

Bij FG NoodleBar waant de klant zich in Peking of Shanghai

Sterrenchef verrast zijn vaste klanten met streetfood uit Azië

ROTTERDAM - Je eet met stokjes en zit op kleine plastic stoeltjes. Vlakbij hangt een volle waslijn en het is er een drukte van belang: bij FG NoodleBar is het net alsof je in Peking op straat eet. Dit streetfood-concept is de nieuwste creatie van sterrenchef François Geurds.

Comfortfood | door Marije de Leeuw

Geurds wil met FG NoodleBar iets totaal anders neerzetten dan zijn vaste klanten van hem gewend zijn. De noodlebar die nu een maand open is, heeft - in tegenstelling tot zijn twee sterrenrestaurants - een laagdrempelig concept, gericht op een brede doelgroep. Net als in Azië gebruikelijk is, kunnen klanten voor een prikkie (vanaf een tientje) een gevarieerde maaltijd laten wokken.

Bij binnenkomst krijgen bezoekers een rieten mandje met een Chinese krantenpagina dat een dienblad vormt. Daarna kiezen ze uit vijftien soorten noodles, uit vele kruiden, groenten en vlees, vis of tofu. Dat leveren ze in bij een van de wokchefs en de maaltijd kunnen ze een paar minuten later opeten of meenemen.

Inspiratie

“Mijn inspiratie heb ik uit Azië gehaald”, vertelt Geurds. “Ik ben zelf dol op Aziatisch comfortfood, dus daar wilde ik iets mee doen. Het is dan leuk als je je tijdens het eten ook echt in een Aziatische setting waant. Daarom heb ik binnen in het



Sterrenchef François Geurds bereidt de wokmaaltijden voor zijn bezoekers in FG NoodleBar.

pand een straat nagebootst, zodat je echt het gevoel hebt dat je bijvoorbeeld in China bent. Het is overigens niet volledig Aziatisch, in het eten gebruik ik ook Surinaamse en Zuid-Amerikaanse invloeden.”

Smaken

In zijn ‘foodlab’, dat naast de NoodleBar is gevestigd, experimenteert de sterrenchef met smaken. Elke nieuwe smaakcombinatie past hij toe in FG NoodleBar, waar bezoekers overigens gewoon door de keuken heenlopen. “Onze gasten kunnen kiezen welke ingrediënten ze in hun wokmaaltijd willen, maar ze kunnen de combinaties ook aan

de chefs overlaten. Op ons rad van fortuin staan bijvoorbeeld verschillende groentecombinaties die wij hebben samengesteld.”

Biologisch

Alle ingrediënten zijn honderd procent biologisch. “Dat is de kracht van dit concept. De producten haal ik uit gebieden waar ze oorspronkelijk vandaan komen of ik haal ze uit de omgeving,” Geurds vervolgt: “Soms krijg ik wel eens de vraag: is dit net zoiets als een wokrestaurant? Natuurlijk gebruiken we ook een wok, maar dit is anders. Hier kun je een gezonde en verse maaltijd krijgen voor een goede prijs.”

Mijn schijf van vijf



COLUMN

Het wordt de horeca niet makkelijk gemaakt. Nu komt de Gezondheidsraad weer met nieuwe richtlijnen voor goede voeding. In samenwerking met artsen, voedingsdeskundigen en andere wetenschappers ontstaat er een nieuwe ‘Schijf van Vijf’, die komend voorjaar samengesteld wordt door het Voedingscentrum.

De grootste veranderingen: Eet minder rood vlees. Minder, maar eet het wel. Een commissie van het WHO zegt dat het kankerverwekkend is. Drink geen vruchtensap. Daar zit net zoveel suiker in als cola. Eet maximaal drie sneetjes brood per dag, slechts één keer per week vis, elke dag een handje noten en last but not least: nog maar één wijntje per dag.

Tja, ze zullen ongetwijfeld gelijk hebben. Maar een mooi dinertje wordt wel héél karig, als je ook in ogenschouw neemt dat varkensvlees slecht is, wild zielig is, kweekvis vol ziektes zit, citrusvruchten bol staan van pesticiden, suikers en zout gereduceerd moeten worden en al het kant-en-klare stijf staat van de E-nummers. Oh ja, en van bier word je dik.

En aangezien wij - als lezers en columnisten van dit blad - ons allen in de foodwereld begeven, worden we hier niet echt vrolijk van. Toch is het bovenstaande natuurlijk waar! Het kan anders, moet misschien wel anders dan nu.

Ik doe er nog een Schijf van Vijf bij. Een belangrijk vijftal om succesvol te zijn in de horeca. Of het nu een restaurant, een snackbar, een cateraar of petrol-outlet betreft.

Seizoenen: Naast vers (bij voorkeur biologisch) vind ik het belangrijk om met de seizoenen ‘mee te eten’. Maak mooie gerechten afgestemd op het seizoen. Vaak prijstechnisch interessant (er is immers aanbod), goed voor het milieu (food-print) en je kunt er je creativiteit in kwijt.

Reële prijzen: Hou eens op met die belachelijke horecaprijzen! We zijn het lachertje van Europa op dit gebied. Een flesje wijn van inkoop 3 euro voor 19,50 op de kaart zetten slaat nergens op.

Keuzes maken: Liever een mooie kaart op één A 4-tje dan zes pagina’s. Ook veel makkelijker in te kopen, te handelen in de keuken en het houdt je voorraad vers.

Vakbekwaamheid en service: Van keukenbrigade tot bediening: zorg dat je vakmensen hebt. Juist de mensen maken vaak het verschil.

Lekker: Uiteindelijk is ‘lekker’ het belangrijkste criterium. Alles moet lekker zijn, van de amuse tot het kopje koffie na. Dat vraagt perfectie.

Succes!

Rob van Herpen

Is eigenaar van CaminoR Advies B.V.

Gespot

Totaalaanbod en scherpe prijzen moeten gasten in toeristisch gebied trekken

Intenz brengt ijssalon, cafetaria en restaurant bij elkaar

Fastcasual | door Joost Agterhoek

HELLENDOORN - Op de 200 vierkante meter die ijssalon Valkone in Hellendoorn telde, moest meer komen dan enkel tafeltjes en een ijscounter, vond ondernemer Hen-nie Koebrugge. Na een verbouwing is de naam veranderd in Intenz en het aanbod uitgebreid met een cafetaria, petit restaurant en lunchroom.

Een kale, kille ruimte met één balie voor schepijs, plastic tafels en stoeltjes en veel marmer, zegt Koebrugge over de ijssalon in Hellendoorn die hij medio oktober heropende als Intenz. Samen met een interieurarchitect is een restaurant gecreëerd met door jaloezieën en schotjes verdeelde zithoekjes, wandbeschilderingen en een apart afhaalgedeelte. Dat is



Intenz is zowel een ijssalon, petit restaurant, cafetaria als lunchroom.

FOTO: BERT JANSEN

bewust van elkaar gescheiden in de open ruimte, zodat afhaalgasten 's avonds niet langs zittende gasten hoeven te lopen, zegt Koebrugge. De schotjes doen denken aan de nieuwste McDonald's Family-inrichting, maar de ondernemer zegt zich meer te hebben laten inspireren door andere horecazenaken.

Carpaccio

Intenz brengt een lunchroom, cafetaria, petit restaurant en ijssalon samen, zegt Koebrugge. “Zowel een mixed grill, carpaccio en een zalmfilet, als af te halen snacks, friet en vers schepijs.” In de vier weken sinds de opening merkt de ondernemer dat de omzet zich al snel verdeelt over de verschillende restaurantonderdelen. “Zelfs ijs draagt sterk bij, terwijl de zomer toch echt voorbij is. Restaurantgas-

ten zien de ijsbalie en denken, doe toch maar een ijsje na het eten. In de lunchuren worden er steeds meer broodjes besteld.”

Koebrugge wil zich naast het totaalaanbod onderscheiden met scherpe prijzen. “Het is de vraag of er andere restaurants in de buurt zijn die voor een mixed grill 11,95 euro rekenen, of 8,95 euro voor een carpaccio.”



De 200 vierkante meter grote ruimte is ondervverdeeld door middel van schotjes, jaloezieën en muurbeschilderingen.