

DE SMAAK VAN STACH



SIER FOOD & BEVERAGE D

Deze foodie beweert dat hij weet wat lekker is. Getuige het succes van zijn cornershopformule komt hij ermee weg. Niet alleen omdat hij een aardige gast is, maar omdat **Stach Schaberg** elke dag zijn credo 'Stach weet wat lekker is' uitleeft. Authentiek en zonder opsmuk. Al zeven jaar weet hij de verwende stadse consument te bedienen, die onderweg graag extra betaalt voor echte kwaliteit in combinatie met snelheid en gemak. De ondernemer verkoopt overwegend ambachtelijk gemaakte producten, die altijd bijzonder zijn.

En dat proef je in zijn 18 winkels in Amsterdam, Overveen en Utrecht. Hoog tijd om Stach zelf te vragen welke speciaal- en horecazaken in de hoofdstad hij aanbeveelt en graag bezoekt.



Stach Schaberg is nauw betrokken bij zijn bedrijf, waarvan na jarenlange onstuimige groei de processen op papier staan en de operationele aansturing is geprofessionaliseerd. Desalniettemin bemoeit hij zich tegenwoordig weer graag met de aankleding, de bemensing en uitstraling van de winkels. Na vestiging nummer 18 maakt Stach Food even pas op de plaats, maar als er zich een kans voordoet, zal Schaberg de eerste zijn om compagnon en medeoprichter Esgo Kuiper te overtuigen ervoor te gaan. Waar hij ook veel tijd in stopt, is de (door)ontwikkeling van het huismerk 'Stach'. Zijn chocola is dankzij Hudson's Bay in heel Nederland bekend. Het meest fier is hij op het feit dat uitgerekend Selfridges, de Britse tempel van weldaad en overvloed, zijn chocoladerepen dit voorjaar in het assortiment opnam. Londen is de stad waar hij minstens vier keer per jaar zijn schoenen stuk-

loopt om op straat en bij beurzen de laatste foodtrends met eigen ogen te zien en te proeven. Stiekem droomt hij van een eigen zaak in Londen, maar voorlopig heeft hij zijn handen vol aan de Nederlandse operatie, waar de kwaliteit van de versmaaltijden hem dikwijls bezighouden. De beste willen zijn klinkt stoer, maar je moet het wel elke dag waarmaken.

GEZOND IS HET NIEUWE LEKKER

Je kunt gerust stellen dat de eindertiger, die de fijne kneepjes van foodretailing onder meer bij Aldi en Marqt heeft geleerd, bezeten is van lekker eten en drinken. En dat graag deelt. Toen de kans zich een paar jaar geleden voordeed om boven zijn zaak in Utrecht een broodje te eten met zijn grote voorbeeld en Eataly oprichter Oscar Farinetti, greep hij die met beide handen aan. Het draait continu om ervaringen uitwis-



selen, kennis opzuigen, goed kijken en leren. Het houdt Stach scherp, want hij is nooit tevreden. Het kan altijd beter voor de smaakmaker die eten vooral propageert als fun en lekker en niet als culinair hoogstandje. Het spanningsveld tussen gezond en lekker eten houdt hem bijvoorbeeld erg bezig.

‘Gezond is het nieuwe lekker.

Twee jaar geleden had iedereen het over gezond eten, en nu zie je dat iedereen het ook echt aan het doen is. Ik zie het bij mij op kantoor en bij vrienden thuis hoe mensen vaker een salade eten en minder een boterham met kaas. Af en toe willen mensen nog wel die ene pizza thuis opeten. Overwegend kiezen ze steeds vaker voor een lekker groentesapje in de ochtend, ’s middags een salade en ’s avonds iets lichts om te eten. Dat is het nieuwe lekker. Mensen zijn bezig met “mental well being”, je fit voelen en lekker in je vel zitten. Wat doet het product voor mij? We willen echt weten wat er in ons eten zit. Iedereen leest het etiket van een maaltijd en sapje om te zien wat erin zit. Daarom staan de ingrediënten bij onze eigen producten aan de voorzijde van de verpakkingen. We moeten laten zien dat gezond echt lekker is. We hebben zoveel mooie gezonde producten, waar we het verhaal over willen vertellen. Ze zijn alleen heel lastig om te verkopen. Het is altijd makkelijker om suiker te verkopen. Stach weet wat lekker is moet refereren aan een healthy falafel of een bietensalade met rode biet die we net vers voor je hebben geplukt. We blijven ook een zaak waar je heen kunt voor je guilty pleasures, af en toe een lekkere koek hoort erbij. Het is en/en.’

Op verzoek stelt Stach een kleine selectie spontaan samen van zijn favorieten en maakt hij een hele dag in zijn drukke agenda vrij om ze persoonlijk voor te stellen. Een klop op het raam van zijn kantoor op de Admiraal de Ruijterweg, en Stach komt naar buiten. Eerst wil hij even naar de overkant om de nieuwste Aldi van binnen te zien die midden in een woonwijk is gevestigd, in een groot industrieel gebouw uit 1910. Het nieuwste concept is lichtjaren verwijderd van Stachs tijd bij de discounter. Hop, op de fiets de stad in.



THE HOXTON AMSTERDAM, HERENGRACHT 255

Met foodie en conceptontwikkelaar Markus Konings van Sandenburg Concept Creation spreken we af bij The Hoxton om de smaak van Stach in beeld vast te leggen. Tijdens een ontbijtje (Stach experimenteert met een Matcha Latte) vertelt Stach waarom hij voor The Hoxton heeft gekozen, die in 2014 na Londen de derde vestiging opende in Amsterdam. Een bijzonder bedrijf in de gastvrijheidssector dat ondanks de groei naar zes vestigingen, naar eigen zeggen voortdurend de norm wil uitdagen van hoe een hotel eruit moet zien. The Hoxton wil geen keten worden met



een *one size fits all*-benadering. Het is daardoor niet verwonderlijk dat Stach en The Hoxton elkaar vinden in een wederzijdse overtuiging om hotelgasten te verwennen met eerlijk, vers en gezond voedsel.

‘Ik ben hier vaak om hier te werken en af te spreken. Een ontmoetingsplek waar je binnen komt voor ontbijt of lunch. Een levendige plek waar je lekker aan de bar kunt zitten, kunt eten, vergaderen, werken en goed en goedkoop kan slapen. Het servicelevel is hier hoog. Ik vind dat echt tof en goed gedaan. The Hoxton is een van de meest lekkere plekken in de stad. We hebben ook wel eens teamsessies beneden achter



het restaurant. Je hebt daar vijf ruimtes die verbonden zijn met één grote centrale keuken waar je kunt chillen, en eten en drinken uit de ijskast kunt pakken. Wij hebben echt een exclusieve samenwerking. Wij verzorgen de complete minibar in de 111 kamers. Onze eigen chocolade-repen en stroopwafels liggen bij de receptie voor het grijpen. Het ontbijt verzorgen wij ook: 1500 yoghurts per week en 1500 sapjes. Voor ons is de marketingwaarde van deze samenwerking groot. Je wordt wakker in The Hoxton met een Stach-flesje in de hand. We krijgen heel veel reacties van gasten die ons vaak ook benaderen met ideeën.’



VAN STAPELE, HEISTEEG 4

We pakken de Negen Straatjes-route om kort halt te houden bij Van Wonderen Stroopwafels in de Gasthuismolensteeg. Hier zijn vanaf € 3,95 per stuk stroopwafels met een twist te koop. De ene helft dopen ze in chocolade en die wordt dan versierd met allerlei verschillende soorten toppings. Oreo, marshmallows, M&M's, karamel, nootjes, hartjes, noem maar op. We kijken door de ruit en vinden het op toeristen geënte concept te bedacht. Stach laat ons 100 meter verderop halt houden bij een andere patisseriezaak in een pijpenla. Van Stapele Koekmakerij. Ook hier prijken gouden plakletters op het raam. Er staat in het smalle steegje een rij voor de zaak en de geur is onweerstaanbaar.

‘Voor mij is dit een voorbeeld van hoe toerisme in Amsterdam centrum en een waanzinnig goed

product samengaan. Het is echt heel lekker. Van Stapele heeft een product en er is helemaal over nagedacht. Een chocolatechipkoekje met witte chocolade van binnen. Het komt direct uit de oven, half gebakken. Vervolgens ligt het in de vitrine op een warme plaat. Iedereen die hier komt heeft hetzelfde warme koekje in zijn handen. Ze bakken non-stop en het is daardoor het meest verse koekje dat er is. Ze zijn er zo onwijs goed in omdat ze continu bezig zijn met de optimalisatie van een product. Natuurlijk wil ik dit ook bieden, maar het is operationeel waanzinnig moeilijk. Ik ben een retailer met 1100 producten en we willen alleen maar kwalitatief hoogwaardige en goede producten. Van Stapele is echt een speciaalzaak pur sang. Het is gewoon een banketbakker. Het principe van goeie dingen maken verkoopt dus altijd.’



PATISSERIE KUYT, UTRECHTSESTRAAT 99

Stach fietst over de Prinsengracht naar de Utrechtsestraat om daar bijna op het eind halt te houden bij een speciaalzaak die in 2006 de titel 'Patisserie van het Jaar' won. Lang niet zo bekend als Holtkamp, maar wel door *Het Parool* met gevoel voor drama omschreven als een 'PASSIEterrie'. De krant bekroonde de appeltaart als 'Beste Appeltaart van Amsterdam'.

'Ik ben gek op ambachtelijke bedrijven die een hero hebben waar je voor omrijdt. De appelschnitt van Klaas Kuyt is zo'n omfietser. Daar kun je opeens zin in hebben en een uur voor in de auto zitten om het te proeven. Dan denk je onderweg: de appelschnitt zal deze keer wel tegenvallen... Nee. Elke keer weer is-ie zo goed dat je denkt: volgende keer doen we het weer.'

SALSA SHOP, FERDINAND BOLSTRAAT 1

We pakken het Weteringcircuit en om de hoek van de Heineken Experience stoppen we voor een Mexicaanse fastfoodzaak die een internationale uitstraling heeft maar Nederlands eigendom is.

'Mijn favoriete tacostand staat op Chelsea Market in New York: LOS TACOS No. 1. Als je bij dat familiebedrijf daar een taco eet, krijg je tranen in je ogen. De smaak is ongeëvenaard, dat lukt ons nooit. Ik wilde zelf ook heel graag bij Stach een Mexicaans concept in onze nieuwste vestiging op De Clerqstraat beginnen, aangezien Mexicaans in wereldsteden waanzinnig groot is. Ik heb in februari dit jaar met mijn zakenpartner Esgo binnen 48 uur tijd in dertien Mexicaanse restaurants in Londen gegeten. Van dit soort zaken tot haute cuisine. We hebben voor onze nieuwe vestiging toch gekozen

voor de Aziatische keuken omdat Aziatische producten meer dan een horecaproduct zijn. Ze kunnen ook perfect to go worden meegenomen. Na een kwartier in een tas gezeten te hebben, is een taco toch echt niet meer zo lekker als toen je hem kocht. En dat is een sushisalade wel. Ik wil een "retailproduct" hebben dat ik kan maken, neerleggen en makkelijk is mee te nemen. Het eten moet bij ons convenience blijven. Daarbij kunnen wij niet koken in al onze winkels, of kip voor taco's grillen. Daarvoor heb je afzuigkappen nodig en die zijn niet vergund.

Salsa Shop is in Nederland de McDonald's onder de taco's met een *good food, fast*-concept. Ze zijn sinds de opening in juli 2014 de beste in Mexican food to go. Vers, lekker voor je ogen gemaakt, geen rommel erin, snel en betaalbaar. Klanten kunnen hun product zelf samenstellen, alles is homemade en

dagvers. Ze willen het echt lekker maken. Dit is de manier waarop steeds meer mensen eten. Als je kijkt naar deze potten en pannen hier, dan zie je dat het een full swing horecabedrijf is. Je kunt de ingrediënten laten zien, maar je weet nog niet hoe het smaakt. Florian van Rappard, Steven Visser en Louis Wesseling, de drie gasten die deze tent runnen, rennen heel hard. Salsa Shop telt nu 8 zaken in Amsterdam, Den Haag, Utrecht en Rotterdam, en ze willen doorgroeien tot 40 of 50 zaken in Nederland. Dat gaat ze lukken, want Mexicaans is over enkele jaren een vast onderdeel van ons leven geworden, net zoals een goede hamburgertent. Ik heb ze een aantal keren gesproken over wat ze van plan waren. Ze stelden mij vragen over hoe wij met personeel omgaan en welk percentage wij aan Deliveroo betalen. We weten elkaar goed te vinden.'

AD STRATHOF MARKTBAKKERIJ, TEN KATESTRAAT 21

We fietsen terug naar West, waar achter De Hallen al sinds 1972 een van Stachs leveranciers is gevestigd. Na de verkoop van het oorspronkelijke bedrijf runt bakker Adrie samen met zijn vrouw en dochter een kleine bakkerij en een marktkraam.

'Een superleuk familiebedrijf. Ik krijg altijd energie van deze mensen. Ze hebben zoveel passie voor de klant en het product. Ze vinden het superleuk om je een goed gevoel te geven. Als je een lekker brood koopt, hebben ze altijd snel een leuk woordje voor je klaar. Ze maken er iets van. Als je goede kwaliteit verkoopt en je hebt ook nog die aandacht voor de klant als onderscheidend vermogen, dan is het geen wonder dat ze elke zaterdag vier rijen dik voor je marktkraam staan. Je wilt er kopen en je loopt er voor om, omdat je het de mensen gunt. Het is open, Amsterdams en gezellig. Daar is behoefte aan in de tijd dat we het druk hebben en altijd op onze telefoon zitten. We moeten ontstressen door af en toe wel de tijd te nemen met elkaar, en het gesprek aan te gaan. Het is fantastisch dat Jolanda, die de zaak runt, mij gelijk herkent. Ik heb haar hooguit twee keer eerder gesproken. Ik vind dat ze de beste kerst- en paasstollen van Amsterdam hebben. In december 2017 zette het "onafhankelijke" dagblad *Het Parool* ze weer in de top 5 van beste oliebolletjes van Amsterdam. We halen hier elk jaar onze oliebolletjes. Dan komen we met elektrische karretjes om zes uur in de ochtend aan en zorgen we dat de oliebolletjes op tijd in onze winkels liggen.'



SLAGERIJ VET, ZEEDIJK 99

We fietsen via het Spui naar het Rokin om daar over te steken en langs het ruitersstandbeeld van koningin Wilhelmina de Langebrugsteeg in te schieten. Via de Oudemanshuispoort belanden we in de studententijd van Stach die in het Bushuis/Oost-Indisch Huis aan de Kloveniersburgwal maandenlang aan zijn scriptie schreef. De lunchpauze benutte hij vaak om de buurt te verkennen.

‘Iedereen zegt voortdurend over het gebied rond de Wallen dat het één grote afvoerput voor toeristen is geworden, met alleen maar ongezonde dingen. Er bestaan nog parels waar echte vakmensen iedere dag in staat zijn om een heel goed product te maken, zoals een ambachtelijke slagerij waar de locals al 63 jaar hun biefstuk en balletje gehakt halen. Het is natuurlijk uniek dat er in Amsterdam een slager zit die Vet heet. Dat geeft het leven kleur. Ik ging hier als student vaak een broodje Zeedijk halen. Dat is hun hero met vers uitgebakken spek, sla, gerookte kipfilet en Zeedijsaus. Zelf gemaakte kerriachtige mayonaise en kropsla. Het is zo’n ontzettend lekker broodje voor € 3,50. Mensen staan tijdens lunchtijd ervoor in de rij. Het bewijst dat als je iets gewoon heel goed kunt, de mensen vanzelf komen. Ik heb thuis een keer geprobeerd om die kerriemayonaise na te maken, maar het was lang niet zo lekker als die van Huib Vet. Er is in de zaak iemand die met gevoel en liefde voor het product de saus de aandacht geeft die het verdient.’

COFFEE & COCONUTS, CEINTURBAAN 282-284

We fietsen langs de Albert Cuypermarkt naar de kruising met de Ceintuurbaan. Hier weten we Stach eindelijk te verrassen om een bezoek te brengen aan de horecahotspot van de Pijp. In het voormalige Ceintuur Theater zit sinds september 2014 Coffee & Coconuts van ondernemers Bas Beijer, Jasper van het Nederend en Rued Akersloot. Het is er altijd druk van vroeg tot laat. Stach laat zich overtuigen.

‘Je voelt hier de relaxtheid van het strand, alsof je aan zee zit op een mooie zomerdag. Je ziet aan de zaak dat een van de eigenaren in een strandtent heeft gewerkt. Dit is New York in Amsterdam. Echt tof. Veel van mijn vrienden en collega’s zijn er super-enthousiast over. Ik begrijp wel waarom. Ik heb geleerd dat horeca maar om één ding draait, en dat is seks. Omdat het zo open is, iedereen kan naar elkaar kijken en tegelijkertijd toch op een intieme manier zitten. Hoog, laag, midden, bank. Het is een top plek.’



LOCAL HERO, JAN VAN GALENSTRAAT 92H

Een uur voor zijn laatste afspraak op kantoor, trappen we op de rem bij de Jan van Galenstraat. Stach wordt binnen bij Local Hero door de eigenaren ‘Wil’ en ‘Ais’ begroet als oude vrienden. Twee lekkerbekken die hun passie voor koken willen delen met een all-day ontbijt en lunchcafé met verse, biologische producten. Local omdat ze geloven in kleine leveranciers dicht bij huis, waar ze een directe relatie mee hebben. Dat spreekt Stach natuurlijk enorm aan. De Hero is de kost die met liefde en aandacht op tafel staat. Ook dat is recht uit zijn hart gegrepen.

Jan-Willem Teunis was ooit een van de jongste chef-koks van Nederland met een Michelinster in de Walvis in Zaandam. Hij kan zo ontzettend goed koken en is waanzinnig creatief. Als Jan-Willem een eitje voor je maakt, word je gelukkig omdat het sterrenkwaliteit is. En dat op de Jan van Galenstraat. Na 25 jaar zestien uur per dag werken wilde hij een tijdje niet meer koken en een stabielere leven. Toen is hij



Markus Konings, Stach Schaberg en Rupert Parker Brady

voor hetzelfde salaris bij mij aan de slag gegaan om alle sauzen voor de broodjes te bereiden toen we twee winkels hadden. Na een jaar heeft hij vier jaar gewerkt als winkelmanager op de Van Woustraat, toen clustermanager en vervolgens eindigde hij als operationeel manager. Zijn vriendin Aisling runde de Stach op de Admiraal de Ruyterweg. Hij is verliefd op haar geworden en toen zijn ze Local Hero begonnen. Met een heel ander ritme die bij hun levensstijl past. Maandag en dinsdag dicht. In de zomer gaan ze ook een maand dicht en een week in de win-

ter. Hun collega in de zaak, Suus, werkte in de derde winkel van Stach. Jan-Willem stond laatst in *Het Parool* met de beste tosti van Amsterdam: gemaakt met twee soorten kaas en een zacht stukje sparerib van de Lindenhof, een Baambrugs big. Wil maakt er zelf de bbq-saus bij. Hij rookt dan uitjes met huisgemaakte ketchup en knoflook. Als er ergens een local hero verborgen is, dan is het wel hier in Bos en Lommer. Elke zaterdag staan de mensen uit de buurt hier in de rij, omdat het eten zo ontzettend goed is en het ook lieve mensen zijn.’



Jan-Willem Teunis