



Bier voor bier een eigen stijl

COVERSTORY

Kalle Wolters is een geboren en getogen Groninger. Aan de kunstacademie Minerva in de stad volgde hij een opleiding tot illustrator. De concertposters die hij als student al tekende voor poppodium Vera brengen hem uiteindelijk ook op het spoor van Brouwerij Martinus, waarvoor hij sinds 2017 alle labels ontwerpt. Met strakke lijnen, sprekende kleuren en abstracte vormen verbeeldt Wolters de verhalen achter de bieren, meestal met de Groningse cultuurhistorie als een terugkerend motief.

We hebben afgesproken in het proeflokaal aan de Kostersgang. Een sfeervolle ruimte op de eerste verdieping, met zicht op de brouwketels. Op deze plek is Wolters wel vaker te vinden, bijvoorbeeld als eigenaar Albert-Jan Swierstra hem een nieuw bier voorlegt om een label bij te ontwerpen. Voor de gelegenheid is er een rij met verschillende flessen uit de collectie op de bar geplaatst.

Hoe is deze stijl ontstaan?

"Ik ben gewoon begonnen met een label. Dat was toen een Smoked Porter. Daar heb ik later op voortgeborduurd. Zo is er stukje voor stukje een reeks ontstaan. Er lag dus geen basisidee voor een branding-campagne. In het begin was het voor mij best nog wel wat uitzoekwerk. Iets wat op een poster goed werkt, hoeft dat nog niet te doen op een ronde fles."

Welke opleiding heb je hiervoor gevolgd?

"Ik ben op de Academie Minerva in Groningen afgestudeerd met als specialisatie Illustratie & Animatie, dus strikt genomen ben ik geen pure ontwerper. Ik volgde in het eerste jaar wel het vak Ontwerp, maar heb me vervolgens meer in het illustratieve gespecialiseerd. En dat is, denk ik, nog steeds wel terug te zien in de ontwerpen voor Martinus. In het laatste jaar van mijn studie tekende ik affiches voor Vera, dat voor elk concert nog een aparte poster liet maken. Ik maakte deel uit van het creatieve collectief Knetterijs, waarvan enkele vrienden al in die ontwerpgroep

zaten. Toen er een plek vrij kwam, heb ik die kans gelijk gegrepen. Twee jaar later was Martinus op zoek naar een nieuwe vormgever voor de labels. Iemand heeft mij - zonder dat ik dat wist - toen voorgedragen op basis van die posters. Ik geloof dat het om iets uit de LOFT-serie ging. Dat waren tweewekelijkse muziekavonden waarop veel vinyl werd gedraaid en waarvoor ik meerdere affiches heb gemaakt."

Kende je Martinus toen al?

"Ik had wel al eens van de brouwerij gehoord. En heel toevallig was ik er tijdens mijn opleiding zelfs al eens binnen geweest voor een excursie. Het gebouw was toen nog in gebruik als drukkerij en ik herinnerde me gelijk dat Albert-Jan destijds de rondleiding gaf. Toen ik voor een ontwerp werd gevraagd, hoefde ik niet lang na te denken. Er was wel al een reeks bieren uitgebracht, met een typografie en een soort vast kleurenpalet. Maar ik kreeg de vrijheid om met iets nieuws te komen."

Is er nog een overeenkomst te zien tussen die LOFT-posters en de bierlabels voor Martinus?

"Dat denk ik wel. Het waren toch ook vaak wat geabstraheerde vormen, in het geval van LOFT meestal dansende figuren die opgaan in de omgeving. Bij Martinus gebeurt dat ook vaker, maar dan met andere personages en achtergronden natuurlijk. Gaandeweg is dat bier voor bier verder geëvolueerd. Zo ontdekte ik langzaam bepaalde motieven,

die goed werken en die dus vaker terugkomen."

Hoe ontstaat het eerste idee voor een ontwerp?

"Vaak ga ik langs bij Martinus om eerst eens te proeven, als er tenminste al een brouwsel is. Het is goed om te weten hoe het bier smaakt, ook omdat het label de sfeer van het product moet ademen. Meestal doe ik daarna nog wat research, bijvoorbeeld naar de labels van vergelijkbare biertijlen bij andere brouwerijen. Hoewel ik me daar ook weer niet teveel door wil laten leiden. Het moet niet cliché worden. Neem bijvoorbeeld de Saison, waar meestal veel geel in de etiketten is verwerkt. Dat is dan het uitgangspunt, waar ik nog wel mijn eigen draai aan wil geven. Een Saison is in België een zogeheten landarbeidersbier. Dat spreekt me aan, omdat we hier in Groningen van oudsher ook veel graanvelden kennen. Vervolgens ga ik dan met zo'n landschap spelen. Zo merkte ik dat een boer tussen het graan bijvoorbeeld niet werkte, maar een geabstraheerde vogel die een graantje meepikt weer wel. Daarna begint het schuiven met passende elementen."

Hoe ga je daarbij te werk?

"Ik schets meestal eerst met de hand. Dat gaat me als tekenaar namelijk het snelste af, om ideeën om te zetten in beeld. Net zoals dichters eerst in een notitieboekje wat zinnen en ingevingen kunnen uitproberen. Ooit ben ik zo ook naar het station gefietst om het Peerd van Ome Loeks te

schetsen. Op internet kon ik geen foto's vinden uit de gewenste hoek en sowieso maakt fotografie de dingen toch vaak iets platter. Met een potlood kan ik er gelijk al iets meer diepte in leggen."

"Als ik vervolgens een beetje in de buurt kom van een passend concept, dan bouw ik die schetsen om naar een digitaal bestand. En dan begint dus het schuifspel. Gaandeweg kan daar soms weer iets totaal anders uit voortkomen dan aanvankelijk gedacht. Bijkomend voordeel van die digitale aanpak is dat ik het ontwerp ook sneller voor andere beeld dragers kan ombouwen, bijvoorbeeld voor een poster of een viltje. Met de hand zou ik dan steeds helemaal nieuwe tekeningen moeten maken."

Hoe belangrijk is het om zelf uit Groningen te komen?

"Het scheelt dat ik veel van de gebouwen en verhalen wel ken. En dat ik er dus vaak ook wel iets bij voel. Dat helpt me weer bij het associëren. Albert-Jan en zijn zoon Martijn laten zich bij hun bieren sowieso door de stad inspireren. Dat kan zijn door een bouwwerk als een klokken-toren, een specifieke kade, maar dus ook het Peerd."

Albert-Jan Swierstra breekt instemmend knikkend in: "Tijdens de rondleidingen komen veel van de labels aan de orde. Ook omdat ze iets over de voorgeschiedenis van de brouwerij laten zien. Zoals de Calmix, een bier dat staat voor de oude

kachelfabriek die hier ooit was gehuisvest. Die verhalen en de verbeelding van Kalle halen dat allemaal weer terug." Wolters: "Voor dat label heb ik het personage van de broer van Albert-Jan gebruikt, die het bierrecept heeft gemaakt, geflankeerd door zijn onafscheidelijke hond. De donkere wat abstracte omgeving laat de koude winter nacht zien. Binnen rondom de kachel gebruik ik zachtere tinten, die verwijzen naar het hartverwarmende bier. Zulke labels met een klein verhaaltje kenmerken mijn werk. Vaak zit er bijvoorbeeld ook een raam in verwerkt. Een venster kan iets inkaderen of juist diepte aan een illustratie geven. Daar houd ik van. Mensen hoeven niet al die elementen elke keer te herkennen, maar ik vind het zelf wel leuk als ze er in zitten."

Swierstra vindt dat zichtbaar ook. Tijdens het gesprek pakt hij er geregeld een fles bij om een opmerking van de ontwerper te onderstrepen. "We zijn echt blij met de lijn die Kalle heeft neergezet. Van het eerste ontwerp zijn eigenlijk alleen nog de gestempelde letters van Martinus overgebleven. (Lachend) We hadden destijds nog zoveel doppen liggen, dus dat logo konden we niet zomaar aan de kant schuiven."

Kalle: "Maar ik mag wel steeds zelf bepalen waar ik de naam Martinus op het label plaats. Dat is elke keer weer ergens anders. Lang niet alle brouwerijen zouden zoiets toestaan."

Swierstra: "Wij zijn er juist heel blij mee. Onze karakteristieke labels maken dat mensen de bieren van Martinus herkennen. Dat geeft onze brouwerij een nog sterkere eigen uitstraling."

Interessante grafisch ontwerpers in de Nederlandse craftbier-wereld

1 DE MOERSLEUTEL

"De Four Years-serie van de Moersleutel spreekt me aan. Sterke, opvallende kleuren en een erg gecentreerd, symmetrisch ontwerp. Er lijkt ook wat inspiratie uit concertaffiches in te zitten, dus dat zie ik ook wel graag."

2 LOWLANDER

"Clean ontwerp met subtiele, maar speelse illustraties. Qua stijl lijken die zo uit een oud boek te komen. Mooi is ook dat het niet gewoon alleen een andere kleur is voor elk afzonderlijk bier, maar dat er ook echt per bier een andere tekening in te ontdekken valt."

3 OEDIPUS

"Deze ontwerpen zijn inmiddels vast wel klassiekers in de bierwereld, maar ze blijven erg speels en heel herkenbaar. Echt iets wat niet snel ergens anders is terug te vinden, vooral ook vanwege de kenmerkende en opvallende kleuren."

