Nu hebben we het over de vorige eeuw en werd het NIX18 gegeven nog niet zo heel serieus genomen door sommige ouders en die Ouwe was één van die ouders. Ik mocht dus op mijn 14^e onder strikte supervisie van die Ouwe een bescheiden Grolsch beugel leeglurken. Schande, ik weet het. Wat mij betreft kunnen we het onder de Zeitgeist scharen.

Om tot de dwangmatigheid te komen moeten we echter weg uit Zevenbergen en 79km “vakantiegezinsautogeluk” doorstaan om in Wolphaartsdijk aan te komen. Op de camping aan het Veerse Meer werd de Constructam van opa waterpas gezet en maakten we kennis met de buurjongens. De buurjongens waren de trotse eigenaar van een vouwwagen zonder voorkant en waren vastbesloten om deze in 2,5 week dicht te zuipen. Doel bekend, middel: Grolsch beugel kratten.

Nu komen we tot de dwangmatigheid welke ik vanaf die tijd met mij meedraag. De buurjongens haalden, na openen van de Beugel, de (toen nog porseleinen) beugeldop met de platte kant over de bovenkant van de fles heen zodat de beugeldop in de “gesloten” stand dicht tegen de fles aankomt. Door de beugeldop vervolgens in je duim en middelvinger te pakken en met je wijsvinger de beugel te ondersteunen kun je geheel in balans van je Beugel genieten zonder dat deze warm wordt! Brilliant!! En niet onbelangrijk, voor mij sindsdien verplicht.

Hadden we in die tijd op een flat gewoond of in een huis met een veel kleinere

tuin, dan was deze biergewoonte nooit vergezeld door de volgende. Zoals je dus kan concluderen waren we in die tijd woonachtig in een huis met een bovengemiddeld grote tuin. Die Ouwe mocht graag zijn sinopele klauwen aan het werk zetten en schroomde tijdens deze hovenistische bezigheid niet om een Beugel te nuttigen als dorstlesser/ vloeibare boterham. Dat hij talent had voor de tuin moge duidelijk zijn, want hij raakte regelmatig een Beugel kwijt in de eveneens groene flora. Aangezien mijn moeder de financiën beheerde werd al snel een halt toegeroepen aan de inkoop van de door ons zo geliefde Beugel. Er moest een goedkoper alternatief komen en dat kwam er in de vorm van de Schultenbräu 500ml. Ik werd gestaag wat ouder en naast mijn leeftijd steeg ook de inname van Schultenbräu 500ml.

Die Ouwe bleef evengoed zijn bier kwijtraken, alleen was het een minder grote aanslag op de financiën en niet meer toe te wijzen aan de kleur van de verpakkingseenheid. Toch wist hij regelmatig ook een koud blik te vinden, waarna de discussie over de rechtmatige eigenaar menigmaal begon. Om die discussie voor altijd te vermijden werd

een pact gesloten. Na opening van het blik zou die Ouwe zijn bliklipje een kwartslag met de klok meedraaien en ik deed hetzelfde bij mijn blik alleen tegen de klok in. We zwoeren toen en daar, om nimmer elkaars bliklipje te verplaatsen teneinde ons een blik toe te eigenen. Tot op heden houdt dit pact, en de dwangmatigheid hiervan, stand.

Zij die mij kennen zullen vast nog wel wat onhebbelijkheden kunnen verzinnen, maar deze twee zijn toch wel de meest wezenlijke en vasthoudende. Nou goed, nog ééntje dan. Bij het vullen van mijn koelkast waan ik mij een beetje Rebel Yong Un en moeten de bieren altijd, als het ware een Noord-Koreaans défilé, perfect in het gareel staan met de etiketten minutieus gespiegeld en recht. Maar dat is gemeengoed onder de “echte” bierliefhebbers, toch??

Oordeel Zelf!