



■ Barend Boot toont bonen uit de brander aan de Hermesweg.

Christine Schut

veel geld. De familie verkocht hun huis in de Sophialaan om de droom van vader Jacob te realiseren. Het bleek geen verkeerde keuze. De box werd een succes.

„In 1973 opende mijn vader een winkel onder de naam The Golden Coffee Box in de Teding van Berkhoutstraat. Als je destijds door de Laanstraat liep, rook je de ontzettend lekkere geur. Het was een echte belevingswinkel. Je rook dat er binnen kwaliteit moest zijn. Mensen stonden in de rij voor koffie uit de boxen, die op een rijtje stonden te branden, en de verhalen van mijn vader die vertelde over koffie”, lacht Boot junior. In 1993 namen Barend en zijn jongere broer Willem de winkel over. Tot Willem in 1998 terugging naar de Verenigde Staten, waar hij nog woont. Willem richtte daar Boot Coffee op. Dat bedrijf bestaat dit jaar 25 jaar. „De jubilea gaan we samen vieren met een koffiecongres later dit jaar. Mijn broer heeft een wereldberoemd trainingscentrum voor koffieboeren en prijswinnende plantages in Ethiopië en Panama”, meldt Willems oudere broer trots. „Er zijn competities tussen koffieboeren, met als achterliggende gedachte boeren te stimuleren hun kwaliteit te verbeteren. Die koffie wordt anoniem geproefd, geveild en komt hier in de winkel te liggen. De boeren gaan hierdoor meer experimenteren met koffie. Wat nu met koffie gebeurt, is wat ook met bier is gebeurd met het ontstaan van allerlei speciaalbieren.”

Barend Boot groeide als puber op in Baarn in de jaren zestig, samen met zijn broer en zus. „Ik vond het destijds geweldig dat mijn vader zijn droom najoeg. Ik zat op Het Baarnsch Lyceum, toen een bolwerk van kak met daarbinnen een kleine protestgroep. Daar zat ik bij. Ik was lid van het Interkerkelijk Vredesberaad (IKV) en de CPN, dat sloot wel aan bij de ideeën van mijn vader over eerlijke koffiehandel. Maar toch was ik ook een puber die zich afzette tegen thuis. Mijn vader

werkte hard en was daardoor veel weg, dat vond ik niet fijn. Ik wilde daardoor eerst de koffiehandel niet in. Ik mocht trouwens met mijn lange haar ook niet in de winkel staan.” Boot Koffie hecht aan tradities. Zo is het eerste logo met het koffieboontje in de loop der jaren gerestyled, maar wel gebleven. Hetzelfde geldt voor de goudkleurige verpakkingen. „Dat is mede waardoor Baarn beroemd is, de koffiefamilie met het gouden pakje. Het staat voor kwaliteit. Hetzelfde geldt voor het gouden koffieboontje als zegel.” Darja Koster vult aan: „We hebben eindeloos getest welke melk het beste past bij de cappuccino waardoor de smaak van de koffie niet wordt weggedrukt”, vertelt ze met liefde voor haar vak. „We worden er als medewerkers gelukkig van dat we dit kunnen geven aan onze bezoekers.” En: „Mijn moeder van 94 wordt nog steeds gebeld door nog oudere mensen die vertellen dat ze naar Boot gaan voor koffie als ze in een neerslachtige stemming zijn en dan weer opvrolijken”, aldus Marianne Boots zoon trots.

Op de vraag hoe beiden de toekomst zien van het bedrijf, antwoordt Boot: „Ik verwacht dat Boot over vijftig jaar nog steeds bestaat met een actieve medewerkerskring die hier, in samenwerking met de koffieboeren koffie verkopen en dat de kinderen van die boeren hier stage lopen. Dat gebeurt nu nog niet, wel komen koffieboeren hier naartoe. Dan nemen we ze mee langs locaties waar hun koffie wordt verkocht.” Boot Koffie brandt 100.000 kilo koffiebonen per jaar. „Voor een brander die gespecialiseerd is in specialty koffie, is dat een mooie hoeveelheid. Uit een kilopak haal je tussen de 100 en 110 kopjes espresso en 140 tot 160 kopjes filterkoffie. Met elk kopje dat je aandacht geeft, zet je boeren in het zicht. Onze slogan ‘geluk door smaak’ is dubbel bedoeld. Je geniet zelf van je koffie en de boeren ontvangen een goede prijs”, besluit Darja Koster.



■ In de Laanstraat is duidelijk te zien dat Boot 50 jaar bestaat.