

En toen was België plots het bierland

Het idee voor een biermuseum in de Brusselse Beurs is nog maar amper gelanceerd of iedereen is er al wild van. Want België is het bierland, daar is iedereen het over eens. Waarom eigenlijk?



Brusselse bierdrinkers in 1933. © photo news



DORIEN KNOCKAERT
Goede producten van bij ons: kijk elke dag naar Jeroen Meus en je gaat geloven dat er nauwelijks iets anders te koop is. Anderen hebben ook witlof, maar dat van ons groeit in volle grond en is beter. Anderen eten ook asperges, maar die van ons zijn wit en smaken sterker. Anderen hebben ook garnalen, maar wij lusten alleen onze grijze. Anderen eten ook biefstuk, maar wacht tot ze van het witblauwruud proeven. Kortom, je kan nergens beter wonen dan in Vlaanderen, want daar groeit het edelste eten. Anderen brouwen ook hun bieren, maar wij zijn het enige echte bierland. Of wacht, die laatste is een wat glibberige.

Er is niks Belgisch aan bier
Geestdriftig door de steeds breder uitgesmeerde liefde voor streekgebonden smaken, ging ik op zoek naar de wuivende gerstakkers van onze streekbieren. Eindpunt van de zoektocht: één boerderijbrouwerijtje in het Hageland, dat nog maar sinds een jaar of twee bestaat: Hof Ten Dormaal in Tildonk, Haacht. Niemand die er ooit van gehoord heeft, dat klopt. Maar het is lekker en vooral: het is het enige Belgische bier dat gebrouwen op een boerderij waar ook gerst en hop worden geteeld, de twee voor-

naamste grondstoffen voor bier. Dat gaat dus, op onze grond en in ons klimaat. Maar haast niemand doet het. Waarom ook, als andere landen er beter in zijn? De hop, die halen we uit Duitsland en Tsjechië, uitvinders van de frisse pils. En als je kijkt naar brouwergerstproductie, dan is Frankrijk het bierland. Tonnen en tonnen Franse gerst worden er aangevoerd naar Vlaanderen, om tot mout verwerkt te worden in grote industriële mouterijen. Die zijn ook niet zo Belgisch: op een boogschuit van Hof Ten Dormaal, in Herent, ligt de mouterij van het Amerikaanse Cargill, een van de grootste grondstoffenmultinationals ter wereld. De andere twee topspelers zijn Boortmalt, een dochter van de Franse graan-coöperatie Axereal, en Albert, de mouterij van de Heinekengroep. De speciale mouten, die karakter moeten geven aan streekbieren, komen haast allemaal van Dingemans in Stabroek, een van de laatste onafhankelijke mouterijtjes die standhielden. Zo gaat dat, de voedingsindustrie globaliseert. En toch. Frankrijk, wijnland, heeft zijn wijngaarden. Duitsland, worstland, heeft zijn varkens. Nederland, kaasland, heeft zijn koeien. België heeft ook meer dan genoeg koeien en varkens, maar het wil en zal een bierland zijn, al heeft het geen brouw-

gerst en amper hop.
We hebben die traditie niet echt
Bierdrinkers drinken eigenlijk een verhaal, zegt André Janssens, de brouwer van Hof Ten Dormaal. Hij lijkt de toon van zijn verhaal maar niet beet te krijgen, want in eigen land is er haast niemand in zijn streekgebonden bier geïnteresseerd. Hij laat het uitvoeren naar cafés in Amerika en Japan, waar het wel aanslaat. 'In België kan ik niet tegen Leffe op.' Leffe is dan ook een abdijbier: een topverhaal. Wie het wil nalezen, stelt vast dat de abdijbrouwerij van Leffe allang niet meer bestaat, en die van Grimbergen en Maredsous trouwens ook niet. Leffe wordt gewoon gebrouwen door Inbev in Leuven, maar de smakelijke associaties blijven: eeuwenoude recepten, onbezoeeld ambacht en zorgvuldige gekoesterde diversiteit. Een typisch verhaal dat opflakert in tijden van globalisering, zegt Peter Scholliers, historicus in de onderzoeksgroep Sociale en Culturele Voedingsstudies van de VUB, die deze week een conferentie hield over het verband tussen eten en identiteit. 'Je wilt je onderscheiden van de eenheidsworst en gaat het tegengestelde vertellen van die hele McDonaldisering. We hebben zo'n reactie al eens gehad, vlak voor de Eerste

Wereldoorlog, toen de pils uit Duitsland populair werd in Brussel. De traditionele lambiek- en geuzebrouwers zagen de dreiging en voerden campagne voor het echte Belgische bier, en tegen de industriële manier van brouwen.' Resultaat: de Brusselse bieren overleefden, maar de pils bleef wel terrein winnen. In de jaren tachtig was België zo'n verpild land geworden dat brouwers van speciale bieren stilaan berustten in hun ondergang. 'Belgische bieren hadden tot voor tien, vijftien jaar helemaal geen bijzondere reputatie. Maar toen zijn enkele grote spelers de kleine bieren industrieel beginnen te produceren en vermarkten, en gingen ze iets betekenen. Die eeuwenoude bierentraditie die we verkopen, die hebben we daarom niet echt. Maar we hebben wel een rijke handelstraditie. België bierland, dat is vooral een kwestie van commercie en media.' Scholliers noemt het, ontuchtend, een hype. Freddy Delvaux, professor aan de KU Leuven en consultant in de brouwerijtechnologie, is er niet minder trots om. 'Het is net typisch Belgisch dat we de know-how hebben vergaard om de speciale bieren die ons nog restten, uit te bouwen tot een sterke business. Misschien is het meer een reconstructie van een traditie

dan een echte traditie, ja. Voor zover je bier al kan reconstrueren: over oude bieren is heel weinig geweten. In de wijnwereld is dat tenslotte niet anders. Daar is de pure traditie en het onversneden natuurproduct ook grotendeels een illusie.'
Pragmatisme maakt ons sterk
België heeft wel degelijk interessante bieren en biergebruiken, waarvan sommige al meer dan honderd jaar meegaan. Geen enkel ander land past vier soorten gisting toe: hoge, lage, spontane en gemengde. Wie daar aanstekelijk over kan vertellen is Sven Gatz, de voormalige Open VLD-politicus die directeur werd van de Federatie van Belgische Bierbrouwers. Hij trekt het idee om in Brussel een biermuseum te vestigen. 'Het klopt dat het allemaal niet zo eeuwenoud is,' zegt Gatz. Maar dat is misschien niet onze troef geweest. 'Onze brouwers zijn altijd pragmatischer en minder conservatief geweest dan die in de buurlanden. Het heeft ertoe geleid dat we ook tarwebieren hebben en fruitbieren - terwijl elders werd gezworen bij gerst. De laatste jaren zijn brouwers dan weer creatief met suiker, niet om het bier zoeter te maken,

'Die rijke, eeuwenoude bierentraditie die we verkopen, die hebben we niet echt. Maar we hebben wel een rijke handelstraditie'



maar om de vergisting bij te sturen. Zo kunnen ze een smaakvol bier maken dat niet te zwaar is.' De trappisten wonen al ruim twee eeuwen in Westmalle, maar pas sinds de jaren twintig brouwen ze tripel. Op elk flesje Stella staat 'sinds 1326', maar Stella is nog geen eeuw oud (1326 is het stichtingsjaar van de oorspronkelijke brouwerij). En onze reputatie van bierland werd, paradoxaal genoeg, pas echt iets toen Interbrew in 2004 fuseerde met het Braziliaanse Ambev en strategisch aan de slag ging met de *Belgian beers*. 'Inbev heeft ingezien dat de Belgische identiteit van belang is voor zijn bieren. De kleinere brouwerijen profiteren daar mee van,' zegt Gatz. En de jongste jaren zijn er veel kleine brouwerijen bijgekomen, wel vijftien in 2011. Als je hard genoeg in je verhaal gelooft, wordt het werkelijkheid. *Belgian beers* liggen mooi op koers, met ongeveer één procent van de wereldwijde bierproductie (maar een dalende consumptie in eigen land). 'We zullen nooit de grote producent worden, maar we zitten qua imago wel helemaal bovenaan in de piramide,' zegt Gatz. 'Je hebt Franse wijn, Schotse whisky en Belgisch bier. We

doen het goed in landen die economisch vooruitgaan, waar mensen producten willen kopen die status uitstralen. In China, Japan, India en Brazilië kunnen we nog heel hard groeien.' De drang om onze eigenheid in de verf te zetten met eten en drinken, is intussen nog verder gereïgionaliseerd. 'De opleving van Vlaamse gevoelens kon je heel duidelijk volgen in de productie van uitgesproken Vlaamse kookboeken, die de nadruk leggen op producten en recepten van bij ons', zegt Peter Scholliers. Maar *Flemish beers* hebben geen enkele waarde in het buitenland; bier zal altijd Belgisch blijven. 'Er moet een cultureel of commercieel belang zijn om zo'n product een nationale identiteit te geven. Daarom zullen we ook niet rap spreken van Europese producten.' Terwijl het gros van onze voedingsproducten precies dat geworden is: een Europese mix. De trend is nu om nog onder het Vlaamse niveau te duiken, en specifieke lokale recepten, tradities en producenten te koesteren. Niet meer het witblauw, maar het West-Vlaams rood rund. Poperingse hopscheuten. Hasseltse speculaas. Terroir, de smaak van het land, is goed op weg om het product van 2012 te worden. Al zal het nog stevige concurrentie krijgen van dat biermuseum.