

Gedreven

Volle bak en dan een biertje



Susanne van Velzen
s.van.velzen@hollandmediacombinatie.nl

Hilversum * De typische brouwlucht vult de ruimte van foodhall Mout. Een boerse geur van graan en gist stijgt op uit de Gooische Bierbrouwerij. Kruidig, scherp, misschien zelfs een tikkeltje onaangenaam. De bierbrouwers zijn met grote schuiven in de weer. Met liefde en aandacht wordt een paar duizend liter bier bereid.

Martijn Snelder (46) kijkt vol bewondering vanaf de vide op de grote chromen brouwketels. „Prachtig proces.” Of ze ‘zijn’ bier aan het maken zijn? „Vandaag niet. In de kelder staat een tank van 2000 liter die steeds met ons bier gevuld is”, zegt de Hilversummer. Met compagnon Daan van Well, die in Zwitserland woont, is hij de man van het nieuwe biermerk à Bloc. Een wielrennersbiertje bedacht voor en door fietsers, dat zijn oorsprong in Hilversum vindt en nu ook verkocht wordt in Engeland, Australië en Spanje. Ontstaan in de kroeg op de achterkant van

een bierviltje, na één van de vele fietstochten die de mannen de afgelopen jaren maakten. Inmiddels zijn ze meer dan fulltime met hun biermerk bezig. „Daan ken ik uit mijn stuaal bier. Met 4,9 procent alcohol

bewust niet te zwaar. Als je na 150 kilometer fietsen afgepeigerd binnekomt en een zwaar biertje drinkt, knikker je om.”

Greg Lemond
De naam voor hun bier vinden ze in het wielersport. à Bloc is de Franse term voor volle bak of zoals Australiërs zeggen *flat out*. „Zo hard je kan. Het leuke is dat iedereen volle bak kan gaan, maakt niet uit hoe getraind je bent. Greg Lemond zei ooit *‘it never gets easier, it just gets faster’*. Maar het doet altijd pijn.”

Pannenkoeken, barretjes, gelletjes en bananen. Na zo’n tocht waren we helemaal klaar met zoet. Maar veel bier heeft juist iets zoetigs. We wilden iets hartigs.”

„Kunnen wij nou niet het perfecte bier voor na een mooie dag fietsen bedenken?”, vragen de twee vrienden zich ruim twee jaar geleden af. Met de foodbusiness hebben Martijn Snelder en Daan van Well helemaal niets. Van Well is head of legal bij PWC in Genève en Snelder zit in het vastgoed. Maar het idee laat ze niet los.

Mineralen

Ze zetten op een rij waar het wielrenbiertje aan moet voldoen. „Dorstlessend, verfrissend en ongefilterd waardoor de proteïne en vitamine b die van nature in bier zitten goed naar voren komen. En we wilden er mineralen aan toevoegen hebben, Alpine mineralen. Die geven het bier een hartige smaak, dat ziltige.”

Op zoek naar een brouwer die hun perfecte wielrenbiertje kan maken komen ze bij Gijs Troost van de Gooische Bierbrouwerij in Hilversum terecht. „Veel prachtige biertjes worden bedacht vanuit passie voor vrouwen. Ons bier is bedacht vanuit passie voor wielrennen. Natuurlijk hebben we interesse in het brouwproces, maar Gijs is de gepassioneerde brouwer. We werden onthaald met tafels vol bier. Van licht witbier tot India pale ale, de zware bittere bieren. Ze lieten ons proeven en proeven om een idee te krijgen van onze bedoelingen. Daar is een *natural blonde beer* uitgekomen. à Bloc, een hartige snack. Een heel toegankelijk speciaal bier. Met 4,9 procent alcohol

bewust niet te zwaar. Als je na 150 kilometer fietsen afgepeigerd binnekomt en een zwaar biertje drinkt, knikker je om.”

Greg Lemond

De naam voor hun bier vinden ze in het wielersport. à Bloc is de Franse term voor volle bak of zoals Australiërs zeggen *flat out*. „Zo hard je kan. Het leuke is dat iedereen volle bak kan gaan, maakt niet uit hoe getraind je bent. Greg Lemond zei ooit *‘it never gets easier, it just gets faster’*. Maar het doet altijd pijn.”

Hard gaan en samen genieten, dat is à Bloc

Volgens Snelder is à Bloc een atypisch merk in de bierwereld. „We willen natuurlijk graag bier verkopen maar doen veel meer dan dat.” Tegelijk met het bier lanceren ze een aantal platforms om hun product wereldwijd aan de man te brengen. Events, fietsteams en websites. Ze zetten vol in op social media en marketing. Zo gaan ze een partnership aan met het Zwitserse profteam Katusha waardoor à Bloc in alle grote rondes aanwezig is: de Tour de France, de Vuelta en de Giro d’Italia. „We organiseren fietsevents, zoals de Car Park Cannon Ball (vandaag in Eindhoven, red). Een serie afvalraces van één tegen één. Alles fietst tegen elkaar. Van elektrische fiets tot mountainbike. Eten erbij, een dj. Het gaat om de lol. Het is de sfeer van *beer, bikes & burgers*. Gaan we over de hele wereld organiseren. En we hebben een online platform waar we een community activeren. Er is een webshop met bier en fietskleding.”

Crowdfunding

Het gaat zo hard met hun bedrijf dat de Hilversummer inmiddels vijf dagen per week met à Bloc bezig is. Snelder grijnst: „En nog twee dagen in het vastgoed. Het is hard werken maar dat geeft niet. Bij het starten van een nieuw bedrijf ben je altijd 24/7 bezig. We zitten nog in de start up fase.”

De Hilversummer houdt zich voornamelijk bezig met de operationele kant van het bedrijf. Zijn compagnon leidt vanuit Zwitserland de internationale expansie. Via crowdfunding haalden ze 250.000 euro op voor de productie van het bier en de marketing van het merk. De doelgroep is groot. Alleen al in Nederland zijn er zo’n 1 miljoen sportieve fietsers. Van mensen die af en toe op de racefiets kruipen tot fanatiekelingen die met raceschemas in de weer zijn. „In Australië zijn dat er 3,7 miljoen en in Engeland zelfs meer dan 5 miljoen.



Hilversummer Martijn Snelder wil met zijn biermerk à Bloc de fietswereld veroveren.

Maar er is wel een verschil. In Nederland is fietsen een way of life. Iedereen heeft wel twee fietsen in de schuur staan. In Australië en Engeland is het een life-style, daar kies je voor de fiets als sport. In Australië is het geen dagelijks vervoermiddel. Het is daar een stuk gevaarlijker op de weg dan hier.”

Via hun contacten in de wielersport wereld konden ze vorig jaar mee met de handelsmissie naar Australië. „Zaten we daar ineens tussen Wil-

lem-Alexander en Máxima en 125 grote Nederlandse bedrijven van de KNVB tot de Rabobank. Vroegen die Australiërs: ‘wat doen jullie jongens?’ Uh, we hebben een bier bedacht. Nou dan val je wel op. We hebben daar in tweeënhalve week een landenmanager en een investeerder gevonden en een bedrijf opgezet. Passie voor het wielrennen blijkt een universeel gevoel.”

Hun biermerk sluit volgens Snelder aan bij het ‘nieuwe wielrennen’. „Het oude wielrennen is als

eerste boven willen zijn, als eerste afdalen, als eerste eten, als eerste naar de masseur en als eerste naar bed. Het nieuwe wielrennen is als eerste boven, dat vindt iedereen leuk. Maar we dalen gezamenlijk af en gaan dan lekker de kroeg in, biertje erbij en we delen de mooie verhalen nog eens. Als je niet kan delen heeft zo’n prestatie geen zin. We willen een community worden die elkaar helpt, elkaar uitdaagt. Onze slogan is *We share the ride.*”

Snelder pakt een bierviltje van à Bloc en draait het om. Op de achterkant staan de woorden challenge, who, date en signature. „Je zit in de kroeg en zegt tegen een vriend; ‘wij moeten die Mont Ventoux weer eens beklimmen’. Je vult op het bierviltje de uitdaging en datum in, wie is erbij, zet je handtekening en de challenge staat. Op wesharetheride.com vind je dan allerlei informatie over die uitdaging. Hoogte, stijgingspercentage. Maar ook tips over restaurants in

FOTO STUDIO KASTERMANS/BEN DEN OUDEN

de buurt. Zo activeren en inspireren fietsers elkaar.”

„Wij zijn waar fietsers zijn. Onze doelgroep zit over de hele wereld. Dat kunnen wielrenners zijn, mountainbikers of fixed gearfietsers. Ken je dat? Net als baanwielrenners. Fietsen met één versnelling en zonder rem. Daar worden nu ook criteriums mee op de weg gereden. Heel sensationeel is dat. Gaat keihard. Die jongens rijden in de mooiste pakjes, op de mooiste fietsen. Het is heel groot op social

Gedreven

Mooie van wielrennen is het afzien

Bierfestival

De Gooische Bierbrouwerij houdt morgen tussen 13.00 en 21.00 uur het Gooisch Bierfestival op het Markplein in Hilversum. Er zijn foodtrucks, live muziek en meer dan dertig bieren op tap.

media.” Samen met het Spaanse koffiemark Espresso Mafia, opgezet door oud-profrenner Christian Meier van het Australische team Orica, heeft à Bloc een eigen fixed gearteam dat wedstrijden rijdt in New York, Londen, Barcelona en Milaan. En de koffie wordt dan weer verkocht in de webshop van à Bloc. Zo grijpt alles in elkaar. Ondanks zijn drukke baan probeert Snelder toch zo’n drie keer per week op de fiets te stappen. Elke zondagochtend verzamelt hij met een clubje bij foodhall Mout op het Markplein in Hilversum. Er wordt gezamenlijk een espresso gedronken en dan volgt een tocht van tachtig tot honderd kilometer. „Een social ride. Iedereen kan mee. Van onervaren tot fanatieke fietsers. Haak maar aan, gezellig, leuk. Voor hard fietsen hebben we andere momenten.”

Het gevoel dat wielrenners voor hun sport hebben is volgens Snelder universeel. „Het afzien, dat vinden we mooi. Dat je over wegen kunt rijden waar ook je helden rijden of gereden hebben. En daar rij je dan ineens zelf. Als je fietst denk je elke keer ‘waarom doe ik dit ook alweer’. Want het doet elke keer pijn. Maar als je afdaalt en daarna onder het genot van een biertje nog eens alle mooie momenten laat passeren, ben je dat gevoel snel kwijt. Sterker: de volgende dag stap je weer op de fiets. En ga je weer afzien.”