

JUBILEUM 50 jaar Boot Koffie. Eigenaar Barend blikt terug en vooruit

'Koffie is echt een ondergeschoven kindje voor sterrenrestaurants'

Boot Koffie werd 50 jaar geleden in Baarn opgericht door Jacob Boot, pionier in Europa op het gebied van 'specialty coffee'. Zoon Barend runt het bedrijf sinds begin jaren 90 met net zo veel passie als zijn vader.

„Houdbare melk zou verboden moeten worden in de koffie

Emma Kemp

Baarn ■ Als de deur van de koffie-winkel aan de Laanstraat opengaat, komen alle warme en kruidige geuren van de koffiebonen je tegemoet. De muren zijn gevuld met de herkenbare gouden zakken: 'essentieel voor de herkenbaarheid'. Achterin, tussen de koffieapparaten, zit eigenaar Barend Boot met algemeen directeur Darja Koster die graag terugblikken op 50 jaar Boot Koffie, een naam die zo'n tien jaar geleden bijna onopgemerkt is veranderd nadat het bedrijf jarenlang 'The Golden Coffee Box' heette.

Het koffiebrandertje werd bedacht door Jacob Boot. Lange tijd was hij directeur van koffiebrandery Neuteboom. Hier mengden ze allerlei koffiebonen door elkaar. „Ook kwaliteitsvolle plantagekoffies. Zonde natuurlijk”, zegt Barend.

Zijn vader schrok ervan dat er zoveel goede bonen in een blend verdwenen, waardoor de smaak van sommige koffiebonen niet tot hun recht konden komen. Hij kwam daarom op het idee van een tafelkoffiebrander. Hiermee konden mensen thuis hun eigen bonen branden, van één plantage. De koffiebrander ontwikkelde hij met

Inventum, een bedrijf uit Bilthoven. Van deze Golden Coffee Box werden 500 exemplaren gemaakt. „Het was niet makkelijk om er geld mee te verdienen”, gaat Barend verder. „De brander, die 1500 gulden kostte, werd mondjesmaat gekocht door koffieliefhebbers. Ook missionarissen en handelaren in groene koffie kochten hem. Het apparaat gebruikte Jacob om het koffiebranden te demonstreren, wat heerlijk rook. De gouden glanzende verpakking, inclusief stickers met de naam van het bedrijf en de plantage.”

Boot sr. ging dus zijn droom achterna en ruilde zijn vaste baan met een goed salaris in voor zijn hobby. „We woonden in een prachtig verbouwd huis in Baarn en ruilden dat in voor een huurwoning”, herinnert Barend zich. „Mijn moeder heeft bijna tien jaar lang ook een baan gehad om voldoende huishoudgeld te verdienen. Ze hebben de financiële eindjes wel bij elkaar moeten knopen.” Boot sr. deed het met plezier. „Als ik bij de industriële koffiebrander was gebleven, had ik misschien wel een hartinfarct gekregen”, zegt hij in 1979 in een interview met de Gooi- en Eemlander.

Boot sr. opende zijn winkel in

Baarn, een erkertje van zestien vierkante meter in de kleuren oranje en koffiebruin. Om de hoek van het huidige pand, aan de Teding van Berkhoutstraat. „De mensen stonden in de rij voor de koffie en ook de verhalen erachter”, vertelt Barend, die begin jaren 90 het bedrijf overnam samen met zijn broer Willem. In zijn jongere jaren leek het er niet op dat hij in de koffie terecht zou komen. „Ik was niet netjes genoeg, met mijn lange haar. Maar ik wilde wel de wereld verbeteren en dat kan met koffie ook.”

Transparantie

Het bedrijf heeft duurzaamheid hoog in het vaandel staan: een eerlijke prijs voor de koffieboeren en zoveel mogelijk transparantie in het proces. „Duurzame koffie is gewoon lekkerder, niet alleen vanwege de kwaliteit, wat de essentie is, maar ook omdat je weet dat je de 'juiste' koffie drinkt”, zegt algemeen directeur Darja Koster. „Daarin is natuurlijk altijd verbetering mogelijk.”

„Ik zie het liefst de naam van de koffieboer op alle pakken koffie verschijnen, ook op die van de supermarkt”, geeft Barend als voorbeeld. „Dat komt de transparantie ten goede. En als je de koffie lekker vindt, kun je de naam van de boer onthouden voor de volgende keer.” Op sommige koffiesoorten is op de website uiteengezet welk aandeel van het bedrag de koffieboer krijgt, zoals de Colombia Kachalu. „In de jaren 60, en ook nu nog, kregen boeren een hele slechte prijs voor hun koffie. De boer kende zijn eigen koffie ook niet”, gaat Barend verder. „Tegenwoordig is de koffie van sommige plantagelanden zo populair in hun eigen land, dat het nog maar moeilijk te verkrijgen is.”

Toen Jacob Boot begon, streefden koffiebedrijven naar een zo laag mogelijke prijs. „Daarin is niet veel veranderd. De koffie-industrie draait op goedkoop gemak, zodat je concurrenten uit de markt kunt duwen. Ze willen zoveel mogelijk mensen bereiken en die altijd dezelfde koffie geven. Daarom drinken Nederlanders drinken graag roodmerkkoffie, die is herkenbaar: kruidig, bitter en pittig.” „Als mensen echte Arabica-koffie proeven tijdens onze workshops zeggen ze 'oh, dus zo smaakt koffie'”, vertelt Darja. Toch hechten veel Nederlanders aan de halve kilo koffie voor ongeveer 7 euro uit de supermarkt. Specialty koffie kost gerust 24 euro voor hetzelfde gewicht. „Het is goed om je af te vragen hoe zo'n product zo goedkoop kan zijn, terwijl het zo arbeidsintensief is”, gaat Darja verder. „Er komt ook nog transport bij, het wordt gebrand en verkapt. Kan die boer nog wel te eten krijgen voor het deel dat hij krijgt?”

Sommige 'single estate' (direct herleidbaar naar de boer) koffiebonen zitten al dertig jaar in het assortiment van Boot Koffie. De familie Hartmann bijvoorbeeld, komt regelmatig naar voren in de verhalen van de jarige koffiebranderij. „Vanaf de jaren 50 zijn zijn koffie gaan verbouwen in Panama”, legt Barend uit. „Nu is het een van de belangrijkste koffiefamilies wereldwijd, met wie wij zo'n 25 jaar samenwerken.” Medewerkers bij Boot bezoeken de familie regelmatig in Panama. Ook bezoekers van de koffiewinkel reizen af naar de oorsprong van hun favoriete kop koffie. „Ze zien dan waar de koffie verkocht wordt, en de boeren ontmoeten de mensen die het drinken. Een hele ervaring”, aldus Darja.

Ondergeschoven kindje
Barend haalt een smaakwiel tevoorschijn waarop zoveel verschillende tonen en aroma's staan, dat het bijna duizelt. De smaak van koffiebonen verschilt niet alleen door de variëteit van de plant, maar ook hoe hoog de plant groeit, het type grond, het microklimaat en de hoeveelheid schaduwbonen. Hoe hoger de biodiversiteit op de plek, hoe beter voor de koffie. Barend en zijn medewerkers

Florian laat de net gebrande bonen ruiken aan Barend.

vergelijken het koffieproces regelmatig met wijn. „Op een fles staat altijd het land van herkomst. Ook kun je verschillende soorten koffie net zo goed combineren met gerechten als wijn. Een afgekoelde koffie geeft weer andere smaakdynamiek dan een hete kop. Voor sterrenrestaurants is koffie echt een ondergeschoven kindje. Van iedere wijnsoort weten ze waar die vandaan komt, maar aan de koffie besteden ze weinig aandacht.”

Dat er steeds meer specialty-koffie-merken op de markt komen, ziet Barend als iets positiefs. Bang voor concurrentie is hij niet. „Dat is alleen maar goed. Ook hebben zij een ander smaakprofiel. Wij zorgen er bijvoorbeeld voor dat we geen te zure tonen hebben. Zo vindt iedereen zijn eigen doelgroep.”

50 jaar

Wat gaat er dit jaar gebeuren, nu Boot koffie 50 jaar bestaat? „We hebben door de jaren heen veel medewerkers gehad. Die nodigen we allemaal uit voor een feest. Ook het bedrijf van mijn broer bestaat 25 jaar, die in Amerika en Panama koffie verkocht wordt, en de boeren ontmoeten de mensen die het drinken. Een hele ervaring”, aldus Darja.

„Zo doet de familie Hartmann ook vogeltoeren en je kunt overnachten bij de plantages. Door

een mix van activiteiten kunnen ze op allerlei manieren inkomen verwerven.”

Barend drinkt zelf tussen de 15 en 20 kopjes per dag, net als zijn vader deed. 's Ochtend wordt er een pittige koffie uit Sumatra gezet. „Goed om mee wakker te worden.” 's Middags volgt een Panamaboon die een 'rustige' smaak heeft. De dag sluit hij af met koffie uit Ethiopië. „Die boon heeft een balans van chocola en citrus, erg zacht, maar vol van smaak.”

Melk in de koffie, ook daarin is Barend het eens met zijn vader. „Koffiemelk is gruwel”, zei Boot sr. tegen de Gooi- en Eemlander. „Vooral houdbare melk zou verboden moeten worden in de koffie. Melk verandert specialty koffie volledig”, volgens Barend. „Het haalt het originele fijnzinnige gelaagde karakter naar beneden. Hele mooie wijnen meng je toch ook niet met allerlei andere dranken?”

Als je dan toch koffie met melk wil drinken, raadt hij aan zuivere hoogwaardige melk te gebruiken, zoals de biologische volle melk van Weerribben Zuivel. „Deze gebruiken wij al tien jaar en drukt de smaak van de koffie minder weg.”

400 kilo per week
Aan de Hermesweg op het industrieterrein in Baarn staat de koffiebrander waar elke dinsdag en donderdag in totaal vierhonderd kilo bonen in gaan. Florian van Beers zit achter een computerscherm waar hij minutieus het proces bijhoudt. „Deze is nog semi-automatisch.” Naast de machine staan ongeveer tien witte emmers met groene bonen die allemaal een andere tint hebben. Bij de groenste boon is direct na de pluk van de

bes het schilletje ervan afgehaald, de donkere boon is gefermenteerd en de donkerste boon is cafeïnevrij gemaakt: behandeld met CO₂, door een bedrijf in Bremen.

Rick Maas, koffie-inkoper bij Boot, legt uit hoe het branden in zijn werk gaat. „Het is belangrijk dat je begint met een goed product”, zegt Rick, die ooit zijn eigen mobiele espressobar had. „Een slecht product kun je alleen maar maskeren.” Per boon is er een ander brandprofiel ingesteld dat via het scherm in de gaten gehouden wordt. „Het branden gebeurt in een soort droogtrommel, zodat de bonen gelijkmatig worden verhit. De temperatuur stijgt tot ongeveer

200 graden. Na de branding worden ze zo snel mogelijk afgekoeld tot 30 graden. „Als dat langer duurt, gaat de boon anders smaken”, legt Rick uit. „Hoor je dat geknetter? Zodra dat begint, weet je dat het bijna klaar is.”

„Het knapperen betekent dat de boon uitzet en aan het karamelliseren is”, legt Florian uit, die met een lange schep een paar bonen uit de machine haalt en eraan ruikt. „Net als popcorn.” In de Golden Coffee Box was dat ook de manier om te weten hoe ver het proces was: geur en geluid. Florian opent de klep en binnen een paar seconden zijn alle bonen uit de brander, klaar om verpakt te worden.



„Boeren krijgen een hele slechte prijs voor hun koffie

FOTO STUDIO KASTERMANS/ALEXANDER MARKS



Jacob Boot in de eerste Boot-winkel.

FAMILIE BOOT



Het café aan de Laanstraat 49 in Baarn.

FOTO STUDIO KASTERMANS/ALEXANDER MARKS