

# TALENTEN IN DE STAD

Wie: **Charlotte Iris**

Leeftijd: 31

Woont: Rotterdam

Wat: eigenaar Lilith

Opleiding: Hogere

Hotelschool

## ONCONVENTIONEEL |

Net na de crisis kreeg ik geen lening los. In de horeca was dat toen al helemaal lastig. Dan kun je bij de pakken neer gaan zitten, maar ik draaide het om. Keek naar wat ik had en wat ik met dat geld kon doen. Van zeventig euro kocht ik een bakfiets. Op mijn zolderkamer maakte ik stampotten en verkocht dat in cafés die geen keuken hadden. Een jaar later deed ik de catering vanuit een caravan op evenementen. (Lachend) Zonder rijbewijs, dus ik

moest altijd een beroep doen op vrienden. Ik was dan ook blij dat ik in een antikaakpand, een pop-upstore op de Coolsingel, een hoekje kon huren. Ik schonk koffie en serveerde er iets lekkers bij.

**GROEI** | 2.000 euro stond er op mijn spaarrekening. Ik kocht daar een espressomachine voor. Stoelen 'leende' ik van de retroboetiek in het pand. Iedere week kocht ik een eigen stoel of tafeltje erbij. Als de koffie maar goed is, dan komen de men-

sen terug, dacht ik. Een halfjaar later had ik mijn eigen antikaakpandje en startte met ontbijtjes – we bezorgen nu ook ontbijt op bed –. Ik wilde me onderscheiden. Vanaf dag één zaten we propvol en had ik opeens mensen in dienst. We groeiden uit ons jasje, en zijn een paar keer verhuisd.

**LILITH** | Met Lilith heb ik een serieuze zaak met een terras, alcoholvergunning en 25 mensen op de loonlijst. Ik ben eigenaar, maar niet de baas. Een bedrijfsleider is er niet. Bij Lilith kennen we geen hiërarchie. De afwasser heeft net zoveel te zeggen als ik. We zijn een grote vriendengroep. Ik ben trots dat het zo kan. Dit

is misschien ook wel het succes van Lilith.

**LIJKWAGEN** | Onze bedrijfsauto is een oude lijkwagen, een uit de hand gelopen grap. Past ook wel bij het imago van onze zaak. We kunnen ermee naar festivals; de achterklep heeft een rolsysteem, en daar kunnen we een koffiemachine op kwijt. De concurrentie onder foodtrucks is moordend, en zo vallen we absoluut op. Als een soort shock.

**WERKDAG** | Die ziet er nooit hetzelfde uit. Ik doe van alles en zorg vooral dat iedereen gelukkig is.

**ROTTERDAM** | Ik woon tegenover de zaak, in de buurt waar ik ben opgegroeid. Rotterdam is een leuke stad om in te ondernemen. Ook makkelijker dan in Amsterdam omdat de stad nog in ontwikkeling is. Rotterdammers zijn loyaal. Als ze je horecabedrijf goed vinden, blijven ze komen. En we worden nog niet overlopen door toeristen. We vinden het nog leuk, dat ze naar Rotterdam komen. Heel anders dan in Amsterdam, waar ik tien jaar heb gewoond.



## Wie: **Marijke Booij**

**Leeftijd:** 33

**Woont:** Streefkerk

**Wat:** eigenaar Booij

**Kaasmakers**

**Opleiding:** Hogere

**Hotelschool**

**Prijzen:** 79 regionale en landelijke prijzen

**TALENT** | Kaasmaken heb ik niet altijd gewild. Als tiener wilde ik het stadse leven en reizen, want ik zag hoe hard mijn ouders altijd werkten. Ik wilde avontuur. Ik heb een paar jaar over de wereld gezwoven als au pair, kok en voor mijn studie

in Zuid-Afrika gewerkt in een hotel. Daar kwam ik erachter dat hotelmanagement niks voor mij is. Eten & drinken heeft mijn passie. Rond mijn 26e belde mijn vader met de boodschap dat hij de kaasboerderij wilde afbouwen. Ik vond dit helemaal niet

leuk om te horen, dus ging ik het vak leren.

**CRISIS** | Ik begon in de verkeerde tijd, verdiende niks. 2009 was het dieptepunt van de crisis; kwam de zuivelcrisis er ook nog bij. De prijs die we voor de kaas kregen, lag onder de kostprijs. Er was iets mis. Ik deed op markten onderzoek. Conclusie: de consument wilde best wel een eerlijke prijs betalen; het lag aan de tussenhandel. We richtten met tien andere boeren de Groene Hart Coöperatie op in 2010. Twee jaar later investeerden we in onze boerderijwinkel. In 2014 heb ik mede de Fenix Food Factory opgericht, en daar verkopen we onze kaas ook.

**FENIX FOOD FACTORY** | Alle marktlui hadden hetzelfde probleem. Op markten staan is leuk, maar als het koud is komt er niemand. De omzet is onzeker. We zochten een plek waar het warm en gezellig is. Waar je lekker kunt eten en boodschappen doen. Een beetje zoals in Frankrijk en Spanje. Fenix Food Factory is een enorm succes. Het eerste jaar liepen we achter de feiten aan; hadden we goed personeel en kaas tekort.

**KENNIS & PASSIE** | Ik ben nu al acht jaar kaasmaker, maar voel me nog een groentje. Mijn ouders zitten al 45 jaar

in het vak, en helpen nog steeds mee. Ook zij leren nog iedere week iets nieuws. De passie van kaasmaken, is dat ik alles van een product weet. Ik maak, proef, beoordeel en verkoop en verhandel kaas. Het complete plaatje is interessant.

### **FAVORIETE PRIJS-WINNENDE KAAS** |

Onze oude kaas. Vorige jaar is de smeuge en uitgebalanceerde kaas uitgekozen tot beste kaas van het jaar. Voor een stukje oude kaas kun je me altijd wakker maken.

**WERKDAG** | Ik begin om 7.30 met kaasmaken. De melk wordt gebracht en die breng ik op temperatuur. De kaas bereiden duurt tot een uur of 12; de kazen zitten in het vat, onder de pers. We lunchen uitgebreid met warm eten, en na de lunch halen we de kazen uit het vat. Soms maak ik 's middags nog wat geitenkaas, en de administratie en bevoorrading moet ook nog gedaan worden. Al met al ben ik wel zo'n tien/twaalf uur op de been.

**ROTTERDAM** | Ondernemen in Rotterdam voelt als een groot warm bad. De smaak van onze kazen wordt gewaardeerd. Een dag in de week sta ik in de Fenix Food Factory. Het is leuk om die enthousiaste reacties te horen. Weet je ook waar je het voor doet.



## Wie: **Jan de Vries**

**Leeftijd:** 35

**Woont:** Rotterdam

**Wat:** eigenaar KINO

**Opleiding:** geschiedenis

**Prijzen:** Jan Nijland Zilveren Roosje

**TALENT** | KINO is ontstaan vanuit frustratie. Samen met zakenpartner Frank Groot heb ik bij de studentenbioscoop Kriterion gewerkt, en deden we de programmering. Ik wilde door als filmprogrammeur, maar kwam er niet tussen. Dan moet je zelf iets beginnen.

Het werd de oude locatie van LantarenVenster. Zes weken voor sluitingstijd deden we mee aan een tender van de gemeente Rotterdam. Het was een spannend halfjaar vol financiële en creatieve presentaties. Het pand werd ons gegund. We sprongen een gat in de lucht.

### **MULTIFUNCTIONEEL** |

Het pand is 3000 m<sup>2</sup> met vier zalen, een restaurant, bar en kantoorruimtes. Mensen uit de audiovisuele branche hebben we gevraagd bij ons in te trekken in de overgebleven ruimte. Twintig bedrijven maken documentaires, bedrijfsfilms en doen de nabewerking. Ze versterken elkaar en kunnen gebruikmaken van de bioscoop om presentaties te geven, of van het restaurant voor een borrel. Voor ons is het interessant om film liefhebbers in huis te hebben.

### **OUDE LIEFDE** |

Films programmeren en mensen enthousiasmeren is leuk. Als kind was ik al gek op films en ging ik ook vaak naar festivals, in Amsterdam heb ik onder andere bij de Cult Videotheek gewerkt. Daar leerde ik de alternatieve filmscene kennen, en toen ik later bij Concerto werkte nog meer films. KINO is een uiting voor wat ik het liefste doe.

**KLASSIEKERS** | Klassiekers brengen we vaak in thema's of aansluitend bij nieuwe films. We treden bijna op als een curator. Ik denk na over de marketing en pr van deze oude films. We brengen dit jong en fris aan de man, en dit concept blijkt te werken.

### **WERKDAG** |

Privé en zakelijk loopt wel een beetje door elkaar. Maar dat zal voor elke ondernemer wel gelden. Film is ook een hobby. Mijn werkdag begint 8 uur, en eindigt rond 9 uur 's avonds. Ik check mijn mail de hele dag door, bijna op het ziekelijke af. Ik overleg altijd met de horeca; het aanbod van de keuken sluit aan op de films. Sinds de opening, anderhalf jaar geleden, hebben we 150.000 bioscoopbezoekers over de vloer gehad. Dat brengt veel ad-hoc verantwoordelijkheden met zich mee. Dat het zo'n succes is, had ik niet kunnen bedenken.

### **ROTTERDAM** |

Ik ben geboren in Rotterdam, op jonge leeftijd naar Amsterdam verhuisd. KINO is uniek voor Rotterdam. Ik denk dat de stad zat te springen om deze plek. Rotterdam zit cultureel in de lift. Wij hebben op een goed moment de juiste stap genomen. ■

