

COFFEE MILK MAGIC

MAGAZINE OVER KOFFIE MET MELK VOOR DE HORECA

KIOSK
1100 shelle
koffies per dag

DE TULP
latte art met
Rob Clarijs

VAN KOE TOT KOP
goed melkschuim
is als fluweel

5 TIPS
hoe run je een
koffiezaak

NIEUW



De vernieuwde standaard in perfect melkschuim.

Melkkoffies worden steeds populairder. Met de vernieuwde Lattiz kun je de groeiende vraag makkelijk aan. Slechts één druk op het touchscreen en Lattiz maakt het perfecte melkschuim.

Slimmer | Makkelijker | Robuuster



Scan de
QR code en
vraag een
demo aan





Foto Lennaert Ruinen

MELK IS DE (WITTE) MOTOR

“Melk is melk” horen we ondernemers vaak zeggen, maar daarmee doen we dit zuivelproduct tekort. De gebruikte melksoort bepaalt namelijk voor een groot deel de smaak van melkkoffies. Dat komt door het vet- en eiwitgehalte van de melk. Vet is belangrijk voor een volle smaak en eiwit zorgt voor stabiel schuim en voor body. Ook de verhitting is bepalend voor de smaak. Zo wordt dagverse melk korter en minder heet verhit dan langhoudbare melk. Maar waar wij ons vooral in onderscheiden, is dat we al jaren bezig zijn met het verbeteren van melkproducten voor de horeca.

Zo hebben we de afgelopen jaren verschillende innovaties in de markt gezet: opschuimmelk met een iets hoger

vet- en eiwitpercentage, een vijf liter bag-in-box met een speciale connector voor volautomatische koffiemachines en natuurlijk Lattiz, de oplossing voor perfect melkschuim.

We gebruiken onze ervaring en expertise graag om jou, horeca-ondernemer, te voorzien van de beste producten, innovatieve oplossingen en advies op maat, om de witte moter te zijn binnen de categorie melkkoffies. Daarom presenteren wij met trots de vierde editie van Coffee Milk Magic magazine. In dit nummer leer je alles over het belang van water (ook een cruciaal ingrediënt van koffie), geeft de Ierse baristakampioen Colin Harmon je onverwachte tips voor het runnen van een koffiebar en gaan we op bezoek bij

een grote Mijdrechtse koffiebrander. Verder vertelt Nederlands baristakampioen, Lex Wenneker, over hoe goed opgeschuimde melk kan zorgen voor zoetheid, romigheid en textuur in koffie. Natuurlijk lees je in deze editie ook weer veel verhalen over inspirerende ondernemers. En wist je al dat er bij Kiosk een ware koffierevolutie plaatsvond?

Geniet van Coffee Milk Magazine #4 en bekijk video's van andere ondernemers op lattiz.nl

Peter de Koning,
Manager Customer Development Lattiz

**Boost je
business
met perfect
melkschuim.**



Serveer kwaliteit • Bespaar tijd • Verkoop meer

3 VOORWOORD

11 KOFFIEZAKEN

42 GASTCOLUMN
Rose van Asten

INSPIRATIE

12 VAN BOERDERIJ TOT
CONSUMENT
Goed melkschuim is als fluweel

18 HOE RUN JE EEN KOFFIEZAAK?
5 tips van Colin Harmon

24 WATERWIJSHEID
Hoe water jouw bakkie beïnvloedt

40 HOW TO LATTE ART
De tulp met Rob Clarijs



6



11



30



34

INTERVIEWS

6 LEX WENNEKER - FRIEDHATS
Neerlands beste barista

26 FRIED VAN BEERS -
SMIT&DORLAS
Koffie als tweede natuur

MELK ONTMOET KOFFIE

20 KIOSK AMERSFOORT CENTRAAL
1100 kopjes koffie per dag

30 STRANDPAVILJOEN C-SIDE
Tijdwinst met Lattiz

34 MELK VOOR ELK
5 horecaondernemers in beeld

COLOFON

COFFEE MILK MAGIC MAGAZINE

is een uitgave van FrieslandCampina Foodservice en wordt in een oplage van 5.000 stuks verspreid onder klanten van FrieslandCampina Foodservice.

CONTACT

FrieslandCampina Foodservice. Postbus 1551, 3800 BN Amersfoort, tel: 0800-0765 (gratis)

BLADMANAGEMENT

Peggy Cillessen en Anoeka Actanod in samenwerking met koffieTcacao b.v.

EINDREDACTIE

Anne Havelaar

ART DIRECTION & VORMGEVING

Keri Mol

PRODUCTIE

Rose van Asten, Eva Broekema, Jainy Gans, Maurice Geluk, Medea Huisman, Jurriaan Huting,

Marlies Jansen, Ana Jarén, Nanna de Jong, Jarron Kamphorst, Joey Rietveld, Lennaert Ruinen, Jose da Silva (coverbeeld), Marlon Velvis

COPYRIGHT

Niets uit deze uitgave mag openbaar worden gemaakt of worden gereproduceerd door middel van druk, fotokopie, film, internet of op welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. FrieslandCampina kan niet aansprakelijk worden gesteld voor eventuele zet- of drukfouten.

NEERLANDS BESTE BARISTA

LEX WENNEKER

Tekst Maurice Geluk Fotografie Eva Broekema

DRIE KEER WERD LEX WENNEKER (33) VERKOZEN TOT DE BESTE BARISTA VAN NEDERLAND. DRIE KEER MOCHT HIJ ZIJN KUNSTEN VERTONEN OP DE WORLD BARISTA CHAMPIONSHIPS. ZIJN LAATSTE OFFICIËLE WEDSTRIJD - IN THUISSTAD AMSTERDAM - BRACHT HEM ZIJN BESTE RESULTAAT OOI.

Het scheelde niet veel of hij was in de zomer van 2018 gekroond tot de beste barista van de wereld. Slechts één iemand moest Lex voor zich dulden, de Poolse Agnieszka Rojewska. Hoewel hij graag op die hoogste trede had gestaan, was hij nou ook weer niet bepaald teleurgesteld. Niet eerder geraakte een Nederlander zover. Bovendien, waar moest hij de tijd voor de horde verplichtingen na afloop - de winnaar is een jaar lang internationaal barista-ambassadeur inclusief vele reisjes - vandaan halen? Er moest immers een nieuwe specialty koffiebar uit de grond worden gestampt.

HECTISCHE PERIODE

Het was allemaal weer een beetje gaan kriebelen. Hij had dan wel samen met

compagnon Dylan Sedgwick een kleine koffiebranderij, Friedhats genaamd, maar een plek om écht met klanten en liefhebbers in direct contact te staan en zo feedback te krijgen op hun doorgaans licht geroosterde bonen, ontbrak er nog aan. Ook voelde de sluiting van zijn eerdere koffiezaak, vanwege gedoe met vergunningen, als een onaf hoofdstuk. Vandaar dat Lex en Dylan tijdens de voorbereidingen van de World Barista Championships (WBC) óók hun handtekening onder een huurcontract van een pandje aan de Bos en Lommerweg in Amsterdam-West zetten.

Ja, dat was een hectische periode, blik Lex terug. Samen met een hechte groep vrienden bracht hij voorafgaand aan het WBC avond aan avond, weekend

aan weekend door in zijn branderij. Op zoek naar die ene uitmuntende wedstrijdkoffie om uiteindelijk twaalf warme dranken (vier identieke espresso's, cappuccino's en signature drinks) mee te bereiden. Zijn routine eindeloos herhalend, want elk foutje kost punten. Zijn verhaal moest ook kloppen, met als belangrijkste onderdeel: welke smaken gaan de juryleden precies proeven? En dat allemaal binnen exact vijftien minuten. Lex had geen seconde extra om alles tot in perfectie uit te voeren. Wat het extra spannend maakte, was dat ze pas een week voor het moment suprême besloten met welke branding - de wedstrijdkoffie had Team Lex op tien verschillende manieren gebrand - ze het zouden wagen.

WINE

RED	LES TENGES DEU D'OR LAUREN	4,00
RED	LES CUREUS LAUREN	5,50
WHITE	LES TENGES DEU D'OR LAUREN	5,00
WHITE	LES CUREUS LAUREN	6,50
ORANGE	LES TENGES DEU D'OR LAUREN	7,00

BEER

→ TELLERBELLE DUTCHWAY PALE ALE	500ML	4,00
→ MIKKELER GREEN LAGER	330ML	8,00
→ MIKKELER LAGER	330ML	6,99
→ TUDOR FINAL FRONTIER IPA	330ML	6,00
→ PÖHJALA MUSTKALL PORTER	330ML	5,00
→ PÖHJALA IMPERIAL BALTIC PORTER N.O.	330ML	7,50





ROMIGHEID EN TEXTUUR

De wedstrijdbarista in ruste staat nu dagelijks in zijn zaak Fuku, – Japans voor 'geluk'. In het raamkozijn staat de goud-oranje WBC-trofee, naast die van zijn drie jaar eerder veroverde zesde plek in Dublin. Absolute blikvanger is de zeldzame La Marzocco Mistral.

Het compleet gereviseerde apparaat, dat hij al een tijdje op het oog had, staat prominent op de zwartgelakte bar. Pal voor de ingang. "We wilden hem sowieso kopen", zegt Lex.

Vandaar dat zijn trouwe sponsor Henk Langkemper, tevens importeur van espressomachines, hem apart had gezet. "Maar Henk zei: 'Als jullie de finale halen, dan krijg je hem van mij cadeau.'" En zo geschiedde. "Van alle espressomachines is deze voor mij het vetst", klinkt hij trots.

In de koffiebar vol jaren vijftig Friso Kramer-meubilair staat een tweede machine, een Slayer V3. Strak design, technisch vernuftiger. Lex gebruikt ze allebei, afhankelijk van welke bonen klanten kiezen en hoe hij de drank wil bereiden. Zo heeft de Slayer een nauwkeurige pre-infusiefunctie. Die laat de koffie langer wellen. Er komen dan meer aroma's vrij voordat het water onder druk door de portafilter wordt geperst.

Zoals in zoveel horecazaken het geval is, staat de barista met grote regelmaat achter de stoompomp. "Melk in koffie is een fijne combinatie. Als je goed schuimt, voegt de melk zoetheid toe, maar ook romigheid en textuur", legt Lex uit. Hoe fijner de belletjes in het schuim, des te beter het mondgevoel is, weet hij uit ervaring. Makkelijk praten natuurlijk voor een barista die drie keer Nederlands kampioen werd. Melk opschuimen doet Lex nagenoeg op de automatische piloot. Maar dat kan alleen omdat zijn basis goed is. Waar moet je als horecaondernemer zoal op letten?

"TECHNISCH GEZIEN IS MELK MET 55 GRADEN OP Z'N ZOETST. ÉN JE KUNT DE MELKKOFFIE DAN IN EEN KEER OPDRINKEN"

Zelf houdt hij een temperatuur aan van 55 graden Celsius. Dat doet hij op gevoel. Die temperatuur is zo'n beetje wat alle wedstrijdbarista's nastreven.

"Technisch gezien is de melk dan op z'n zoetst. Én je kunt de melkkoffie in een keer opdrinken. Dat wil je ook", volgens Lex, "want hij is dan op z'n lekkerst."

Alleen zijn veel Nederlanders zo'n kop met lauwe inhoud niet gewend. Met als gevolg dat melk vaak te heet wordt gemaakt. "In veel zaken waar ik training gaf, ging het richting de 70-75 graden. Soms zelfs kokend. Dat is hartstikke zonde, want daar wordt melk bitter van. Je verliest niet alleen zoetheid, ook de textuur verdwijnt. De kwaliteit van je schuim gaat bovendien achteruit." Waarom niet iedereen op die 55 graden gaat zitten? "Uit angst dat de koffie door de klant wordt teruggestuurd."

EVENVEEL SCHUIM ALS MELK

Ander deel van de verklaring is dat opschuimen nu eenmaal meer vergt dan simpelweg een stoempompje in een kannetje hangen. Lex heeft daarom twee belangrijke tips: begin altijd met koude melk én schuim niet te veel in een keer op. "Ik zie dat er vaak met grote melkkannen wordt gewerkt. Dat is lekker makkelijk, want je hebt langer de tijd om op te schuimen. Maar alles wat je over hebt, daar moet je iets mee. Weggooien is zonde. Bij de volgende ronde wordt er weer een scheutje koude melk bij gedaan. De melk die je aan het opschuimen bent, is dan al

warm. Daar kun je dan maar heel kort iets mee doen. Het gaat snel koken of je maakt er geen schuim mee." Het is daarnaast van belang dat in ieder kopje evenveel schuim als melk gaat, zegt hij. "De smaak hangt heel erg samen met hoeveelheden. Koffie mag niet verdrinken."

Vandaar dat Lex altijd eerst zijn bonen voor op de molen kiest. Dat doet hij door te cuppen, zonder melk. "Hebben we een keuze gemaakt, dan gaan we op zoek naar een passende melk en een verhouding die goed bij die koffie past." Dat klinkt haast als hogere koffiekunde, maar het is vooral het resultaat van jarenlange ervaring en héél veel proeven. "Bij Fuku gebruiken we vrij licht gebrande koffies. Daarom zijn onze kopjes niet zo groot, 150 milliliter maximaal. Belangrijk is dat onze koffie zich niet in de melk verliest, want melk moet de koffie verbeteren. Dus écht iets toevoegen aan de smaak."

FRIEDHATS FUKU CAFE

Bos en Lommerweg 136 HS | Amsterdam
friedhats.com



**Boost je
business
met perfect
melkschuim.**



HET IS MOOI, HET IS NIEUW EN WE DELEN HET GRAAG MET JE



CHAMPIONS CUPS

Loveramics heeft samen met barista Dale Harris een nieuwe serie koppen ontwikkeld. Ontworpen door de Londense keramist Ben Sutton, die ook de handgemaakte koppen maakte waarin Dale tijdens de UK Barista Championship en later de World Barista Championship 2017 zijn winnende koffies presenteerde. Loveramics produceert het originele ontwerp van toen, nu op grotere schaal en aangepast voor gebruik in de koffiezaak. De espresso-, flat white- en cappuccinokoppen zijn verkrijgbaar in drie kleuren.

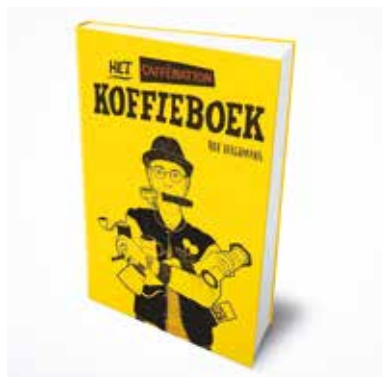
PRIJS VANAF €9
LOVERAMICS.COM



LEESTIP!

Rob Berghmans, het meesterbrein achter Caffènation, schreef een boek over zijn enige *drug of choice*: koffie. Dat de Antwerpenaar naast koffietalent ook schrijftalent bezit, is duidelijk. *Het Caffènation Koffieboek* vertelt je alles wat je moet weten over koffie: van koffievariaties tot cuppen en van branden tot de hotste koffietrends.

PRIJS € 19,50
CAFFENATION.BE



DAG BARISTA-ARM

De nieuwe La Marzocco espressomachine KB90 beschikt over een revolutionair *straight-in* vergrendelsysteem van de filterdragers. Polsblessures bij barista's behoren hierdoor tot het verleden. Na het verwijderen van de filterdrager wordt de groep met stoom en heet water gereinigd, de espresso-extractie stopt daarbij automatisch bij het gewenste gewicht en de stoompijp voelt altijd koel aan. Een Italiaanse droom voor elke barista.

ESW.NL OF ALLEBORGH.NL



MUISSTIL MALEN

De Mahlkönig E65S is het nieuwste lid in de Mahlkönig familie. De E65S heeft een multifunctionele draai- en drukknop, een innovatief menu met symbolen en zes vooraf in te stellen recepten. Het geavanceerde design is in verschillende kleuren beschikbaar en is niet alleen een lust voor het oog, maar ook voor het oor: de maler produceert volgens Mahlkönig het zachtste geluid ooit.

PRIJS €1.795
MAHLKOENIG.DE



VAN BOERDERIJ TOT CONSUMENT GOED MELKSCHUIM IS ALS FLUWEEEL

Tekst Marlies Jansen

BIJ FRIESLANDCAMPINA DRAAIT HET LEVEN 24/7 OM MELK. HET BEDRIJF HEEFT EEN RIJKE HISTORIE ALS HET OP INNOVATIES AANKOMT. VAN SPECIALE OPSCHUIMMELK TOT LATTIZ. CORPORATE DIRECTOR RESEARCH & DEVELOPMENT MARGRETHE JONKMAN: 'WIJ ZULLEN CONSUMENTEN EN HORECAONDERNEMERS ALTIJD BLIJVEN VERRASSEN.'

Margrethe Jonkman is totaal verslingerd aan melk, al sinds zij na haar studie levensmiddelentechnologie promotieonderzoek deed naar eiwitten in consumptie-ijs. Ze kan uren praten over dit mooie zuivelproduct. "Het is lekker en geen enkele andere natuurlijke vloeistof bevat zoveel voedingsstoffen. Eiwitten, mineralen, vitamines, vetzuren; melk is zó rijk. En je kunt er werkelijk allerlei producten uit maken. Doe je er stremsel bij dan wordt het kaas, met verdikkingsmiddel krijg je vla, klopt je het op en verwarm je het, dan geeft het je koffie of thee een totaal andere smaakbeleving", zegt de corporate director van de afdeling research & development van FrieslandCampina. Onder Margrethes leiding onderzoeken vierhonderd experts in het Nederlandse Innovation Centre continu de unieke samenstelling en eigenschappen van melk. "Welke nieuwe producten en toepassingen kunnen we ontwikkelen, waar is vraag naar bij de verschillende klanten wereldwijd? Hoe maken we nog

gezondere babyvoeding waardoor een kindje beter kan groeien? Kunnen we een lekker nieuw toetje maken? Hoe kunnen we het schuim zo stabiliseren dat je een mooi melkschuim hebt van constante kwaliteit? En wat geeft onze Vifit Sport reep de perfecte bite?"

koppen baristakwaliteit melkschuim, het apparaat is een lust voor het oog, je hoeft het dankzij het efficiënte bag-in-box systeem en de automatische spoelfunctie niet schoon te maken en werkelijk iedereen kan met Lattiz perfect melkschuim fixen.

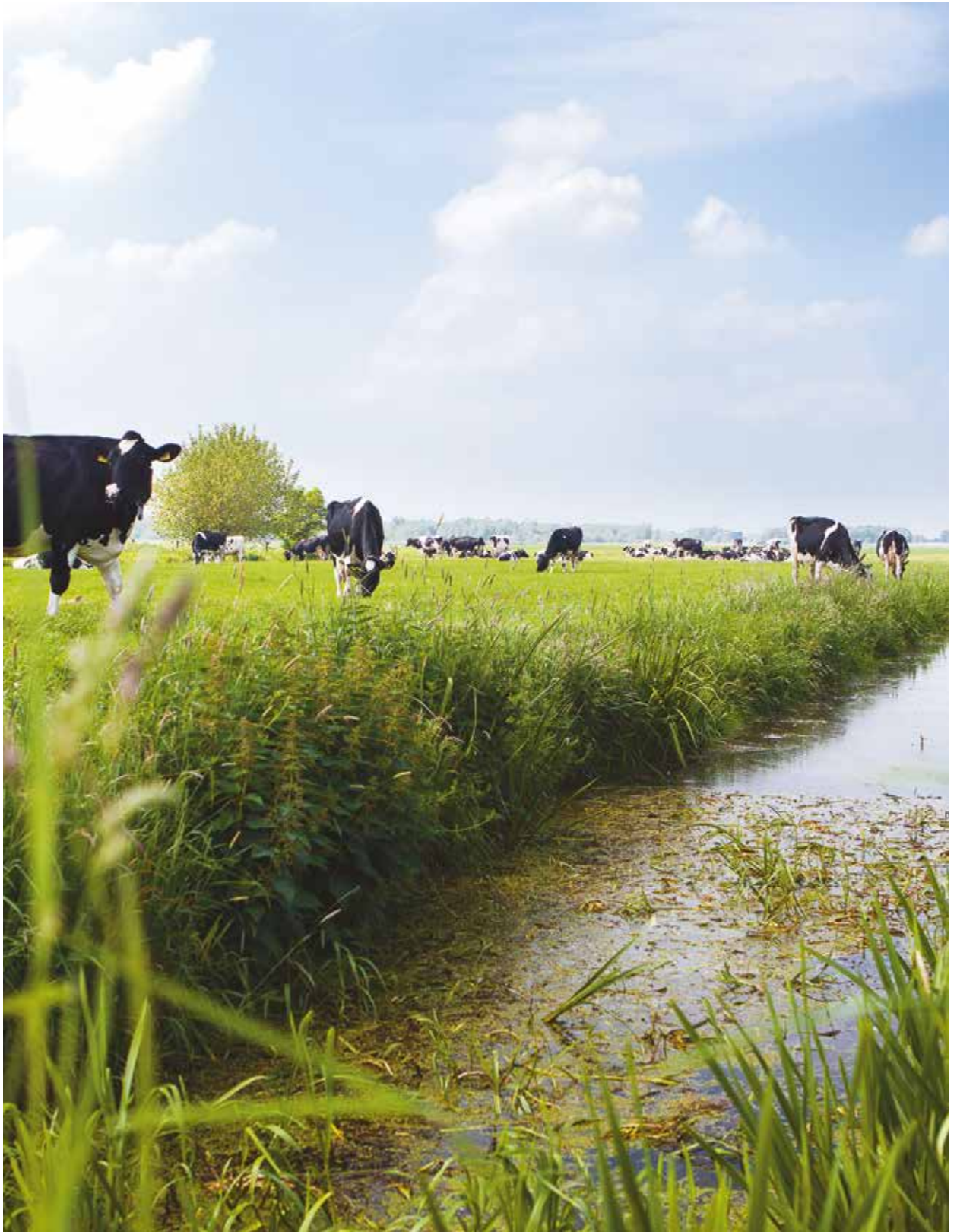
"LATTIZ IS EEN MOOI VOORBEELD, WAAR TECHNOLOGIE EN BEHOEFTE SAMENKOMEN"

HET VERSCHIL MAKEN

Margrethe geniet ervan om bruggen te slaan tussen wetenschappelijke en technologische ontwikkelingen en de behoefte van klanten. "We vragen ons altijd af: wat zou echt het verschil maken? Lattiz is een mooi voorbeeld, waar technologie en behoefte samenkomen."

Al zo'n 10.000 Lattiz-machines staan er inmiddels in Europa. Dat aantal groeit gestaag en dat is niet zo gek: met Lattiz maak je in één minuut voor zes

Dit maakt Lattiz ideaal voor horecalocaties met wisselend personeel en hoge piekmomenten. Ook handig: zodra de bag-in-box is geopend, blijft de melk tien dagen buiten de koelkast goed. Margrethe: "De Lattizmelk is speciaal ontwikkeld voor de combinatie met die machine. We kijken altijd: waar gebruiken we de melk voor? En hoe? Pas dan gaan we een geschikt product ontwikkelen."





de boventoon laten voeren? "Het is mooi om daarmee te spelen, je eigen signatuur erin te brengen. Binnen de duidelijke profielen natuurlijk, een cappuccino is nu eenmaal anders dan een latte."

OPSCHUIMEN

Al sinds 1951 ontwikkelt FrieslandCampina melk voor in de koffie voor verschillende landen. Zoals Black & White voor Hong Kong en het bekende Goudband en Halvamel in Nederland. Een klein wolkje ervan verzacht en geeft al een totaal ander, rijk smaakprofiel. Margrethe: "Warme melk in je koffie is weer iets anders." Welke melk is dan het meest geschikt voor welke koffie, volgens Margrethe? Door te variëren met de vetten en de eiwitten erin beïnvloed je immers de smaakbeleving. "Meer vet maakt de smaak romiger, eiwitten zijn belangrijk voor de schuimontwikkeling en lactose geeft de lichtzoete smaak. Bevat de melk te weinig eiwit of vet, dan wordt

MAGIC

De combinatie van melk in koffie is magic, vindt Margrethe. "Wij geloven dat melk de koffie maakt." Waar 'm dat in zit? "Het is niet één ding. Het gaat om de combinatie van smaken en het mondgevoel. Goed schuim is

fluwelig, dat voelt heerlijk. De melk zelf haalt de scherpe kanten van de koffie af en brengt tegelijkertijd bepaalde tonen naar boven. Je kunt eindeloos variëren met de verhoudingen tussen de hoeveelheid melk en het schuim." Het is maar net: welke tonen wil je

DUURZAAM VAN GRAS TOT GLAS

Het aanbieden van duurzame voeding aan de wereldbevolking is een van de uitdagingen voor de komende decennia. Door betrouwbare, voedende zuivelproducten aan te bieden, draagt FrieslandCampina bij aan voedsel- en voedingszekerheid. FrieslandCampina is een onderneming die voor 100 procent in handen is van een coöperatie van 12.104 leden-melkveebedrijven; met de melk van hun boerderijen maken ze al 140 jaar zuivelproducten van hoge kwaliteit. En dat doen

ze zo duurzaam mogelijk. Ze beheersen de hele productieketen, van boerderij tot aan de consument. De FrieslandCampina-koeien grazen dagelijks zo'n vier tot negen uur per dag in de wei en leggen daarbij drie tot vierenhalve kilometer af. De melkveehouders zetten zich in voor een steeds duurzamere landbouw met een lager energieverbruik en minder uitstoot van broeikasgassen. Met succes, want de belasting van de melkveehouderij op het milieu is in Nederland het laagste ter wereld.

Maar ook het vervoeren van de melk doet FrieslandCampina zo duurzaam mogelijk. De melkauto's zijn steeds vaker uitgerust met speciale tanks waarin een mengsel zit van diesel en gas (LNG). In 2020 moeten wereldwijd alle vestigingen van FrieslandCampina voor 100 procent duurzame elektriciteit gebruiken. Bijvoorbeeld uit zon, wind of biomassa, en zoveel mogelijk van de eigen boerderijen.



100
YEARS DEBIC



Dé slagroom voor warme dranken

- Uitstekende stand en stevigheid
- Romig en vol van smaak
- Eenvoudige reiniging door afneembare spuitmond

Debic. Gemaakt voor professionele handen.



het schuim wat zeepsoppig, te los en zakt het snel in”, vertelt Margrethe. En: “Nederlanders houden van volle melk in hun koffie.”

Voor cappuccino's en latte's zijn naast Lattiz, Friesche Vlag Opschuimmelk en Campina dankzij hun romigheid dan ook een perfecte basis. De Opschuimmelk is samen met barista's speciaal ontwikkeld voor horecaprofessionals. Door de optimale samenstelling van vetten en eiwitten is de melk makkelijk op te schuimen en blijft het melkschuim langer stabiel. Voordeel is ook dat de melk buiten de koelkast te bewaren is.

TRENDS

Melkkoffies blijven onverminderd populair. Margrethe: “Een beetje koffiebar heeft inmiddels minstens negen soorten. Nu zie je de flat white uit Australië opkomen. En chai latte,

want ook met melk in thee kun je veel kanten op.” De consument drinkt ook steeds vaker koffie buiten de deur. “Hij verwacht dan ook meer van zijn koffie, want hij betaalt ervoor en thuis hebben veel consumenten al een goede koffiemachine. Buiten de deur laten mensen zich graag verleiden door een koffiespecial bijvoorbeeld.” Er komen steeds meer smaakvarianties waar je als ondernemer heerlijk je creativiteit in kwijt kunt, zoals de Amerikaanse Pumpkin Spice of een Vanilla Ice Latte? FrieslandCampina helpt ondernemers de warme drankencategorie te laten groeien. Natuurlijk door kennis te delen over hoe je de perfecte koffie maakt - van het malen van de bonen tot het creëren van goed melkschuim - en te inspireren, maar ook door middelen te bieden om meer te verkopen. Zo worden de koffiemenukaarten graag gebruikt door horecaondernemers.

En verder? Margrethe: “Ontwikkelingen gaan altijd door, en producten kunnen altijd beter. Wij blijven verrassen.”



ALLE VARIANTEN FRIESCHE VLAG OPSCHUIMMELK HEBBEN DE PERFECTE VERHOUDING TUSSEN VET EN EIWIT VOOR DE BESTE CAPPUCINO'S EN LATTE'S. ER ZIJN DRIE VERSCHILLENDE VARIANTEN.



HALFVOLLE MELK PROFESSIONAL 1L

Friesche Vlag Professional is al jarenlang de meest gebruikte melk om mee op te schuimen in de horeca. Professional Halfvolle melk bevat slechts 1,5% vet en is daarmee een gezondere keuze. Met Professional Halfvolle melk maakt u de mooiste en lekkerste melkkoffiespecialiteiten, zoals cappuccino en latte macchiato, speciaal voor uw gasten.

VOLLE MELK PROFESSIONAL 1L

Friesche Vlag Professional is al jarenlang de meest gebruikte melk om mee op te schuimen in de horeca.

Professional volle melk is dan ook een vertrouwde keuze. Zo bereidt u voor uw gasten de mooiste en lekkerste melkkoffiespecialiteiten, zoals cappuccino en latte macchiato.



FRIESCHE VLAG OPSCHUIMMELK

is lang houdbaar waardoor de melk buiten de koelkast te bewaren is. Dit is vooral handig als er weinig koelcapaciteit voor handen is.



LATTIZ

Met Lattiz kan iedereen cappuccino's en latte's van constant hoge kwaliteit serveren. Dankzij de slimme melkoplossing is het mogelijk met één druk op de knop perfect melkschuim te maken en sneller gasten te bedienen. Daarnaast is schoonmaken verleden tijd, dus geen gedoe. Lattiz zorgt voor tevreden gasten die graag terugkomen en zo je koffieomzet en winst verhogen.

5 TIPS VAN COLIN HARMON

HOE RUN JE EEN KOFFIEZAAK?

Tekst Marlon Velvis Illustratie Ana Jarén

BIJ HET RUNNEN VAN EEN KOFFIEZAAK KOMT SOMS MEER KIJKEN DAN JE LIEF IS. COLIN HARMON, IERS BARISTAKAMPIOEN EN EIGENAAR VAN 3FE COFFEE IN DUBLIN, WIJDDER EEN BOEK AAN. IN *WHAT I KNOW ABOUT RUNNING COFFEE SHOPS* PENDE HARMON VANUIT ZIJN EIGEN ERVARING DE BESTE TIPS NEER VOOR IEDEREEN MET EEN EIGEN KOFFIEZAAK. HIER ALVAST VIJF TIPS WAAR JE ZELF MISSCHIEN NIET ÉÉN, TWEE, DRIE AAN HAD GEDACHT.

1 VERBAN DE STEMPELKAART

Het is een bekend fenomeen in de koffiewereld: de stempelkaart. Voor elke betaalde koffie krijgt de klant een stempel en een volle kaart levert een gratis koffie op. Zo'n, zoals Colin het noemt, 'loyaliteitskaart' is geen goed idee volgens de ler. "Je moet de consequenties van deze maatregel zorgvuldig overwegen, zowel vanuit een marketing als een financieel perspectief." Met een stempelkaart creëer je namelijk

niet alleen een bepaald imago, je kunt er ook geld mee verliezen. "Als je ervoor kiest om bij elke zesde stempel een koffie weg te geven, portretteer je jezelf als een goedkope aanbieder. Dit heeft invloed op de manier waarop je zaak wordt beschouwd en de verwachtingen die mensen hebben." Hoewel de stempelkaart relaties met, en terugkomst van klanten bevordert, moet je als zaak goed kijken of de kaart niet meer kost dan dat die oplevert. Rijp voor het oud papier?



de populairste koffies en juist het opschuimen van melk is de meest tijdrovende handeling. "In de tijd dat ik melk opschuim voor vier cappuccino's, zou ik twaalf espresso's kunnen zetten", zegt Colin. "Melk vertraagt je werk", aldus de Ierse koffieschrijver. De oplossing? Op drukke momenten één iemand continu de melk laten opschuimen. Niet schenken, geen shots zetten: alleen opschuimen. Zo blijft iedereen gefocust op wat hij doet en kom je efficiënt het piekmoment van de dag door.



2 SCHUIM CONTINUE MELK OP IN DE SPITS

Zodra koffiezaken het druk beginnen te krijgen, worden er vaak extra espressogroepen in huis gehaald. Niet de beste oplossing voor het maken van meer koffies, vindt Harmon. Cappuccino's en latte's zijn vaak



3 GEBRUIK OPTIMAAL WATER

Voor het zetten van koffie is water heel belangrijk. Het is immers voornamelijk water dat je drinkt. "Zonder optimaal water kun je geen optimale koffie zetten. Daar zit een ingewikkelde wetenschap achter, maar in essentie zorgen de juiste componenten van water voor koffie met een betere extractie en smaak." Te hard water zorgt voor een minder goede smaak van de koffie en bovendien voor kalkaanslag in je apparatuur, terwijl zacht water juist weer zorgt voor roest. Het is daarom van groot belang om een waterfiltersysteem te gebruiken voor de espressomachine. Lees meer over het belang van water op bladzijde 24.



4 GEEF FAMILIE EN VRIENDEN GEEN GRATIS KOFFIE

"Voor het runnen van een business is geld binnenkrijgen een fundamenteel onderdeel. Toch hebben restaurants, bars en cafés vaak een cultuur waarin vrienden en familie niet hoeven te betalen", schrijft Colin. Hoewel de baristakampioen zelf in de startperiode van 3fe ook vaak gratis koffie weggeef, merkte hij na een tijd dat dit niet positief uitpakt voor zowel vrienden als het bedrijf. "Een vriend kwam op een avond naar me toe en vertelde me dat hij juist naar de zaak kwam om mij te steunen. Hij voelde zich slecht over het feit dat ik hem zonder te betalen weer naar buiten stuurde." Vanaf dat moment besloot Colin iedereen evenveel te laten betalen. Niet alleen voor vrienden, maar ook om een goed voorbeeld te geven aan het personeel. Die waren ook begonnen met het weggeven van gratis koffie. Behoed jezelf voor ongemakkelijke situaties en hanteer duidelijke en consistente regels.



5 GEEF PRIORITEIT AAN KENNIS, KOFFIE EN UITRUSTING (precies in die volgorde)

Veel eigenaren die een koffiezaak beginnen, geven prioriteit aan apparatuur, dan aan de koffie en daarna aan kennis. Zonde, vindt Colin. Hij ziet het liever in omgekeerde volgorde. Wees niet bang om te investeren in de kennis van je personeel. "Het is vaak een grote sprong van vertrouwen voor eigenaren om te investeren in de educatie van het personeel, maar in mijn ervaring is het er een die duidelijk zijn vruchten afwerpt voor het team en je succes".



Benieuwd naar welke tips Colin Harmon nog meer geeft?

Bestel het boek op:
whatiknowaboutrunningcoffeeshops.com

€30

KIOSK



KIOSK AMERSFOORT CENTRAAL

1100 KOPJES KOFFIE

PER DAG

Tekst Marlies Jansen Fotografie Eva Broekema

DE DYNAMIEK IN DE KIOSKEN OP STATION AMERSFOORT CENTRAAL IS NIET TE VERGELIJKEN MET ANDERE KOFFIEBARS: SNELHEID IS CRUCIAAL. SENIOR CATEGORY MANAGER SANDER TURK EN VERKOOPSTER JEANNETTE PATER HEBBEN IEDER OP HUN EIGEN MANIER ÉÉN DOEL VOOR OGEN: DE REIZIGER IN EEN ZO KORT MOGELIJKE TIJD BEDIENEN. EN EEN GOEDE KOFFIE MEEGEVEN, NATUURLIJK.

Zeven minuten verblijft de gemiddelde reiziger op het station – gemeten vanaf het moment dat hij door de poortjes gaat tot het vertrek van zijn trein. Het brengt de bijzondere dynamiek met zich mee die verkoopster Jeannette Pater zo heerlijk vindt. “Alles draait om snelheid en geen dag is hetzelfde.” Treinen hebben vertraging of vallen uit, of komen op een ander perron dan gepland aan. Het maakt dat de stroom van Kiosk-klienten binnen een minuut totaal kan omslaan. “En bij grote problemen op het spoor krijgen klanten gratis koffie en thee. Dan verschijnt er ‘gratis koffieverstrekking’ op de schermen van de kassa’s,” vertelt Jeannette. Calamiteiten-koffie noemen ze dat onder elkaar.

WAT IS HET DRUKSTE MOMENT VAN DE DAG?

Jeannette: “De grootste piek beleven we tussen 7.00 en 9.30 uur op perron 6/7, waar de treinen naar Utrecht, Den Haag, Rotterdam, Amsterdam en Schiphol vertrekken. In de spits hebben we daar zo’n 300 klanten

per uur.” Er gaan dan sandwiches, American Cookies, bakjes fruit of saucijzenbroodjes over de toonbank. En natuurlijk koffie. Sander: “Dat is de categorie waarvan we het meest verkopen.”

OVER HOEVEEL KOFFIES GEMIDDELD PER DAG HEBBEN WE HET?

Jeannette: “Dat verschilt per Kiosk. In de centrale hal en op perron 1/2 verkopen we 300 koffies per dag. Op spoor 6/7 gemiddeld 500. Daar tapt in de spits één persoon continu koffie, terwijl twee anderen de kassa’s draaien. Alleen met cappuccino is dat lastiger: het schuim zakt in als de koffie te lang staat. Hierbij helpt Lattiz sinds een paar jaar enorm: het melkschuim blijft vrij lang stevig en zijdezacht.”

WAAROM KOOS KIOSK VOOR LATTIZ?

Sander: “We wilden de kwaliteit van onze koffie verhogen. Dat is niet alleen een kwestie van de juiste keuze voor een koffiemachine en een goede

“CONTINU KOFFIE MAKEN,
ER IS NIET GENOEG TIJD VOOR
HANDMATIG OPSCHUIMEN.”

koffieblend, ook het melkschuim is belangrijk. De invloed van wisselende medewerkers op de kwaliteit daarvan, moet zo beperkt mogelijk zijn. Bovendien is er bij Kiosk niet genoeg tijd voor handmatig opschuimen. Het Lattiz-melkschuim is van een constante kwaliteit en van hoog niveau.”

EN WELKE KOFFIEMACHINES HEBBEN JULLIE?

Sander: “In de centrale hal en op perron 1/2 zijn de Kiosken vernieuwd. Daar hebben we semi-volautomaten met de

Serveer kwaliteit

- Hoge kwaliteit melkschuim, kop na kop
- Perfect voor latte art

Bespaar tijd

- Één druk op de knop
- Geen schoonmaak nodig

Verkoop meer

- Personaliseer het scherm naar jouw wensen
- Bedien meer gasten tegelijk
- Verhoog koffieomzet en winst



Vraag een
gratis demo aan
op lattiz.nl



“KLANTEN ZIJN ECHT TE SPREKEN OVER DE FLUWEELZACHTE SCHUIMLAAG DIE MET LATTIZ WORDT GEMAAKT”

uitstraling van een espressomachine van WMF. Bij het bereiden van koffie zijn er immers veel stappen die de kwaliteit bepalen: hoeveel koffie doe je in de filterhouder? Hoe hard tamp je? Hoe maak je schoon? Door de semi-volautomaten hoeven we hier geen rekening mee te houden. De medewerker klopt de filterdrager uit, maar de machine vult die zelf en duwt de koffie aan. Met één druk op de knop hebben we koffie van barista-kwaliteit. Lattiz draagt bij aan een ambachtelijke beleving: de melk wordt handmatig en met aandacht ingeschonken.”

WELKE KOFFIEBONEN GEBRUIKEN JULLIE?

Sander: “Samen met onze leverancier SMIT&DORLAS hebben we twee duurzame koffieblends ontwikkeld. Eén voor de *espresso-based* koffie en één voor de ‘normale’ koffie. In de kop treft de klant een krachtige, Italiaanse

espresso met tonen van laurier en appelstroop, waar de lungo meer frisse fruittonen bevat.”

EN, HOE ERVAREN KLANTEN DE VERBETERING IN KWALITEIT?

Jeannette: “Die zijn echt te spreken over de fluweelzachte schuimlaag die met Lattiz wordt gemaakt. En Lattiz 2.0 is nóg makkelijker in gebruik,” zegt ze. “Zo is de lekbak eenvoudiger schoon te maken, is hij vrijwel geluidloos en spettert hij minder. Ook start de machine sneller op. Je hoeft alleen het touchscreen aan te tikken. Dat werkt zó snel en handig.”

Sander: “Onlangs stond in NRC: ‘Je kunt tegenwoordig echt een kop goede koffie drinken bij de NS!’ Dat deed mij goed: goede stationskoffie serveren is ons doel. Verder is het aandeel melkkoffies het afgelopen jaar gestegen naar 59 procent, 10 procent boven het landelijke gemiddelde.”



HOE WATER JOUW BAKKIE BEÏNVLOEDT

WATERWIJSHEID

Tekst Marlon Velvis Illustratie Nanna de Jong

NET ALS DE MENS BESTAAT KOFFIE VOOR HET GROOTSTE DEEL UIT WATER. NIET ZO GEK DUS DAT WATER DE KOFFIESMAAK BEÏNVLOEDT. MET DE JUISTE KENNIS OVER WATER ZET JE EEN BETERE KOFFIE EN VERGROOT JE DE LEVENSDUUR VAN JE APPARATUUR.

Bij het koffiezetten letten we vaak op boonsoort, afkomst en brandwijze. Minder vaak denken we na over het water dat we gebruiken. Water is water, toch? Maar dat is zeker niet het geval. Water bevat componenten en eigenschappen die bepalen of we het beste uit koffie kunnen halen. De samenstelling en concentratie van mineralen in het gebruikte water zijn factoren, die een serieuze invloed hebben in het zetproces. Bovendien heeft water een impact op de apparatuur die je gebruikt om koffie te zetten, denk aan verkalking of roest.

WAT ZIT ER IN WATER?

Wie vroeger een beetje heeft opgelet bij de scheikundeles weet dat de scheikundige formule van water H₂O is: twee atomen waterstof (H) en één atoom zuurstof (O). Voor gevorderden zijn termen als magnesium, calciumcarbonaat, chloride en pH-waardes geen abracadabra. Deze waardes beïnvloeden de smaak van het water en dus ook de smaak van koffie. Zo kan chloride zorgen voor een zilte smaak.

NIET TE HARD, NIET TE ZACHT

Bij koffie gaat het vooral om de hardheid van het water. De waterhardheid geeft in DH (Duitse Hardheid) de concentratie van

metaalionen, vaak magnesium- en calciumcarbonaat (kalk) in het leidingwater aan. Water met een hoge waterhardheid heeft een negatief effect op de smaak van koffie, omdat kalk de extractie van koffie- aroma's tegenhoudt. Water moet niet te hard, maar tegelijkertijd ook niet te zacht zijn. In het algemeen is een waterhardheid tussen de 4 en 6 DH het beste voor het maken van koffie.

PH-WAARDE

De pH-waarde duidt de zuurgraad en alkaliniteit van het water aan. Op schaal van één tot 14 geeft de waarde aan of het water zuur, basisch of neutraal is. Hierbij geldt: onder de zeven is het water zuur, boven de zeven basisch en gelijk aan zeven is het water neutraal. Voor koffie heeft het water idealiter een neutrale zuurgraad, omdat dan de smaak niet wordt aangetast.

APPARATUUR

Tijdens de weg die water door de leidingen in de espressomachine, waterkoker of andere apparatuur aflegt, komt het in contact met materialen die kunnen reageren op stoffen in het water, wat de levensduur en werking van een apparaat niet ten goede komt. Het opwarmen

van het water versterkt een aantal effecten en de bekendste daarvan is kalkaanslag. Vooral in gebieden waar medium en hard water is, dient dit probleem zich aan. Zacht water kan er juist voor zorgen dat er roest in je apparatuur komt, wat kan zorgen voor lekken. Voor zowel de smaak als de apparatuur is het verstandig om water te optimaliseren.

OPTIMALISEER JE WATER

Maar hoe doe je dat, water optimaliseren? Je kunt natuurlijk gebruik maken van mineraalwater in fles. De samenstelling van het water staat vermeld op het etiket. Meer geschikt voor horeca is een waterfiltersysteem. Er zijn speciale filters voor de espressomachine. Die zorgen ervoor dat opgeloste stoffen uit het water gefilterd worden. Hard water wordt zachter doordat het water onder hoge druk door een heel fijn filter (membraan) wordt geperst. Deze manier van filteren wordt omgekeerde osmose-filtering genoemd. Het water dat op deze manier is gezuiverd, heeft een frisse, neutrale smaak en bevat beduidend minder mineralen zoals calcium en magnesium. Voor meer informatie over filtersystemen neem contact op met bijvoorbeeld Brita, Everpure, 3M of BWT.





KOFFIE ALS TWEEDE NATUUR

FRIED VAN BEERS

Tekst Jarron Kamphorst Fotografie Jurriaan Huting

FRIED VAN BEERS
ADEMT, RUIKT EN DRINKT
KOFFIE. ALS MANAGER
BUSINESS DEVELOPMENT
BIJ KOFFIEBRANDERIJ
SMIT&DORLAS PROBEERT HIJ
HET BEDRIJF AAN DE TOP
VAN DE KOFFIE-OLYMPUS TE
POSITIONEREN.

De geur van vers gebrande koffie prikkelt direct de neus bij het betreden van de branderij van SMIT&DORLAS in Mijdrecht. Tegen de muren van de loods liggen jutezakken met groene koffiebonen op pallets op elkaar gestapeld. Op de kartonnen bordjes valt het land van herkomst te lezen. Burundi, Guatemala, Brazilië, Vietnam. "De koffie komt overal ter wereld vandaan", vertelt Fried (65). Hij begon zijn carrière in de sales bij Philip Morris en Bayer, waarna hij via Jacobs Douwe Egberts in de koffie terecht kwam. Een logische keuze zo meent hij. "Mijn ouders waren echte koffieleuten, net als ik. Ik ben opgevoed met een pot dampende koffie bij het achtuurjournaal. Inmiddels kan ik slechte koffie niet meer verdragen." Fried maakte in 2000 de overstap naar SMIT&DORLAS.

ROLLS ROYCE

Fried zit aan de tafel in de showroom van het bedrijf alsof het zijn eigen woonkamer is. Hij is op zijn gemak. Met iedereen die binnenkomt maakt hij een hartelijk praatje dat wordt bezegeld met een ferme handdruk. Met gepaste trots toont hij de apparaten in de showroom die netjes naast elkaar staan opgesteld. Fried vertelt erover alsof het zijn kroost betreft. La Cimbali, Macchiavalle, Aequator, Thermoplan, Marco, Lattiz. Aan de andere kant van de zaal staat een vintage La Cimbali-machine in een vitrinekast. De achterkant van het apparaat is bedekt met een gouden coating. "Deze



“WE HOUDEN ALLES IN EIGEN HAND. VAN HET SELECTEREN VAN DE BOON TOT AAN HET SERVIES EN HET LEVEREN OP LOCATIE”

machine komt uit 1956, die heb ik ooit van een klant gekregen. Het personeel van het MUMAC-museum in Milaan heeft hem helemaal gereviseerd. Hij werkt nog met een ouderwetse handpomp. Het is de Rolls Royce onder de koffiezetapparaten.”

De apparatuur die SMIT&DORLAS levert is volgens Fried dan ook een van de dingen waar de koffiebranderij zich mee onderscheidt. Met name bij grote organisaties merkt hij dat er een cultuuromslag gaande is op het gebied van koffie en de vraag naar machines. “Bedrijven vragen steeds meer naar betere koffie. Voorheen werkten ze met liquid- of instantkoffies, maar die worden steeds meer vervangen door bonen. Mensen gebruiken thuis ook vaker bonen en dat willen ze op het werk terugzien. Daardoor is er meer vraag naar goede volautomaten en halfautomaten. Er zijn tegenwoordig zelfs bedrijven die

een complete koffiecokner hebben voor het personeel. Daar staat dan een halfautomaat met daarachter een getrainde barista die koffiezet.” Toch blijft de koffie zelf het allerbelangrijkst. Fried: “Wij zijn altijd op zoek naar hoogwaardige koffie. Die sourcen wij via onze inkoper/melangeur, die wereldwijd inkoopt. We werken met diverse basisblends waarmee we de hele koffieketen sturen.” Daar komt bij dat SMIT&DORLAS een verhaal mee probeert te geven aan zijn klanten. Wie koffie koopt, wordt op de branderij uitgenodigd voor een rondleiding. “Op die manier kunnen we ze alles laten zien. Zo vertellen we het verhaal achter de koffie. Dat is onze kracht. We laten mensen vanaf de eerste rij zien hoe we de koffie branden. En dat we alles in eigen hand houden. Van het selecteren van de boon tot aan het servies en het leveren op locatie.”



STERRENRESTAURANTS

Dat onderscheid is ook nodig volgens Fried. Hij heeft de markt de afgelopen jaren flink zien veranderen. Niet zo zeer wat betreft het volume, wel wat betreft de kwaliteit. “De opkomst van kleine, gespecialiseerde koffiebranders is een aanwinst voor de gehele koffiesector. De hele markt wordt namelijk naar een hoger niveau getild. Maar qua volume blijft de markt stabiel. Dat maakt ons alleen maar scherper om nog meer te focussen op kwaliteit.” Daarom werkt SMIT&DORLAS al jaren met eigen kwaliteitsmanagers en een eigen koffieacademie met een SCAE-gecertificeerde barista. “Dat kunnen de kleinere branders niet. Wij bieden de ondernemers service op een apparaat, met onze eigen technische dienst en ondersteuning op de werkvloer.”

Een andere manier waarop SMIT&DORLAS zich onderscheidt, is door naast de melanges wisselende

single estate-koffies aan te bieden.

“We werken nu zo’n drie jaar met single estate-koffies. We leveren bijvoorbeeld aan restaurant Ciel Bleu in het Okura.” De single estate koffie is dan ook bedoeld voor het hogere horecasegment. “Er moet een verhaal bij dit soort koffie worden verteld, zoals dat ook gebeurt bij het eten en de wijn in een sterrenrestaurant. Gasten willen weten waar de koffie vandaan komt, op welke hoogte hij wordt verbouwd en ga zo maar door.” Momenteel is het aanbod van single estate-koffies afkomstig uit Brazilië, Rwanda, Costa Rica en Colombia. Maar dat is over een half jaar gegarandeerd weer anders, volgens Fried. “Dat is om de kwaliteit van de koffie constant te houden. Kwaliteitswaarborging bij single estate-koffie is moeilijk, omdat je te maken hebt met lokale weers- en klimaatomstandigheden op een specifieke plantage.”

GAREN, NIET SCHROEIEN

SMIT&DORLAS gaat prat op de kwaliteit van de koffie die ze bieden. “Heerlijkheid kost tijd. Daarom brandt SMIT&DORLAS *slow roast* in kleine hoeveelheden”, valt er te lezen op de website. Fried: “We branden de bonen minimaal negen en maximaal zestien minuten, afhankelijk van de samenstelling.” Dit staat volgens Fried in schril contrast met industriële branders, waar koffiebonen doorgaans in hoeveelheden van duizend kilo in vijfenhalve minuut worden gebrand. “Als je een willekeurige zak koffie van ons opentrekt, dan zie je bonen met een mooie, egaal gebrande kleur. In plaats van heel kleine, donkere boontjes die helemaal doorgebrand zijn. Daar krijg je bittere koffie van. Bij ons krijgen bonen de rust en de tijd om langzaam te garen.”

Zelf maakt Fried graag de vergelijking met een goed stuk vlees. “Een biefstuk schroei je dicht aan beide kanten en

laat je daarna langzaam doorgaren. Datzelfde geldt voor een koffieboon. Wij schroeien niet, we roosteren langzaam om het garingsproces te bevorderen.”

Dat roosteren gebeurt in twee Probat-branders. In de grote brander gaat 100 kilo koffie per keer. Zijn kleinere broertje kan maximaal twaalf kilo per sessie aan. Achter de kleine handroaster in de branderij hangt de originele, vergeelde factuur in een lijst aan de muur. Koopprijs: 1.152 florijnen, het bedrag is met potlood onder aan de kwitantie gekrabbeld. De brander is een van de paradepaardjes van SMIT&DORLAS. Fried: “Die machine komt uit 1933. We hebben hem helemaal laten reviseren en galvaniseren. Er is nu zelfs een computer met *roasting software* aan gekoppeld.”

VERBRANDE MELK MET LUCHTBELLEN

Toch komt er meer kijken bij het zetten van een kopje koffie dan enkel apparatuur en goede koffiebonen, zo weten ze ook bij SMIT&DORLAS. De toenemende populariteit van melkkoffies in Nederland is ook Fried niet ontgaan. “Ik kom nog uit een tijd

“OOK ALS JE MET VEEL PERSONEELSWISSELINGEN TE MAKEN HEBT, BIEDT LATTIZ UITKOMST. DAN HOEF JE NIET IEDEREEN APART OP TE LEIDEN”

waarin het aandeel melkkoffies in de horeca onder de 50% lag. En die waren vaak ook nog eens niet te drinken. Dan kreeg je een cappuccino met verbrande melk, vlak schuim en luchtbelletjes. Nu zie je dat het aandeel melkkoffies richting de 60% gaat.” Om aan die tendens tegemoet te komen, heeft SMIT&DORLAS mensen in dienst die horecapersoneel trainen in latte art en het opschuimen van melk.

SMIT&DORLAS werkt ook al sinds het begin met Lattiz. “Lattiz is ideaal voor horecazaken die snel moeten doorwerken en grote hoeveelheden koffie wegzetten. Je kunt zo ook tijdens piekmomenten een constante kwaliteit bieden. Ook als je met veel personeelwisselingen te maken hebt, biedt Lattiz uitkomst. Dan hoef je niet iedereen apart op te leiden.”

Terwijl hij kleine slokken neemt uit het SMIT&DORLAS-kopje dat voor hem staat, heeft Fried nog wel een aantal tips voor ondernemers om hun koffieomzet te vergroten. “Het belangrijkste is dat je je als ondernemer niet blindstaart op de inkoopprijs van een kilo koffie. Het gaat om de voorkant, over de vraag hoe je meer kunt verkopen. Je kunt heel goedkoop inkopen, maar als daar geen service en andere randzaken zoals goede training bij komen, houd je er niets aan over”, vertelt hij terwijl hij bedachtzaam door het perfecte melkschuim van zijn cappuccino roert. “Koffiedrinken moet een feestje zijn, een uitnodiging om nog eens terug te komen. Als gasten dat doen, heb je die paar euro aan extra inkoopkosten er binnen de kortste keren uit.”



STRANDPAVILJOEN C-SIDE

TIJDWINST MET LATTIZ

Tekst Marlies Jansen Fotografie Eva Broekema

STRANDGASTEN OP HET ZEEUWSE GOEREE-OVERFLAKKEE WETEN PAVILJOEN C-SIDE ZOWEL 'S ZOMERS ALS 'S WINTERS TE VINDEN VOOR EEN MOMENT GENIETEN MET KOFFIE. TIJDENS EEN DAGJE RELAXEN OP HET STRAND, NA HET KITESURFEN OF NA EEN LANGE WANDELING DOOR DE DUINEN: "KOFFIEDRINKEN GAAT HIER DE HELE DAG DOOR."

Eigenares Anja Kramer werkte twintig jaar geleden als vrijwilliger bij het reddingswezen en borrelde met haar collega's geregeld bij C-side, een 'leuk zaakje', vond ze. "Als je het ooit wegdoet, moet je mij maar bellen." Twee weken later kwam dat telefoontje al. Ze besloot de gok te wagen, aanvankelijk naast haar baan in de medische wereld. Het was een 'frikandellen-bier-tent' en ze wilde een ander, breder publiek trekken. Stukje bij beetje verbeterde ze de kwaliteit. "Als we een broodje zalm op het menu zetten, proberen we van alles uit: hoe serveren we dit het lekkerst én mooist?" Anja investeerde door de jaren heen ook in verbouwingen. C-side telt 500 zitplaatsen en op hoogtijdagen vertoeven er zo'n zevenhonderd klanten in en rond het paviljoen.

van de huisjes op de bijna negentig vakantieparken in de omgeving – en mensen die logeren bij een B&B op een boerderij." Maar wat voor mensen dat zijn? "Dat gaat echt van steenrijke directeur tot BN'er tot lantaarnpaalschilder bij wijze van spreken."

HOE BELANGRIJK IS KOFFIE VOOR ZE?

"Súperbelangrijk. Liefst staan ze om 08.00 uur al aan de poort te rammelen. Was het vroeger 'Hebbie een bakkie pleur voor me, ik moet nog wakker worden,' nu is het: 'Ik wil een latte macchiato, en heb je er wat lekkers bij? Koffie moet van goede kwaliteit zijn. Het is een verwenmoment geworden.'"

uitgeprobeerd. De meeste hebben een mufte smaak. Puro smaakt top. Het is dé favoriet in Azië, waar ik graag kom. Ook belangrijk: Puro is organisch, fairtrade en wordt klimaatneutraal geproduceerd. Ik merk dat ook klanten het belangrijk vinden dat we bijdragen aan het behoud van de aarde."

HOEVEEL KOPJES WORDEN ER OP EEN GEMIDDELDE DAG GESCHONKEN?

"Zo'n vier- tot vijfhonderd. 75 procent daarvan zijn melkkoffies. De cappuccino wordt het meest verkocht. Koffiedrinken gaat hier de hele dag door. Meteen na de opening, om 10 uur 's morgens, is de eerste koffiegolf. Rond 15.00 uur zijn de *sweet iced* koffies en frappuccino's in trek. 's Avonds, als de zon in zee zakt, volgt het derde piekmoment. Dan drinkt men zowel warme als koude koffies en liefst met een likeurtje erin, zoals Tia Maria, Baileys of Grand Marnier."

HOE GAAN JULLIE OM MET ZO'N PIEKMOMENT?

"Ieder personeelslid heeft vaste taken als het druk is. De één doet de koffie, de ander frisdranken of bier en weer anderen spoelen. Snel opgeschuimde melk regelen? Dat was vroeger

'S MORGENS WARME KOFFIE, 'S MIDDAGS FRAPPUCCINO'S EN 'S AVONDS MET EEN LIKEURTJE ERDOOR

HOE ZIET JULLIE KLANTENKRING ERUIT?

"Die loopt uiteen. Het zijn vooral gezinnen – die verblijven in een

WAT VOOR KOFFIE SCHENKEN JULLIE?

"Puro Fairtrade Koffie. In de beginjaren van C-side heb ik verschillende koffies





100
YEARS DEBIC

Variatie in smaak



De ideale verse basis, waarmee je als chef-kok alle ruimte hebt voor creativiteit en vakmanschap. Kies voor eigen ideeën en geef ze vorm met de dessertproducten van Debic.

Debic. Gemaakt voor professionele handen.





C-SIDE WERKTE ALS EEN VAN DE EERSTEN MET DE VERNIEUWDE LATTIZ HOE BEVALT DE LATTIZ 2.0?

Eigenares Anja: "Het apparaat is veel stiller en nóg sneller. En het lijkt wel of het schuim compacter is, steviger. Praktische voordelen heeft de nieuwe Lattiz ook. De lekbak is handiger schoon te maken. En voor mijzelf en bedrijfsleider Ingmar is het nu nog eenvoudiger om de hoeveelheid melk per type koffie in te stellen."

een drama. In de tijd dat de eerste cappuccino's hun intrede deden, zetten we nog filterkoffie met een Bravilormachine. De melk klopten we in een pannetje op het vuur. De latere stoompijpen op halfautomaten waren kwalitatief een enorme verbetering, maar man, wat duurde dat lang. Mensen moesten drie tot vier minuten wachten op hun cappuccino." Anja grijnst. "En toen kwam Andy van FrieslandCampina binnen met een Lattiz onder zijn arm. Vanaf de eerste getapte, opgeschuimde melk wisten we: dit apparaat gaat hier nooit meer weg."

WAT MAAKT LATTIZ ZO GELIEFD BIJ C-SIDE?

"Met Lattiz kan werkelijk iederéén werken. Geen ingewikkelde handelingen, gewoon één druk op

de knop. De kwaliteit is altijd goed: je hebt heerlijk romig schuim. En terwijl de Lattiz zijn werk doet, kun je de filterdrager vullen en de koffie bereiden. Overigens gebruikt zelfs onze kok de Lattiz vaak, bij het bereiden van soepen, pompoencurry's en desserts."

HELPT LATTIZ OOK SNELLER KOFFIES TE BEREIDEN?

"Mensen bestellen in dezelfde tijd dat ze hier zijn, niet één cappuccino of latte, maar twee of drie. Simpelweg, omdat hun drankjes sneller op tafel staan. Dankzij die enorme tijdswinst heb ik een veel hogere omzet."

HOE BEWAAK JE CONTINU DE KWALITEIT?

"Dat is een kwestie van keuzes maken. In de zomer hebben we geen tijd

voor hartjes en andere 'gekkigheid'. 's Winters, als er meer rust in de tent is, toveren de barista's de mooiste figuurtjes in het schuim, maken ze *red velvet latte* of proberen ze iets nieuws uit, zoals wasabi-koffie."

ZET DE TREND VAN IJS- EN ANDERE KOFFIESPECIALS DOOR DENK JE?

Anja: "Absoluut. Kijk maar naar de ontwikkelingen in de VS en Azië, die pas later in Nederland volgen. Maar bij C-side is voor nu de karamel latte, zonder twijfel, favoriet."

STRANDPAVILJOEN C-SIDE

Dijk Het Flauwe Werk 1, Ouddorp
c-side.nl

5 HORECAONDERNEMERS IN BEELD

MELK VOOR ELK

Tekst Marlon Velvis Fotografie Medea Huisman

DE TIJD DAT DE TERM CAPPUCCINO ALLEEN VOOR ITALIANEN BETEKENIS HAD, HEBBEN WE ACHTER ONS GELATEN. VANDAAG DE DAG IS DE 'KLEINE KAP' OOK IN NEDERLAND DE POPULAIRSTE KOFFIE. DAT BETEKENT VOOR DE HORECAZAAK DAT NAAST GOEDE KOFFIE, OOK GOEDE MELK VAN BELANG IS. VIJF ZAKEN VERTELLEN WELKE MELK ZIJ GEBRUIKEN EN, NOG BELANGRIJKER, WAAROM.



De Koffiesalon
Eerste Constantijn Huygensstraat 82 | Amsterdam
dekoffiesalon.nl

DE KOFFIESALON

Melk: Campina Dagvers vol | Koffie: Buscaglione | Machine: Kees van der Westen Mirage

Driehonderd koffies per dag, zeven vestigingen. Vermenigvuldigd dat met elkaar en het wordt duidelijk: bij De Koffiesalon gaan er véél koffies doorheen. Er wordt gewerkt met verse volle melk van Campina. Bedrijfsleider Georgia Barrett (32): "De melk schuimt goed op en heeft een zachte smaak. We schuimen graag handmatig op, zodat we de melk-schuimverhouding naar wens kunnen afstemmen."

News Café

Waagplein 5 | Groningen

newscafe.nl



NEWS CAFÉ

Melk: Friesche Vlag Langlekker en Lattiz | Koffie: Segafredo | Machine: Faema Emblema New Style

Al eenentwintig jaar bevindt News Café zich op “de beste locatie in Groningen”, aldus bedrijfsleider Auke Verweij (32). Dat levert geregeld een volle zaak op. Op een drukke dag gaan er zó 800 koffies over de toonbank. De frappés: koude melkdranken met siroop en een shot espresso, zijn het sinds kort helemaal. “Voor de latte macchiato gebruiken we Lattiz en voor alle overige melkkoffies Friesche Vlag. Het zelf opschuimen en het schenken van latte art is het stukje vakmanschap dat wij willen laten zien.”

DOK 10

Doctor Molewaterplein 40 | Rotterdam



DOK 10

Melk: Lattiz | Koffie: House of Coffee | Machine: Schaerer Barista One

In het Erasmus-ziekenhuis zit sinds vier jaar DOK 10, een tien-minutenconcept met to-go koffies en lekkernijen dat 365 dagen per jaar open is. En als je elke dag zo veel koffies maakt, is het de kunst om de kwaliteit constant te houden. Om die reden besloot Patrick Luijbregts (50), accountmanager bij moederbedrijf ISS, te gaan voor Lattiz. "We hebben een aantal barista's in huis, maar die zijn niet altijd aanwezig. Lattiz zorgt voor constante kwaliteit, stabiliteit en snelheid."

Café Thomas

Stratumseind 23 | Eindhoven

thomaseindhoven.nl



CAFÉ THOMAS

Melk: Lattiz | Koffie: Peeze | Machine: Dalla Corte Evo 2

“Van een kroeg waar gefeest wordt, naar een kwalitatief grand café.” Café Thomas onderging een drastische metamorfose en vierde eind augustus de heropening. De borrelkaart maakte plaats voor een uitgebreide menukaart met lunch, diner én koffie. “Vooral de cappuccino is geliefd”, vertelt bedrijfsleider Niels Schipper (28). “Ook tijdens de lunch bestellen mensen graag melkkoffies. Echte Hollanders, haha.” Café Thomas werkt met drie melanges van Peeze en Lattiz, omdat “we een heel nieuw team hebben en Lattiz ons een constante kwaliteit garandeert.”

Proefiz

Diezerstraat 91 | Zwolle

proefiz.nl



PROEFIZ

Melk: Friesche Vlag Langlekker | Koffie: Mocca d'Or | Machine: Nuova Simonelli Appia II

“Proefiz is vooral in trek bij vrouwen”, vertelt eigenaar Raymond Bakhoven (44). “Dat komt door ons aanbod van koffiespecials en taarten.” Ook de latte macchiato’s vliegen de deur uit. De melk die Proefiz daarvoor gebruikt, is Friesche Vlag Langlekker. Dit geeft een perfect eindresultaat en is bovendien het beste antwoord op beperkte koelingsruimte. “Mensen komen bij Proefiz voor de kwaliteit van onze producten. Friesche Vlag Langlekker past daar uitstekend bij.”



LATTE ART
DE TULP

Tekst en fotografie Joey Rietveld

DRIE, VIER, HOP, VIJF LAGEN IN EEN FLAT WHITE... DE TULP HAALT HET COMPETITIEGEVOEL BIJ BARISTA'S NAAR BOVEN. COFFEE MASTERS LONDON 2019 WINNAAR ROB CLARIJS LEGT STAP VOOR STAP UIT HOE JE DEZE FAVORIET SCHENKT.

**STAP 1**

Schuim de melk op, wals goed en schenk wat schuim weg zodat er een mooie, gladde structuur overblijft. Houd de kop iets schuin. Schenk de melk vanaf ongeveer tien centimeter hoogte in een dunne straal met een draaiende beweging in de espresso. Als er witte vlekjes ontstaan, kun je er overheen schenken om ze te laten verdwijnen.

STAP 2

Beweeg de kan omlaag zodat de tuit van de melkkan bijna de espresso raakt. Schenk iets harder of eventueel met een subtiel schuddende beweging om schuim uit de kan te schenken. Schenk tot er een halve maan ontstaat en stop dan.

**STAP 3**

Maak opnieuw een halve maan met de schenktuit bijna op de espresso. Schenk nu met een duwende beweging in de richting van de halve maan die je eerder geschonken hebt.

STAP 4

Herhaal het proces van stap drie meerdere malen om de blaadjes van de tulp boven elkaar te 'stapelen'. Tip: Hoe groter de duwende beweging, hoe meer de blaadjes van de tulp zich om elkaar heen zullen vouwen.

**STAP 5**

Til de kan na het laatste halve maantje omhoog om een dunne straal te maken en schenk door de verschillende halve maantjes heen. Dit zorgt ervoor dat de maantjes zich zullen vormen tot de herkenbare blaadjes van de tulp.



MAGISCHE KOFFIEMOMENTEN

Tekst Rose van Asten Illustratie Ana Jarén

“Rose, wat vind jij de lekkerste koffie?” Dat vragen mensen mij wel misschien het meest. Vaak antwoord ik met: “Wat vind jij de lekkerste wijn?” Ik zie ze dan even verward nadenken, waarna ik vervolg met: “Net als met wijn is het afhankelijk van het moment van de dag, mijn stemming en wat ik erbij eet.” Toegegeven, echt tevreden lijken ze eigenlijk nooit met mijn reactie, dus misschien wordt het tijd dat ik deze vraag een keer echt beantwoord. ‘s Ochtends start ik graag met een kleine cappuccino, met weinig schuim en bereid met verse volle melk; wat wij vroeger bij het Nijmeegse café De Blonde Pater een Kof(f)i(e)

Annan noemden. Lekker romig met een nog heel duidelijke koffiesmaak. Later op de dag kies ik vaak voor een heerlijke gewassen Ethiopische filterkoffie. Met een beetje geluk heb ik een prachtexemplaar weten te bemachtigen, dat wat weg heeft van een earlgreythee met tonen van jasmijn, perzik en cacao. En dan geniet ik nog het meest van deze smaakbeleving door met anderen samen te drinken. Koffies met zulke mooie smaken zijn koffies waar je over moet praten, dan smaken deze om een of andere reden nóg lekkerder. Dat is mijn magic moment. Tijdens mijn baristatrainingen sta

ik altijd stil bij de kwaliteit van de ingrediënten, maar ik leg ook nadruk op de beleving. Naast topingrediënten en perfecte bereidingstechnieken zijn de houding en interactie van de barista met de gast zeer bepalend voor de sfeer en het genot. Alleen zo kunnen ze voor gasten datzelfde magische moment creëren dat ik zelf elke keer weer ervaar.

Rose van Asten (40) is barista-trainer, koffieconsultant, eigenaar van trainingscentrum Rose van Asten | Your Coffee Companion en voorzitter van SCA Nederland.

Lattiz op jouw locatie?



Vraag een demo aan

Ga naar de website, vraag een demo aan en wij nemen binnen 2 dagen contact op om een afspraak te maken

Demo op jouw eigen locatie

Een van onze vertegenwoordigers zal Lattiz demonstreren op jouw eigen locatie zodat je alle voordelen zelf kan ervaren

Installatie

Overtuigd? Na aankoop wordt de machine geïnstalleerd en ingesteld naar jouw wensen door een gecertificeerde partner

Nu al overtuigd? Contacteer dan je koffie partner of neem contact op via onze website





**Boost je
business
met perfect
melkschuim.**

