

Koken & Bedienen Thuis zet begrafeniscatering hoog op agenda

'Sombere dag moet goed eindigen'

■ CATERING

NIEUWVEEN - Bij een uitvaartgelegenheid hoort een sobere catering. Althans, dat was altijd de norm. Een kop koffie en een plak kleffe cake, verder ging het niet op de gemiddelde begrafenis of crematie. Steeds meer mensen willen toch meer dan dat bij de uitvaart van een geliefde. Cateringbedrijven zien kansen, maar blijven voorzichtig. Koken & Bedienen Thuis uit Heemstede vindt dat het allemaal wel wat fleuriger kan. Zij besteden als één van de weinigen speciale aandacht aan hun begrafeniscatering.

DOOR LIZETTE BREMER

"Onder goede uitvaartcatering verstaan wij geen zwarte pasta met een kruisje erop. We serveren eerder een degelijke ossenstaartsoep en risotto met gamba's en saffraan", vertelt Jan Sonnemans die samen met zijn vrouw Susanne Koken & Bedienen Thuis heeft opgericht. Zij vinden dat kwalitatieve catering bij een volwaardig afscheid hoort. Sonnemans: "Het gaat natuurlijk nooit van: 'laten we met zijn allen een feestmaal bestellen', het blijft altijd ingetogen. Wel willen de nabestaanden klasse en kwaliteit, een begrafenis is tenslotte een ode aan de overledene."

Kapitaalkrachtig

Er is een groeiend aantal cateringbedrijven dat begrafeniscatering als een volwaardige tak van het bedrijf beschouwt, maar dat aantal is nog steeds op twee handen te tellen. "De catering bij een uitvaart zit vaak in het totaalpakket dat een



Jan en Susanne Sonnemans: "Kwalitatieve catering hoort bij een volwaardig afscheid."

begrafenisondernemer aanbiedt. Mensen moeten het nog altijd zelf aangeven als ze meer willen", aldus Sonnemans. "De vraag is er absoluut, maar men weet vaak niet dat er meer mogelijkheden zijn dan de gangbare koffie en cake. Ook als men na de begrafenis thuis nog iets organiseert, is het fijn als de hapjes goed verzorgd klaarstaan. Het hoofd staat er niet naar nog uitgebreid in de keuken te staan, maar men wil ook geen worst en chips serveren. Bij ons gaat het nog via via: men hoort van kennissen dat wij bestaan of iemand is zelf op een begrafenis geweest waar wij de cate-



Gegratineerde oester.

ring verzorgd hebben." Sonnemans benadrukt dat zijn bedrijf is gevestigd in het kapitaalkrachtige Kennemerland. "De begrafenissen waar wij komen zijn van mensen die rijke levens hebben gehad, uit Aerdenhout, Bloemen-

daal, maar ook het Gooi en omgeving Den Haag. Nabestaanden hebben meer te besteden dan Jan Modaal. Maar belangrijkst is dat iedereen gewoon wil dat de overledene in een goede sfeer begraven wordt. Een sterfgeval is meestal een onverwacht iets, er is maximaal maar vijf dagen de tijd om een begrafenis op poten te zetten." Het is vanwege de onbekendheid dat Sonnemans in de nabije toekomst wil gaan samenwerken met begrafenisondernemers. "Als zij ons aanpakten in een oriënterend gesprek met de nabestaanden, kunnen wij weer zaken gaan doen met de

begrafenisondernemer." Sonnemans begrijpt dat begrafeniscatering maar langzaam op gang komt. "Ambities en begrafenissen, dat gaat niet samen. Maar als je gepast opstelt in de markt, en je speelt iets moois klaar met een team, dan is het juist heel dankbaar werk. Waarom zou je niet inspelen op de vraag die er is? Nabestaanden zijn heel blij als ze alle gasten iets moois kunnen aanbieden en dat een sombere dag goed eindigt", aldus Sonnemans.

Flexibel

Zoals een overledene in het leven stond, daar past Sonnemans zijn menu op aan. "Het hoeft allemaal niet uitbundig met hele gangen. Maar ook niet te sober. Naast de soepen en simpele gerechten hebben we ook een breed assortiment aan kleine hapjes. Gebakken gambas, gegratineerde oesters, Coquilles St. Jacques en Tartellete Artisjok is nog maar een greep uit het aanbod", vertelt Sonnemans. Er is nog geen speciaal uitvaartmenu samengesteld, en dat is ook niet nodig volgens de ondernemer. "Wel is het belangrijk dat je als bedrijf snel kan schakelen. Je kunt niet zeggen: 15 september is de begrafenis van opa Nol. Je moet dus extra flexibel zijn. Het kan voorkomen dat je na een avondpartij een nachtje moet doorhalen voor een begrafenis de volgende dag." Sonnemans wil in de toekomst vooral aan zijn naamsbekendheid werken. "Dus in gesprek gaan met de begrafenisondernemers en de mogelijkheden bespreken. Het gaat erom dat mensen de gelegenheid moeten hebben om voor ons te kiezen."

Servex start met Shakie's Fresh Fruit Shakes

■ TREINSTATIONS

UTRECHT - Servex heeft Shakie's Fresh Fruit Shakes overgenomen. De formule, die bedacht is door ondernemer Odette Oostindiën, is op zes treinstations te vinden en verkoopt verse vruchtenshakes en fruit juices, maar ook koffie, bagels, homemade sweets en andere 'verantwoorde' snacks. Het aantal Shakie's zal de komende jaren worden uitgebreid, met name op 'wereldstations'.

DOOR WILLEM-PAUL DE MOOIJ

Met de overname van Shakie's probeert Servex zich verder te profileren als 'voortrekker voor een gezondere levensstijl'. In het kader van het Vitality-programma worden steeds meer gezonde producten op het station aangeboden. De producten van Shakie's zijn bovendien zoveel mogelijk biologisch. "Mensen hebben steeds minder tijd en juist steeds meer behoefte aan gezonde producten", zegt Servex-directeur Jan Kooiker. "We weten dat er ook onder treinreizigers veel



vraag bestaat naar producten zoals Shakie's die voert. We zijn dan ook erg blij met deze overname. Het is een mooie aanvulling op ons productaanbod."

Variatie

De formule Shakie's is het geesteskind van ondernemer Odette Oostindiën. Toen Oostindiën, vegetariër en voorstander van biologische landbouw, ruim tien jaar geleden haar eerste winkel opende op Utrecht CS, was er in nog niet één supermarkt een flesje of pak met echt vers sap te krijgen. Oostindiën heeft vanuit haar eigen behoefte aan meer variatie ervoor gezorgd dat shakes en juices in Nederland definitief op de kaart zijn gezet, stelt Servex.

Leiden Centraal wordt proeftuin voor Servex

■ TREINSTATIONS

LEIDEN - Treinstation Leiden Centraal wordt nog dit jaar omgebouwd tot proefstation voor de Nederlandse Spoorwegen en Servex. Half februari werd de aftrap voor een grootscheepse herinrichting gegeven. In Proefstation Leiden worden de nieuwste stationsconcepten uitvoer gebracht en beproefd voor de grote (HSL-)stations.

DOOR PAUL BLONK

In NS-station Leiden krijgen de winkels en foodconcepten een nieuwe uitstraling en krijgen ze een nieuwe plaats. Daarnaast komt er een aantal nieuwe winkelconcepten bij: een Italiaans foodconcept, een Aziatisch foodconcept, een modewinkel, parfumerie Mooi, Hema, Coffee with a View, een fitnesscentrum en een evenementenpodium. Alle winkels op het treinstation zijn gericht op verbetering van de sfeer op het station. NS Poort manager Irma Luitse-Winkenijs: "We willen deze nieuwe

winkelconcepten en de algehele beleving van het station testen en laten beproeven door de diverse doelgroepen van een station."

In trek

Treinstations zijn steeds meer in trek als vestigingsplek voor onder meer winkels en horeca. "Ze vechten om de vierkante meters", aldus Luitse-Winkenijs volgens wie ondernemers staan te trappelen om samen te gaan werken met de NS. "Op de grotere stations komen dagelijks erg veel

mensen. Hier in Leiden bijvoorbeeld ongeveer honderdduizend. Een aantrekkelijke markt." Leiden Centraal geldt als proeftuin voor nieuwe stationsconcepten. NS en ProRail leren er voor de grotere stations van de toekomst. Leiden is gekozen, omdat het als vijfde grootste station van Nederland dagelijks door veel mensen wordt bezocht en zich door de moderne architectuur goed leent voor representatieve experimenten. "Het station gaat helemaal op de schop", aldus Luitse-Winkenijs.

CS wordt 'wereldstation'

De centrale stations in Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Breda (HSL Zuid), Utrecht en Arnhem (ICE) moeten de komende jaren een wereldse uitstraling krijgen. Het betreft 'wereldstations', waar hogesnelheidstreinen een stop maken en die tot 2013 grondig zullen worden gerenoveerd. De NS maakte afgelopen zomer bekend dat het 137 miljoen euro investeert in de ontwikkeling van de stations waar het prettig is er langer te verblijven. Primair blijven het treinstations, daarnaast ondergaan ze een gedaanteverwisseling. Er komen winkels met 'werelden' als mode & sport, beauty & health.