



Dit is het mysterieuze nieuwe biertje van Lidl



Gert-Jan Verstegen • 25 oktober 2018 13:35 @GJVerstegen

Opeens was het daar: Kordaat. Een pils 'voor alle kordate mannen van Nederland'. Televisiespotjes en bus-abri's moeten de hardwerkende en heldhaftige mannen op dit nieuwe biertje wijzen. Kordaat? Wie even verder zoekt, ziet dat het merk alleen bij Lidl te koop is. RTL Z dook in dit nieuwe, mysterieuze biertje.

Zondagavond, net na Boer zoekt Vrouw. Ruim 3 miljoen Nederlanders zitten voor de buis en zien een reclamespot van biermerk Kordaat. Nee, geen Kornuit, maar Kordaat. "Dat ben je, dat drink je", roept de voice-over. Wie er meer over wil weten, moet naar de website gaan.

Lidl doet geheimzinnig

Dat doen veel mensen, want in de minuten na de reclame is de [site](#) overbelast en onbereikbaar. Wie het biermerk opzoekt in Google komt al snel bij supermarktketen Lidl uit. Ook op de site komt het logo van Lidl tevoorschijn, maar wel pas als je klikt op 'Waar te koop?'. In de bushokjes wordt de supermarkt helemaal niet genoemd.

Lidl wil dat Kordaat centraal staat en 'alle aandacht naar dit nieuwe biermerk gaat' en niet naar de supermarkt, laat woordvoerster Sascha van der Helm weten. "Eerst het merk vestigen, dan pas de link leggen", waarmee ze doelt op een link met Lidl.

Kordaat versus Kornuit

Een opvallende marketingstrategie van de discountsupermarkt, die haaks staat op zijn normale reclame-uitingen, waarin groots uitgepakt wordt met het merk Lidl.

De manier waarop er voor Kordaat geadverteerd wordt heeft wel wat weg van andere merken. Zo doet de commercial met sympathieke, hardwerkende gezinsmannen denken aan Amstel. De naam Kordaat heeft wel wat weg van Grolsch' hipstermerk Kornuit. En de verpakking zou wel eens geïnspireerd kunnen zijn op hoe Albert Heijn zijn huismerk Brouwers hip maakte.



Zo belangrijk zijn huismerken **De geheime wereld achter huismerkbiert van supermarkten**

De gestolen zin van Hertog Jan

Zou één van deze bierbrouwers achter het nieuwe huismerk van de Lidl zitten? Nee, lijkt het als je de website van Kordaat goed leest. De zin '*Alleen de rijkste mout, de mooiste hop en kristalhelder natuurzuiver water uit de Eiffel zijn goed genoeg*' doet namelijk iets anders vermoeden.

Exact dezelfde zin is namelijk te lezen op de website van Hertog Jan. Gewoon met dezelfde tikfout (Eifel is met één f). Dat kan geen toeval zijn. Maar AB Inbev, 's wereld grootste bierbrouwer en eigenaar van Hertog Jan, ontkent met klem ook maar iets met Kordaat te

maken te hebben. De woordvoerder heeft er zelfs nog nooit van gehoord. Wel heeft hij een vermoeden welke concurrent erachter zit. Maar een naam wil hij niet noemen.

Verhaal gaat verder onder afbeeldingen:



KORDAAT

Is een premium pils. Alleen de rijkste mout, de mooiste hop en kristalhelder natuurzuiver water uit de Eiffel zijn goed genoeg.

DAT BEN JE

Kordaat is voor de daadkrachtige man of vrouw die beloond mag worden omdat ze onmisbaar zijn. Voor ál die Kordate mensen is er nu Kordaat!

ROUWERIJ GENOOTSCHAP  **Hertog Jan** VATGERIJPT UIT LIEFDE VOOR BI

NATUURZUIVER BIER

Ons pilsener is het visitekaartje van Hertog Jan. Vanzelfsprekend selecteren we alle ingrediënten die we voor het brouwen gebruiken met de allergrootste zorg. Alleen de rijkste mout, de mooiste hop en kristalhelder natuurzuiver water uit de Eiffel zijn goed genoeg. Dankzij deze ingrediënten en natuurlijk de kunde van onze brouwers krijgt het bier die prachtige gouden kleur en vormt het een mooie, volle schuimkraag. Het bevat 5.1% alcohol en is te herkennen aan z'n rijke smaak en de aangenaam bittere afdronk. Drink 'm liefst bij een temperatuur van 3 graden Celsius, dan smaakt ons Pilsener het best, en schenk 'm als het even kan in ons eigen Hertog Jan Pilsener glas.

Zou het dan Bavaria zijn?

Ook bij Grolsch, waarvan we eerder ontdekten dat ze het huismerk van de Albert Heijn brouwen, weten ze van niets. Dan maar bellen met die andere grote brouwer die veel huismerken maakt: Bavaria.

Woordvoester Rinske van den Bos reageert niet heel happig op onze vraag of Bavaria iets te maken heeft met Kordaat. Ze wil het bevestigen, noch ontkennen. "Je moet een goede onderzoeksjournalist zijn om er achter te komen", zegt ze.

Dat valt uiteindelijk wel mee, want het is Lidl zelf dat toegeeft dat Kordaat uit de ketels van Bavaria komt. Een kratje bij de Lidl kost ongeveer 6,50 euro. Ter vergelijking: een krat Bavaria met 24 flesjes kost bij Jumbo 12,18 euro. Overigens is het ene bier het andere niet. Kordaat heeft een alcoholpercentage van 4,8 procent. In Bavaria zit 5 procent alcohol.

Jurist: 'Dit is op het randje'

Over die bij Hertog Jan 'gestolen' zin gesproken: dat is volgens merkendeskundige Bas Kist gewoonweg auteursrechtsschending. Waarom Lidl voor exact dezelfde zin kiest, blijft vaag. "Laten we zeggen dat er bij brouwers in Nederland wel meer water vanuit de Eifel komt", reageert Van der Helm.

Kist zet sowieso zijn twijfels bij de merknaam Kordaat. Keiharde merkinbreuk durft hij het niet te noemen, maar dat Kordaat veel op Kornuit lijkt staat volgens hem vast. "De eerste drie letters zijn bij merken heel belangrijk. Het is een dubbeltje op zijn kant."



Beeld © Gert-Jan Verstegen

Lidl heeft de naam zelf verzonnen, zegt Van der Helm. In het merkenregister is te zien dat de supermarktketen in juli van dit jaar het merk gedeponeerd heeft. Grolsch heeft daar nooit op gereageerd, maar kan nog altijd een zaak aanspannen. Of dat Grolsch gaat doen is onbekend, want het merk geeft geen commentaar op de introductie van Kordaat.

Brouwerij Kordaat bestaat al

Ook uit het Limburgse dorpje Linne klinkt kritiek op de naam Kordaat. Daar blijkt een Brouwerij Kordaat te bestaan, al gebeurt er vrij weinig, geeft de eigenaar toe aan bierwebsite [Bierista](#). De brouwerij is zelfs al uitgeschreven bij de KvK.

Zijn doel was om veteranen met posttraumatische stressstoornis aan het werk te helpen in zijn brouwerij, maar dat kwam door een nieuwe baan op een lager pitje te staan. Het woord *kordaat* paste goed bij de defensieachtergrond, vond hij bij de oprichting. De eigenaar wil nu graag met Lidl in gesprek gaan, omdat hij de naam wil blijven gebruiken.



Juridische zaken **Claims, brouwerij met zelfde naam: heeft Lidl Kordaat-huiswerk wel gedaan?**

'AH en Jumbo moeten *nee* verkopen'

Een opvallend biertje dus, dat Kordaat. Iets wat supermarktdeskundige Paul Moers enorm kan waarderen. "Ik vind het superorigineel. Echt weer Lidl die op een eigenzinnige manier zijn dingen probeert te doen."

Mensen moeten de moeite doen om erachter te komen wat het is. Straks staan mensen
Kordaat te zoeken bij Albert Heijn of Jumbo, die winkels moeten 'nee' verkopen, denkt hij.
"Dat is prachtig!"