



COVERSTORY

**Nick Reinders & Kasper Hiddema**

BAXBIER

# Brouwerij omarmt Artificial Intelligence

**Nick Reinders ontwerpt in 2018 als student Communicatie en Multimedia Design aan de Hanze Hogeschool de eerste labels voor Baxbier in Groningen. Uit meer dan honderd sollicitanten is het oog op hem gevallen. Een goede keuze, want de geboren Drent verzorgt nog steeds de look & feel van de Groningse brouwerij. De laatste jaren onder andere met Artificial Intelligence (AI) als creatieve inspiratiebron.**

De originele plaatsing van een vacature op social media – een in Paint opge-maakte “draak van een huisstijl”, met de vraag ‘Baxbier zoekt ontwerper ; kan jij dit beter?’ – levert een stortvloed aan geïnteresseerden op. “Dat verraste ons ook,” vertelt Kasper Hiddema, zelf benoemd ‘manager of stuff and things’. Hij is ook aangeschoven aan de picknick-tafel op het terras van het proeflokaal van Baxbier, direct aan de waterloop Reitdiep waar op deze fraaie zomerse dag tal-loze vaartuigen passeren. “Die vacature werd blijkbaar voortdurend gedeeld op social media, want we kregen achter-lijk veel reacties. Heel divers, met de meest uiteenlopende achtergronden, van gerenommeerde reclame-ontwerpers, tot kunstenaars en dus ook van studenten. Compleet overrompeld en ook wel gevleid door de animo, hebben we op iedereen persoonlijk proberen te reageren. Met een stuk of vijf kandidaten zijn we het gesprek aangegaan en uiteindelijk vonden we Nick het beste bij ons profiel passen. Het klikte persoonlijk, hij had nog geen vastomlijnde werkwijze maar wel een mooi portfolio en omdat hij nog studeerde was hij nog niet te duur, ook niet onbelangrijk. Onze hoop was om samen te kunnen groeien en die is dus uitgekomen.”

## En is dat gelukt met Baxbier als eerste klant?

Nick met een bescheiden glimlach: “Baxbier voelde nooit als een externe opdrachtgever; eigenlijk nog steeds niet. Ik kreeg hier een eigen bureau en maakte vanaf dag één deel uit van het team. En hoewel we nu met ons creatief bureau Nattevingerwerk wel ons eigen kantoor hebben, is die nauwe onderlinge band altijd gebleven. Precies wat Kasper zegt:

we hebben ons samen steeds verder ontwikkeld.”

## Hoe ben je in dit vak terechtgekomen?

Nick: “Ik wist al jong dat ik iets creatiefs wilde doen. Ik ben ook bij de Kunstacademie wezen kijken, maar dat was me allemaal iets te los en vrij. Een combinatie met iets als marketing past beter bij me. Gericht mooie dingen maken, dat spreekt me aan. En bij Baxbier kan ik wat dat betreft mijn hart ophalen met bier als aansprekend product. Hoewel ik zelf in het begin van mijn studententijd meer van de gewone Pils was. Het ontdekken van nieuwe biestijlen is pas hier begonnen.”

## Hoe zouden jullie de stijl van Baxbier omschrijven?

Kasper: “Seriously Playful is de slogan van de brouwerij en dat is terug te zien in onze labels. We zijn serieus bezig om mooie, smaakvolle dingen te maken, zonder dat we daarbij onze speelsheid verliezen.”

Nick: “Vanaf het begin hebben we gezocht naar een iets ruigere uitstraling, maar ook vrolijk en kleurrijk. Hoewel we vaker al veranderingen hebben doorgevoerd, zijn die kenmerken altijd overeind gebleven.”

## Wat is er zoal veranderd qua design?

Kasper: “Het logo van Baxbier is de constante factor. De rest van de huisstijl is op de schop gegaan. Niet van het een op de andere dag. Dat is een geleidelijk proces geweest. Op zich maakten we vroeger ook al mooie dingen, maar de lijn ontbrak.”

Nick lachend: “Als ik sommige dingen terug zie, dan vraag ik me wel eens af:

‘vonden we dat toen echt mooi?’ Maar goed, da’s ook een kwestie van ontwikkeling. Het laatste werk is voor mijn gevoel altijd weer het beste. Terugkijkend zit er zeker een stijgende lijn in de kwaliteit van de ontwerpen en gaandeweg is er dus meer samenhang in gekomen.”

Kasper: “De overstap van fles naar blik was een mooi moment om wat rigoureu-zere keuzes te maken. De afmeting van het label veranderde, maar het logo heeft nog steeds een centrale plek.”

Nick: “Sowieso is het bierlandschap de laatste jaren flink veranderd. Vroeger hadden we best een nette verpakking, misschien iets te braaf om op te vallen in het schap. Al die brouwerijen schreeuwen om aandacht. In elke willekeurige bier-winkel knalt het je tegemoet.”

Kasper: “Ik denk wel eens: hoe zou het zijn als van acht jaar geleden in een bier-winkel van nu zou rondkijken? Dan zou ik toch niet weten wat me overkwam, qua aanbod, designs en dergelijke? Dat lijkt me echt waanzinnig.”

Nick: “Ik stap nu met hele andere ogen een bierwinkel binnen, dan toen ik hier net werkte. Nu sta ik met mijn telefoon als een nerd fotootjes te maken als ik een mooi blik of andere aansprekende verpakking zie. Ik check trouwens altijd even hoe Baxbier in de schappen staat, hoe het ontwerp er tussen al die andere bieren uitziet.”

Kasper: “Ik dus ook. En als het moet, zet ik de blikken zelfs even recht, als ze niet netjes staan.”

## Hoe ga je bij een nieuw label te werk?

Nick: “Ik denk dat we samen een bijzondere wisselwerking hebben. Kasper heeft bij een nieuw bier vaak al iets in zijn

## Interessant artwork in de bierwereld

### 1 WALHALLA

"Het mythologische thema werkt perfect voor ze. Super herkenbaar, stijlvast, met mooie kleurrijke illustraties en namen die nooit vervelen."

### 2 SCHWARZE ROSE (DUITSLAND)

"Geweldige creatieve uitspattingen en illustraties. Hun etiket voor 'Dedicated to the hops' vind ik het meest geniale bierontwerp dat ik ooit heb gezien."

### 3 KCBC (VS)

"De illustraties van deze brouwerij uit Brooklyn, New York zijn zo gaaf en direct herkenbaar, met veel humor en veel details. Beetje cartoon-achtig zoals Uiltje, maar dan on steroids."

hoofd, wat past bij de naam en de stijl. Vervolgens schieten we ideeën over en weer via Whatsapp. Dat kan een schetsje zijn, een screenshot of een bestaand plaatje dat de juiste sfeer uitbeeldt. Niet zelden werk ik zo wel een stuk of veertig opties in het ruw uit."

Kasper: "En dan kan het zomaar zijn dat we uiteindelijk toch weer bij een van de eerste ideeën uitkomen."

### Dat is toch best een arbeids-intensieve aanpak?

Nick: "Dat valt op zich wel mee. Het is niet zo dat ik alles met pen of potlood met de hand moet schetsen. Ik doe dat allemaal gelijk op de computer. Daarbij maken we ook veel gebruik van AI. Dat helpt om in korte tijd heel veel dingen uit te proberen."

Kasper: "De basis van alle illustraties die op onze etiketten staan, zijn AI gegenereerd. We zijn daar al een tijdje mee bezig en komen daar ook eerlijk voor uit. Sommigen zien het als een soort 'vals spelen', omdat het niet zelf bedacht zou zijn. Maar het is juist een samenwerking tussen de ontwerper en de nieuwe technologie. De gegenereerde afbeeldingen worden altijd nog flink getweakt door Nick en alles er omheen blijft ook mensenwerk. AI is voor ons een kans om een idee verder uit te werken en zo de mogelijkheden verder te verkennen."

### Werk jij bij Nattevingerwerk meer met AI?

Nick: "Zeker. We hebben het met ons bureau ook echt omarmd. Bij Baxbier ga ik daar wel het verst in door, mede door het enthousiasme van Kasper. We hebben inmiddels al vele duizenden afbeeldingen gegenereerd. Het is echt een zoektocht, maar we raken er wel steeds bedrevener in om met specifieke zoekomschrijvingen de juiste afbeeldingen te genereren."

Kasper: "Daardoor kunnen we nu veel meer doen, dan wanneer we een illustrator aan het werk zouden moeten zetten. Dat zou onbetaalbaar zijn. Eigenlijk zorgt AI ervoor dat er een gelijk speelveld is voor de grote en de kleinere brouwerijen. Het stelt ons in staat om in korte tijd heel veel ideeën uit te proberen. Dat is geen overbodige luxe, want het gaat hier jaarlijks om minimaal dertig nieuwe labels. En dan zijn er ook nog allerlei reclame-uitingen op posters, flyers, dozen en cadeauverpakkingen. Uiteindelijk brengt Nick de huisstijl, al die illustraties en productomschrijvingen samen in een ontwerp. Dat is zijn grote kracht."

Nick: "Aan ideeën sowieso geen gebrek. De craftbier-scene barst er van, dat maakt het ook zo'n leuke branche. Bij Baxbier borrelt er van alles, in het hele

team. De kunst is om die creativiteit te structureren en te stroomlijnen."

Kasper: "En daarvoor hebben we Nick. Om dat in goede banen te leiden en zo de huisstijl te bewaken, zodat we niet alle kanten op schieten. Uiteindelijk draait het vooral om herkenbaarheid."

Nick: "Vandaar dat we de core-range een restyling hebben gegeven. Veel van de bieren waren al mooie blikvangers, maar als ze allemaal naast elkaar stonden, dan miste de samenhang, waar we het al eerder over hadden. Die hebben we nu gevonden met een speciale vorm van de labels. In één oogopslag zie je nu dat ze bij elkaar horen."

### Inmiddels hebben jullie dus in relatief korte tijd al best wat keren een restyling doorgevoerd. Kan dat zomaar?

Nick: "De mensen die daar echt verstand van hebben, zeggen ongetwijfeld van niet."

Kasper: "Gelukkig zijn we eigenwijs genoeg om onze eigen koers te varen. We hebben nauw contact met onze vaste afnemers en daarnaast een fanbase waar we goed naar luisteren. Als we ervan overtuigd zijn dat iets een verbetering is, dan doen we dat. Dat geldt immers hetzelfde voor de inhoud van het blik. Ook daar streven naar het beste."

Nick: "Dat is ook het mooie aan dit werk en dan zeker bij Baxbier. Het houdt dus niet op met de labels, maar stroomt door het hele bedrijf heen. Laatst mocht ik voor het festival van Just in Baxfest het nodige ontwerpen. Da's ook heel leuk om te doen. Omdat ik al zo lang meedraai bij Baxbier, kan ik het sneller vertalen naar een passend design. En zo blijft alles voortdurend in beweging, ook qua vormen en materialen, dat houdt het interessant."

### Staan er verder nog nieuwe dingen op stapel?

Kasper: "We hadden het er laatst over om nog meer beleving toe te voegen aan een blik. De ruimte op het label is beperkt, mede door de karakteristieke vorm van onze etiketten. Zeker met alle verplichte informatie die daar ook op moet worden meegenomen. Een bier heeft vaak een veel groter verhaal, dat we misschien digitaal alsnog kunnen vertellen, door bijvoorbeeld er een code bij te printen die de consument kan scannen."

Nick: "Het is interessant om daarover te brainstormen en daar nieuwe wegen in te vinden. En reken maar dat AI daar ook een rol gaat spelen."



