

P+
SPECIAL
Jaargang 20
Week 34 | 2022

Onbekende duurzaamheid
uit Canada

Stoute biertjes



Balanceren

Het is een waar wereldwonder, deze 'Balancing Rock'. Toch zullen niet veel mensen raden waar dit negen meter hoge stuk basalt te vinden is. De duizenden jaren oude kolom staat ver van de stromen van het massatoerisme, op Long Island in Digby County, Nova Scotia. Deze o zo leeg aanvoelende Canadese kustprovincie is ook behoorlijk goed in het verborgen houden van bijzondere duurzame praktijken. >

Waar de slachtoffers van de Titanic begraven liggen

Ook al een onbekende toeristenbestemming in Nova Scotia: de graven van slachtoffers van de Titanic. De prestigieuze oceaanstomer schampte op 15 april 1912 ter hoogte van Groenland een ijsberg die - waarschijnlijk - was afgebroken van de Jacobshavn gletsjer. Een deel van de meer dan 1500 slachtoffers werd in Halifax aan land gebracht en daar begraven -soms anoniem wanneer de naam niet kon worden achterhaald.

Ijsbergen op zee fotograferen is wel iets wat toeristen graag doen. Ze moeten daarvoor afreizen naar het noordelijk van Nova Scotia gelegen New Foundland. Daar doemen de blauwwitte giganten tot in juli toe op in de baaien, soms tot vlakbij de kleine vissersdorpjes.

In de enthousiaste fotobijschriften op Facebook schrijft gek genoeg niemand over het drama van de opwarmende aarde en de stijgende zeespiegel. Hoe zichtbaar wil je het hebben? Ook ziet niemand de symboliek van een aarde, die net als de onzinkbaar geachte gigant Titanic, bedreigd wordt door het steeds sneller afkalvende landijs op Groenland. [➔](#)





Het stoute succes van Dirty Blonde

Het bierblikje staat vol duurzame claims. Zelfs de regenboog van de LHBTI-gemeenschap ontbreekt niet. Maar dan die naam: Dirty Blonde. Kan een Canadese brouwer van speciaalbieren heel duurzaam zijn en tegelijkertijd van seksisme worden beschuldigd?

MARKETING SEKSISME ONDER BIERBROUWERS



De Canadese bierbrouwer Shaun O'Hearn vindt de naam 'Dirty Blonde' niet seksistisch: "Het is een blond bier dat ongefilterd is en daardoor troebel blijft."

De mediastorm die Shaun O'Hearn (1969) ontketende deed zijn kleine brouwerij van speciaalbieren niet zinken. Integendeel. Terwijl de brouwers van Dirty Blonde alweer een nieuwe voorraad blikjes afvullen, staan op een aanpalend terrein zware bouwmachines te stampen. O'Hearn moet uitbreiden. De Canadees heeft meer bedrijfsruimte nodig om aan de vraag naar zijn succesvolle speciaalbieren te kunnen voldoen. En zo lang bestaat deze brouwerij Nine Locks nog niet. Pas in 2016 startte hij in Dartmouth, waar aan de overkant van de zeemonding Halifax ligt. En dat is de hoofdstad van Nova Scotia, de Canadese provincie waar de walvissen elke dag in de Atlantische Oceaan foerageren. In 2017 lanceerde O'Hearn hier zijn eerste blonde bier, dat wel wat smaakt naar Leffe.

De bierblikjes van Dirty Blonde staan opvallend vol duurzame claims. Ze onderstrepen de idealen van kleine bierbrouwers, die ook in Canada een stukje marktaandeel van grote labels als Budweiser afsnoepen: *Zero Compromises, Small Batch, Unfiltered, No Preservatives, Craft Made, All Natural*. Voor World Pride Day 2022 maakte de brouwerij dit jaar zelfs een speciale partij van 20 duizend cans aan met daarop de regenboogvlag, als statement tegen discriminatie. Een andere partij bier volgens Oekraïens bierrecept was binnen vier uur uitverkocht. Nine Locks doneer-

de daarop een bedrag van 20 duizend dollar aan het Canadese Rode Kruis, om de slachtoffers van de oorlog te helpen. De brouwerij steunt daarnaast tal van andere lokale initiatieven, zoals het herstel van de stand van de wilde zalm in de rivieren.

Maar O'Hearn maakt ook graag grappen. Het is typisch masculine kroeghumor die ook bij de introductie van 'Dirty Blonde' werd ingezet. Als advertentieslogan koos hij voor 'Blondes have more fun'. Hij bedacht de kreet niet zelf, maar leende de tekst van de Britse rocker Rod Steward, die eerder een album onder deze titel had uitgebracht. Zo'n woordspeling lijkt onschuldig. Bovendien, de beroemdste 'Dirty Blonde' uit de filmgeschiedenis, de Amerikaanse actrice Mae West, staat vandaag te boek als een vroege feministe, die haar eigen teksten wilde schrijven -materiaal dat ze overigens vaak uit moppenboeken haalde. Toch tekenden collega ambachtelijke brouwers in Nova Scotia heftig protest aan tegen de vergelijking van een blonde vrouw met een blik bier. Hun organisatie, de Craft Brewers Association, liet weten dat de reclameteksten van O'Hearn voorbijgingen aan een aangenomen motie uit datzelfde jaar 2017 waarin de leden beloofden zich niet te buiten te gaan aan discriminerende marketing. De superbeleefde en zich al snel verontschuldigen- de Canadezen bewandelden de *moral highroad* keurig in lijn met



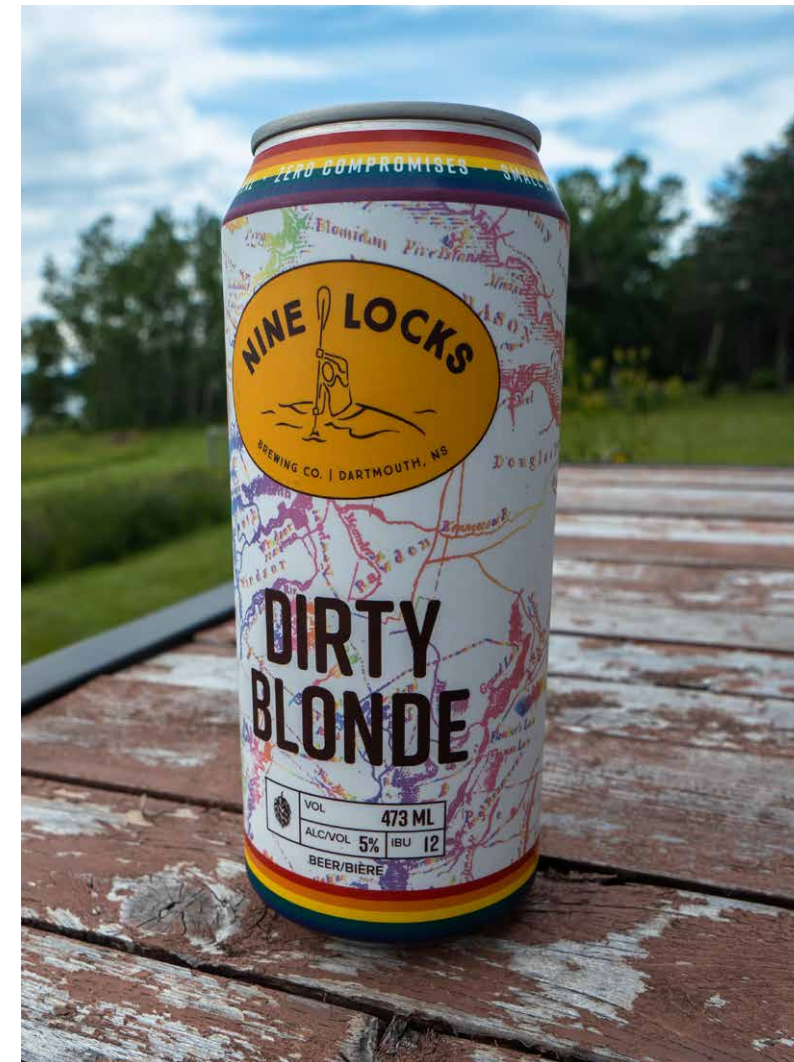
Op de speciaalbrouwerij Nine Locks wordt een nieuwe bestelling 'Dirty Blondes' gereed gemaakt voor verzending.

de hashtag #MeToo-beweging, die ook al in datzelfde jaar werd gelanceerd. 'Deze reclame is onacceptabel en niet te tolereren', lieten de speciaalbrouwers aan de buitenwereld weten. Een studente die hielp bij het opstellen van een open brief zei tegen de Canadese media: 'Dit is het vaste gedragspatroon in een maatschappij waarbij historisch gezien het lichaam van vrouwen wordt ingezet voor marketingdoeleinden'. Pijnlijk was ook een interview van een vrouw die in een bar werkte en vertelde wat ze allemaal naar zich toe kreeg van mannen die bij haar een glas Dirty Blonde bestelden. Deze Catherine Murray vertelde dat ze doodziek van werd van insinuaties als 'Krijg ik jou er dan bij?'. Of: 'Ik ben echt dol op blondjes, als je begrijpt wat ik bedoel'. Murray gaf het interview overigens toen zij bij een concurrerende bierbrouwer werkte.

Op zijn kantoortje in Dartmouth trekt O'Hearn zijn onschuldigste gezicht wanneer hij uitlegt waarom hij zijn populaire biertje zo nodig 'Dirty Blonde' moest noemen. "Het is blond bier, van het type dat jullie in Europa als Belgische witbier kennen, ook al is de smaak anders. Het is bovendien ongefilterd, waardoor het in het glas wat troebel blijft, wat wolkig. Daar komt het 'dirty' vandaan. Maar onze concurrenten bliezen dit op tot seksistische marketing. Het explodeerde. Kijk maar op

Google. Als je 'Dirty Blonde beer' opzoekt, staat het internet er vol mee. Wijzelf vonden onze marketing niet seksistisch. Maar die hele controversie leidde ertoe dat mensen het wel eens wilden uitproberen. En dan zeiden: 'Wow... dit is een heel makkelijk drinkbaar biertje.'" O'Hearn haalde de advertentie met de tekst 'Blondes have more fun' toch van zijn website. Een andere gewraakte slogan handhaafde hij. Deze is nog steeds op te koop als opdruk op een T-shirt in zijn brouwerijwinkel vol merchandise: 'Everybody loves a Dirty Blonde from Dartmouth'. "Boys will be boys", geeft O'Hearn alsnog toe.

De ervaring van O'Hearn met speciaalbieren is al wat ouder dan de zes jaar dat hij nu als bierbrouwer opereert. "Ik was eigenaar van een kroeg in Halifax, een pub met een restaurant. Daar maakten we een eigen IPA-bier, New England style, dat heel populair was. Dat was de aanleiding om deze brouwerij te starten, mijn zwager en ik. Het leidingwater is hier van goede kwaliteit, ook al zuiveren we het zelf nog. Uit de pub hebben we ook onze humor meegenomen, die je op onze blikken en glazen en op T-shirts zult vinden. Het is voor mensen in de kroeg een opening om een gesprek met een vreemde te beginnen." O'Hearn is zeker niet de enige Canadees die graag tegeltjes-



Een blikje 'Dirty Blonde' staat vol duurzame claims.

teksten produceert. Waar je in Nova Scotia ook komt, in winkels, in restaurants, bij mensen thuis, er hangen spreuken. Zo kun je bij een zwembad van particulieren zomaar een bordje op de schutting aantreffen met: 'Verboden op het water te lopen'. Of een kerk heeft buiten op het mededelingenbord een doordenkertje geplaatst: 'What is missing in CH..CH?', waarop de letters 'UR' naar beneden zijn gevallen. Dat moet gelezen worden als 'You are'. Een winkel biedt klanten geen paraplubak aan, maar een serie haken aan de muur met de tekst: 'Umbrella Parking'. Dat kan nodig zijn, want hier aan de oceaankust verwachten de bewoners met Kerst eerder regen dan sneeuw. Ook al is het zeewater ijskoud, de laatste White Christmas dateert alweer van 2010.

In het restaurant naast de brouwerij in Dartmouth drinken we een Dirty Blonde, om de troebele gouden kleur van dit bier nog eens goed te kunnen bestuderen. Het is een verslavend lekker biertje, dat moeten we O'Hearn nageven. Veel hipper dan het veelgeprezen maar toch wat ouderwets proevende India Pale Ale van Alexander Keith's (1820), een ook in Nova Scotia gevestigde bierbrouwer. Op het hoge bierglas van 'Dirty Blonde' staat inderdaad een -onvertaalbare- grap afgedrukt: 'Poop jokes aren't my favourite, but they're a solid number two'. ➤

Nederland telt al meer dan 700 speciaalbrouwerijen

De Canadese provincie Nova Scotia mag dan 59 bierbrouwerijen tellen, dat is niets in vergelijking met Nederland. Het aantal makers van speciaalbieren is hier de 700 enthousiastelingen alweer gepasseerd. Er komen er nog steeds meer bij. Zelfs het boerenprotest leverde in het Zeeuwse dorpje Ouwkerk een nieuwe brouwer op, ter ondersteuning van de claim dat er zonder boeren geen bier is – voor het gemak vergetend dat de meeste brouwers gerst door boeren uit Noord-Frankrijk wordt geleverd.

Op de website Biernet.nl is deze nieuwkomer nog niet eens op de digitale landkaart geprikt. Onder alle brouwers zijn ook zo'n dertig labels die zich laten voorstaan op duurzaamheid, naast de grote biermerken als Heineken, Grolsch en Bavaria. Uitblinker is uiteraard het bekende Gulpener Bier, dat de duurzame Koning Willem 1 Prijs won. De steeds verder uitbreidende Brouwerij De Prael in Amsterdam biedt al vele jaren werk aan mensen die nauwelijks kans maken op een reguliere baan op de arbeidsmarkt. Onder de speciaalbieren is er onder andere een Leids bier dat wordt gemaakt van bagels. Lowlander brouwt 'botanisch' bier van vers fruit, bloemen en kruiden. Lokale bierbrouwers zijn er volop te vinden, zoals Pimpelmeesch in Chaam, die zich 'dorpsbrouwer' noemt.

Ook Nederlandse brouwers van speciaalbieren bezondigen zich aan controversiële en seksistische namen. Naast 'Dikke lul 3 bier' van Uiltje Brewing Company brouwt Jeroen Bax in Haarlem een speciaalbier dat hij 'Oma's Pruijm' doopte - uiteraard gebrouwen met pruimen. Brouwerij Boegbeeld in Den Bosch verkoopt 'Kutbier', ook al met pruimen in de receptuur verwerkt. De Oostenrijkers maken een 'Fucking Hell', afkomstig uit het dorpje Fucking. De Amerikanen uit Palo Alto bieden een 'Hoppy Ending' aan. Op het etiket masseert een jongedame een hele dikke bult hop onder een lakentje. Dan houdt Persimmon Hollow Brewing uit Florida het nog redelijk netjes. Daar dachten de twee oprichters ook eens leuk en origineel te zijn. Ze noemden hun blond biertje, jawel, 'Daytona Dirty Blonde'.

Biernet brengt alle Nederlandse brouwers van speciaalbieren in kaart.