

Vakvrouwschap is meesterschap

De Duitse bierbrouwer Karlsberg heeft onderzoek gedaan naar drinkgedrag van bier onder vrouwen. Duitse vrouwen vinden bier ongezond, dikmakend en ordinair. Vroeger hebben vrouwen wel degelijk een belangrijke rol gespeeld in het brouwproces. Terwijl de man aan het 'jagen' was zorgde de vrouw voor het eten en drinken. Het bier werd gebrouwen door vrouwen. En Haarlem was vele eeuwen een bekende bierbrouwerstad, waar 20 procent van de brouwerijen in handen was van vrouwen.

De Duitse bierbrouwerij Karlsberg (niet te verwarren met het Deense Carlsberg) is sinds juli dit jaar met een vrouwenbier op de markt gekomen, genaamd Karla. Karla bevat slechts 1 procent alcohol en is vermengd met vruchtensap (appel of banaan). De bierbrouwer zet het biertje neer als gezond en welzijnsverhogend. Karla is een natuurzuiver product en ook voedzaam (bier was overigens al erg voedzaam). Dit bier is gericht op actieve vrouwen die midden in het leven staan en is zelfs te koop bij de apotheek. Ik behoor ook tot deze vrouwelijke doelgroep die midden in het leven staat, ben ook met mate actief, maar moet er niet aan denken dit smakeloze bier te drinken.

Hoe komt het dat het bijna onmogelijk is om de vrouwelijke doelgroep met bier echt te raken? Komt het omdat de nieuwe bierconcepten voor vrouwen door mannen worden bedacht? Er is een grote groep vrouwen die bier niet lekker vindt. En de vraag is of je je geld en tijd wilt investeren in vrouwen die het uiteindelijk toch niet gaan drinken. Wieckse komt met een combinatie wijn-bier: Wieckse Rose. Eerlijk gezegd heb ik dit bier nog niet geproefd en zal daarom nog geen mening geven, maar kom daar zeker op terug. Ik behoor tot een groep vrouwen die namelijk wel van bier houdt! En net als mijn vrouwelijke vrienden houden wij niet van zoete smaakjes-bier met appel, banaan, etc. Het klopt dat vrouwen niet van te zwaar, bitter en kruidig bier houden. Een lekker, licht bier is voor een groot deel vrouwen wél weggelegd.

Al jaren worden de reclamecampagnes gericht op mannen. Bavaria maakt van de man zelfs een held. Ik vind het juist leuk dat Bavaria inspeelt op mannelijke kant van de man. Bier is wel degelijk een 'mannenproduct' en zal dit ook blijven. Vergis je niet dat zowel mannen als vrouwen, een mannelijke én een vrouwelijke kant bezitten. Daarom wil de bierlievende vrouw juist geen vrolijk, lief of fruitig product of reclame die haar weinig of niet aanspreekt. Wieckse Witte gaat hier heel anders mee om dan alle anderen bierfabrikanten en dat is verrassend. Alleen voel ik me hierbij nog steeds niet aangesproken. Ik vergelijk het met wasmiddelen-reclames waar vroeger alleen de vrouw in voorkwam. Tegenwoordig staan ook mannen in de keuken en drinken vrouwen graag een biertje. Dat vrouwen vroeger het bier brouwden laat mij niet los. Tijd voor een biercur-sus!! Op de HAS Den Bosch, waar ik tevens lesgeef, kan ik een bierpracticum volgen. Vakvrouwschap is daar wél meesterschap.