



Méer dan een winkelcentrum
HET VERNIEUWDE GELDERLANDPLEIN

INTERVIEWS MET
Humberto Tan, Freek Vonk, Piet Boon

12 X LENTEWIJNEN
Op zoek naar de doordrinkfactor




€5,95



OYSTER PERPETUAL DAY-DATE 40



SCHAAP  CITROEN

T. +31(0)20 346 34 00 / schaapcitroen.nl

ROLEX BOUTIQUE

T. +31(0)20 671 47 14 / P.C. Hoofstraat 40 – Amsterdam

LEON MARTENS

T. +31(0)43 325 63 63 / leonmartens.com



ROLEX



PAUW

Gelderlandplein No.2 (men) · Gelderlandplein No.8 (women)

Pauw · Dries van Noten · Brunello Cucinelli · Marni · Loro Piana
Aspesi · Joseph · J Brand · Vince · Woolrich · Sofie d'Hoore
Cesare Attolini · Finamore · Orazio Luciano · Jacob Cohen
Caruso · Incotex · Common Projects · and many others
discover more at Pauw.com



McGREGOR[®]
NEW YORK 1921

NEW STORE: GELDERLANDPLEIN 159, AMSTERDAM
P.C. HOOFTSTRAAT 114, AMSTERDAM

500

DETAILS MAKE PERFECTION



VANEMAN

Klokkenbergweg 13-15, 1101 AK Amsterdam Zuidoost Tel. 020 - 565 03 80

www.frankvaneman.nl

Gem. brandstofverbruik: 3,8 – 4,7 l/100km (1 op 21,3 – 26,3). CO₂: 88 – 111 g/km.





Voorwoord

FOTOGRAFIE: CARLIJN JACOBS (UNIT CMA)
GROOMING: AGA URBANOWICZ VOOR MOROCCANOIL (ANGELIQUE HOORN MANAGEMENT)
PAK LESLEY: PAUW MANNEN

Het ultieme winkelcentrum heeft een internationale uitstraling, biedt meer dan winkelen alleen en is schoon en veilig. Ik kom geregeld in Miami en als ik daar ben, ga ik vaak naar Aventura Mall en Bal Harbour Shopping Mall. Niet alleen om inkopen te doen, maar als destination op zich. Vanwege de prettige sfeer, het gevarieerde aanbod, de luxe beleving. De kwaliteit die je daar ziet, is een van de aanjagers geweest voor wat ik in gedachten had voor Gelderlandplein.

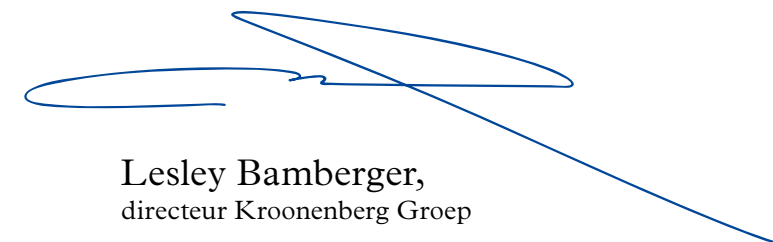
Gelderlandplein opende in 1968 voor het eerst z'n deuren en is sindsdien al eerder aangepast en uitgebreid. Maar toen Kroonenberg Groep in 2008 eigenaar werd, dachten wij: dit kan nog veel beter. Op alle vlakken. Er moest een herontwikkeling op gebiedsniveau plaatsvinden. We wilden niet alleen winkels, maar ook horeca, kantoren en een hotel. En dan niet zomaar een alledaagse Nederlandse formule, maar een state-of-the-art hotel met allure.

Trouwe bezoekers van Gelderlandplein zullen een heel ander winkelcentrum aantreffen dan acht jaar geleden het geval was. Het is nog steeds herkenbaar als Gelderlandplein, maar alles is een stapje vooruit gegaan. Het is niet langer een winkelcentrum waar je alleen naartoe gaat voor de dagelijkse boodschappen, het is een plek geworden waar je wilt zijn en blijven. Om te lunchen, te genieten van kunstwerken of voor die ene bijzondere Japans-Koreaanse supermarkt.

Gelderlandplein onderscheidt zich van andere winkelcentra door de kwaliteit, uitstraling en diversiteit. Niet alleen hebben we grote ketens aangetrokken, maar ook particuliere ondernemers. Van een hartstikke mooie groenteboer en een specialist op pakkengebied tot de nieuwste Marqt. Met daarnaast de beste Albert Heijn van Nederland, parfumeries, een sportwinkel. Zoveel keuze. Allemaal kwaliteit naast elkaar. Dat vind je bijna nergens.

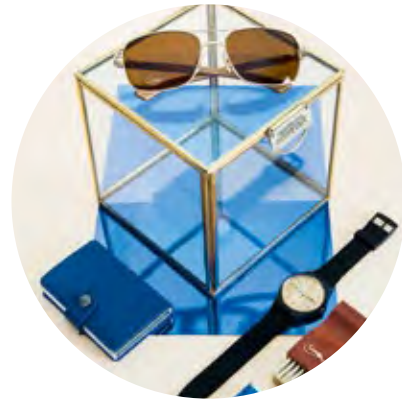
Wat wij zes jaar geleden voor ogen hadden met Gelderlandplein is werkelijkheid geworden. Het is een winkelcentrum geworden met een internationale uitstraling dat meer biedt dan winkelen alleen en schoon en veilig is. Dit magazine biedt alvast een voorproefje, maar kom het vooral zelf aanschouwen. Pak de auto en parkeer anderhalf uur gratis. Of stap in onze eigen buslijn.

Wij heten iedereen van harte welkom. Tot dan, tot Gelderlandplein!



Lesley Bamberger,
directeur Kroonenberg Groep

Contents



SHOPPING

Van een linnen glazendoek van Le Jacquard Français en traditionele Italiaanse panforte tot een Santos de Cartier-pilotenbril. Al het moois, lekkers en leuks dat Gelderlandplein te bieden heeft, komt voorbij op de shoppingpagina's.

19 / 94 / 102 / 110

GEBROEDERS IN DE MODE
De één zwaait de scepter over een mannenwalhalla aan het Gelderlandplein, de ander is de koning van de late-avondtelevisie. Humberto Tan en Rick Moorman vinden elkaar in de liefde voor mode en mooie verhalen.



34



TASTE OF THE WORLD

Aan het Gelderlandplein vind je alles wat je nodig hebt om een spectaculaire maaltijd op tafel te zetten. Zelfgemaakt, afgehaald of om ter plekke op te eten. Vier chefs geven een kijkje in de keuken bij de bereiding van hun signature dish.

40

PROGRAMMA

Een optreden van een mystery guest, een weggeefactie met een Fiat 500, kortingen tot wel 50%. De opening van het vernieuwde Gelderlandplein gaat gepaard met een feestweek voor jong én oud. Alle activiteiten op een rij.

115



SHOPPING

- 19 JUWEELTJES *Women*
- 94 MUSTHAVES *Men*
- 104 UP CLOSE & BEAUTIFUL *Health & Beauty*
- 112 ALS KIDS ZELF ZOULDEN SHOPPEN *Kids*

FASHION

- 26 DRESS YOU UP *Women*
- 78 SUITS YOU, SIR *Men*

INTERVIEWS

- 34 GEBROEDERS IN DE MODE *Rick Moorman en Humberto Tan*
- 42 ELEGANT & COMFORTABEL *Architecten Gelderlandplein*
- 58 HOME SWEET HOME *Piet Boon, ontwerper*
- 116 FREEK VONK ROEPT 'T KIND IN ONS WAKKER

ETEN & DRINKEN

- 64 DE DOORDRINKFACTOR *Wijnpanel*
- 70 TASTE OF THE WORLD *Restaurantrecepten*
- 98 KOFFIETRENDS VAN DIT MOMENT

COLUMNS

- 18 ALS HET HEEL DUUR IS... *Peter van Straaten*
- 40 KIEZEN OF DELEN *Eva Hoeke*
- 62 NIEUW WIT SLAAPHEMDJE *Jan Heemskerk*

EDITORIAL

- 46 ONDERTUSSEN OP HET GELDERLANDPLEIN *Portretten*
- 54 DE KUNST VAN HET GENIETEN
- 88 INTERNATIONALE ALLURE *Art | Alex Daniëls*
- 120 FEESTWEEK
- 124 GOLDEN PAGES

ONZE NIEUWE COLLECTIE IS TIJDLOOS

Onze collectie bestaat o.a. uit:
Magnanni
Santoni
Crockett&Jones

BEZOEK EEN VAN ONZE WINKELS
OF KIJK OP HET VERNIEUWDE
ZWARTJES.NL

Zwartjes van 1883
AMSTERDAM

UTRECHTSESTRAAT 123 TEL 020 - 623 37 01
GELDERLANDPLEIN 219 TEL 020 - 644 14 71
AMSTERDAM

BEELD: WATERLOGUE

Contributors



FLEUR BAXMEIER is journalist, bladenmaker en ideeënbedenker voor bladen als Flow, JFK, FD Persoonlijk, Flair en Glamour. Ze houdt zich bij GP Magazine bezig met de coördinatie van de teksten. Daarnaast interviewde ze voor deze editie Freek Vonk en Alex Daniëls.



YOURI KOERS heeft elke pagina van dit eerste nummer van GP magazine al in meerdere varianten voorbij zien komen op z'n scherm. De fotoprints liggen op z'n bureau en de drukproeven hangen rondom zijn werkplek. Als sr. designer bij ...staat is hij ook betrokken bij magazines en boeken voor o.a. HUYS NYC (Kroonenberg Groep). Naast projecten voor merken als Nike, Bugaboo & Iamsterdam. Natuurlijk met hem het team van ...staat op dit project, Bob, Niek & Jochem.



ANNE-SOPHIE MARKUS bedenkt als allround beeldmaker visuele concepten die ze uitwerkt tot prikkelende foto's, zoals in de verschillende aansprekende shoppings in dit magazine te zien is.



MONIQUE VAN LOON is oprichter van Culy.nl en culinair schrijver voor onder andere Jamie magazine. Ze blogt over opvallende foodtrends en combineert hiermee haar drie grote passies: schrijven, eten en digitale media. Voor GP Magazine dook ze in de wondere wereld van koffie.



HAROLD HAMERSMA EN NICOLAAS KLEI zijn bekend van respectievelijk De Grote Hamersma en de Supermarktwijngids. De wijnrecensenten gingen op onderzoek bij het Gelderlandplein om twaalf lentewijnen grondig aan de tand te voelen.



WENDELIEEN DAAN is modefotograaf en werkt onder meer voor ELLE en Harpers Bazaar. Voor GP magazine maakte ze, samen met haar favoriete stylist Thomas Vermeer, een Dries van Noten-modemix met Bristol, alles geshopt op het Gelderlandplein natuurlijk.



MATT MURPHY is een Engelse illustrator die prestigieuze titels als The Economist, The Guardian and The New York Times tot z'n opdrachtgevers mag rekenen. Voor deze editie maakte hij de illustratie bij het verhaal over koffietrends.

MM



GEZONDE SLAAP GEEFT ENERGIE



Elk mens heeft een andere slaapbehoefte, maar iedereen heeft de wens om uitgerust, fit en energiek te ontwaken. Bij de slaapspecialisten van Bröring kunt u terecht voor een objectief slaapadvies op maat. Zodat u zich volledig kunt ontspannen in uw heerlijke bed en in een mooie slaapomgeving.

Bij Bröring op het Gelderlandplein vindt u de beste merken op het gebied van slapen zoals Vi-Spring, Poliform, Schramm, Kuperus en het unieke FreshBed dat zorgt voor een door uzelf in te stellen microklimaat met uw eigen, ideale slaapt temperatuur.

In de parkeergarage van het Gelderlandplein parkeert u makkelijk en de eerste 1,5 uur parkeert u uw auto zelfs gratis.

Winkelcentrum Gelderlandplein • Gelderlandplein 101-111 • 1082 LV Amsterdam • Tel. 020-3013660 • www.broring.com

bröring
HET VERSCHIL VAN DAG EN NACHT

Colofon

UITGEVER

Kroonenberg Groep
Postbus 7538
1118 ZG Schiphol

CONCEPT, ART DIRECTION & DESIGN

...,staat
De Ruyterkade 143
1011 AC Amsterdam

EDITOR-IN-CHIEF

Fleur Baxmeier

PRODUCTIE

...,staat

BEELD

Alek, Basil&Ghost, Wendelien Daan, Alex Daniëls, Maren Esdar, Barrie Hullegie, Carlijn Jacobs, Denis Koval, Janneke Kroon, Anne-Sophie Markus, Matt Murphy, Guilhem Vellut, Nico Kroon, Janneke Kroon, Peter van Straaten.

TEKST

Els van Asseldonk, Fleur Baxmeier, Jan Heemskerk, Nathalie Huijsloot, Eva Hoeke, Guuz Hoogaerts, Jeroen Jansen, Otje van der Leij, Monique van Loon.

ADVERTENTIES

gpmagazine@staat.com

DRUKWERK

Roto Smeets - Senefelder Misset, Doetinchem



COVER

FOTOGRAFIE Wendelien Daan / **FOTOGRAFIE ASSISTENT** Florian Joahn Mauersberger / **STYLING** Thomas Vermeer / **STYLING ASSISTENT** Mary-Lou Berkulin / **VISAGIE** Kathinka Gernant voor Chanel (Unspoken) / **HAAR** Daan Kneppers (NCL Representation) / **MODEL** Hanne (VDM Model Management) / **PRODUCTIE** Unit CMA



THANK YOU

Winkeliers en winkeliersvereniging Gelderlandplein, FPW, Hadimassa, Unit CMA, Halal

GP Magazine is een uitgave van Kroonenberg Groep | Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, door fotokopieën, opnamen of op enige ander wijze, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever en andere auteursrechthebbers.

16



RIVIÈRA MAISON

HOME IS WHERE YOU CAN BE YOU

Wilt u ook zo'n thuis?

Interieuradvies, een nieuw meubel of een passend cadeau?
Kom dan naar de Rivière Maison Flagship Store
op het Gelderlandplein in Amsterdam.

Rivière Maison Flagship Store Gelderlandplein 110, Amsterdam - rivieramaison.com

Follow us on     



"ALS HET HEEL DUUR IS KOOP IK HET."

Vanweeffjes





← ITALIAANS MERINOWOL IN ZACHTE KLEURENMIX. LEI COLOR MIX, 50 GR, €4,95 (PINGUIN)



↓ HORLOGE VAN BALMAIN MET ZILVERGRIJZE WIJZERPLAAT EN GOUDKLEURIGE WIJZERS. DE KAST EN SCHAKELBAND ZIJN VERVAARDIGD VAN TWEKLEURIG EDELSTAAL, €400 (JUWELIER SIETZE WAGENMAKERS)



↑ NO7 SHIMMER PALETTE VAN BOOTS GEEFT GLANS EN WARMTE AAN DE HUID. IN KLEURENPALET CARAMEL, 10 GR, €16,95 EN NO7 BB LIPS BEAUTY BALM LIPPENBALSEM, HYPO-ALLERGEEN EN MET ZONNEFACTOOR 15, 11 ML, €10,95 (BOOTS)



← LONGCHAMP HONORÉ 404 CROSSBODYTAS, VOORZIEN VAN EEN ZAKJE MET RITS EN TWEË OPEN VAKKEN, 22 X 14 X 08 CM, €305 (LA VALISE)



↓ OMDAT JE KLEDING HET BESTE VERDIENT, WORDT BIJ DE DIAMANTEN SCHAAR DOOR PROFESSIONALS MET ZORG EN AANDACHT GESTOOMD, GEREPAREERD EN VERMAAKT (DE DIAMANTEN SCHAAR)



↑ FONKELENDE VAAS VAN KRISTAL, 22 CM HOOG, €219 (VILLEROY & BOCH)



↑ GOUDKLEURIG FOTOLIJSJE, AFMETING 18 X 12 CM, €14,95 (HAPPY PRINT)

← VIJZEL MET STAMPER VAN MARMER. DE STAMPER IS 17 CM LANG. DE DIAMETER VAN DE VIJZEL IS 13 CM, €34,99 (SISSY-BOY) / NOTEN WORDEN BIJ JAMIN ELKE DAG VERS GEBRAND. ONGEZOUTEN NOTENMIX 100 GR, €2,35 (JAMIN)



↑ BIJNA TE MOOI OM OP TE ETEN, DE PIERROT TAART VAN HUIZE VAN WELY. DE TAART BESTAAT UIT MOSKOVISCH AMANDELGEBAK, BIT TERKOEKJESLIKEUR, WITTE CHOCOLADEMOUSSE, ABRIKOZENCONFITUUR, WITTE CHOCOLADE EN BLADGOUD, €31,95 (HUIZE VAN WELY)



← LUCHTIG GEWEVEN SJAAL MET BATIK DESSIN IN FIJNE BLAUWTINTEN. DE SJAAL IS 50 BIJ 180 CM EN KAN HIERDOOR MEERDERE KEREN OM DE HALS GESLAGEN WORDEN €19,95 (WITTEVEEN)



↑ YOGAMAT VAN NIKE, 3 MM DIK MET SCHOUDERBAND, €27,99 (INTERSPORT DUO)

→ 1. LINNEN GLAZENDEOK VAN LE JACQUARD FRANÇAIS, €19,95 (BRÖRING)
 → 2. GEBLOKTE HANDDOEK IN OUDROZE, €4,99 (SISSY-BOY)
 → 3. HANGHORLOGE MET KETTING, €155 (JUWELIER SIETZE WAGENMAKERS)
 → 4. LAMPE BERGER PARIS HUISPARFUM, €65 (VAN LOOKEREN)
 → 5. SPORTIEVE DAMESSNEAKER INTRINSIC MET ZACHT LEREN BOVENWERK, €114,99 (ECCO)
 → 6. BLIKJE BELVOIR ELDERFLOWER LIMONADE, €1,39 (MARQT)
 → 7. RUSTIEKE BOLKAARSEN IN OUDROZE, 8X8 CM, €1,29 PER STUK (KRUIDVAT)
 → 8. HOUTEN KISTJE MET TWEE BOUCHÉES VAN WITTE ADVOCATCRÈME IN PURE CHOCOLADE, €10,95 (HUIZE VAN WELY)



↓ GOUDKLEURIGE APPLE IPHONE 6S 16GB, €759,99 (BELCOMPANY)



↑ KUSSEN ORMOND VAN MISSONI HOME. MET DONZEN VULLING, 40 X 40 CM, €159 (BRÖRING)

← MAÎTRE DU PARFUM IS EEN GEPARFUMEERDE TASSEL, €29,50 (RITUALS)



↑ GELD OPNEMEN OF BANKZAKEN REGELEN DOE JE OP HET GELDERLANDPLEIN BIJ DE RABOBANK, ING OF ABN-AMRO.



1. TRADITIONELE ITALIAANSE PANFORTE VAN GEDROOGDE VRUCHTEN EN NOTEN, €7,95 (OLIIDIOLIVO)
2. TRUFFELSCHAAF VAN ROESTVRIJSTAAL, €25 (OLIIDIOLIVO)
3. GOUDKLEURIG ROESTVRIJSTALEN BESTEK 'CLEAN GOUD', MES €5,99, VORK €4,99 (SISSY-BOY)
4. DE HARDCOVER NOPI, MET ONWEERSTAANBARE GERECHTEN VAN YOTAM OTTOLENGHI EN ZIJN CHEF-KOK RAMAEL SCULLY, €34,95 (COOK&CO)
5. DEZE EXTRA VERGINE KOMT UIT LAZIO EN IS GEAROMATISEERD MET WITTE TRUFFEL, 100 ML €9,95 (OLIIDIOLIVO)
6. GRILLPAN VAN 18/10 ROESTVRIJSTAAL UIT DE INDUSTRY COLLECTIE VAN DEMEYERE, 28 X 28 CM, €159 (COOK&CO)
7. 'CLEAN GOUD' EETLEPEL, €4,99. DESSERTLEPEL, €3,99 (SISSY-BOY)
8. PORSELEINEN ONTBIJTBORD INKIE BLUE DOTS VAN CHURCHILL, €4,99 EN SCHAALTJE INKIE BLUE LINES 15,5 CM, €3,99 (BLOKKER)



1.



2.



3.



4.



6.



7.



8.



↑ 'VET GOED' VET OM MEE TE BAKKEN, BRADEN EN FRITUREN. GEKLAARDE BOTER VAN HOLLANDSE KOEIEN. BIOLOGISCHE GHEE SALIE, 185 GR €4,99 (MARQT)



← RUITVORMIG NOUGATBLOK GEHULD IN CHOCOLADE, €2 PER STUK (JAMIN)



↑ DE STIJLVOLLE EN COMPACT OP TE BERGEN SOLIS HANDMIXER HEEFT EEN KRACHTIGE MOTOR EN ZESTIEN SNELHEIDSSTANDEN, €78,95 (COOK&CO)



↑ 'CAKE MY DAY' TAARTPLATEAU VAN ALUMINIUM, €54,95 (RIVIÉRA MAISON)

→ VAN PRALINÉ MET STUKJES VEENBES TOT GANACHE MET COINTREAU'SMAAK. DEZE HEERLIJKE LEONIDAS BONBONS WORDEN VERPAKT IN EEN CHIQUÉ GOUDKLEURIG DOOSJE. 250 GR, €7 (MULTIVLAAI)



↑ DIT PRACHTIGE BIOLOGISCHE WITTE DESEM BROOD IS MET DE HAND GEDRAAID EN IS GEMAAKT VAN HONDERD PROCENT BIOLOGISCH DESEM. HEEL BROOD €4,50 (BAKKER JONGEJANS)

↓ ARTISJOK UIT SPANJE €2,95 (LA FOURCHETTE)



↑ JAPANS THEEPOTJE MET HANDGESCHILDERD DESSIN, THEEFILTER EN TWEE KOPJES, €23,95 (SHILLA)



← NEWWAVE KOFFIEKOP MET SCHOTEL EN BIJPASSEND VERGULD 'ZWEVEND' LEPELTJE. SAMEN €46,40 (VILLEROY & BOCH)

TOP, SYLVIE MEIS COLLECTION (HUNKEMÖLLER)
JAS (MANGO)
BROEKJE, WOLFORD (LINCHERIE)

FASHION / WOMEN

DRESS YOU UP

Fotografie:
Wendelien Daan

Fotografie assistent:
Florian Joahn Mauersberger

Styling:
Thomas Vermeer

Styling assistent:
Mary-Lou Berkulin

Visagie:
Kathinka Gernant voor Chanel (UNSPOKEN)

Haar:
Daan Kneppers (NCL Representation)

Modellen:
Myrte (CODE management)
Hanne (VDM Model Management)
Gabriela (Models Rock Agency)

Productie: Unit CMA

29

BLOUSE, SOMMERMAN (MODEHUIS BLOK)
GEBREIDE JURK, DANTE 6 (MODEHUIS BLOK)



FASHION / WOMEN



JASJE, DRIES VAN NOTEN (PAUW)
ZWARTE BODY, WOLFORD (LINCHERIE)
ROK, SISSY-BOY

GEBREIDE TOP, COSTES
BLAZER RINASCIMENTO (BEVERLY BEETHOVEN)



OFF SHOULDER TOP, E7 PARIS (ZOHAR FASHION)
WITTE BROEK, PAULE K (BRONWASSER)
PUMPS (BRISTOL)

FASHION / WOMEN



31

GRIJZE GEBREIDE TOP (COSTES)
BODY, HANRO (LINCHERIE)
ROK, MARNI (PAUW)
SPITZEN (PAUW)



JURK (IKKS)
BALLERINA'S, OPÉRA (PAUW)

FASHION / WOMEN



GEBROEDERS IN DE MODE 'HET GAAT OM MENSEN. IN MIJN VAK, IN ZIJN VAK'

TEKST: GUIUZ HOOGAERTS / FOTOGRAFIE: CARLIJN JACOBS (UNIT GMA)
GROOMING: NIKKI DE VRIES VOOR MOROCCANOIL (ANGELIQUE HOORN MANAGEMENT)

De één zwaait de scepter over een mannenwalhalla aan het Gelderlandplein, de ander is de koning van de late-avondtelevisie. Ze vinden elkaar in een liefde voor Een Goed Verhaal. Tweegesprek met beste vrienden Rick Moorman en Humberto Tan.

35

De rossige man is gewend om veel aan het woord te zijn. Als hij binnenkomt, weet je dat de zaak van hem is. Een man die deining veroorzaakt, en dat van zichzelf weet. Hij charmeert, dirigeert, controleert. De kale man is rustiger, behoedzamer. Als hij binnenkomt, is het even alsof iedereen een zucht van verlichting slaakt. Net als de rossige man weet hij wat hij wil. Niet op de foto met de Harley-Davidson in de zaak. Want hij rijdt BMW. Dat merk past bij hem. Een Harley niet. Hij legt niet uit waarom, je vraagt er ook niet naar, hij straalt uit dat het zo is. Het zijn twee mannen van absolute waarheden, van geen twijfel.

De rossige man heet Rick Moorman (53). Hij is trots op zijn winkel aan het Gelderlandplein, zijn ‘mannenwalhalla’. Zijn vader begon de zaak in 1981, Rick liet ‘m grondig verbouwen in 2014. Alles hier staat in dienst van de man. Er is een barbier, er wordt wijn verkocht, pennen, horloges, stropdassen, er is uitstekende koffie. En kleding natuurlijk, van de beste merken. Beneden staat een biljarttafel. Rick weet wat mannen willen: een winkel waar alles in dienst staat van hem. Waar ze met hun vrouw naartoe kunnen omdat er mensen werken die verstand van zaken hebben. Die rustig blijven als ze hem vragen: “Wat zoekt u?”, en zij antwoordt: “Mijn man wil blauw”. Een

antwoord dat Moorman zo vaak voorbij hoort komen, dat hij het tot titel maakte van zijn boek met anekdotes over zijn leven als kledingverkoper en -adviseur.

De kale man is Humberto Tan (50). Hij is presentator van RTL Late Night, op zijn schouw staan de belangrijkste tv-prijzen. Hij stelde cd’s samen, schreef boeken en heeft een eigen kledinglijn, die hij tien jaar geleden startte met Moorman. In de winkel is een aparte hoek voor de Humberto-lijn. Met een tv (met daarop RTL4 aan), met boeken over Suriname, over avontuurlijke reizen. Humberto: “Ik ben geen retailer. Maar als je mij vraagt hoe ik zo’n hoek zou inrichten, kies ik voor natuurlijke materialen. Geen lamellen, maar

gordijnen. Geen staal, maar hout. Warm, persoonlijk.”

LIEFDE VOOR MODE

Rick: “Hoe lang kennen wij elkaar? Dertig jaar?”

Humberto: “Iets korter. Ik ben in 1991 begonnen bij de AVRO. Als omroeper. Ik dacht dat ik dat wel casual gekleed kon doen, maar al gauw kwam ik er achter dat dat niet werkte. Toen kwam ik bij jou in de winkel.”

Rick: “Omroeper. Dat moet je tegenwoordig uitleggen, wat dat ook al weer was. Een omroeper heette de kijker welkom aan het begin van de avond, namens de omroep. En gidste hem dan langs alle programma’s.”

HET KOMT GOED

Bij de biljarttafel in de winkel van Rick Moorman hangt een ingelijste tekst aan een pilaar: ‘Het komt goed’. Waarom? “Ik kreeg het van een vriendin tijdens de opening van de winkel. Ik had haar verteld dat ik dat zinnetje heel vaak had gehoord in de aanloop naar de opening in 2014. Van allerlei partijen. Maar als ik een vervolgvraag stelde, bleek dat ze zo weinig wisten, dat het helemaal niet goed zou komen. Ik bleef maar vragen stellen, dat was niet bevorderlijk voor de sfeer, zullen we maar zeggen. Maar daarom kwam het wel goed. Nu hangt het hier beneden, als een reminder voor mij dat ik het nooit, maar dan ook nooit, tegen een klant mag zeggen.”

‘HET VALT NIET MEE OM CASUAL GEKLEED TE GAAN OP TV, EN TOCH GOED GASTHEERSCHAP UIT TE STRALEN’

Humberto: “De AVRO vroeg of ik pakken wilde gaan dragen op tv. Dat wilde ik niet. Pakken waren voor oude mannen. Als stagiair bij een advocatenbureau had ik eerder in pak gelopen, omdat het moest. Bij het jongerenprogramma Forza, dat ik ook voor de AVRO presenteerde, was ik casual gekleed. Dat wilde ik ook als omroeper. Maar het valt niet mee om casual gekleed te gaan op tv, en toch goed gastheerschap uit te stralen. Het moet niet opvallen, maar ook niet saai zijn. Dus toen kwam ik via-via bij Rick, ben ik zijn jasjes gaan dragen. Die waren mooi, die waren gekleed, die

straalden uit wat een omroeper moest uitstralen. Ik merkte dat het handig was om uit een grote voorraad te kunnen kiezen.”

Rick: “Het was niet zo dat je je toen pas bewust werd van wat kleding kan doen. Je was als tiener al bezig met kleding.”

Humberto: “Ik las modebladen. Vond ik leuk. Ik ben altijd bezig geweest met wat je bij welke gelegenheid aan doet. Neem een begrafenis. Zwart. Of grijs. Maar in ieder geval een pak.”

Rick: “Paars is de kleur van de rouw. Ik heb een dieppaarse stropdas, speciaal voor uitvaarten.”

Humberto: “Dat is jouw

rooms-katholieke achtergrond. Ik had laatst een discussie met een collega, die vond het overdreven om een pak aan te doen voor een uitvaart. Ik zei: ‘Jij vindt het misschien overdreven, maar denk aan de familie van de overledene. Die moeten niet naar je kijken en denken: hm, jammer’. Je doet het voor anderen. Kleine moeite. Ik zou het altijd doen.”

NIET TE HACHELEN

Een gesprek met, of tussen, Rick en Humberto is een mix van het persoonlijke en het professionele. Ze vullen elkaar naadloos aan, weten precies waar de ander naar toe wil. Ze houden elkaar in balans, de enthousiaste Moorman en de behoedzame Tan. Ze zien elkaar vanwege de drukke tv-werkzaamheden minder vaak dan ze zouden willen. Als ze samen op pad zijn, naar Milaan, naar Parijs, naar Londen, dan is dat vaak vanwege werk. Om kleding te zien, om winkelconcepten te bestuderen. Maar vooral: voor de verhalen.

Rick: “Ik zal je een verhaal vertellen. Ik begin, en hij maakt het af. We waren een tijd terug in Milaan. We gingen naar binnen bij Peck. Naar de vierde etage, omdat we een beleving wilde hebben met een kopje koffie.”

MEELOPERS

Met welke modeprofessional zouden Rick en Humberto een dag willen ruilen?

Rick: “Ik zou niet in iemand z’n schoenen willen staan, maar ik zou wel met twee mensen willen meelopen. Met Jacques van Gils, voor wie ik veel bewondering heb vanwege zijn flexibiliteit, zijn energie en de inspirerende rol die hij heeft. En met Giorgio Armani. Hij heeft niet alleen bedacht hoe je van een doek een mannenpak maakt, maar ook hoe je dat uitbouwt naar een levensstijl.”

Humberto: “Ik vind Paul Smith een gepassioneerde, grappige man. Bruisend. Een soort Jamie Oliver, maar dan met kleding. Hij heeft uit het niets een wereldmerk op de kaart gezet, en is toch open en benaderbaar gebleven. Zijn motto is: ‘Never assume anything’, neem nooit zomaar iets aan. Dat spreekt me aan. Nooit zomaar iets aannemen. Nooit denken dat je het wel weet. Check het eerst.”



‘KNIJP HUMBERTO MAAR IN ZIJN ARM, HIJ ZEGT AUW. HIJ IS ECHT’

Humberto: “Peck is een delicatessenzaak. Daar hebben ze het mooiste van het mooiste, het beste van het beste. Tomaten van 80 euro de kilo. En koffie dus. De duurste koffie ter wereld, Kopi Luwak. Dat is koffie die gemaakt is van bonen die in de maag van de civetkat zijn gefermenteerd. Als de kat ze heeft uitgepoept, worden ze schoongemaakt, en daar maken ze dus koffie van. Veertien euro per kopje.”

Rick: “Vijftien en een halve euro. En je moet er een uur op wachten. Je krijgt het geserveerd in kleine kopjes, het is in één slok weg. Maar dat is niet relevant. De ober trekt handschoenen aan, gaat met een kwast het koffie-apparaat schoonmaken, en vertelt ondertussen. Over de bonen, over de koffie, over het proces. En als dat klaar is, krijg je je koffie.”

Humberto: “Zonder suiker, zonder melk.”

Rick: “Het wordt neergezet alsof het goud is.”

Humberto: “Het is niet te hachelen. Het smaakt naar verbrande bonen. Maar nogmaals: dat is niet erg. Je betaalt voor het verhaal.”

Rick: “Daar kunnen wij na afloop nog lang over doorpraten. Hoe je je na zoiets speciaal voelt. Ik probeer dat ook in mijn winkel. Dat mensen jaren later nog zeggen: ‘Ik heb een keer een pak gekocht in een winkel, en dat was zó grappig’.”

Rick gaat er goed voor zitten.

“Kijk, een pak is een pak. Een broek heeft altijd twee broekspijpen. Een jasje, twee mouwen. De vraag is dan: hoe ga je ermee om? Hoe ervaar je het? Het moet wel echt zijn. Dat is ook hoe Humberto is. Knijp hem maar in zijn arm, hij zegt auw. Hij is echt.”

Humberto: “Dat kost ook de minste energie.”

KEYWORD: INTERESSE

Zowel Rick als Humberto weten hoe je mensen op hun gemak stelt. Door interesse te tonen.

Rick: “Door niet te denken: daar loopt een lichaam, dat ik moet omhullen. Als ik zo zou werken, zou niemand terugkomen. Als jij als klant het gevoel krijgt dat ik je zie als mens, dat ik geïnteresseerd ben, kom je terug.”

Humberto: “Mijn werk is het makkelijkst als ik kan zeggen: ‘Vertel’. Maar bij sommige gasten werkt het niet zo. De vier vrienden die het bloedbad in de Parijse concertzaal hadden overleefd, bijvoorbeeld. Vrijdag waren die aanslagen, maandag zaten Ferry, Bob, Dexter en Frank bij ons aan tafel.”

Rick: “Hoor je wat hij zegt? Bij ons aan tafel. De meeste talk-showhosts zeggen: zaten bij mij aan tafel.”

Humberto: “Ik wist dat twee van

de vier het lastig vonden om hun verhaal te doen. Ferry kwam als eerste binnen. Hij was er nog helemaal vol van. Hij vond het eng, op tv. Ik zei: ‘Het is ook eng. Hoe kan ik je proberen rustig te krijgen?’ Ik vroeg het zo aan hem. Ik heb geen verborgen agenda. Hij wist het niet, ik wist het wel. Ik zei: ‘Je houdt van muziek, ik ga je iets laten horen. En jij moet raden wat het is’. Ik pakte mijn telefoon en liet een nummer horen dat iedereen nu kent, maar toen nog niet uit was. Ik vroeg wat hij ervan vond. Hij vond het wel tof. Ik zeg: ‘Weet je wie dit is? Justin Bieber’. Ferry moest lachen. ‘Dat ik Justin Bieber nog eens tof zou vinden’. Het was totaal andere muziek dan waar hij van hield, anders dan Eagles of Death Metal, waar ze in Parijs naartoe waren gegaan. Dat liedje haalde de spanning weg. Daarna vroeg ik of hij al had gegeten. Had hij niet. De andere jongens ook niet. Ik zei: ‘Je moet eten man’. Het werd een heel goed gesprek aan tafel. En dat kan alleen als je je continu verplaatst in de ander. Als je je eigen agenda loslaat.”

Rick: “Dat zeg ik altijd. Het gaat om mensen. In mijn vak, in zijn vak.” ●



KIEZEN OF DELEN

TEKST: EVA HOEKE / BEELD: WATERLOGUE

Er zijn mensen, misschien bent u er zelf wel een, die precies weten wat ze willen en waar ze moeten zijn als het gaat om de aanschaf van een nieuwe broek, een nieuwe tas, een pond kaas of zelfs een set pannelappen. En dan niet zomaar kaas of zomaar pannelappen, nee, een paar ons Bleu du Val d'Aillons en handgewoven wuivertjes van Egyptisch katoen met een zilveren biesje, dát soort boodschappen. Ze hebben een doel, gaan daar op af, nemen met minder geen genoeg en zien er daardoor altijd uit alsof ze niet alleen heer en meester zijn over hun kleding, maar over hun hele leven.

Ik ben niet een van die mensen. Tuurlijk, ook ik weet dat je voor kaas bij Kef moet wezen en dat je voor een oversized grof gebreed vest terecht kan bij de Sissy Boy (of was het nou Filippa K?), maar verder is mijn shopgedrag net zo willekeurig – lui is ook een woord – als mijn televisiegedrag: ik doe maar wat.

Dat heeft voordelen. Wie maar wat doet heeft lage verwachtingen, en wie lage verwachtingen heeft, wordt nooit teleurgesteld. Integendeel, mensen met mijn instelling worden dagelijks verrast, want alles is mooi meegenomen. Sterker: mensen als ik zijn geluk-

kiger dan mensen met vastomlijnde ideeën, wensen en dromen, want die moeten uitkomen.

Heb ik geen last van. Nee, ik heb last van andere dingen. Want omdat ik maar wat doe, ben niet ik de baas als het om shoppen gaat, maar is de shop de baas over mij. Hoe ik eruit zie is een combinatie van toevallige factoren, namelijk het gezelschap waarin ik verkeer, de winkel waar ik toevallig binnen ben gelopen en het personeel dat mij vervolgens helpt. En dat pakt de ene keer beter uit dan de andere.

Zo herinner ik me een vakantie in Las Vegas, waar ik, aangespoord door een verkooptijger die haar ware leeftijd al jaren te lijf ging met allerhande injecties en peroxiden, did as the locals do, waardoor ik op dag één al rondliep met een witgouden zonnebril van Cavalli en een knalroze jurk met én blote benen én een blote buik én een diep decolleté, wat stilistisch gezien een doodzonde is, want ook in de mode is het kiezen of delen.

Dichter bij huis verloor ik me ooit in Bataviastad, waar ik als Randstadsnob helemaal niet naar toe wilde, maar waar ik geheel tegen de verwachting in werd overmand door inhaligheid, puur omdat de vriendin met wie

ik was zo enthousiast was en ik, eerlijk is eerlijk, nog nooit zoveel winkels op rij had gezien waar de handel tegen zulke bodemprijzen werd verkocht, waardoor ik thuiskwam met een berg kleding waarvan ik sommige stukken nu nóg moet dragen. Hetzelfde maar dan in een andere prijs categorie overkwam me in De Bijenkorf op de Dam, waar ik op een dag zo hartstochtelijk tegen het glazen huisje van een Celine Box Bag stond te asemen dat de verkooptster de tas er maar even voor me uithaalde. Nou, mooi was 'ie, daar lag het niet aan, maar een agenten- dan wel lerarensalaris voor een tas – dat ging 'm natuurlijk niet worden. Niet? Wel dus. Want het was de laatste. Er ging nog korting af. De dame was zo aardig. En ik was er nu toch. Klein detail: ik wilde helemaal niet naar De Bijenkorf, ik wilde naar de Hema, voor sokken en wattenschijfjes, maar die was iets verder lopen.

Dan ben je geen shopper, dan ben je een speelbal. Is dat erg? Welnee, maar dan is het wel fijn als je af en toe de goeie kant op wordt geschopt. Naar het Gelderlandplein bijvoorbeeld. ●

EVA HOEKE IS JOURNALIST EN COLUMNIST VAN ONDER MEER VOLKSKRANT MAGAZINE.

HO



DE MOOISTE
(BRUIDS)TAARTEN,
CHOCOLADE,
IJS EN MEER

OM JE
VINGER(TJE)S BIJ
AF TE LIKKEN...

Huize van Wely sinds 1922 | Patisserieur | Chocolatier | Glacier

Gelderlandplein 173 | 020 - 64 41 392

info@huizevanwely.nl | huizevanwely.nl/webshop

ELEGANT & COMFORTABEL

TEKST: JEROEN JANSEN / FOTOGRAFIE PORTRAIT FREDERIK VERMEESCH: CARLIJN JACOBS (UNIT CMA)
GROOMING: AGA URBANOWICZ VOOR MOROCCANOIL (ANGELIQUE HOORN MANAGEMENT)

Van vergane glorie tot waar shopwalhalla van on-Nederlandse proporties. Architecten Frederik Vermeesch en Kees Rijnboutt hebben de extreme make-over van het Gelderlandplein op zich genomen. “Het is geen runshopping meer, het is hier nu aangenaam verblijven.”

“De uitstraling van zo’n natuurstenen vloer luistert in een winkelcentrum heel nauw. Hij moet chic ogen, doch terughoudend zijn. Hij moet nadrukkelijk getekend zijn door aderen, maar het ook jaren vol kunnen houden. Bovendien moest hij ook niet te glad zijn. Tja, dan vind je jezelf ineens in Spanje, om daar in hoogsteigen persoon de natuurstenen platen uit te zoeken die

uiteindelijk in Buitenveldert in het winkelcentrum komen te liggen. En met handtekening te markeren, want alleen zo wisten we zeker dat we de vloer die we voor ogen hadden ook echt konden leveren.”

Kees Rijnboutt, oprichter en mededirecteur van Rijnboutt bv, zegt het met stelligheid. Als het op het hernieuwde Gelderlandplein aankomt, laten hij en Frederik Vermeesch, eveneens directeur bij

Rijnboutt bv, niets aan het toeval over. Dat kan ook niet, want opdrachtgever Kroonenberg Groep gaat alleen voor het allerbeste. Vermeesch: “Het was van meet af aan duidelijk dat de nieuwe eigenaar grote plannen had met het shoppingcenter. Dat er een grote transformatie zou gaan plaatsvinden.”

Maar waarom het Gelderlandplein? Volgens Rijn-

‘HET WAS VAN MEET AF AAN DUIDELIJK DAT DE NIEUWE EIGENAAR GROTE PLANNEN HAD MET HET SHOPPINGCENTER’



AF



boutt heeft eigenaar Kroonenberg Groep een feilloos gevoel voor de belangrijkste regel uit de vastgoedwereld: locatie, locatie, locatie. De flitsende Zuidas geeft een enorme impuls aan het omliggend gebied, maar alle mensen die daar werken, bleken geen goede winkelvoorzieningen dichtbij te hebben. “We hebben helemaal aan het begin van het project wel eens op een brug over de Willem van Weldammelaan gestaan om te kijken hoeveel mensen er rond het lunchuur van de Zuidas naar het Gelderlandplein wandelden. Voor een boodschap of een kop koffie. Dat waren er toen al behoorlijk wat en dat zal nu alleen maar meer gaan worden.”

GROEISPURT

Het Gelderlandplein werd in 1965 ontworpen door de vooraanstaande architect Frans van Gool. Toen nog in de open lucht, met binnenhoven en houten pergola's rondom. Rijnboutt: “Ik weet nog dat ik in die tijd in Buitenveldert ging wonen. Op het Gelderlandplein deed ik

mijn boodschappen. Toen was het, meer dan nu, een plek om te voorzien in je eerste levensonderhoud. Een plek met kleinere boodschappenwinkels en een paar modezaakjes, waarvan een enkeling er nu nog steeds gevestigd is.”

Dat is waar de eerste verschuiving plaatsvindt. Door de jaren heen ontpopt boodschappencentrum Gelderlandplein zich tot een volwaardig winkelcentrum met een focus op het hogere segment.

De voorlopige kroon op die transformatie is de eerste grote verbouwing. Halverwege de jaren negentig worden de binnengalerijen van het winkelcentrum overdekt, ondergaat het winkelcentrum een

groeisput door toevoeging van kantoren en woningen en komt er een grote parkeergarage onder het complex.

Een kleine tien jaar later worden Vermeesch en Rijnboutt ingeschakeld om een nog veel grotere verbouwing op poten te zetten. Vermeesch: “We hebben in het begin goed nagedacht over wat er op die plek zou passen en welke functies eraan toegevoegd zouden moeten worden. Kortom: waar het aan ontbrak en hoe we

het hele winkelcentrum nieuw elan zouden kunnen geven. Uiteindelijk konden we in 2011 aan de slag met het definitieve ontwerp.”

‘EIGENLIJK KUN JE HET GEEN WINKELCENTRUM MEER NOEMEN, HET IS EEN STADSDEELCENTRUM’

LICHT IN DE DUISTERNIS

Het oppervlak waardoor zonlicht naar binnen kan vallen, is in de nieuwe situatie van het Gelderlandplein met zo'n zeventig procent afgenomen. En tóch is de lichtbeleving er een stuk op vooruit gegaan. Volgens Vermeesch was het natuurlijk licht dat voorheen door de glazen bouwstenen naar binnen viel niet prettig. Er is nu een kleinere hoeveelheid natuurlijke licht, maar die hoeveelheid kan wel beter gedoseerd worden. Daarnaast wordt de zon bijgestaan door de laatste LED-technieken, waardoor de lichtniveaus op ieder moment van de dag aangenaam zijn.

NIEUWE RONDE

Het definitieve ontwerp waar Vermeesch naar verwijst, houdt onder meer een uitbreiding aan

plein, een passage richting de Van Leijenberghlaan en een passage richting A.J. Ernststraat. Je had een klein rondje richting de

‘HET IS GEEN RUNSHOPPING MEER, HET IS HIER NU AANGENAAM VERBLIJVEN’

winkeloppervlak in van maar liefst zeventuizend vierkante meter, een complete overhaul van de pui van het winkelcentrum en aansprekende, in het oog springende entrees. Maar voor er gebouwd kon worden, moest er het nodige achterstallige onderhoud weggewerkt worden. “Niet dat het vervallen was, maar het was allemaal gedateerd,” legt Vermeesch uit. “In de eerste jaren hebben we cosmetische ingrepen gedaan als een nieuw kleurenpalet waardoor de uitstraling meteen verbeterde.”

Voorheen waren er vijf entrees tot het winkelcentrum, daarvan zijn er in het nieuwe ontwerp drie overgebleven. Waarom? Volgens Vermeesch was er in het oude Gelderlandplein geen logische route. “Vroeger had je een centraal

Willem van Weldammelaan. Wij hebben daar twee nieuwe rondjes aan toegevoegd, waardoor je sneller een shopgevoel krijgt.” Rijnboutt vult aan: “Het is geen runshopping meer, het is hier nu aangenaam verblijven.”

Inspiratie voor het nieuwe Gelderlandplein werd gevonden aan de andere kant van de grote plas, in de megalomane winkelcentra van steden als Miami. “De zes meter hoge passages met pui met roestvrijstalen stroken geven het geheel heel veel uitstraling,” meent Vermeesch. “Daarnaast is het hele winkelgebeuren veel zichtbaarder van buitenaf. Bij iedere ingang van het winkelcentrum vind je nu horecagelegenheden als Le Pain Quotidien, het restaurantje Takumi en de

brasserie van het Element Hotel. Daar waar het belangrijk is, is altijd levendigheid.”

ZUCHTJE WIND

Tot in de kleinste details ligt het beoogde kwaliteitsniveau hoog, benadrukken Vermeesch en Rijnboutt. Als onwetende bezoeker zou het je waarschijnlijk niet opvallen, maar zelfs achter de ventilatoren aan het plafond gaat een filosofie schuil. “De passages dreigden wat statisch te worden, die bewegende fans geven de gangen net dat beetje beweging,” legt Vermeesch uit. “Daarnaast bleek het moeilijk om de temperatuur in de zomer naar beneden te brengen. De ventilatoren laten de lucht net genoeg bewegen om de bezoekers een gevoel van koelte te geven.” Het kwik daalt er niet van, maar volgens Vermeesch zakt de gevoelstemperatuur door dat zuchtje wind al snel drie graden. “Het is in het Gelderlandplein altijd net iets aangener dan buiten. Of het nu zomer is of winter.”

Wat de kernwoorden zijn die de nieuwe uitstraling van het winkelcentrum perfect vatten? Volgens Vermeesch moeten we denken aan termen als ‘internationaal’, ‘elegant’ en ‘comfortabel’. “Eigenlijk kun je het geen winkelcentrum meer noemen, het is een stadsdeelcentrum.” Rijnboutt: “Dat is het echt. Het is van een heel Hollands boodschappencentrum overgegaan naar een winkelcentrum met internationale allure. Maar bovenal vind ik het compleet. Naast Albert Heijn heeft het een Marqt. Naast traditionele modezaken is er ook nieuw assortiment in fashion. Het Gelderlandplein is veel vollediger. In luxe zaken, maar ook in de eenvoudigste elementen.” ●

Ondertussen op het Gelderlandplein

FOTOGRAFIE: ALEK

Bij de verschillende ingangen.
In de passages. Bij de parkeergarage.
In de winkels. Het ultieme
Gelderlandpleingevoel is overal.
Een nadere kennismaking.





REBECCA (14) EN LORAINE (21)
“Dit is het gezelligste plein van Amsterdam.”



GÉRARD (68)
“Ik kom uit Wassenaar en ben hier met een vriendin die wilde winkelen. Het heeft een internationale uitstraling.”



MARIA (34), PEPE (39) EN LENNON (1)
"We komen een cadeautje kopen."

ONDERTUSSEN OP HET GELDERLANDPLEIN



STUDENTEN ROAN (23) EN ARIE (21)
"We hebben net een broodje bij de slager gehaald
en lopen nu rond om de buurt te verkennen."



TRUUS (87 JAAR)
"Het vernieuwde Gelderlandplein is fantastisch!
Je loopt droog, warm en komt allemaal bekenden tegen."



ISAAC (36)
"It's nice and clean. I like the
food, the coffee, the shops."

DE KUNST VAN HET GENIETEN

GENIETEN!

TEKST: OTJE VAN DER LEIJ / ILLUSTRATIE: MAREN ESDAR (UNIT CMA)

Even lekker genieten, hoe vaak zeggen we dat niet tegen elkaar? Als we een heerlijk stuk taart eten of een geslaagde shoppingexpeditie achter de rug hebben. Maar wat is genieten eigenlijk? En kun je het ook leren?

Je hebt een drukke werkweek achter de rug. Als je 's ochtends wakker wordt, is het al licht. Je partner heeft een ontbijt klaargemaakt: warme broodjes, verse aardbeien en café latte. Met het puntje van je tong lik je de opgeklopte melk van je bovenlip. Na een weldadig bad schiet je in je nieuwe outfit en ga je naar buiten, de zon in, lekker zonder plan rondstruinen. Je nestelt je op een terras met een goed boek. 's Middags schuiven er wat vrienden aan. Je voelt je energiek en blij. Er wordt gelachen en geborrel. Wijntje erbij? Waarom niet! Aan het einde van de dag duik je met een glimlach onder de wol.

Het lijken misschien oppervlakkige pleziertjes, maar de kleine genietmomenten dragen voor een belangrijk deel bij aan ons geluksgevoel, blijkt uit gerenommeerd geluksonderzoek. Bij genieten gaat het vaak om lichamelijke prikkelingen: het eten van een ijsje op een warme dag, met je blote voeten door de branding wandelen, luisteren naar je favoriete muziek. "Vaak voel je het trillen in je lichaam als je geniet," zegt emotiepsycholoog Susanne Piët. "Een sensatie die ongelooflijk prettig is. Het laveert tussen opwinding en tevredenheid. Tevredenheid is te passief en opwinding te groot. Het is de combinatie die dat prettige gevoel geeft."

Niet iedereen is er even goed in. Sommige mensen kunnen van nature beter genieten dan anderen. Of dat nu van de eerste hap van een sappige watermeloen is, of de frisse lentewind door je pas gewassen haren. Die verschillen tussen mensen zijn te herleiden tot piepkleine gebiedjes die diep verankerd liggen in ons brein, de zogenaamde hedonistische hotspots. Bij sommige mensen staan deze hotspots iets scherper afgesteld. Er komen meer lekkere stofjes vrij en ze ervaren meer verrukking en plezier bij alledaagse dingen: nippen aan een milkshake, kijken naar de vogels in het park. Toch kan iedereen



leren genieten, ook de types met minder gevoelige hotspots.

Het begint volgens Susanne Piët met het besef dat genieten niet schuilt in groot, groter, grootst, maar juist in klein. “We zoeken het vaak in te grote happen, te grote slokken en te grote stappen. We denken dat we pas kunnen genieten als we met een cocktail op een wit strand in de Cariben zitten, als we een knots van een trouwring dragen, of als de champagne werkelijk Cristal is. Maar vaak is dit ‘grote geluk’ veel te overweldigend. Het is te groot, te ongrijpbaar. Genieten moet je proeven. Het zit in het eenvoudige, het alledaagse. Het zijn de kleine dingen die op je af komen en in je lichaam een weerklank hebben.”

WET VAN AFNEMEND GENOT

Uit Amerikaans onderzoek blijkt dat de eerste hap of slok de grootste plezierreactie losmaakt in ons brein. Elke hap die volgt is ook wel lekker, maar het pure genieten wordt steeds minder. Wetenschappers noemen dit ook wel: de wet van afnemend genot. Iedereen herkent dat. Het eerste blokje chocolade beleef je nog heel intens, maar als de reep op is, voel je je een stuk minder goed. Bij de eerste slok van een goede wijn, lik je je lippen af. Maar als de tweede fles opengaat, proef je eigenlijk niet meer wat je drinkt. Als je meer wilt genieten, neem dan vooral de tijd en aandacht voor die éérste smaaksensatie. Die sensatie geeft je het meeste plezier. Daar liggen kansen voor genot.

Bovendien loont het om je vooraf al een beetje te verkneukelen op dat lekkers dat naar je lonkt, blijkt uit een interessante studie van het Behavioral Lab in Parijs. Proefpersonen mochten

‘ONLINE WINKELN IS EFFICIËNT, MAAR DE KANS OP EEN MOOI GELUKSMOMENT IS EEN STUK KLEINER’

smullen van een overheerlijke brownie. De deelnemers die zich vooraf een voorstelling hadden gemaakt van de lekkernij, hoe lekker de cake zou ruiken en hoe de chocolade zou smelten in hun mond, kozen een kleinere portie en voelden zich achteraf tevreden en voldaan. De proefpersonen die de opdracht kregen een gezonde keuze te maken, gingen ook voor een klein stukje. Maar toen de brownie op was, waren ze ontevreden en bleven ze hunkeren naar meer. Door ‘genieten’ en niet ‘gezond’ voorop te stellen, eet je dus vanzelf minder zonder het gevoel te hebben dat je jezelf tekort doet.

“Om te kunnen genieten moet je wel ontvankelijk gemaakt worden,” vertelt Piët. “Je moet in een bepaalde stemming zijn. De omgeving speelt hierin een belangrijke rol. Als je in een ruimte bent met hoge plafonds, mooie architectuur, behulpzame mensen en een aangename akoestiek,

dan is de kans op genieten veel groter.” Dat luistert allemaal heel nauw. Als er ook maar één ding niet prettig is: de kaasverkoper is chagrijnig, de muziek staat te hard. Dan is het meteen heel moeilijk om nog fijn te kunnen winkelen. De manier waarop is waar het bij genieten om draait.

Piët: “Ik ga zelf graag naar de vreemdelingenmarkt in Antwerpen. Daar heb je stalletjes waar ze paprika’s verkopen. Ik houd niet eens van paprika’s, maar het ligt daar zo smakelijk uitgesteld: rood bij rood, groen bij groen en geel bij geel. Daar kan ik oprecht blij van worden. Bij online winkelen zijn die sensaties er nauwelijks. Je hoort geen geroezemoes van voorbijgangers, geen straatmuzikanten. Je kunt de zachte stof niet tussen je vingers voelen, de verse kibbeling niet ruiken. Online winkelen is efficiënt, maar de kans op een mooi geluksmoment is een stuk kleiner.



ETEN BESTELD? DOE JE MENUKAART WEG!

Worden het de garnalenkroketten, de vegetarische lasagne of toch weer de salade geitenkaas? Heb je na lang wikken en wegen iets uitgekozen, doe de menukaart dan weg. Dan geniet je namelijk meer van het eten dat je voorgeschoteld krijgt, zo blijkt uit onderzoek van de London Business School. Als je stopt met over je keuzes na te denken (“Had ik niet beter dit...”) ben je meer tevreden met je beslissing en kun je meer genieten.

BRON: JOURNAL OF CONSUMER RESEARCH

‘ALS JE NIET IN HET MOMENT BENT, KUN JE OOK NIET MERKEN HOE FIJN HET DAAR TOEVEN IS’



GENIETEN!

Om echt te kunnen genieten moeten je zintuigen geprikkeld worden. Ga struinen over de markt of door een vreemde stad, drink koffie en laat je verrassen. Leg jezelf niet op: ‘Ik móet nu genieten’. Maar neem de tijd om te lummelen en verdwalen, en dan kan het je opeens overkomen.”

KLEINE, ALLEDAAGSE DINGEN

Wil je genieten, dan is het volgens Ap Dijksterhuis, hoogleraar psychologie en schrijver van het boek *Op naar Geluk*, belangrijk om er volledig te zijn. “Hoe beter we in staat zijn om in het ‘nu’ te leven, hoe meer we zullen genieten. Maar dat is nog niet zo makkelijk. Ons bewustzijn heeft het wonderbaarlijke vermogen om door de tijd te reizen. Het probleem is dat

we dit te vaak doen. We hebben de neiging om te veel met de toekomst en het verleden bezig te zijn, en te weinig met het heden. We genieten niet van een glas wijn omdat we al uitkijken naar het voorgerecht dat zo geserveerd gaat worden. We hebben geen oog voor het kleurrijke straatbeeld in Marrakech, maar denken al aan het oude paleis dat we gaan bezoeken. We hebben totaal geen zin in de vergadering later op de middag en laten daardoor de sfeer tijdens de lunch met een vriendin verknallen. Als je niet in het moment bent, kun je ook niet merken hoe fijn het daar toeven is.”

Een grote bron van onrust, die ons telkens van het genieten afhoudt, is volgens Dijksterhuis onze smartphone. “Mobiele telefoons zijn handige dingen en vrijwel iedereen heeft er een. Het probleem waar de telefoons echter toe hebben geleid, is dat er bijna continu meerdere dingen in ons

bewustzijn om voorrang vechten. Als je vroeger boodschappen ging doen, dan deed je boodschappen en daarmee basta. Nu doe je boodschappen, en op de groentefdeling word je gebeld door een collega, bij de kassa krijg je een app van je vriend die vanavond langskomt, en terwijl je naar huis fietst met je boodschappen – en je eigenlijk rustig zou moeten genieten van een mooie lentemiddag – is er in je bewustzijn alweer een chaotische touwtrekwedstrijd bezig: je denkt na over je ontevreden opdrachtgever, en je neemt je voor om je vriend meteen terug te appen – op de fiets nota bene.”

Al die technologische prikkels zorgen voor grote onrust in ons bewustzijn. We zijn vaak afgedwaald en voelen continu een impuls om op onze smartphone te kijken. Maar daardoor gaan er veel kansen tot genieten verloren. Genieten gaat namelijk over bewustzijn, aandacht voor de zon die langs je gezicht streelt, de poes die gezellig bij je op schoot kruipt, je nichtje die neppasta klaarmaakt voor de hele familie. Echt genieten gaat over de kleine, alledaagse dingen. Houd je ogen open, kijk om je heen. Want wie geniet, is gelukkig. ●

ZONDIGEN IS GEZOND

Je mag best af en toe zondigen, is de overtuiging van psychofysioloog Jan Snel. Als we de media moeten geloven, kunnen we helemaal niks lekkers meer eten. Snacks, melk, vlees, wijn; het zou allemaal ongezond zijn. “Onzin,” schrijft Snel. “Houd je van koffie, van bier of uitgaan? Geniet ervan, en je voelt je meer ontspannen. Dat helpt weer tegen stress, bevordert de gezondheid en voorkomt slaapproblemen. Je hoeft je geen schuldgevoel te laten aanpraten door de moralisten van het ‘gezonde leven’. Genieten mag, met mate natuurlijk.”

BRON: GENIETEN MAG, AUTEUR: JAN SNEL

MEER WETEN?

- **OP NAAR GELUK** – De psychologie van een fijn leven (2015). Auteur: Ap Dijksterhuis
- **ONTSPANNEN ETEN** – Met aandacht naar een evenwichtig eetpatroon (2015). Auteur: Rita Zeelenberg



57



‘IK WIL DAT WAT WIJ
BEDENKEN OVER
TIEN JAAR NOG
STEEDS MOOI IS’

HOME SWEET HOME

TEKST NATHALIE HUIGSLOOT / FOTOGRAFIE: CARLIJN JACOBS (UNIT CMA)
GROOMING: CRISTEL MAN (ANGELIQUE HOORN MANAGEMENT)

Alles wat ontwerper Piet Boon aanraakt, verandert in goud. Zijn designs veroveren de hele wereld. Nu Nederland nog. “Mijn grootste droom is om een hotel in Amsterdam te ontwerpen.”

De eeuwig jong ogende ontwerper Piet Boon begon zijn loopbaan als aannemer. Nu, dertig jaar later, is hij één van Nederlands succesvolste ontwerpers. Vanuit Oostzaan leidt hij samen met zijn ex-vrouw Studio Piet Boon, het ontwerpbedrijf dat ze in 1982 zijn gestart en waar ze een indrukwekkende portfolio hebben opgebouwd. De Piet Boon Collection meubellijn wordt wereldwijd verkocht, daarnaast ontwerpt hij huizen voor vermogende particulieren, maar ook voor een auto voor Land Rover, een boot, en talloze interieurs van winkels, restaurants en hotels overal ter wereld, draait hij zijn talentvolle hand niet om.

Hoe gaat het? “Heel goed. Er is zo veel werk en we hebben zoveel mooie opdrachten over de hele wereld. Dus ik ben heel blij.”

Noem eens een paar toppers? “We doen een Setai hotel op Antigua. Dat is een vijfsterren hotel. Er staat nu nog helemaal niets, en wij mogen op die prachtige plek zes

villa’s bouwen. Verder doen we een Park Hyatt Hotel in Hanoi, Vietnam. Dat is weer heel wat anders. Dat is een highriser, waar 350 kamers in gaan. In New York hebben we net met Kroonenberg Groep een bijzonder project gedaan, HUYS, op Park Avenue South; 58 luxe appartementen en penthouses. De beroemde tuinarchitect Piet Oudolf ontwierp het dakterras en kunstenaar Frederik Molenschot maakte de bronzen lichtsculpturen en op maat gemaakte huisnummers.”

Als je zo veel in het buitenland werkt, valt het dan extra op wat typisch Hollands is? “Ik ga Nederland er vooral meer door waarderen. In New York zou ik niet kunnen wonen, dat is mij te druk en gehaast. Voor vier dagen vind ik dat geweldig, maar daarna ben ik zo blij als ik in Amsterdam uitstap. Dan denk ik: oh, weer lekker thuis. Hanoi is helemaal een gekkenhuis. Daar rijden tien miljoen scooters voorbij als je wilt oversteken. En iedereen maar

toeteren. Knettergek word je ervan. Ik kom overal, maar ik vind Amsterdam eigenlijk de leukste

RÉSIDENCE L'ÉTOILE

Boon is verantwoordelijk voor de nieuwe ‘look and feel’ van de appartementen in Résidence L'Étoile bij het Gelderlandplein. Hij heeft een ontwerp gemaakt dat het optimale haalt uit de indeling en de styling van de appartementen. Denk aan de vloer, raamblinding en verlichting, maar ook de keukens en badkamers. Zelfs de inloopkasten hebben het kenmerkende strakke Piet Boon-design.

stad van de wereld. Amsterdam is lekker klein, laid back. Wat typisch Nederlands is, vind ik moeilijk te zeggen. In mijn ogen proberen we dingen te maken die heel lang goed blijven. Dat is voor mij in ieder geval altijd belangrijk. Ik wil dat wat wij bedenken over tien jaar nog steeds mooi is. In Amerika kan het na twee jaar alweer verouderd zijn, dat vind ik niks. Ik ben zelf altijd heel erg onder de indruk van Japan. Japanners zijn zo perfectionistisch, die willen het echt tot in het laatste detail perfect hebben. Voor ons is dat geweldig. Ik ben heel erg verliefd op Japan. We leven ons altijd heel erg in in de cultuur van het betreffende land. Als we in Hanoi werken, proberen we ons in te leven in Azië. Wat wij in Nederland doen, is voor hen veel te grof, dat zou niemand trekken. Het zit ook in kleine dingen. In Azië lopen ze nooit met hun schoenen naar binnen, dus moet je daar een plek voor bedenken. En ze zijn heel erg van de Feng Shui. Dus als je gebouwen ontwerpt, moet je bijvoorbeeld sommige ramen blokkeren zodat de energie niet direct uit zo'n raam kan lopen.”

Wat zijn de woontrends van dit moment? “Wij houden geen rekening met trends. Mensen komen naar ons toe met een vraag en daar luisteren we zo goed mogelijk naar. Vervolgens proberen we het wel beter te maken dan dat ze ooit hebben kunnen dromen. Maar we ontwerpen wat zij willen. Ik ga niet iets heel anders doen omdat dat toevallig in is. Ik weet ook niet zo goed wat in is. Voor mij moet een huis vooral heel praktisch zijn, geen showroom. Ook een hotel. Ik kom weleens in een hotelkamer waar ik het licht niet eens uitkrijg, op dat soort dingen letten wij heel erg. Maar het leuke van hotels is wel dat je ook totaal

out of the box kan denken. In The Jane, een restaurant in Antwerpen, van Sergio Herman en Nick Bril, hebben we bijvoorbeeld een heel grote kroonluchter opgehangen, dat is spectaculair. We hebben er zelfs de prijs van het mooiste restaurant ter wereld mee gewonnen. Dat was wel lekker. Ik ga maandag naar Las Vegas voor een opdracht in een heel groot hotel, en dat is wel een beetje een gevolg van die prijs. Dat gaat de wereld over waardoor andere partijen ineens ook zeggen: ‘Oh, we moeten die gasten een restaurant laten doen!’”

Verander jij je de inrichting van je eigen huis vaak? “Ik probeer wel mijn eigen meubels uit. Als wij

zijn. Ik hou niet van troep. Ik denk ook dat je beter iets langer kunt doorsparen voor een echt mooie bank of keuken, en de rest simpel houdt, dan dat je je hele huis volpropt met van alles. Die banken van ons zijn relatief hartstikke duur, maar dan heb je wel echt iets moois wat ook nog eens heel lang goed blijft.”

Wat doe je om inspiratie te krijgen? “Ik reis voor mijn vak natuurlijk heel veel, dus ik zie ook heel veel. Dus dat gaat eigenlijk vanzelf. Ik kom in zoveel verschillende hotels en bij zoveel mensen thuis, en dat in alle delen van de wereld. Met mijn iPhone maak ik dan een plaatje en die stop ik in mijn inspiratie-

‘VOOR MIJ MOET EEN HUIS VOORAL HEEL PRAKTISCH ZIJN, GEEN SHOWROOM’

een nieuwe bank hebben, zet ik hem bij mij thuis om te ervaren of hij echt comfortabel is en of hij mooi blijft en goed terugkomt. Als je er een avond op hebt gezeten, moet je bank er niet uitzien als een onopgemaakt bed. Ik steek zelf altijd veel energie in de keuze van de keuken. Dat is toch de plek in huis waar de gezelligheid is. Als je een feestje hebt, eindigt het altijd in de keuken.”

Ben je ook wel van de gezellige troepjes? Of kun je bij jou altijd spontaan binnervallen om een foto te maken voor in een woonblad? “Dat kan ja. Ik ben helemaal niet van de prullaria. Ik heb er ook een hekel aan als de kinderen er een bende van maken als ze thuis

mapje. En ik heb in Oostzaan veertig creatievelingen werken, er hangt hier altijd zoveel inspiratie, zo maken we elkaar een beetje gek.”

Wat zijn nu je ambities nog? “Mijn droom is om eens een hotel in Amsterdam te doen. Wij ontwerpen van Hanoi, Antigua, Tokio en Las Vegas tot New York, maar hier in Amsterdam nog niet. Dat is toch gek. Ik heb onlangs een pitch gedaan voor een groot hotel in Amsterdam, dus ik hoop heel erg dat we die opdracht krijgen. Ik wil een vijfsterrenhotel maken zonder drempel. Het moet heel high end zijn, maar iedereen moet wel makkelijk naar binnen lopen om er een hapje te eten.”



‘IK KOM OVERAL, MAAR IK VIND AMSTERDAM DE LEUKSTE STAD VAN DE WERELD’

Eigenlijk ben je een soort free fighter, in die zin dat je in het buitenland een grotere ster bent dan in je eigen land “Ja haha, dat klopt ja. Dat is wel een beetje gek. Het zou ook

fijn zijn om hier een keer wat te doen, want af en toe word je er natuurlijk gek van dat je altijd in vliegtuigen zit. Ik ben platinum for life, wat eigenlijk betekent dat

ik inmiddels gewoon een vliegtuig heb betaald. Maar ik klaag niet hoor. Ik mag zulke mooie dingen maken. In Washington hebben we een hele wijk ontworpen, hoe gaaf is dat? Ik vind het echt een superleuk beroep.”

Niet slecht voor een jongen die ooit van school is getrapt is “Erg hè? Hoe weet jij dat nou? Maar het is gelukkig goed gekomen. Na een paar dagen mocht ik weer terugkomen. Maar ik was inderdaad wel lastig. Net zoals ik nu lastig kan zijn voor mijn eigen mensen. Maar ik wil gewoon dat het goed is.” ●

IN 'T KORT

Piet Boon wordt in 1958 geboren in Koog aan de Zaan. Als jonge jongen knutselt en timmert hij er al op los. Hij begint zijn loopbaan als aannemer. In 1983 start hij Studio Piet Boon, waar na drie jaar zijn ex-vrouw Karin Meyn aantreedt als zakenpartner en creative director. Piet Boon ontwerpt naast meubilair en keukens ook huizen en complete wijken, zoals de drijvende wijk nabij Almere en de wijk rond de jachthaven in Hoorn.

NIEUW WIT SLAAPHEMDJE

TEKST: JAN HEEMSKERK / BEELD: WATERLOGUE



Had je het me tien jaar geleden gevraagd, dan had ik gezegd: winkelen (oh sorry, ik bedoel shoppen) is de hel! Winkelen is de hel met extra hoge vlammen en driedubbelveel duivels. Winkelen is eindeloos sloffen door identieke (sport)schoenen- en kledingwinkels, megadrogisterijen, hippe bloemenwinkels met malle takken en ondoorgroondelijke accessoires, en decoratiepaleizen met eindeloos veel Romeinse vazen, roestijzeren kandelaars en antieke scheepskisten.

Toen wist ik nog niet wat ik nu weet: shoppen is hartstikke leuk. Je moet het alleen niet met vrouwen doen. Dat zit zo. Vrouwen shoppen om te shoppen. Daar zit doel noch functie aan. Kijk je als man naar winkelende vrouwen, dan zie je ogenschijnlijk doelloze wezens door elkaar darren, af en toe iets uit een rek rapen, het weer terugleggen, weglopen, dan van gedachten veranderen, teruglopen, het item opnieuw oprapen, daar mee naar een pashokje lopen, het aantrekken, in het pashokje in de spiegel kijken, uit het pashokje lopen, buiten het pashokje nog een keer in de spiegel kijken, teruglopen naar het pashokje, item uitdoen, item terughangen, weglopen, herhaal tot misselijk.

Lange zin, hè? Moet je nagaan als je op een bankje moet zitten wachten tot dit hele ritueel is afgewerkt. En dan ook nog een mening moet geven.

De goede mening. Die zij zelf ook heeft. Want anders heb je ook nog ruzie omdat je haar te dik vindt en ook nooit eens leuk meedenkt en altijd zo flauw doet. Intussen heb je het heel warm, want dikke jas en die lui stoken dat kot op tot tropische temperaturen, of misschien komt het wel doordat je een paniekaanval hebt, of erger nog, een hartaanval, oh God, je gaat dood! En dan ben je dus pas tien minuten binnen. In de eerste winkel.

In die eerste winkel koopt een vrouw niets. Vaste regel. Want stel dat er in de tweede winkel nog iets leukers ligt. Of in de derde, vierde, vijfde. Zou toch dik balen zijn. Van daar word je als man meegesleurd naar al die winkels, om uiteindelijk terug te keren bij winkel één, die toch het leukste was, maar nu weet ze het zeker, en kan er eindelijk een nieuw wit slaaphemdje worden gekocht. En dan op weg naar de auto langs winkel zes lopen, waar toch – je zult het altijd zien – het ultieme hemdje hangt. En ze had er nog zo heen gewild, maar door jouw gezeur en gemekker durfde ze niet meer. En dus is het jouw schuld dat ze de komende drie jaar in die lelijke miskoop moet slapen, dus seks kun je voor die tijd wel vergeten...

Nee, dan shoppen als een man. Eén: dat doe je zonder vrouw (zie boven). En twee: mannen shoppen doelbewust. Weten wat ze willen en

zoeken de kortste weg naar het doel. En ze zijn liever lui dan moe. Daarom, sorry winkeliers, shoppen ze graag online voor spullen waarvoor je niet naar een ‘echte’ winkel hoeft. En daarom – hier draait het om – shoppen wij mannen graag in speciaalzaken waar men verstand van zaken, deugdelijk en betrouwbaar advies, en exclusieve aandacht voor ons heeft.

Mijn idee van een overhemd kopen: een winkel binnenlopen, een verkoper aanschieten, en zeggen: “Vriend, ik wil een overhemd dat past bij dit nachtblauwe kostuum, ik wil dat het perfect zit, en ik wil hier binnen tien minuten vandaan zijn.” En dat die man dan zegt: “Begrepen, meneer, koffie?” en binnen drie minuten mijn nek heeft opgemeten, drie passende opties heeft uitgehangen, alle drie goed en smaakvol, en ik er daar één van kan kiezen, direct kan aantrekken, en dóór kan naar die belangrijke vergadering waarvoor ik er piekfijn moet uitzien. Dát is winkelen. Dat is shop-porno. En ik ga echt alleen nog maar naar dat soort winkels. Waar men mij, en mannen in het algemeen, snapt. Want goede service, en snelheid, is ons alles waard. En dan mag het geld ook rollen als een dolle. Zo simpel kan het zijn. ●

JAN HEEMSKERK IS JOURNALIST, COLUMNIST EN VOORMALIG HOOFDREDACTEUR VAN HET MAANDBLAD PLAYBOY.

62

70% VAN DE VROUWEN DRAAGT DE VERKEERDE BH-MAAT, EN JIJ?

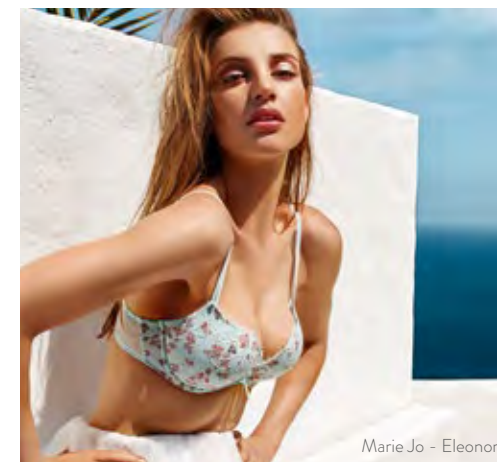
Luxe lingerie keten Lincherie staat bekend om haar uitzonderlijke klantenservice, persoonlijk advies en modieuze collecties. Ook in Amsterdam aan het Gelderlandplein helpen ze dagelijks vrouwen aan hun ‘perfect fit’.

MEET THE STYLIST - We ontmoeten Suzanne, Lingerie Styliste bij Lincherie aan het Gelderlandplein, en gaan op zoek naar het geheim achter dit merk.

“ Bij Lincherie noemen we onze service Lingerie Styling, en niet Fitting. En daar is een eenvoudige reden voor want een Lingerie Styliste doet veel meer dan enkel opmeten. Alles begint natuurlijk met de juiste maat. Wist je trouwens dat 70% van de vrouwen de verkeerde BH-maat draagt?

Omdat je maat zo belangrijk is, hebben we in onze winkel een exclusieve Lincherie 3D-scanspiegel, een spiegel die in enkele seconden je juiste BH-maat weergeeft. Je kunt er ook foto’s mee nemen, ze vergelijken en zo gemakkelijker kiezen tussen alle setjes die je hebt gepast, onze klanten zijn er dol op, en wij ook natuurlijk! We merken dat vrouwen van ver komen om door deze spiegel opgemeten te worden, het is ook een beetje magie, we zijn er best trots op!

Maar het is niet alleen de maat die telt. Een BH kan passen op je lichaam maar matcht daarom nog niet met je persoonlijkheid, lifestyle en kleurtype. Training is hier heel belangrijk – en er is veel te leren, geloof me. Ik vind het heel fascinerend om te doen, maar de echte beloning is voor mij het gevoel dat ik krijg wanneer ik een klant de winkel zie verlaten als een nieuwe vrouw. Het is fantastisch om het ‘wow’-



Marie Jo - Eleonor

“EEN SLECHT PASSENDE BH, BANDJES DIE INSNIJDEN, EEN KNELLEND RUGPAND - HET ZIJN KLEINE DINGEN DIE NA EEN LANGE DAG GROTE IRRITATIES WORDEN”

SUZANNE HAGEN
Lingerie Styliste bij Lincherie Amsterdam



Primadonna Swim - Cocktail

moment te zien wanneer een vrouw een BH draagt die perfect bij haar past, die subtiele verandering in haar houding waardoor je ziet dat ze zich beter in haar vel voelt. Een boost voor het zelfvertrouwen, of ze nu jong is, ouder, slank of molliger. Fantastisch, het maakt me elke keer weer trots.

Het is geweldig om klanten te verrassen, hen iets te brengen dat ze niet verwachten en hen dan dolenthousiast te zien om nieuwe dingen te proberen.

Onze paskamers zijn speciaal ontworpen om het vrouwen zo aangenaam mogelijk te maken. Ze zijn niet alleen comfortabel maar ook praktisch – onze klanten kunnen hun lichaam bekijken vanuit alle hoeken en ze kunnen zelf de sterkte van het licht instellen. We moedigen onze klanten ook aan om hun kleren even over hun nieuwe lingerie aan te trekken, alsook om een beetje te bewegen en te zien hoe dat voelt. Als een klant voor een specifieke gebeurtenis langskomt, dan raden we aan om de lingerie te kiezen als onderdeel van de outfit – net zoals je je tas of schoenen zou uitkiezen – om je kledij de best mogelijke look te geven, want het dragen van de juiste lingerie maakt of kraakt je outfit.

Of een klant nu 10 minuten of 2 uur in onze paskamer spendeert, maakt niets uit, onze service is altijd gratis en er is geen enkele aankoopverplichting. We vertrouwen erop dat onze klanten verliefd worden op wat we hen tonen en laten passen. ,,



Marie Jo L'Aventure - Azuma

UITGEBREID AANBOD AAN MERKEN,
LINGERIE, BADMODE, NACHTMODE

MARIE JO, PRIMADONNA, CALVIN
KLEIN, ANDRES SARDA, SEAFOLLY,
CYELL,...

VAN A TOT J CUP

VRIJBLIJVEND PERSOONLIJK
ADVIES IN RUIME EN
COMFORTABELE PASKAMERS

EXCLUSIEF IN NEDERLAND:
LINCHERIE 3D-SCANSPIEGEL

Lincherie

LINCHERIE GELDERLANDPLEIN
Gelderlandplein 52
1082 LB Amsterdam Buitenveldert
Tel: 020 644 1152

Andere vestigingen en webshop
WWW.LINCHERIE.NL

DE DOORDRINK-FACTOR

Ga je voor een Sauvignon, een Pinot Grigio of een Chardonnay? Of denk je out of the box en kies je een Viognier? Wijnrecensenten Harold Hamersma en Nicolaas Klei gingen op onderzoek bij het Gelderlandplein om twaalf lentewijnen grondig aan de tand te voelen.

TEKST: JEROEN JANSEN / FOTOGRAFIE: BASIL&GHOST



HAMERSMA IN 'T KORT

Harold Hamersma is een van 's lands bekendste wijnrecensenten en schrijft in die hoedanigheid voor kranten als Het Parool en NRC Handelsblad. Misschien is hij nog wel bekender van zijn wijngids, De Grote Hamersma.

KLEI IN 'T KLEIN

Is een fles wijn zo goed dat 'ie het omfietsen waard is? Dat is wat centraal staat in het werk van wijnrecensent Nicolaas Klei. In zijn Supermarktwijngids en Omfietswijngids blijft geen enkel druivennat onbesproken. Evenals in zijn artikelen voor Elsevier en AD. Smaken verschillen, maar Klei zit er zelden naast.

**CAVES DE LA
TOURANGELLE**
SAUVIGNON BLANC,
HEMA, €5,75

GEUR

Klei: “Deze wijn ruikt als een typische Sauvignon Blanc uit de Loirestreek. Wat dat inhoudt? Fris als een pas gemaaid gazonnetje.”

SMAAK

Hamersma: “Je proeft kruisbes- sen, wat rijpe grapefruits en hij doet wat wild aan. Da’s niet gek, Sauvignon is een verbastering van ‘sauvage’, wat Frans is voor wild. Je zult er maar mee gestraft worden!”

AFDRONK

Klei: “In één woord: vrolijkma- kend. Zoals een goede wijnboer zal zeggen: ‘Als een wijn echt goed is, dan gaan de mondhoeken meteen richting de oren’. Er zijn genoeg wijnen waar je heel verdrietig van gaat kijken, of zelfs boos.”

**PRIJS-KWALITEIT-
VERHOUDING**

Klei: “Meer dan prima voor zijn prijs. Hij komt beter uit de verf dan menig Sancerre en Pouilly Fumé, twee dure burens die lang niet altijd hun geld waard zijn.”

EINDOORDEEL

8

GRÜNER VELTLINER
GRÜNER VELTLINER,
HEMA, €7

GEUR

Hamersma: “De Grüner Veltliner heeft een ronde, gele geur. Denk aan rijpe gele appels met een zweem citrus. Laten we het daar maar in zoeken.”

SMAAK

Hamersma: “Dit is het succes- nummer van Hema, dat bewijst ook de permanente staat van uitverkocht. Helaas bleken er niet voldoende druiven beschikbaar van de oogst uit het jaar van deze wijn, dus moest Hema druiven van elders betrekken. Daardoor is de uitvoering wat minder strak, maar alsnog niet te versmaden.”

AFDRONK

Klei: “Door die noodgreep is de wijn iets zachter, bloemiger geworden dan voorheen. Om wat kernwoorden te noemen: kruidig, zacht, opgewekt, welopgevoed, charmant.”

**PRIJS-KWALITEIT-
VERHOUDING**

Hamersma: “Voor zijn prijs is dit een heel goede wijn, maar het moet gezegd: die met de druiven uit de eigenlijke streek was nog nét iets beter, iets strakker.”

EINDOORDEEL

8 1/2

CRÉMANT DE BOURGOGNE
MOUSSEREND, HEMA, €13

GEUR

Klei: “De geur is fris, druivig en belangrijker: zoals het bij goede prik wijn geldt, is het wijn met prik en niet alleen maar een hoop schuim waarna er bijterig zuur overblijft.”

SMAAK

Hamersma: “Het is een koket frisse crémant, niet te verwarren met kroket, dat is weer iets heel anders. Hij is zacht en appelig, zuiver en mild gisting. Je proeft citrus en hij is fijn schuimend.”

AFDRONK

Klei: “De wijn is mooi strak en droog, maar niet zuur. Je proeft van het begin tot het eind het fruit, dat is ook na een tijdje nog steeds plezierig. En dat is lang niet altijd zo met mousserende wijnen.”

**PRIJS-KWALITEIT-
VERHOUDING**

Klei: “Dit wordt net zo gemaakt als champagne, maar het komt niet uit de champagnestreek en dus mag het niet zo heten. Dat scheelt enorm in de prijs. Naar voor de firma, leuk voor ons. Als dit wél champagne had mogen heten, was de fles meteen twee keer zo duur geweest.”
Hamersma: “Oh, goed zeg! Ik hoop dat Hema hier genoeg van heeft ingekocht!”

EINDOORDEEL

8

PEACOCK RIDGE
CHENIN BLANC,
MARQT, €7,95

GEUR

Klei: “Hij is mooi vol en rijp met frisse zuren. En hij is zacht en romig. Ik meen overigens peer te herkennen en ik proef nootjes. Laten we zeggen hazelnoot.”

SMAAK

Hamersma: “Deze wijn bewijst dat niet iedere Zuid-Afrikaanse Chenin Blanc hoeft te smaken naar buikzieke peertjes met een citroenbekkie. De peer is er, hij heeft een sappige bite, dan is er nog een appeltje en waait er een pepertje in. Ook proef ik mild gedoseerde citrus.

AFDRONK

Hamersma: “Ik dronk deze een half jaar geleden ook al, nu is hij wat romiger geworden. Dat is positief. Hij wordt niet mollig en wollig, maar geeft een frisse en schone afdronk, waardoor je trek krijgt in het volgende slokje. Kortom, de doordrinkfactor is er.”

**PRIJS-KWALITEIT-
VERHOUDING**

Hamersma: “De wijn zoals hij nu is, scoort een dikke acht. Dat heeft ook alles met de prijs te maken. Zou hij een euro duurder zijn, dan zakt hij een treetje op de kwaliteitsladder.”

EINDOORDEEL

8

RIFF LAGEDER
PINOT GRIGIO,
MARQT, €9,99

GEUR

Klei: “Pinot Grigio is enorm geliefd. Waarschijnlijk omdat de wijn meestal naar niks ruikt of smaakt. Vaak blijft het wat vaag, is het hooguit zacht en fruitig. Zo ruikt deze ook, maar er gebeurt meer. Het is mooi, puur en zuiver.”

SMAAK

Hamersma: “De wijn is absoluut niet afgeraffeld, maar daar doet de producent achter deze biowijn ook niet aan. Alois Lageder is koning van de slow wine. Deze smaakt fijn en fris, een schone wijn met mooie fruittonen. Er is sprake van flink wat hoge zuren, maar toch blijft hij goed in balans.”

AFDRONK

Klei: “Ik proef perenfruit en dat maakt de afdronk vriendelijk fris en smaakvol. Ik moet wel zeggen dat deze wijn wat saaier is dan de vorige wijnen die we proefden. Hij blijft wat braaf.”

**PRIJS-KWALITEIT-
VERHOUDING**

Klei: “De wijn had wat spannen- der gemogen en in deze prijsklas- se is er volop keuze.”

EINDOORDEEL

7 1/2

LES GRANDS ARBRES
CHARDONNAY,
MARQT, €9,75

GEUR

Hamersma: “Ah, deze heeft gelukkig geen kurk en ruikt meteen heel erg Chardonnay. Je ruikt dat licht tropische fruit, voelt de romigheid. Dit is het prototype van een Zuid-Franse Chardonnay. Netjes, spreekt met twee woorden, maar is ook braaf.”

SMAAK

Klei: “Het is vriendelijk, zacht en fruitig, maar iets in mij zegt: ‘Hop! Door naar de volgende!’ Hij is correct, je kunt je er geen buil aan vallen, maar je wordt er ook niet per se heel blij van.”

AFDRONK

Hamersma: “Je kunt dit keurig opdrieken hoor. Maar er zit geen verhaal in en geen enkele vorm van spanning. Denk je aan een Zuid-Franse Chardonnay, dan is dit hoe je verwacht dat die wijn smaakt.”

**PRIJS-KWALITEIT-
VERHOUDING**

Hamersma: “Hij krijgt een vol- doende, omdat alles in de basis goed is.”

EINDOORDEEL

7



**FONTANAFREDDA
BRICCOTONDO**
GAVI, ALBERT HEIJN, €8,99

GEUR

Klei: “Nou, deze Gavi ruikt goed. Of liever gezegd, sympathiek geurend naar venkel, anijs en frisse berglucht.”

SMAAK

Hamersma: “Wist je dat Gavi ook wel de Chablis van Italië genoemd wordt? Ze zijn vaak ook net zo vies en net zo duur. Dit is, onverwacht, een heel lekkere. Qua smaak proef ik krokant, puntig fruit, een beetje limoncello, wat grapefruit, venkel, anijs en een snufje witte peper.”

AFDRONK

Klei: “De geur en de smaak zijn op zich goed, maar toch rammelt er iets. Hij is wat magerder en korter geworden ten opzichte van vorige jaren. Dat is jammer. Het is misschien gezeur in de marge, maar voor bijna negen euro mag dat ook wel.”

**PRIJS-KWALITEIT-
VERHOUDING**

Klei: “Voor deze prijs ga je geen betere Gavi vinden. Hij is het dus dubbel en dwars waard. Omdat er over het algemeen maar weinig Gavi's in de schappen staan, is het vinden van een betere optie sowieso een lastige opdracht.”

EINDOORDEEL

8+

CASILLERO DEL DIABLO
VIOGNIER,
ALBERT HEIJN, €6,69

GEUR

Klei: “Vaak zijn Viogniers zo weelderig dat ze vermoeiend worden. De kunst van een goede is dat er ook wat frisse zuren bij komen, waardoor het niet helemaal een ingezakte oude taart is. Taart in de zin van hoerenmadam, bedoel ik dan. Deze riekt naar beschaafde weelde en een dure fruitmand.”

SMAAK

Hamersma: “Deze wijn haalde bij mij tot vorig jaar altijd de proef-
tafel, maar nooit de eindstreep. In mijn boek neem ik alleen wijnen mee die een acht of hoger scoren. Dit jaar haalde hij wel de finish. Een gesoigneerde, keurig gecoeffeerde en fijngurende Viognier.”

AFDRONK

Hamersma: “Ik weet niet wat jij denkt, Nicolaas, maar ik vind dit gewoon echt een goede wijn. Heel lekker. Ik zie nu al voor me dat hij lekker smaakt bij Aziatisch eten dat niet te spicy is, of – mits je het kunt en wilt betalen – bij kreeft.”

**PRIJS-KWALITEIT-
VERHOUDING**

Klei: “Viogniers willen weleens wat log worden, dan krijgt hij slappe knieën. Maar deze is prima in balans. Zo'n wijn voor dat geld, een perfecte prijs-kwaliteit-verhouding.”

EINDOORDEEL

8+

**PENFOLDS THOMAS
HYLAND CHARDONNAY**,
ALBERT HEIJN, €14,99

GEUR

Hamersma: “Ja hoor, een dikke jongen.”

Klei: “Ik ruik rijp Chardonnay-fruit en hout. Deftig hout. Ik ben zelfs geneigd het cliché ‘boterig’ van stal te halen. Niet dat je de boter per se ruikt, meer als een klontje boter dat begint te smelten in een pan. Ook heeft hij iets pittigs.”

SMAAK

Klei: “Het smaakt chic, als dure wijn. De kunst met hout is, dat het niet moet gaan overheersen. In deze wijn voegt het juist iets toe. Het is mooi in balans.”

AFDRONK

Hamersma: “De afdrank is lang, voornaam, serieus en talmend. Dit is echt een luxe wijn. Als je baas bij je komt eten en je bent op zoek naar opslag, dan is dit de wijn die je hem moet schenken om indruk te maken.”

**PRIJS-KWALITEIT-
VERHOUDING**

Hamersma: “€14,99 is grote mensengeld, maar daar krijg je ook wel een echt goede wijn voor. Wist je dat slechts drie procent van de mensen die wijn voor thuis koopt meer uitgeeft dan een tientje? Dit is het duurste jongetje van de klas, maar hij is het helemaal waard.”

EINDOORDEEL

9

BRUMONT GROS MANSENG
- SAUVIGNON BLANC,
GALL & GALL, €7,49

GEUR

Hamersma: “Dit ruikt naar het zuidwesten, naar de Atlantische kust. Het is onstuimig, waaierig en winderig, het ketst er doorheen. Maar tegelijk is het ook fris, puntig en energiek. Hij is schoon, zuiverend en ruikt dorstlessend.”

SMAAK

Klei: “Ik ben iets minder enthousiast dan Harold. Het is een gezelligheidstreffen tussen een kruidige Manseng en frisse Sauvignon. Het smaakt naar snoepjesfruit en dat is lekker, maar het gaat ook snel vervelen.”

AFDRONK

Hamersma: “Dit zou een goede aperitiefwijn zijn. Hij knispert, raspt de smaakpilletjes open en uiteindelijk ook je keelgat. Maakt de weg vrij voor een volgende slok of een andere wijn.”

**PRIJS-KWALITEIT-
VERHOUDING**

Hamersma: “Het is een vrij dure wijn en dat komt voornamelijk door de man achter deze wijn. Er staat een grote naam uit de wijnindustrie op het etiket en alleen daarom kunnen ze fluitend een euro meer vragen. Was hij lager geprijsd, dan had het eindoordeel hoger uitgevallen.”

EINDOORDEEL

7 1/2

ALTÉS
GARNATXA BLANCA,
GALL & GALL, €7,99

GEUR

Klei: “De Garnatxa Blanca is een volle, weelderige druif die kruidige geuren afgeeft. Ik heb het idee dat ik er het droge, zonnige landschap van Zuid-Frankrijk en Spanje in terug ruik. En dat vind ik spannend.”

SMAAK

Klei: “Ik proef smaakvol fruit en kruidenbloesem, een klein vleugje munt voor de fijne frisheid en, ondanks alle zwaarte, mooie frisse zuren. Hoe warmer en zuidelijker, hoe groter het gevaar dat de wijn log wordt en je geen zuren hebt. Dat is absoluut niet het geval.”

AFDRONK

Hamersma: “Er is veel sap, veel dikte, veel structuur en veel volume. Ik herken tutti frutti en ander gedroogd fruit. Oh, en goudreinetbitters en zonnige specerijen. Ik zou hem zelf niet snel kiezen, maar we beoordelen niet alleen op persoonlijk lekker. Ook op hoe hij een wijn in zijn soort is.”

**PRIJS-KWALITEIT-
VERHOUDING**

Klei: “Hij gaat wat snel vervelen, maar het is leuk om een keer een andere druif gebruikt te zien. Zo'n Garnatxa is weer eens wat anders dan al die Chardonnays. Ik vind hem om die reden voor de prijs keurig.”

EINDOORDEEL

8

DR. LOOSEN
RIESLING, GALL &
GALL, €12,49

GEUR

Hamersma: “Het is een prettig prikkelende geur in de neus, heel dynamisch en energiek ook. Dat maakt het typisch een Riesling. Het heeft iets bloesemigs, iets fris, iets schoons. En het heeft een vleugje licht tropisch fruit en iets limoenigs.”

SMAAK

Hamersma: “Hij is beendroog, heeft het zoetbittere van rode grapefruit, het knapperige en het frisse van citrus. De wijn heeft ook iets rokerigs.”

AFDRONK

Klei: “Het is verdomd moeilijk om een goede Riesling te maken. Het wordt gemaakt in noordelijk gebied, waardoor fruit minder snel rijpt, waardoor een overdaad aan zuren sluimert. Dan zou je het bij kunnen suikeren, maar dat doen ze hier niet. Om, zoals hier, het mooie fruit en de zuren in balans te krijgen, moet je heel goed wijn kunnen maken.”

**PRIJS-KWALITEIT-
VERHOUDING**

Hamersma: “Deze wijn is heel erg goed. Ja, het is veel geld, maar als je kijkt naar wat voor andere Rieslings je nog meer kunt kopen voor dit bedrag, dan zit deze ruim boven de middenmoot. Dit is zijn geld waard.”

EINDOORDEEL

8 1/2



Taste of the World

TEKST: ELS VAN ASSELDONK / FOTOGRAFIE: JANNEKE KROON



Van Japanse lobster ramen en Italiaanse penne con salsa al tartufo tot Szechuan kipsalade. Aan het Gelderlandplein vind je alles wat je nodig hebt om een spectaculaire maaltijd op tafel te zetten. Zelfgemaakt, afgehaald of om ter plekke op te eten. Vier chef-koks geven je een kijkje in de keuken bij de bereiding van hun signature dish.

CHEF-KOK SALLY PELLO VAN TAKUMI BURGERS & LOBSTER (p. 72): "Dit is één van mijn favoriete recepten, ik ben een echte noedelsoepfan en eet het dan ook bijna wekelijks. Iedere Japanner maakt zijn ramen (noedels, red.) weer anders. Ik vind het leuk om Westerse technieken met Japanse smaken te combineren. Het concept van Takumi is simpel: goede burgers en kreeft, met Japanse smaken. Een andere favoriet is de Surf and Turf burger: een Wagyu-burger met daarop de zoetigheid van de lobster en de smeugheid van avocado."

CHEF-KOK LUIGI CASTO VAN GUSTO DI CASTO (p. 75): "Twee keer in het jaar bezoek ik familie in Bari, Italië, en doe ik volop inspiratie op. Het is in onze familiezaak een soort klein Italië. We verkopen naast de saus uit het recept ook hammen, olijfolie, wijnen en andere delicatessen. Daarnaast zijn we traiteur en kun je een broodje bij ons eten. We hebben een paar vaste klassiekers op de kaart staan, zoals lasagne en vitello tonato, en voor de rest kan ik er echt mijn creatieve draai aan geven. Als ik zin heb om vandaag een ossobuco te maken, dan doe ik dat."





CHEF-KOK IRENE TAN VAN RESTAURANT RUBY (p. 74): "Dit recept is mijn favoriet, omdat het bij de meeste restaurants niet op de kaart staat. Het bevat veel verschillende smaken: fris, pittig én romig. Wat dat betreft zijn we anders dan de meeste Chinese restaurants. Niet de standaard rijsttafel met foe yong hai, maar wel veel deelgerechtjes in tapas-formaat uit de Kantonese, Szechuan, Indonesische, Thaise en Vietnamese keuken. Dat past ook veel beter bij hoe Aziaten zelf eten: kleine gerechten met vlees, vis en groenten."

KEUKENTEAMLEIDER AHMED ALACHARI VAN LE PAIN QUOTIDIEN (p. 76): "De tartine heeft een speciale, exotische smaak door de combinatie van zwarte bonen met specerijen. Ik ben ook fan van de tonijn hummus tartine en de scrambled eggs. Het zijn eerlijke en gezonde producten die niet uit een fabriek komen. Tien jaar geleden ben ik gestart bij Le Pain Quotidien in Brussel en daarna heb ik nog in andere zaken gewerkt. LPQ-Gelderlandplein is mijn favoriet, want er is voor de gasten veel ruimte om te ontspannen, ze voelen zich echt thuis bij ons. We hebben in no-time een grote, vaste klantenkring opgebouwd, daar ben ik trots op."

LOBSTER RAMEN (NOEDEL SOEP MET KREEFT) VAN RESTAURANT TAKUMI BURGERS & LOBSTER

Hoofdgerecht, voor 4 personen,
30 minuten bereidingstijd

INGREDIËNTEN

- 500 ml kreeftenbouillon (te koop bij de visboer)
- 500 ml kippenbouillon
- 1 blad kombu
- 5 gr dashi bonito
- 500 gr ramen (bevrozen of gedroogd)

VOOR DE GARNERING:

- Kreeftenvlees van 1 kg kreeft
- 1 lente-ui in ringen gesneden
- Gesnipperde nori bladen
- 1 zachtgekookt ei
- Een paar shiso bladeren

BEREIDING

Stap 1: Kook de ramen volgens de instructie op de verpakking. Giet ze af en laat ze even staan.

Stap 2: Doe de kreeften- en kippenbouillon in een pan en breng aan de kook. Voeg vervolgens de dashi bonito en kombu toe. Breng de soep op smaak met wat zout als dat nodig is.

Stap 3: Voeg de ramen noedels

toe aan de soep. Verdeel de soep over 4 kommen en garneer deze met de overgebleven ingrediënten.

TIP!

Chef-kok Sally Pello: "Nog lekkerder is om de bouillons zelf te maken. Dat doen we bij Takumi ook, alle soepen en sauzen zijn homemade."

'IK BEN EEN ECHTE
NOEDEL SOEPFAN EN EET HET
DAN OOK BIJNA WEKELIJKS!'





BANG BANG JI (SZECHUAN KIPSALADE)
VAN RESTAURANT RUBY

Tapas, voor 4 personen,
30 minuten bereidingstijd

INGREDIËNTEN

- 2 kipdrumsticks
- 4 blaadjes ijsbergsla
- 8 plakjes julienne gesneden komkommer
- 8 plakjes juliënne gesneden wortel
- 2 tl Szechuan geconserveerde radijs, julienne (te koop bij de toko)
- 1 el sesamzaad

VOOR DE DRESSING:

- 1 el sesampasta, te koop bij de grotere supermarkt
- 3/4 el sesamzaad
- 1/2 tl Szechuan peper
- 1/2 tl chilivlokken
- 1 el sesamolie
- 1 el Chinese azijn
- 1 teen knoflook
- lauw water

BEREIDING

Stap 1: Kook de drumsticks gaar in kokend water. Laat ze vervolgens afkoelen in koud water. Verwijder het vel van de kip en gooi weg. Haal het kippenvlees van de botjes en scheur het in grove stukken.

Stap 2: Rooster het sesamzaad zonder boter of olie in een koekenpan totdat ze licht verkleuren. Laat afkoelen.

Stap 3: Maak de dressing. Meng hiervoor de sesampasta, sesamzaad, Szechuan peper, chilivlokken, sesamolie, Chinese azijn en knoflook in een kom. Voeg beetje bij beetje wat water toe totdat de saus stevig en glad is.

Stap 4: Leg op ieder bord een blad ijsbergsla. Vul deze met 1/4 van de komkommer, de wortel, Szechuan geconserveerde radijs en het vlees van een halve kipdrumstick. Schep over het gerecht een eetlepel van de dressing. Garneer met extra sesamzaadjes.

‘HET GERECHT BEVAT VEEL VERSCHILLENDE SMAKEN: FRIS, PITTIG EN ROMIG’

TIP!

De salade is ook erg lekker als maaltijd. Snijd de ijsbergsla daarvoor julienne en voeg eventueel wat gekookte mihoen toe.

PENNE CON SALSA AL TARTUFO (PENNE MET TRUFFELROOMSAUS) VAN DELICATESSENZAAK, TRAITEUR, ESPRESSO BAR EN PANINOTECA GUSTO DI CASTO

Hoofdgerecht, voor 2 personen,
20 minuten bereidingstijd

INGREDIËNTEN

- 250 gr penne
- + 250 ml slagroom
- 30 ml droge, witte wijn
- 250 gr champignons, in dunne plakjes gesneden
- 2 eetlepels truffelsalsa
- + 3 eetlepels olijfolie
- 1 takje peterselie
- peper en zout

BEREIDING

Stap 1: Breng water aan de kook met een snuf zout en kook de pasta

volgens de aanwijzingen op de verpakking.

Stap 2: Verwarm in een hapjespan de olijfolie en bak hierin de champignons. Blus af met witte wijn zodra de champignons lichtbruin kleuren. Voeg vervolgens de slagroom en truffelsalsa toe en laat het mengsel inkoken.

Stap 3: Meng de pasta met de

saus. Hak de peterselie fijn en strooi deze over de pasta. Serveer met parmigiano reggiano.

TIP!

De pasta smaakt erg goed bij de witte wijn Pecorino van Belisario. Deze wijn is ook bij Gusto di Casto te koop voor €9,95!

‘HET IS IN ONZE FAMILIEZAAK EEN SOORT KLEIN ITALIË’



ZWARTE BONEN HUMMUS TARTINES VAN LE PAIN QUOTIDIEN

Lunch, vegetarisch, voor 2 personen, 15 minuten bereidingstijd

INGREDIËNTEN HUMMUS

- 1 blikje van 400 gr zwarte (biologische) bonen
- 25 ml sap uit het blikje
- 1 grote teen knoflook
- 50 gr sesampasta, te koop bij grotere supermarkt
- Sap van een halve limoen
- ½ rode peper (zaadlijst verwijderd)
- Een snufje paprikapoeder
- ½ tl komijnpoeder
- 1,5 tl olijfolie
- Snufje zout en zwarte peper nodig: blender of staafmixer

INGREDIËNTEN TARTINES

- 2 plakken biologisch zuurdesem tarwebrood
- 4 el zwarte bonen hummus
- ½ avocado in dunne plakjes gesneden
- ½ plak paprika (geroosterd) door tweeën gesneden
- 10 gr bosui

BEREIDING HUMMUS

Stap 1: Giet de zwarte bonen af door een vergiet en houd het vocht apart. Spoel de zwarte bonen vervolgens onder koud water en laat uitlekken.

Stap 2: Zet een pan op het fornuis (zonder olie) en laat deze goed heet worden. Doe de komijn en paprikapoeder in de pan. Zodra de specerijen hun geur loslaten, moeten ze meteen op een koud bord worden gestort.

Stap 3: Meng de knoflook, rode peper, limoensap, olijfolie en sesampasta in een grote kom.

Voeg vervolgens de zwarte bonen en het specerijenmengsel toe aan de kom. Meng dit vervolgens met een staafmixer of in een blender

tot je een gladde consistentie hebt. Gebruik de overgebleven vloeistof uit het blikje om het mengsel glad en romig te maken. Proef de zwarte bonen hummus en breng op smaak met peper en zout.

BEREIDING TARTINES

Verdeel de zwarte bonen hummus gelijkmatig over de tarwebroden. Verdeel de paprika en bosui over de hummus. Snijd de tartines in vijf stukken en presenteer in de vorm van een smiley. Leg een plakje avocado op elk stukje van de tartine.

TIP!

De tartine is lekker met een kleine, simpele salade.

‘DE TARTINE HEEFT
EEN SPECIALE, EXOTISCHE
SMAAK DOOR DE COMBINATIE
VAN ZWARTE BONEN
MET SPECERIJEN

MEER ETEN & DRINKEN OP HET GELDERLANDPLEIN

Naast deze vier eetgelegenheden kun je op het Gelderlandplein voor je culinaire behoeftes ook terecht bij zaken als Saigon, Izakaya Tanuki, Shilla (allemaal Aziatische keuken), Tjin's (Surinaams), Grizzle (voor snacks en hapjes), Coffee Company en La Place. Liever zelf aan de slag in de keuken? Haal dan je producten bij Slagerij Arie van de Raa, Albert Heijn XL, Stadsbakker Jongejans, Gall&Gall, Hema, Huize van Wely, Jamin, Multi-Vlaai, Oliodiolivo, Vishandel Kroon, La Fourchette, Nespresso en Marqt. Daarnaast kun je casual dineren bij My Place of snel en gezond eten bij Carrots & Co, beiden gevestigd in het nét geopende Element Hotel.



Suits you, Sir

Fotografie:
Barrie Hullegie (Halal)

Styling:
Jordy Huinder (EEA)

Make-up en haar:
Judith Neyens (NCL Representation)

Model:
Adil (Republic men)



5/9



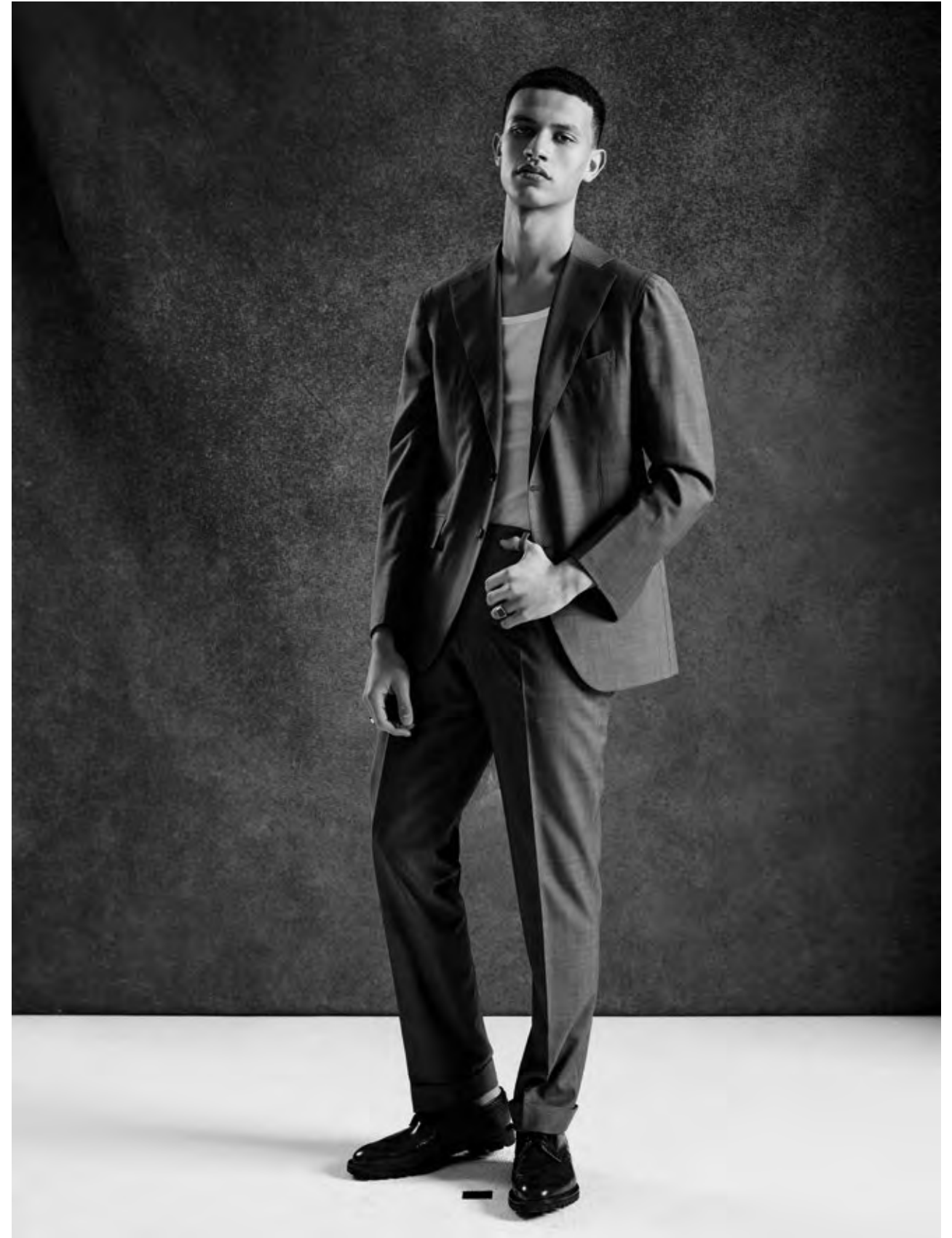
← COLBERT & PANTALON, ORAZIO LUCIANO (PAUW)
OVERHEMD, FINAMORE 1925 (PAUW)
SCHOENEN, CROCHETT & JONES (ZWARTJES)
BRIL, RAY-BAN (EYEWISH)
RINGEN, TOM WOOD (STYLIST OWN)
→ SHIRT, SAMSØE & SAMSØE (ROGGE)

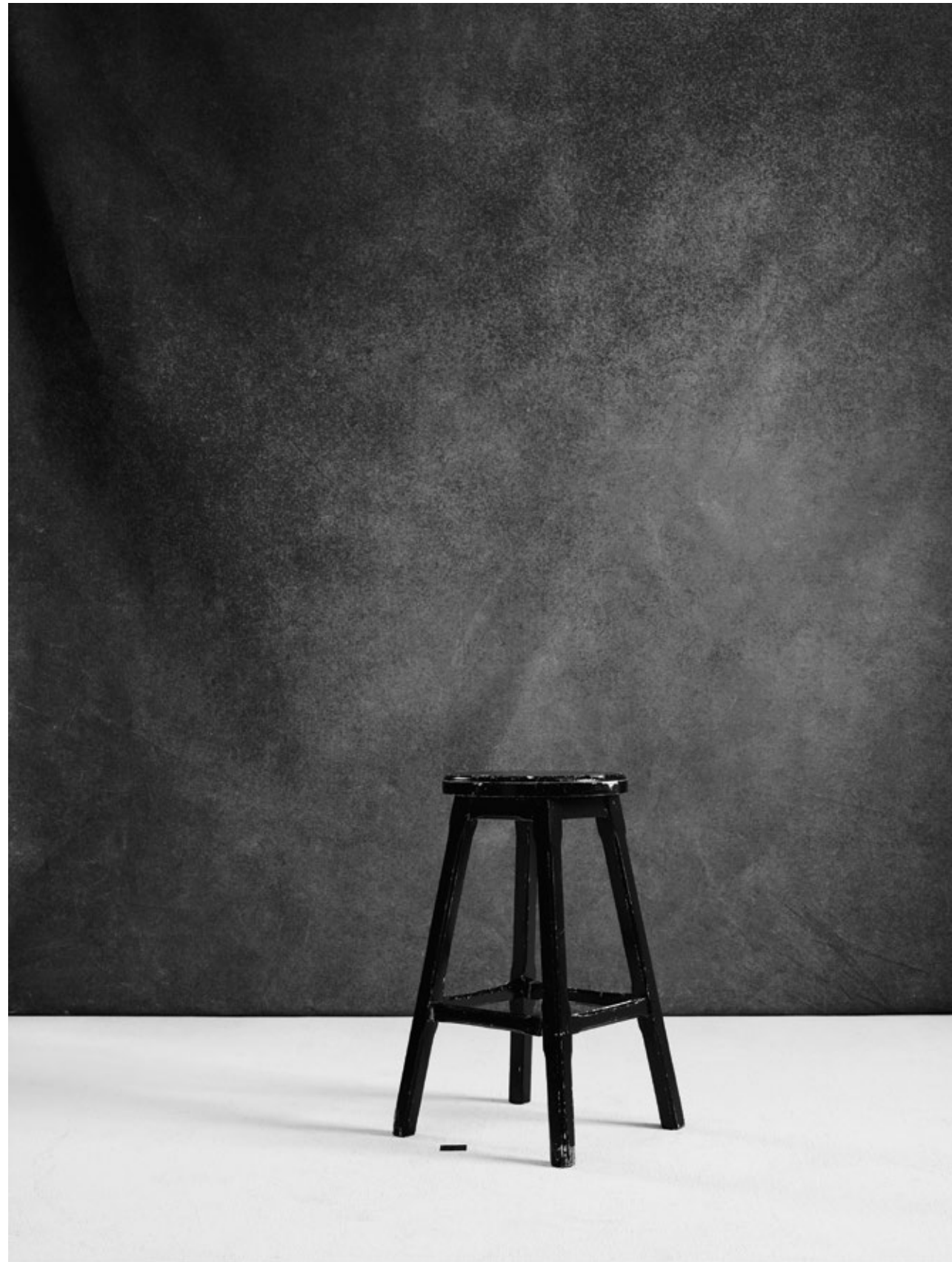
FASHION / MEN



← JAS, BUGATTI (MODEHUIS BLOK)
JEANS, MCGREGOR (MC GREGOR)
HOED, RAG & BONE (STYLIST OWN)
BRIL, RAY-BAN (EYEWISH)

→ HEMD, HUGO BOSS (ROGGE)
COLBERT & PANTALON - ORAZIO LUCIANO (PAUW)
SCHOENEN - CROCHETT & JONES (ZWARTJES)
RINGEN - TOM WOOD (STYLIST EIGEN)





85

← COLBERT & PANTALON, CARL GROSS (MODEHUIS BLOK)
HEMD, HUGO BOSS (ROGGE)
→ SHIRT, HEMA (HEMA)
JEANS, MMX (MODEHUIS BLOK)
SCHOENEN, CROCHETT & JONES (ZWARTJES)
BRIL, RAY-BAN (EYEWISH)



Internationale Artists

De kunstwerken die op het Gelderlandplein prijken, hebben te maken met het plein, shoppen, infrastructuur en beweging. Maar ze zijn ook humorvol, zetten aan tot nadenken, hebben een hoge entertainmentwaarde en zijn ontworpen door verschillende toonaangevende kunstenaars van over de hele wereld. Een nadere kennismaking.

TEKST: FLEUR BAXMEIER
FOTO KAWS 'BETTER KNOWING' AT ART ZUID 2015, AMSTERDAM: GUILHEM VELLUT
ARTWORKS COURTESY OF THE ARTISTS, ALEX DANIËLS VAN REFLEX AMSTERDAM



REFLEX GALLERY

De kunstwerken op het Gelderlandplein zijn geselecteerd door Lesley Bamberger, directeur Kroonenberg Groep, in samenwerking met Alex Daniëls van Reflex Amsterdam. Deze galerie viert dit jaar het dertigjarig jubileum en vertegenwoordigt zowel jong hedendaags talent als gevestigde internationale kunstenaars, zoals David LaChapelle, Araki en Harland Miller.

MEER INFORMATIE: REFLEXAMSTERDAM.COM



89



VORIGE PAGINA

BETTER KNOWING

Net als Keith Haring bezit de internationaal bejubelde kunstenaar KAWS het talent om met z'n werken zowel het intellectuele publiek als de grote massa te raken. De Amerikaanse kunstenaar maakte naam met z'n ontwerpen van limited edition speelgoed en kleding en toont zijn werk in verschillende internationale musea en galleries. 'Better Knowing' geeft een zittend Mickey Mouse-achtig figuur weer die verdrietig naar z'n afgebroken Pinokkio-neus kijkt.

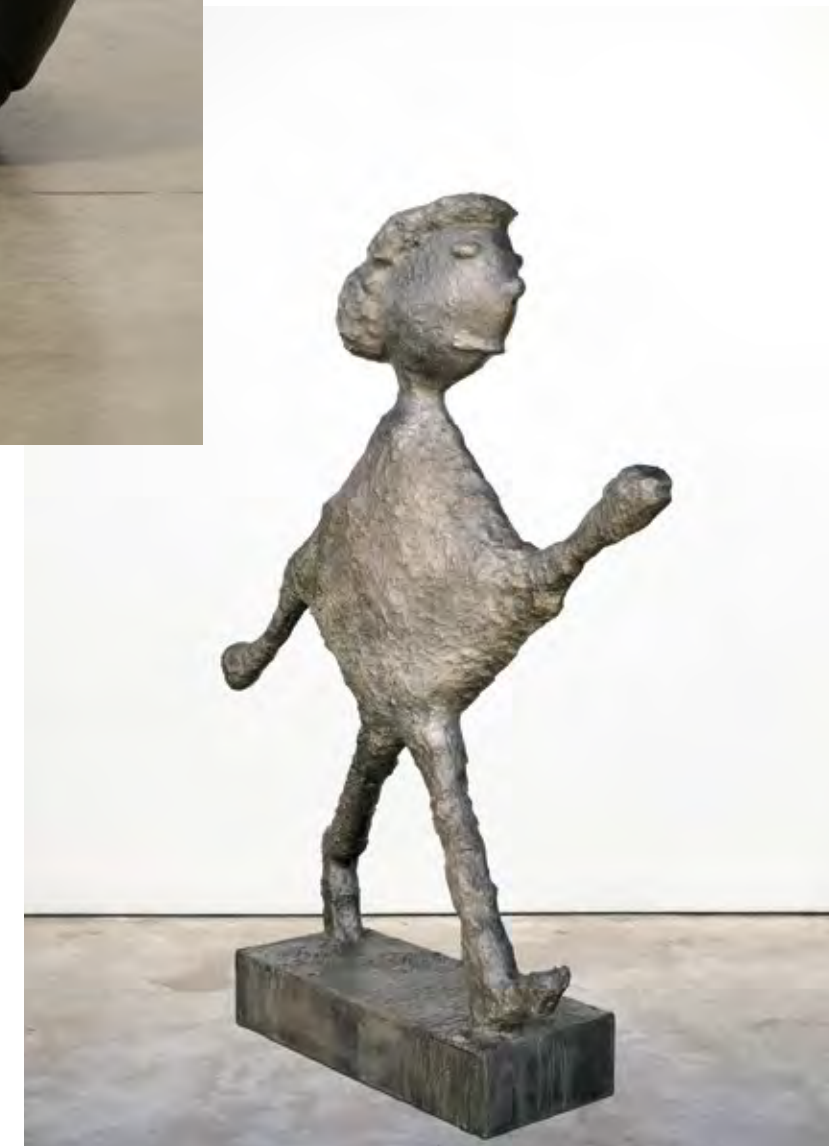
WEATHER BALLOON TRAPPED IN A SHOPPING CART

Joel Morrison laat zich voor zijn beelden vaak inspireren door gevonden voorwerpen, die hij giet in nikkel, roestvrij staal of brons. Het resultaat: een spel van licht, schaduw, spiegelende oppervlakken en tegenstrijdige vormen en texturen. Zijn werk 'Weather Balloon Trapped in a Shopping Cart' is gemaakt van roestvrij staal en komt op een sokkel op het Gelderlandplein te staan. Het winkelwagentje is een mooi onderdeel van de esthetiek van het sculptuur.



WALKING FIGURE

Donald Baechler komt uit dezelfde generatie als zijn vrienden Andy Warhol, Keith Haring, Jean-Michel Basquiat, Yoko Ono en Jasper Johns. Hij kwam rechtstreeks uit de graffitiscene, maar is inmiddels een klassieker geworden. Zijn kunstwerk 'Walking figure' is een bronsgegoten abstractie van een lopend figuurtje. Hoewel het niet per se figuratief is, zie je dat het poppetje vastberaden op weg is ergens naartoe, zoals je dat ook kunt doen als je aan het winkelen bent.



VICTORIA

Marcus Harvey maakte in 1997 een spectaculaire entree in de kunstwereld met z'n werken in de controversiële tentoonstelling 'Sensation'. Dit betekende zijn doorbraak als een van de Young British Artists: tot op de dag van vandaag is Harvey een van de meest gerespecteerde Britse beeldhouwers. Het beeld 'Victoria' verbeeldt een lek geschoten, zachte bal. Met dit kunstwerk legt het Gelderlandplein een link naar de voetbalcultuur, een universeel fenomeen.



BIG COAT

Met de sculpturen 'Big Coat' laat de gerenommeerde kunstenaar Edwin Wurm z'n fascinatie voor kleding zien en meer specifiek: hoe kleding de vormen van ons lichaam bepaalt en onze beweging leidt of juist beperkt. Wurm staat bekend om zijn humoristische benadering en werkt zowel als beeldhouwer, kunstenaar en fotograaf. Hij kiest voor z'n werk situaties uit de hedendaagse maatschappij, waarbij behalve mensen ook voorwerpen centraal staan.

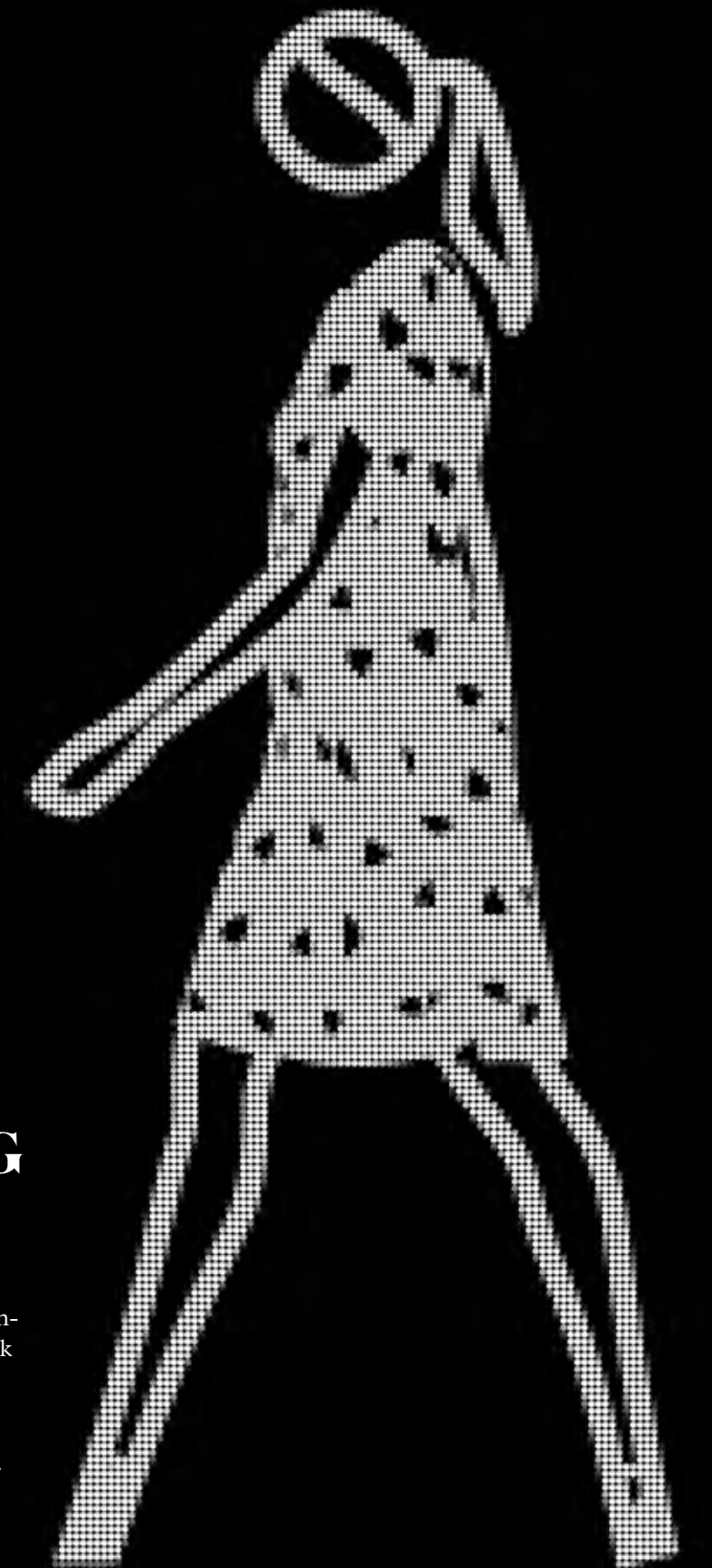


VW BUS BALL

Verkeer en specifiek auto's vormen een belangrijk onderdeel van de inrichting van het Gelderlandplein; een perfecte match met dit werk van Lars-Erik Fisk, beeldhouwer en fotograaf. De bal heeft dezelfde industriële afwerking als een nieuwe auto en bestaat uit een gedeelte van de voorkant van de bekende Volkswagen bus uit de jaren '60, een zitplaats, het stuurwiel, de koplampen en het bekende VW-logo. Voor het plein is een nieuwe versie van dit beeld gemaakt.

VERITY WALKING IN DRESS

Het werk van kunstenaar Julian Opie is luchtig en humoristisch, maar tegelijk gestileerd met fundamentele lijnen en monotone kleuren. Z'n handelskenmerk is dat hij de objecten, landschappen en individuen die hij gebruikt in z'n sculpturen, schilderijen en films ontdoet van details en karakteristieken. Het onderwerp blijft herkenbaar, maar is niet langer specifiek. Zo stimuleert Opie toeschouwers om een individuele reis te maken in een neutrale wereld.





1. SANTOS DE CARTIER-PILOTENBRIL MET VEREN VAN BEIGE-TAUPE BUBINGA HOUT EN GEBORSTELD CHAMPAGNE-GOUDEN AFWERKING. DIT EXEMPLAAR VAN CARTIER HEEFT GEPOLARISEERDE GLAZEN, €1380 (SCHMIDT OPTIEK)
2. GLAZEN VITRINEBOX MET GOUDKLEURIGE METALEN AFWERKING, AFMETINGEN 15 X 15 CM, €14,95 (SISSY-BOY)
3. DE SECRID MINI WALLET IS EEN COMPACTE EN VEILIGE PORTEMONNEE MET RUIMTE VOOR KAARTEN, BANKBIJETTEN EN VISITEKAARTJES. VERVAARDIGD UIT MASSIEF ALUMINIUM EN LEER, €55 (LA VALISE)
4. HET MINIMALISTISCHE HORLOGE 'GOLDEN FRIEND TOO' VAN SWATCH HEEFT EEN SILICONEN HORLOGEBAND MET GOUDKLEURIGE WIJZERPLAAT, €65 (JUWELIER SIETZE WAGENMAKERS)
5. SAPHIR MEDAILLE D'OR RANDENBORSTEL VOOR SCHOENVERZORGING TUSSEN DE ZOOL EN HET BOVENLEER VAN DE SCHOEN. DE BORSTEL IS VERVAARDIGD UIT EXOTISCH HARDHOUT EN PAARDENHAAR, €9,95 (DE LEEST)
6. XIKAR ALLUME IS EEN LUXE NAVULBARE AANSTEKER DIE COMFORTABEL IN DE HAND LIGT. HET GASNIVEAU IS TE ZIEN DOOR HET KIJKVENSTER, €59,95 (VAN LOOKEREN)



NIKKA WHISKY
 FROM
 THE BARREL
 alc.51.4°

ウイスキー

原材料 モルト、グレーン

●容量 500ml ●アルコール分 51%

製造者 ニッカウヰスキー株式会社6
 東京都港区南青山5-4-31

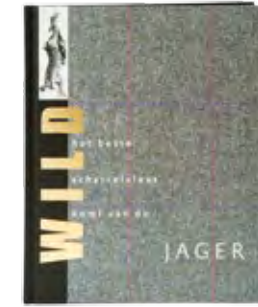
→ DEZE STEVIGE JAPANESE WHISKY WORDT GEMAAKT DOOR GERIJPT MALT WHISKY EN GRAANWHISKY TE MENGEN EN OP VAT TE LATEN RIJPEN. FROM THE BARREL WORDT DAARNA DIRECT GEBOT TELD UIT DE VATEN. PER FLES 50 CL, 51,4% ALCOHOL, €36,49 (GALL&GALL)

95

↑ WANDKLOK BRERA IS GEÏNSPIREERD OP DE GELIJKNAMIGE KUNSTENAARSWIJK IN MILAAN, €99,95 (RIVIÈRA MAISON)



↑ PIQUADRO PORTEMONNEE VAN GELOOID KALFSLEER. DE BLAUW GEVERFDE RUWE RANDEN GEVEN HET MODEL EEN OPVALLEND KARAKTER, €140 (LA VALISE)



↑ EEN BOEK VAN RONALD TIMMERMANS OVER EEN ZORGVULDIGE BEREIDING VAN WILD, ZODAT DE PURE SMAAK HET BEST TOT Z'N RECHT KOMT, €62,50 (TIMP BOEKHANDEL)



↑ SAPHIR MÉDAILLE D'OR SCHOENPOETS IN TRANSPARENT, GRIJS EN COGNAC. PER STUK €9,95 (DE LEEST)



↑ DE NIEUWE MESSI VOETBAL VAN ADIDAS, €19,99 (INTERSPORT DUO)



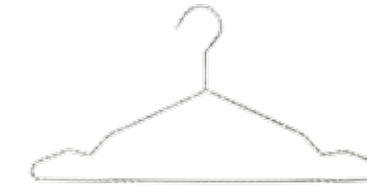
↑ HET MES PIONEER VAN VICTORINOX IS AFGEKEKEN VAN HET KLASSIEKE SOLDATENZAKMES EN HEEFT ACHT FUNCTIES: VAN BLIKOPENER EN SLEUTELRING TOT FLESSENOPENER, €36,50 (BEVER)



↑ ZEEPJE VAN HET ELEMENT HOTEL IN HET GELDERLANDPLEIN. DE PERFECTE PLEK OM TE RESETTEN, DANKZIJ HET LUXE FITNESSCENTRUM, DE GEZONDE GERECHTEN EN DE 'LONG-STAY' HOTELKAMERS.



↑ SLACERIJ ARIE VAN DE RAA STAAT AL MEER DAN DERTIG JAAR BEKEND OM Z'N TOPKWALITEIT VLEES. BIJ Z'N FILIAAL OP HET GELDERLANDPLEIN KUN JE TERECHT VOOR ONDER MEER HEERLIJK GEKRUIDE GEHAKTBALLEN EN MALS SUDDERVLEES. (ARIE V/D RAA)



↑ KLEINE WASJES, GROTE WASJES. BINNENKORT SAMEN VERDER ONDER DE NAAM WASSALON BUITENVELDERT, MAAR NOG ALTIJD HET VERTROUWDE ADRES VOOR AL JE WAS- EN STOOMGOED. WASSALON STOMERIJ BUITENVELDERT EN STOMERIJ GELDERLANDPLEIN. (WASSALON BUITENVELDERT)



↑ CULINAIR ÉN GEZOND. BIJ VISHANDEL KROON KUN JE TERECHT VOOR ALLE SOORTEN VERSE VISFILETS, HET HAPPEN VAN EEN HARINKJE OF EEN LEKKER BROODJE VIS. (VISHANDEL KROON)



↑ NESPRESSO CITIZ THERMOSREISBEKER, 330 ML, €20 (NESPRESSO)



↑ ONDER: HOOGPOLIG VLOERKLEED MET VERSCHILLENDE TEXTUREN VAN TOTAL4LIVING. IN VERSCHILLENDE MATEN EN KLEUREN VERKRIJGBAAR, €649. BOVEN: TAPIJT DESSO RODIN VAN HONDERD PROCENT WOL, IN VERSCHILLENDE KLEUREN VERKRIJGBAAR, €84 PER VIERKANTE METER EN MAATWERK MOGELIJK VOOR KARPETTEN (TOTAL4LIVING)



↑ MAGNUMFLES MET AMBACHTELIJK EN BIOLOGISCH SAN GIMIGNANO ALTROVE BIER, €34,95 (OLIODIOLIVO)

KOFFIE- TRENDS VAN DIT MOMENT

TEKST: MONIQUE VAN LOON / BEELD: MATT MURPHY (HANDSOME FRANK)



Sinds de espressomachines en melkopschuimers de afgelopen jaren onze keukens veroverden, is de vraag niet meer: “Wil je koffie?”, maar: “Wat voor koffie wil je?” Zowel uit als thuis gaan we voor een bakje van hoge kwaliteit. Onder het genot van een flat white vroegen we een aantal koffie-experts naar hun visie op de koffietrends van dit moment.

99

‘DE POT ZWARTE KOFFIE IS WEER TERUG, MAAR DAN WEL MET SPECIFIEKE EN BIJZONDERE KOFFIE, ZEKER NIET GEWOON’

Wat opvalt, is dat de koffieboon en zijn herkomst de afgelopen jaren centraal zijn komen te staan. De koffieketen – van boer tot handelaar – is transparanter geworden, hoewel daar in de toekomst nog veel in te winnen valt. De koffiestruik vol besjes is het begin, en van daaruit begint een lange reis tot aan het koffiekopje. Steeds meer mensen zijn geïnteresseerd in de herkomst van de bonen en willen het verschil leren tussen een Colombiaanse boon en een pak ‘m beet eentje uit Ecuador. Veel koffie komt uit Zuid-Amerika, maar ook in Afrika en Azië wordt er steeds meer geproduceerd. Grote merken vermelden op de verpakking waar de vulling van hun capsules vandaan komt, zodat jij als proever de verschillende smaken kunt linken aan de landen van herkomst.

Britte Steenken, barista bij Le Pain Quotidien Gelderlandplein, ziet deze trend ook: “Je merkt zeker dat hier meer aandacht voor is. De gasten vragen steeds vaker waar onze koffie vandaan komt. Onze koffiebonen zijn bijvoorbeeld afkomstig van een koffieplantage uit de Villa Rica Valley in Peru, dat is een mooi verhaal om aan mensen te vertellen.” Ook Jolijn Rimmelink, barista van Coffee Company Gelderlandplein, merkt dat steeds meer gasten vragen naar de herkomst van de bonen: “Wij vragen espressodrinkers altijd met

welke koffieboon ze de espresso gemaakt willen hebben. Omdat het koffiemoment een belangrijk moment van de dag is, is het leuk om het verhaal erachter mee te kunnen geven. De herkomst, de smaakbeleving, maar ook het verhaal van de boer die aan het begin van het gehele proces staat.”

Moniek Smit, koffie-expert en consultant in de koffiewereld, ziet ook dat er meer aandacht is voor de herkomst van koffie én de smaakverschillen. “Ik vergelijk deze ontwikkeling vaak met wijn, daar spelen soort en herkomst ook een grote rol bij de keuze. Koffievoorkeur zal steeds minder afhankelijk zijn van merken en steeds meer van herkomst, verwerking en branding.”

POT ZWARTE KOFFIE

De één zweert bij een espressomachine waar hele bonen in gaan, de ander koopt het liefst voorge-malen koffie om door een filter te laten druppen. Maar veruit de populairste methode om thuis koffie te zetten blijft de volautomatische machine waar capsules ofwel pads ingaan. De Senseo's en Nespresso's schitteren in keukens door heel Nederland. Maar blijft dit zo, of gaat dit volgens experts veranderen? “Dat gaat zeker veranderen,” denkt barista Jolijn.

“Veel huishoudens nemen naast de snelle bak Nespresso koffie, ook een espressomachine in huis. Ze willen de luxe en het gevoel van een echt kopje koffie vaak ook thuis ervaren. Dit merken wij in de winkel ook: de koffie die wij schenken, verkopen we ook in zakjes voor thuisgebruik, daar is veel vraag naar.”

Moniek Smit denkt dat er vaker meer dan één zetmethode in keukens te vinden zal zijn. “Verschillende methodes voor verschillende momenten. Soms zal er tijd en aandacht zijn voor een uitgebreider koffieritueel, op een ander moment komt de snelle capsulekoffie goed uit.” En ondanks al die snelle apparaten is ook de good old filterkoffie teruggekeerd. In sommige huishoudens is deze wellicht nooit weggeweest. In de jaren zeventig verving het moderne automatische koffiezetapparaat de handgezette filterkoffie, en anno 2015 borduren we voort op het filterconcept met nieuwe methodes en apparatuur. Een voorbeeld daarvan is de Chemex of Aeropress.

Moniek Smit vindt filterkoffie onmisbaar naast espresso. “De espressomachine is nu eenmaal niet gemaakt om 'gewone', lange koffie te maken. Onder barista's is Moccamaster populair. Op het eerste oog een gewoon filterkoffieapparaat, maar technisch ideaal om speciale koffie goed

te zetten. De pot zwarte koffie is weer terug, maar dan wel met specifieke en bijzondere koffie, zeker niet 'gewoon'." Bij Coffee Company Gelderlandplein wordt als alternatief apparaat de Aeropress gebruikt. “Wij hebben voor deze zetmethode gekozen omdat onze doelgroep wel nieuwsgierig is naar andere koffies, maar graag een zwarte koffie drinkt waar ze niet al te lang op hoeven te wachten”, vertelt hun barista Jolijn. “Bij de Aeropress wordt gebruik gemaakt van een filter waardoor de koffie een zuivere smaak krijgt. Voor deze koffie heeft de gast ook meerdere opties

betreft smaken. Van donkere, gangbare koffies tot hele frisse, zachte smaken.”

DOEI DURE APPARATUUR

Filterkoffie is niet alleen een leuke manier van koffie zetten, want het hele ritueel is natuurlijk gezelliger dan op een knopje drukken bij een Nespresso apparaat. Maar het zou daarnaast ook nog gezonder zijn. De Gezondheidsraad raadt bijvoorbeeld het gebruik van koffie af, maar geeft als je toch je cafeïne wilt binnenkrijgen de voorkeur aan gefilterde koffie. “Filterkoffie doet mij denken aan vroeger,” zegt barista Britte. “Het is vrij eenvoudig en je hebt er in principe geen dure apparatuur voor nodig. Wat je er wel voor nodig hebt, is tijd. Een gemiddelde filterkoffie duurt een stuk langer dan het zetten van een espresso. Tevens bevat een filterkoffie veel meer cafeïne dan een espresso omdat de doorlooptijd een stuk langer is.” Bij Le Pain Quotidien Gelderlandplein wordt er nog geen filterkoffie geschonken, maar in het buitenland experimenteert het bedrijf al wel met filterkoffie. “Dus wie weet binnenkort ook hier!”

Naast filterkoffie, een ristretto en cappuccino zijn er talloze andere opties om in de koffiebeker te laten schenken. Zo won de flat white, bedacht in Australië en Nieuw-Zeeland, afgelopen jaar in Nederland aan populariteit. Met een dubbel shot espresso en een dun laagje melkschuim is 'ie een stuk sterker dan een cappuccino. De cortado is het kleinere broertje: een shot espresso met gestoomde melk en soms een klein beetje schuim. Jolijn van Coffee Company merkt dat de flat white en de cortado in opkomst zijn in Amsterdam. “Onze klanten willen terug naar de pure smaak van koffie en de toevoeging van

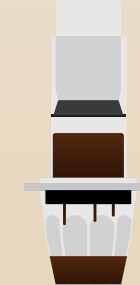
NIEUWE APPARATEN

Het capsuleapparaat, de cafetière en de Senseo kennen we allemaal. Maar er zijn meer opties; niet allemaal even nieuw, maar wel flink gemoderniseerd. Wij tippen:



- De Chemex werd in 1941 ontwikkeld door een laborant. Hij lijkt een beetje op de erlenmeyer uit een scheikundelokaal, maar tegenwoordig zit er wel een hip leren touwtje omheen. Geheel volgens de trend van filterkoffie is dit volgens veel barista's de ideale methode voor een slow dripped kopje koffie.

- De percolator was in de jaren vijftig vooruitstrevend, en nu weer terug in menig keuken. Schaf een goede percolator aan, bijvoorbeeld het klassieke mokkapotje van Bialetti, en vul deze met water en gemalen koffiebonen van goede kwaliteit. Paar minuutjes op het fornuis en dan direct uitschenken.



- De Aeropress is wél een stukje nieuwer. Alan Adler, tevens de uitvinder van de Aerobie frisbee in de jaren tachtig, bedacht 'm in 2005. Inmiddels is het lichtgewicht apparaat geliefd bij veel barista's. Het ouderwetse concept van filterkoffie in een nieuw jasje, want deze gadget brengt letterlijk het beste uit je versgebrande koffiebonen naar boven.

‘MOCHT JE NOG EEN STAPJE VERDER WILLEN GAAN DAN IJSKOFFIE, DAN IS DAAR DE TONIC ESPRESSO’

KOFFIE

veel melk hoort daar niet bij. Daarnaast is het voor enkelen ook nieuw en interessant.”

Naast variëren met koffie wordt er ook steeds kritischer gekeken naar suiker. Barista Britte: “Steeds meer gasten kiezen voor een natuurlijke zoetstof in hun koffie. Wij zien dat honing, agave en stevia steeds vaker verkozen worden boven suiker of zoetjes.” Jolijn kan dat beamen: “Mensen gaan steeds gezonder leven en kiezen de ingrediënten nauwkeurig uit. Dit geldt ook voor de melk. Naast de volle melk wordt er vaak koffie met soja-, amandel- of kokosmelk besteld.”

SLOW COFFEE

In de zomer zal er weer volop geëxperimenteerd worden met koude koffiedranken. Zo zagen we in de warme maanden in 2015 de cold brew hip worden: koffie gezet met koud water, en zo vaak urenlang ‘gebrouwen’. Slow coffee ten top, dus. Een variant is de flash brew, bedacht in Japan, en precies het tegenovergestelde van de cold brew. Hiervoor wordt koffie heel heet gezet en vervolgens zo snel mogelijk afgekoeld door de vloeistof op ijs te gieten. Waar cold brew wat zoetig en flauw is – lees: lekker om veel van te drinken als het kwik stijgt – is de flash brew frisser en smaakvoller.

De cold brew is de persoonlijke favoriet van Britte. “Deze koud gebrouwen koffie is vergeleken met zijn heet gebrouwen tegenhanger minder zuur en heeft een gladde, fluweelachtige smaak. Heel lekker in een groot glas met ijs.” Barista’s mogen dan dol zijn op dit soort koude koffievarianten, veel Amsterdammers kiezen in de zomer nog altijd voor koffiemilkshakes of de welbekende frappuccino met koffie, melk en ijsblokjes. Al dan niet met een smaakje door toevoeging van siropen.

Mocht je nog een stapje verder willen gaan, dan is daar de tonic espresso: een shot espresso aangelengd met goede tonic en wat ijsklontjes. Ijskoud en vol prik. Een variant hierop is de nitro cold brew. Hiervoor wordt cold brew koffie in fusten aangesloten op een tapsysteem, vergelijkbaar met bier. Zuurstof wordt toegevoegd, waardoor gas ontstaat dat lekker veel prik in je glas geeft. De koffie wordt iets zoeter en zachter én krijgt een schuimkraag. Nog niet gespot in Nederland, maar in het buitenland vind je deze nitro koffie zelfs al in kant-en-klare blikjes in de supermarkt. ●

DE PERFECTE ESPRESSO IN 3 STAPPEN

1. Gebruik verse (liefst biologische) bonen en zorg dat je kopje goed heet is voordat je er een espresso in zet. Daarnaast is de maling en de doorlooptijd van groot belang.
2. Zorg dat de bonen die je gebruikt niet te oud zijn, maar vers gemalen. Kijk naar de branddatum die op de zakjes vermeld staat. Daarnaast is het belangrijk dat de espressomachine goed schoon is. Dit zorgt voor een volle smaak aan de espresso zonder bittere of nare bijsmakjes.
3. Een perfecte espresso lukt alleen met een goede koffiemolen en espressomachine. Als je thuis een cappuccino of latte maakt en geen espressomachine hebt, dan geeft een Aeropress of mokkapot een prima basis.

102



THE FINE ART
OF MAKING COFFEE



CROWN &
MOUNTAIN

COFFEE ROASTERS

*Up Close
&
Beautiful*



Fotografie: Denis Koval (Unit CMA)
Styling: Martin Oomen (Unit CMA)



**TOM FORD
NOIR**

→ YVES SAINT LAURENT LIPPENSTIFT, €36,95 (DOUGLAS)
→ TOM FORD NOIR EAU DE PARFUM 100 ML, €139 (ICI PARIS XL)



† MAYBELLINE MATTIFYING POWDER,
€9,99 (KRUIDVAT)
→ (FANGO KAPPERS & Q HAIRCLUB)







† RIMMEL LONDON NAGELLAK, €3,99 (ETOS)
→ (DE STUDIO)



III

Als kids zelf zouden shoppen





† 'HOPPETOSSA' HET PIRATENSCHIP VAN PIPPI LANGKOUS IS EXCLUSIEF VERKRIJGBAAR BIJ CEDILLE SPEELGOEDWINKEL. ZE VERKOPEN OOK BIJBEHORENDE 'PIPPI POPPEN'. HET GROTE PIRATENSCHIP KOST €89,95 (CEDILLE SPEELGOEDWINKEL)



← HOUTEN DIENBLAADJE MET STIPPENDESSIN, 26 X 3 X 19 CM, €3 (HEMA) / HOUTEN THEEKOPJE MET THEEZAKJE VAN HOUT, €5 (HEMA) / WARMTEGEVOELIGE LEPEL DIE VAN KLEUR VERANDERT DOOR HITTE, SET VAN TWEE, €5,49 (KRUIDVAT) / MUSKETFLIKKEN, VERKRIJGBAAR IN VERSCHILLENDE KLEUREN, 100 GR VOOR €4,80 (HUIZE VAN WELY) / ZUURTJE PER 100 GR, €1,20 (JAMIN) / DIFRAX BIJTSPEELTJE IN DE VORM VAN EEN BOTERHAM, KAN IN DE IJSKAST GEKOELD WORDEN OM PIJN TE VERZACHTEN €4,29 (KRUIDVAT)



† JURKJE MET ROMPERTJE IN MARINESTREEP, €34,90 (PETIT BATEAU)



† DIFRNX IS EEN SPORHORLOGE VOOR ACTIEVE KINDEREN. MET DEZE SMARTWATCH KUN JE AL JE ACTIVITEITEN EN JE SLAAPPATROON VOLGEN, €24 (BART SMIT)



← TROLLEY OP WIELTJES MET EEN UITSCHUIFBARE STUIJRTANG. BESCHIKBAAR IN DRIE VERSCHILLENDE MATEN. HIER AFGEBEELD IN 53 X 39,5 X 20 CM. DEZE MAAT IS GESCHIKT ALS HANDBAGAGE, VANAF €59,95 (BRISTOL)



† BABYREGENLAARSJES VAN LAKSTOF MET TWEE KLITTENBANDSLUITINGEN AAN DE ZIJKANTEN, €34,90 (PETIT BATEAU)



← IN HET HART VAN HET GELDERLANDPLEIN VIND JE KIDDIELAND, WAAR KINDEREN HAAR HARTENLUST KUNEN SPELEN EN HUN ENERGIE KWIJT KUNNEN.

† BABY ZONNEHOEDJE MET ANKERDESSIN. HET HOEDJE HEEFT EEN ECO-SAFE LABEL EN DAT BETEKENT DAT MATERIALEN VRIJ ZIJN SCHADELIJKE STOFFEN OF GEVAARLIJKE ONDERDELEN VOOR KLEINE KINDEREN. €15,95 (UNITED COLORS OF BENETTON)



† TWEE ELASTIEKEN MET BLAUWE STRIKJES IN EEN DOOSJE €7,95 (ZOHAR KIDS)

← MET EEN DOOSJE LEGO CLASSIC WORDT DE FANTASIE GEPRIKKELD. 303 ONDERDELEN EN EEN IDEEENBOEKJE, €17,99 (BART SMIT)

115

FREEK VONK ROEPT 'T KIND IN ONS WAKKER

TEKST: FLEUR BAXMEIER / BEELD: NICO KROON X BASIL&GHOST

Hij is net terug uit Florida, Vietnam en Kenia, vliegt binnenkort naar Spanje om de Iberische lynx te fotograferen en gaat daarna door naar Jordanië, Sri Lanka en Madagaskar. Tussendoor heeft bioloog, tv-maker en kinderheld dr. Freek Vonk precies tijd om een aantal prangende vragen te beantwoorden. 'Tot eind 2017 is mijn agenda vol gepland, maar dat benauwt me niet.'

Je bent zes à zeven maanden per jaar op reis. Hoe houd je dat vol?
"Ik vind het heerlijk om in Nederland bij mijn vrienden en familie te zijn. Ik hou van het Nederlandse eten en ben gek op mijn appartementje in Scheveningen dat uitkijkt op de duinen. Maar reizen zit in mijn bloed. Ik heb net het nieuwe programma Freek tegen de Stropers gedraaid, waarin ik de neushoornstropers in kaart breng. Ik ben met antistropers op pad geweest, heb gewonde neushoorns behandeld, natuurbeschermers geïnterviewd en een stroper die tientallen neushoorns heeft gedood."

Had je de neiging om die stroper een knal voor zijn hoofd te verkopen?
Lachend: "Daar wil ik nog niet teveel over zeggen, want dan verraad ik belangrijke fragmenten uit het programma. Maar het was niet makkelijk, dat is zeker. Ik ben

ook naar Vietnam gegaan om te praten met mensen die geloven in de medicinale werking van de hoorns van neushoorn. Ze zijn ervan overtuigd dat ze daar kanker mee kunnen genezen. Daarom is de vraag naar hoorns zo gigantisch. Neushoorns worden bij bosjes afgeschoten. Als het zo doorgaat, zijn ze over twintig jaar uitgestorven."

Wat kunnen wij vanuit Nederland doen om te zorgen dat de neushoorn niet verdwijnt?

"Er zijn een heleboel mensen bezig om de neushoorn te beschermen. Op de site van BNN komt

een rijtje met stichtingen waarvan ik weet dat ze goed werk doen. Ik ben zelf ook bezig met de oprichting van een stichting om wildlife crime tegen te gaan. Die stichting zal in de komende maanden actief worden."

Door je tv-programma's en nevenactiviteiten is het makkelijk te vergeten dat je ook nog wetenschapper bent. Op welke ontdekking ben je het trotst?

"Waar wij in de biologie heel opgewonden van raakten, was het in kaart brengen van de evolutie en ontwikkeling van de giftanden van slangen. Al sinds het eind van

**'IK VIND HET NOG STEEDS
EEN GEK IDEE DAT IK DE
HEINEKEN MUSIC HALL ZES
KEER HEB UITVERKOCHT'**

INTERVIEW / FREEK VONK



de 19e eeuw was dat onderwerp van discussie. Wij hebben dat aan de hand van de ontwikkeling van 96 babyslangetjes kunnen ophelderen. Een andere spannende ontdekking was de ontrafeling van de dna-codes van de tijgerpython en de koningscobra, toevallig mijn favoriete slang. Elk wetenschappelijke paper is spannend en leuk, maar deze twee zijn mijn parels.”

Op je zeventiende had je al honderd slangen in huis. Waar komt die fascinatie vandaan?

“Hoe meer ik erover las, hoe interessanter ik ze begon te vinden. Er zijn slangen die van boomkruin naar boomkruin zweven in het Aziatische regenwoud, er zijn zeeslangen die het overschot aan zout in hun lichaam afscheiden via zoutklieren onder hun tong, er zijn slangen in de woestijn die geen vocht nodig hebben. In totaal zijn er drieduizend soorten slangen, met enorme verschillen in gedrag en ecologie. Dat is wat mij zo prikkelt.”

Heb je zelf thuis nog steeds slangen?

“Nee, daar ben ik te veel voor weg. Ik heb Johan nog wel, mijn varaan. Als ik op reis ben, wordt hij verzorgd door mijn beste vriend.”

Zou jij mensen aanraden om een reptiel in huis te nemen?

“Toen ik klein was, vond ik reptielen heel fascinerend en interessant. Ik wilde een klein stukje natuur of jungle in mijn slaapkamer. Als je kind die droom heeft, dan vind ik dat het moet kunnen. Maar het moet geen impulsaankoop zijn. Je moet je goed voorbereiden, je inlezen, gaan kijken bij liefhebbers, praten met kwekers. Als je er een tijdje over hebt nagedacht, kun je een beslissing nemen. Twijfel je, geniet dan van de dieren op televisie.”

Bij De Wereld Draait Door was te zien dat je vaste geluidsman de meeste dieren eng vindt. Ben je zelf weleens bang geweest?

“Natuurlijk giert de adrenaline soms door mijn lijf. Toen ik zonder kooi met witte haaien dook, bijvoorbeeld. Of de keer dat ik 's nachts in het water stond met een krokodil in mijn handen terwijl de boot waarin ik zou stappen afdreef. Maar al lijkt het of ik soms gevaarlijke dingen doe, ik kan het gedrag van dieren goed lezen en neem geen onverantwoorde risico's.”

Het lijkt alsof je altijd aan het werk bent. Wat doe je als je een keertje vrij bent?

“Dan ga ik een biertje drinken met vrienden, naar de bioscoop of trainen. Spinnen of naar de sauna gaan zijn voor mij de beste manieren om te ontspannen. Ik kijk ook veel films en series. Breaking Bad heb ik gezien. Dexter heb ik net afgekeken. Ik ben nu bezig met Narcos. En ik schrijf columns voor verschillende magazines en begeleid een promovendus. Ik heb genoeg te doen.”

Vorig jaar verkocht je de Heineken Music Hall zes keer uit, al je tv-programma's zijn een succes. Had je dat zien aankomen?

“Nee, nee, natuurlijk niet. Het is gelukkig geleidelijk gegaan, maar ik vind het nog steeds een gek idee dat ik de Heineken Music Hall zes keer heb uitverkocht. Dan denk ik: wauw. Maar ik neem het niet voor lief. Ik probeer er echt van te genieten.”

Naast bioloog ben je tegenwoordig ook een bekende Nederlander. Hoe vind je dat?

“Dat vind ik geen keerzijde. Zelfs als ik brak in de supermarkt rondloop, vind ik het leuk als mensen me aanspreken voor een handtekening voor hun kleindochter, kleinzoon, neefje of nichtje. Ik

zeg altijd tegen kinderen: ‘Als je me ziet, kom gewoon naar me toe.’ Het is eigenlijk alleen lastig als ik over een schoolplein wandel. Met vijftig kinderen tegelijk op de foto gaan, dat wordt een beetje een probleem.”

Beleeft de jonge generatie de natuur op een andere manier dan de oudere generatie, denk je?

“Kinderen zijn vanuit zichzelf al geïnteresseerd in natuur. Kikkertjes, visjes, salamanders. Een volwassene denkt: ‘Dat is een kikker, die heb ik al honderd keer gezien.’ Een kind kan helemaal gefascineerd zijn door zo'n beestje. Die verwondering probeer ik nog sterker te maken. Ik wil liefde voor de natuur creëren, want het is uiteindelijk wel de nieuwe generatie natuurbeschermers die naar mijn programma kijkt.”

Je bent pas 32, maar je hebt al een hele carrière achter de rug. Wat wil Freek Vonk later worden?

Grinnikend: “Dat wat ik nu doe. Programma's maken, wetenschappelijk onderzoek verrichten. Ik ben bezig met een film die volgend jaar moet uitkomen. Tot eind 2017 is mijn agenda al volledig vol gepland. Dat benauwt me niet, ik vind het juist een lekker idee. Misschien omdat ik wat ik doe niet zie als werk. Post bezorgen, auto's wassen en de andere bijbaantjes die ik vroeger had, dát was werk. Ik doe nu wat ik het allerleukste vind.” ●



SAFARI IN AFRIKA?

Ruim 100 inspiratiereizen vindt u op www.jambo.nl en in onze brochure of bel met onze Afrika specialisten op 020-2012740 voor een reis op maat. De mogelijkheden zijn eindeloos, privé reizen geheel conform uw wensen!



Tanzania · Kenia · Madagaskar
Seychellen · Mauritius · Zuid-Afrika
Oeganda · Zimbabwe · Namibië
Mozambique · Zambia · Botswana





feestweek

Een optreden van een mystery guest, gratis cadeauvouchers, kortingen tot wel 50 procent. De opening van het vernieuwde Gelderlandplein gaat gepaard met een feestweek waar je U tegen zegt.

LIMITED EDITION GP SHOPPER

Van zaterdag 9 t/m dinsdag 12 april krijgt elke bezoeker van het Gelderlandplein bij binnenkomst een luxe limited edition shopper cadeau.¹

CADEAU-VOUCHER T.W.V. €50 VOOR DE EERSTE 100 BEZOEKERS

Op zaterdag 9 april krijgen de eerste 100 bezoekers van het Gelderlandplein een limited edition shopper met een €50 shoptegoed voucher.²

KORTINGEN TOT WEL 50%

Elke limited edition shopper bevat een plattegrond van het Gelderlandplein. Op de achterkant vind je alle acties die exclusief gelden tijdens deze speciale feestweek. De deelnemende winkels zijn te herkennen aan de opvallende GP-actiesticker op het raam.



RIJ JIJ STRAKS EEN FIAT 500?

Tegelijk met de luxe limited edition shopper worden persoonlijke kraskaarten met een wincode uitgereikt. Activeer deze unieke code online tot uiterlijk 12 april 17:00 uur op www.gelderlandplein.nl/wineen500 en maak kans op een gloednieuwe Gelderlandplein-Fiat 500.³ De sleutels worden op woensdag 13 april om 16:00 uur op het Gelderlandplein aan de winnaar uitgereikt door presentatrice Nicolette van Dam.

1) ZOLANG DE VOORRAAD STREKT.
2) HET BEDRAG DIEN IN ZIJN GEHEEL BIJ 1 WINKEL OF GELEGENHEID VAN HET GELDERLANDPLEIN TE WORDEN UITGEGEVEN. ER WORDT GEEN WISSELGELD UITBETAALD BIJ EEN KLEINER BEDRAG DAN €50.
3) CHECK DE ACTIEVOORWAARDEN OP WWW.GELDERLANDPLEIN.NL/WINEEN500

Feestweek Kids Day

Ook voor kinderen is er genoeg te doen tijdens de feestweek van het Gelderlandplein. Zet alvast een groot kruis in je agenda op woensdagmiddag 13 april van 14:00 tot 17:00 uur. Kids Day!

BALLONNEN-SPEURTOCHT

Bij de ingangen van het Gelderlandplein worden spel-formulieren uitgedeeld waarmee de kinderen in en om het Gelderlandplein op zoek kunnen gaan naar 10 XL ballondieren, speciaal gemaakt door ballon-kunstenaar Micha de Haan. Raad welke 10 dieren het zijn en maak de slagzin af om kans te maken op een van de prachtige prijzen,¹ waaronder een hoverboard.

EXCLUSIEVE SHOW MYSTERY GUEST

Om 15:00 uur zal op het centrale plein een zinderende show worden gegeven door een van Nederlands dapperste avonturiers met spannende verhalen en gevaarlijke 'vrienden'. Ga naar www.gelderlandplein.nl/mystery-guest en raad wie deze mystery guest is om kans te maken op een van de gelimiteerde plaatsen tijdens de show.

CRAZY ANIMAL (SOCIAL MEDIA) PHOTOBOOT

Ga met je ouders en/of vrienden op de foto in dit wonderlijke decor en post die te gekke foto online. Krijg jij de meeste likes?

UITREIKING FIAT 500 MET NICOLETTE VAN DAM

Om 16:00 uur zal Nicolette van Dam de winnaar bekend maken van de Fiat 500 winactie en de sleutels overhandigen op het centrale plein.

SHOPS

FASHION

B

BEVER

Gelderlandplein 132-134
1082 LB Amsterdam

BEVER.NL

BEVERLY BEETHOVEN

Gelderlandplein 203
1082 LW Amsterdam

BEVERLYBEETHOVEN.NL

BRONWASSER WOMAN

Gelderlandplein 57
1082 KZ Amsterdam
020 - 644 14 60

BRONWASSERWOMAN.NL

C

COSTES

Gelderlandplein 128-130
1082 LB Amsterdam

COSTESFASHION.COM

H

HEMA

Gelderlandplein 54-56
1082 LB Amsterdam
020 - 661 28 05

HEMA.NL

HUNKEMÖLLER

Gelderlandplein 115
1082 LV Amsterdam
+31 (0)20 661 6761

HUNKEMOLLER.NL

I

IKKS

Gelderlandplein 161
1082 LW Amsterdam

IKKS.COM/NL

INTERSPORT DUO

Gelderlandplein 44
1082 LB Amsterdam
020 - 644 24 42

INTERSPORTDUO.NL

L

LINCHERIE

Gelderlandplein 52
1082 LB Amsterdam
020 - 644 11 52

LINCHERIE.NL

M

MANGO

Gelderlandplein 136-146
1082 LB Amsterdam

SHOP.MANGO.COM/NL

MCGREGOR

Gelderlandplein 159
1082 LW Amsterdam

MCGREGOR.NL

MODEHUIS BLOK

Gelderlandplein 25
1082 KX Amsterdam
020 - 646 26 56

MODEHUISBLOK.NL

P

PAUW

Gelderlandplein 8
1082 LA Amsterdam
020 - 644 18 80

PAUW.NL

PAUW MANNEN

Gelderlandplein 2
1082 LA Amsterdam
020 - 722 08 09

PAUW.NL

PETIT BATEAU

Gelderlandplein 17
1082 KX Amsterdam
+31 20 3586308

NL.PETIT-BATEAU.BE

R

RICK MOORMAN | HOUSE OF MEN

Gelderlandplein 135
1082 LV Amsterdam
020 - 644 11 62

RICKMOORMAN.NL

ROGGE AMSTERDAM

Gelderlandplein 48
1082 LB Amsterdam
020 - 642 63 06

ROGGEAMSTERDAM.NL

S

SISSY BOY

Gelderlandplein 54-56
1082 KZ Amsterdam
020-7400705

SISSY-BOY.COM

U

UNITED COLORS OF BENETTON

Gelderlandplein 211
1082 LX Amsterdam
+31 20 4043330

BENETTON.COM

W

WITTEVEEN MODE

Gelderlandplein 211
1082 LX Amsterdam
020 - 661 48 62

WITTEVEEN.EU

Z

ZOHAR FASHION

Gelderlandplein 167
1082 LW Amsterdam
020 - 755 28 93

ZOHARFASHION.NL

ZOHAR KIDS

Gelderlandplein 61
1082 LV Amsterdam
020 - 661 49 29

ZOHARKIDS.NL

FOOD & DRINKS

A

ARIE VAN DE RAA CULINAIRE SLAGERIJ

Gelderlandplein 39
1082 KZ Amsterdam
020 - 644 14 86

ARIEVANDERAA.COM

G

GALL & GALL

Gelderlandplein 35
1082 KZ Amsterdam
020 - 644 13 93

GALL.NL

H

HEMA

Zie FASHION

HUIZE VAN WELY

Gelderlandplein 173
1082 LW Amsterdam
020 - 644 13 92

HUIZEVANWELY.NL

L

LA FOURCHETTE

Gelderlandplein 43
1082 KZ Amsterdam
020 - 644 44 56

N

NESPRESSO

Gelderlandplein 114
1082 LB Amsterdam

NESPRESSO.COM

GROCERIES

A

ALBERT HEIJN XL

Gelderlandplein 47
1082 KZ Amsterdam
020 - 642 37 94

AH.NL

ARIE VAN DE RAA
Zie FOOD & DRINKS

G

GALL & GALL

Zie FOOD & DRINKS

H

HEMA

Zie FOOD & DRINKS

HUIZE VAN WELY

Zie FOOD & DRINKS

J

JAMIN

Gelderlandplein 28
1082 LB Amsterdam
020 - 644 72 69

JAMIN.NL

M

MARQT

Gelderlandplein 118
1082 LB Amsterdam
t. 020 2182388

MARQT.COM

MULTIVLAAI

Van Leijenberghlaan 212
1082 DC Amsterdam
020 - 661 00 18

MULTIVLAAI.NL

O

OLIIDIOLIVO

Gelderlandplein 139
1082 LV Amsterdam
020 - 442 33 03

OLIIDIOLIVO.COM

S

SHILLA
Gelderlandplein 32-34
1082 LB Amsterdam
020 - 642 84 23
SHILLA-AMSTERDAM.NL

STADSBAKKER JONGEJANS
Van Leijenberghlaan 176-178
1082 DC Amsterdam
020 - 442 07 66
BAKKERJONGEJANS.NL

V

VISHANDEL KROON
Gelderlandplein 36
1082 LB Amsterdam
020 - 642 76 51
VISHANDELKROONAMSTERDAM.NL

HEALTH & BEAUTY

B

BOOTS APOTHEEK LOEVESTEIN
A.J. Ernststraat 589 B
1082 LD Amsterdam
020 - 642 18 28
[HTTP://NL.BOOTSCOM/APOTHEKEN/BOOTS-APOTHEEK-LOEVESTEIN/](http://NL.BOOTSCOM/APOTHEKEN/BOOTS-APOTHEEK-LOEVESTEIN/)

D

DOUGLAS
Gelderlandplein 12-14
1082 LA Amsterdam
020 - 644 14 61
DOUGLAS.NL

E

ETOS
Gelderlandplein 159
1082 LW Amsterdam
020 - 642 72 13
ETOS.NL

F

FANGO KAPPERS
Gelderlandplein 76
1082 LB Amsterdam
020 - 644 14 84
FANGOKAPPERS.NL

I

ICI PARIS XL
Gelderlandplein 163-165
1082 LW Amsterdam
020 - 642 48 51
ICIPARISXL.NL

K

KAPSALON Q HAIRCLUB
Willem van Weldammelaan 31
1082 KT Amsterdam
020 - 646 62 12
QHAIRCLUB.NL

KRUIDVAT
Gelderlandplein 24
1082 LB Amsterdam
KRUIDVAT.NL

R

RITUALS
Gelderlandplein 124
1082 LB Amsterdam
020 - 661 53 94
EU.RITUALS.COM

S

DE STUDIO
Willem van Weldammelaan 27
1082 KT Amsterdam
020 - 661 70 12 De Studio
DESTUDIOAMSTERDAM.NL

T

DE TUINEN
Gelderlandplein 153
1082 LW Amsterdam
020 - 644 09 63
DETUINEN.NL

V

VITAMINSTORE
Van Leijenberghlaan 214
1082 DC Amsterdam
020 - 644 67 11
VITAMINSTORE.NL

JEWELRY

J

JUWELIER SIETZE WAGENMAKERS
Gelderlandplein 20-22
1082 LA Amsterdam
020 - 644 10 61

S

SIEBEL JUWELIERS
Gelderlandplein 21
1082 KX Amsterdam
088 - 655 03 64
SIEBELJUWELIERS.NL

LIVING

B

BLOKKER
Gelderlandplein 121
1082 LV Amsterdam
020 - 644 08 48
BLOKKER.NL

BRÖRING SLAAPCOMFORT
Gelderlandplein 101-111
1082 LV Amsterdam
020 - 301 36 60
BRORING.COM

C

COOK&CO
Gelderlandplein 149-151
1082 LW Amsterdam
020 - 404 30 58
COOKANDCO.NL

H

HEMA
Zie FOOD & DRINKS

R

RIVIÈRA MAISON
Gelderlandplein 110
1082 LB Amsterdam
020 - 644 00 47
RIVIERA-MAISON.COM

S

SISSY BOY
Zie FASHION

T

TOTAL 4 LIVING
Willem van Weldammelaan 29
1082 KT Amsterdam
TOTAL4LIVING.NL

V

VILLEROY & BOCH
Gelderlandplein 102
1082 LB Amsterdam
VILLEROY-BOCH.NL

SERVICES

A

ABN AMRO BANK
Willem van Weldammelaan 7
1082 KT Amsterdam
0900 - 0024
ABNAMRO.NL

B

BELCOMPANY
Gelderlandplein 60
1082 LB Amsterdam
020 - 644 67 82
BELCOMPANY.NL

D

DE DIAMANTEN SCHAAR
Willem van Weldammelaan 13
1082 KT Amsterdam
020 - 642 20 78
DIAMANTENSCHAAR.NL

E

EYE WISH OPTICIENS
Gelderlandplein 117
1082 LW Amsterdam
020 - 644 07 93
EYEWISH.NL

H

HAPPY PRINT
Gelderlandplein 40
1082 LB Amsterdam
020 - 644 18 61
HAPPYPRINTFOTO.NL

I

ING BANK
A.J. Ernststraat 551
1082 LD Amsterdam
020 22 888 88
INGBANK.NL

K

KIDDIELAND
Centrale plein

L

LA VALISE
Gelderlandplein 213
1082 LX Amsterdam
020 - 644 28 34
LAVALISE.NL

P

PINGUIN
Gelderlandplein 171
1082 LW Amsterdam
020 - 646 34 63
PINGUIN.NL

R**RABOBANK** (pinautomaat)
RABOBANK.NL**S****SCHMIDT OPTIEK**
Willem van Weldammelaan 9
1082 KT Amsterdam
020 - 644 21 08
SCHMIDTOPTIEK.NL**SCHOENMAKERIJ
DE LEEST**
Gelderlandplein 38
1082 LB Amsterdam
020 - 646 32 03**STOMERIJ
GELDERLANDPLEIN**
Loowaard 36
1082 KR Amsterdam
020 - 644 16 98
STOMERIJGELDERLANDPLEIN.NL**T****TABAKSPECIAALZAAK
VAN LOOKEREN**
Gelderlandplein 143
1082 LV Amsterdam
020 - 644 10 62
VANLOOKEREN.COM**TIMP BOEKHANDEL**
Gelderlandplein 147
1082 LW Amsterdam
020 - 642 33 68
TIMPBOEKHANDEL.NL**W****WASSALON
BUITENVELDERT**
Loowaard 32
1082 KR Amsterdam
020 - 644 18 43
FRISMATRAS.NL**SHOES****B****BRISTOL**
Willem van Weldammelaan 11
1082 KT Amsterdam
020 - 642 80 61
BRISTOL.NL**BRONWASSER WOMAN**
Zie FASHION**E****ECCO**
Gelderlandplein 207
1082 LW Amsterdam
088 - 00 88 286
NELSON.NL/WINKELS/ECCO**N****NELSON SCHOENEN**
Gelderlandplein 74
1082 LB Amsterdam
088 - 00 88 178
NELSON.NL**S****SCHOENMAKERIJ
DE LEEST**
Zie SERVICES**Z****ZWARTJES VAN 1883**
Gelderlandplein 219
1082 LX Amsterdam
020 - 644 14 71
ZWARTJES.NL**TOYS****B****BART SMIT**
Gelderlandplein 169
1082 XL Amsterdam
020 - 642 79 50
BARTSMIT.COM**BLOKKER**
Zie LIVING**C****CEDILLE
SPEELGOEDWINKEL**
Hoek Gelderlandplein / A.J.
Ernststraat 573
1082 LD Amsterdam
020 - 616 26 94
CEDILLESPEELGOEDWINKEL.NL**H****HEMA**
Zie FASHION**S****SISSY BOY**
Zie FASHION**RESTAURANTS****C****COFFEE COMPANY**
Gelderlandplein 145
1082 LV Amsterdam
020 - 442 11 81
COFFEECOMPANY.NL**G****GRIZZL**
Willem van Weldammelaan 9
1082 KT Amsterdam
020 - 661 82 20
GRIZZL.NL**GUSTO DI CASTO**
Van Leijenberghlaan 216-218
1082 DC Amsterdam
020 - 644 89 03
GUSTODICASTO.NL**I****IZAKAYA TANUKI**
Willem van Weldammelaan 41-45
1082 KT Amsterdam
RESTAURANT-TANUKI.NL**LA PLACE**
Gelderlandplein 62
1082 LB Amsterdam
LAPLACE.COM**LE PAIN QUOTIDIEN**
van Leijenberghlaan 130
1082 DB Amsterdam
+31 (0)20 36 26 996
LEPAINQUOTIDIEN.NL**R****RUBY ORIENTAL
RESTAURANT**
A.J. Ernststraat 589a
1082 LD Amsterdam
020 - 644 16 99
RESTAURANTRUBY.NL**S****SAIGON**
Willem van Weldammelaan 41-45
1082 KT Amsterdam
SAIGON-CAFE.NL**T****TAKUMI**
Van Leijenberghlaan 140
1082 DC Amsterdam
06-40228139
TAKUMIBURGERLOBSTER.NL**TJIN'S**
Willem van Weldammelaan 9b
1082 CK Amsterdam
020 - 404 21 75
TIINSGELDERLANDPLEIN.NL

BEREIK-BAARHEID

Winkelcentrum Gelderlandplein is goed bereikbaar, zowel met de auto als met het openbaar vervoer. Gelderlandplein heeft drie entrees: aan de Willem van Weldammelaan, aan de van Leijenberghlaan en aan de Arent Janszoon Ernststraat.



GRATIS BUS

Reis je vanaf de Zuidas of de wijk Buitenveldert? De Gelderlandpleinlijn brengt je gratis naar Gelderlandplein. Deze buslijn zou vorig jaar verdwijnen, maar is behouden gebleven door de inzet van Lesley Bamberger, directeur van de Kroonenberg Groep: "Het Gelderlandplein heeft een centrale plek in de buurt en moet om die reden ook voor iedereen bereikbaar kunnen zijn." Er is een gratis app te downloaden met de tijden van de Gelderlandpleinlijn: de Gelderlandpleinlijn-app. Gelderlandplein is ook te bereiken met bus 199 vanaf Schiphol.

GRATIS PARKEREN

Als je de routeplanner gebruikt, voer dan voor P1 in: 'Van Leijenberghlaan 43, 1082 GC Amsterdam'. Dit is de parkeergarage onder Gelderlandplein. Is deze vol, dan kun je terecht bij P2 of P3 aan De Loowaard. In beide garages parkeer je de eerste 1,5 uur gratis.

BAR REFAELI
by Chen Man

HUBLOT

T H E A R T O F F U S I O N

Big Bang Gold White Diamonds.
18K red gold chronograph, adorned
with diamonds. White rubber strap.



EXCLUSIVE RETAILERS

LEON MARTENS

+31(0)43 325 63 63 leonmartens.com

SCHAAP + CITROEN

+31(0)20 346 34 00 schaapcitroen.nl

ARTU NAPOLI

TED BAKER
LONDON

CAMBIO



SCOTCH & SODA
MAISON SCOTCH

ESSENTIEL
ANTWERP

Dante **6**

CIRCLE OF GENTLEMEN

DAY
BIRGER ET MIKKELSEN
✿

RUBY TUESDAY®

L.B.M. 1911

MARCCAIN

REPEAT
cashmere



LACOSTE

B
BASLER

WEEKEND
MaxMara



kyra
& ko

MOQ®

CAVALLARO
NAPOLI

HERNO

MARINA RINALDI

... EN NOG 183 ANDERE MERKEN



MODEHUIS

BLOK

AMSTERDAM BUITENVELDERT · UITHOORN