

Eten en drinken op wiel'tjes

Van loempiakar tot mega business: de opmars van de foodtruck



Foodtrucks en andere mobiele keukens zijn de afgelopen jaren helemaal *on the spot*. Overal in het land worden festivals georganiseerd waar je deze vaak blits afgestylde wagens kunt zien. Hoe is die trend ontstaan? En kom je bij de trucks ook als liefhebber van Slow Food aan je trekken?

door **Henk Dam**, convivium Rotterdam

Het is vaak moeilijk om te bepalen wanneer en bij wie een trend precies begon, al was het maar omdat succes nu eenmaal vaak door velen tegelijk geclaimd wordt. Maar in het geval van de moderne foodtruck-hype staat dat wel vast. Die begon bij Mark Manguera, die vanaf eind 2008 in en rond Los Angeles vanuit een foodtruck startte

met het verkopen van taco's, gevuld met barbecuevlees naar Koreaanse snit.

Aanvankelijk was er nauwelijks belangstelling voor deze vorm van *fusion food*, maar door de broodjes strategisch weg te geven (aan portiers van populaire clubs, bijvoorbeeld) bouwde Manguera al snel een klantenkring op voor zijn Kogi Korean BBQ. Social media deden de rest, met name Twitter. Dat ging zo: met een tweet werd bekendgemaakt waar de truck

van Kogi Korean BBQ zou gaan staan, en al voor de rollende keuken arriveerde, stonden er dan al tientallen, zo niet honderden mensen te wachten om ook zo'n superlekkere taco à raison van twee dollar per stuk te bemachtigen.

En kijk nu eens. Foodtrucks zijn in de vs in die paar jaar sinds Kogi Korean BBQ van start ging een mega business geworden. Schattingen over hoeveel er momenteel rondrijden lopen ver uiteen, maar

Nederlandse Foodtruck-pionier Mayali van Empel op weg.

15.000 tot 20.000 zijn het er zeker, met een totale omzet van meer dan een miljard dollar. Financiële analisten verwachten, dat die in 2017 tot ruim 2,5 miljard zal zijn aangegroeid.

Enige nuance is bij dit verhaal wel op z'n plaats, want ook voordat Kogi Korean BBQ de straat op ging, waren er al mobiele keukens. In Amerika bijvoorbeeld, waar in de negentiende eeuw zogeheten 'chuck wagons' cowboys op hun lange trektocht door de prairie van een stevige maaltijd voorzagen. Of de hot dog-wagentjes, die je al tientallen jaren in steden als New York kunt vinden.

En ook elders in de wereld wordt al heel lang eten en drinken verkocht vanuit vervoermiddelen als handkarren, auto's, fietsen en dergelijke. In veel landen in Azië bijvoorbeeld. Maar ook in een – vroeger althans – bepaald niet als gedurfd gastronomisch paradijs bekend staand land als Nederland. IJscowagentjes, frietwagens, loempiakarretjes, we kennen ze al jaren.

De moderne foodtruck-hype – overgenomen uit de vs en gekenmerkt door een uitgesproken creatieve benadering van zowel *truck* als *food* – is echter in veel landen nog maar sinds een paar jaar echt goed op gang gekomen. Hoeveel foodtrucks er in ons land rondrijden is moeilijk te zeggen, maar een indicatie is in ieder geval dat er vorig jaar voor het grootste evenement op foodtruck-gebied, Het Weekend van de Rollende Keukens in Amsterdam, ruim 300 aanmeldingen waren.

Hoeveel het er ook precies zijn, vaststaat dat er steeds meer markten en festivals zijn, waar je de oldtimers, pickuptrucks, bakfietsen, pipowagens, bussen, omgebouwde caravans en wat dies meer zij kunt aantreffen. De in Los Angeles begonnen trend is zó uitgedijd, dat je hier en daar al kunt vernemen dat de grootste hype alweer ervan af is.

Dat hoor je bijvoorbeeld bij Mayali van Empel, naar eigen zeggen de eerste in ons land die de in Amerika begonnen trend oppikte en met een eigen foodtruck de weg op ging. Dat was op Koninginnedag 2011, in haar woonplaats Baarn. Tot die tijd werkte ze als juriste. Ze vertelt hoe dat kwam. 'Ik heb altijd al een passie voor eten gehad, en me vaak afgevraagd of ik zou stoppen als

juriste, en voor *food* zou kiezen. Toen las ik een verhaal over foodtrucks in Amerika. Dat vond ik meteen geweldig. De flexibiliteit die je hebt om vanuit een wagen eten te verkopen sprak me enorm aan. Ik ben op Marktplaats gaan speuren naar een geschikte truck, ben recepten vorm gaan geven, en ben met TREK, zo heet mijn truck, begonnen.'

Haar eerste optreden was, al zegt ze het zelf, een 'enorm succes'. 'We hadden broodjes, soep, smoothies, en waren in drie uur uitverkocht.' Het was het begin van een trektocht door het land, die niet overal even soepel verliep. 'We wilden bij de Zuidas gaan staan, op het Mediapark,

maar dat stuitte op verzet van andere horcaondernemers, die het als pure broodroof zagen. En dus belden ze de politie, die ook niet wisten wat een foodtruck was. Dan vroegen ze maar om een ventvergunning. Die hadden we niet, en daarom werden we overal weggestuurd.'

TREK gooide het daarop over een andere boeg. Mayali: 'Je moet je als ondernemer aanpassen. Toen wij begonnen hadden we een romantisch beeld van overal maar naartoe rijden. Je voelt je toch een beetje Mammaloe. Maar dat kan hier niet, ook al staan de gemeenten inmiddels wel wat meer toe. We gaan nu nog wel naar markten en festivals, maar doen >



Boven: trendsetter Kogi Korean BBQ uit Los Angeles. Onder: De Maximus Minimus, die hoog scoort op lijstjes '10 weirdest foodtrucks in the world' en *pulled pork*-sandwiches verkoopt.



FOTO PINTEREST, WWW.BARTACO.COM



FOTO CHRIS HOEFESMIT, RECLAMEBUREAU STOPKRACHT.NL



EIGEN FOTO'S



Met de klok mee: De trucks van Madame Poulet, Lotte en Marcel Losekoot en Teresa Rahder,

vooral aan catering.' Wat in ieder geval is gebeven, is de Slow Food-insteek. Mayali: 'Wij gaan uit van lokale producten, en zoveel mogelijk biologisch. Dat is echt ons ding. En het loopt goed. Ik krijg hier echt veel energie van.'

Ook Fenna Cannegieter uit Haarlem kiest nadrukkelijk voor een Slow Food-benadering. Zij is de vrouw achter Madame Poulet, een klassieke Citroën HY die tot de jaren tachtig in het Nederlandse leger dienstdeed als ambulance, maar door haar is omgebouwd tot een mobiele rotisserie, met een origineel-Franse *rôtisserie*, waaraan kippen hun rondjes draaien. 'Uitsluitend scharrelkippen,' aldus Fenna, 'die het twee sterren Beter Leven-keurmerk van de Dierenbescherming hebben.'

Fenna's kippen worden gekruid met een mengsel van verse kruiden, dat ze zelf maakt. Ook des Slow Foods: 'Aan voedselverspilling heb ik een hekel. Als ik dus kippen overhoud, haal ik het vlees eraf. Dat kan ik dan weer gebruiken voor stoofpotten, panini's, soep. Er wordt niets weggegooid.'

Fenna Cannegieter is van huis uit interim manager/consultant en begon bij gebrek aan werk aan iets heel anders te denken. 'Een vriendin van me wilde een kiprestaurant beginnen. Maar na wat



langer nadenken kwam ik op een rollend verhaal uit, inspelend op de trend van foodtrucks. Ik ben nu een klein jaar bezig, en het gaat zo goed, dat ik van plan ben om halverwege dit jaar een tweede wagen op straat te brengen.'

Madame Poulet is nu te vinden op een aantal markten en ook wel op festivals, hoewel ze daar niet altijd iets inzielt. 'Je vindt daar toch wel erg veel foodtrucks die eten verkopen dat kwalitatief onder de maat is.' En kwaliteit, dat is haar mantra. Haar kippen zijn duurder dan de normale grillkip, maar ze kan prima uitleggen dat dat betrekkelijk is. 'Een plofkip weegt 1 kilo, en als-ie van de grill afkomt, nog 6 à 700 gram. De mijne weegt rauw 1400 gram, en 1350 als ik 'm van de grill haal. Het vocht blijft er namelijk in. Van zo'n

Reizende sterren

Van alles over foodtrucks is te vinden in het boek **Reizende sterren** van Monica Abdoel, dat vorig jaar werd uitgebracht. Het werd besproken in ons zomernummer van 2014. *Reizende sterren* wordt uitgegeven door Uitgeverij Komma/D'Jonge Hond en kost 29,95 euro.



de uitbaatsters Teresa Rahder, Lotte Losekoot en Fenna Cannegieter.

kip kan een heel gezin met twee kinderen eten. En hij is nog lekkerder ook.'

Kwaliteit is ook het *nec plus ultra* voor Lotte en Marcel Losekoot, echtpaar uit Asch (in de Betuwe) achter het Lalotta Kookatelier, de Lalotta Pizza Academy en de Lalotta Pizzakar. Het gaat in dit geval om een omgebouwde schaftwagen (een pipowagen dus) met daarin een houtoven waarin pizza's worden gemaakt. 'We zijn drie jaar geleden begonnen met op locatie pizza's verkopen die zowel lekker als gezond zijn,' aldus Marcel. Waarvan akte, want bij de Horecava won Lalotta onlangs de eerste prijs voor de gezondste pizza van ons land, en de tweede prijs voor de lekkerste.

Marcel: 'Pizza's hebben de reputatie niet erg gezond te zijn. Wij wilden bewijzen dat dat niet hoeft. Daartoe gebruiken we een speciaal meelmengsel, met relatief weinig water, minder olie, en minder zout dan normaal. Het deeg gaat bij ons 72 uur door het volwassenwordingsproces heen. Je krijgt zo een gezonde, voedzame bodem met 40 procent minder calorieën.' Ook wat er vervolgens op die bodem gaat, dient aan hoge normen te voldoen. Marcel: 'We gaan voor het beste, en zoveel mogelijk lokaal. En dan doe je echt ontdekkingen. De allerlekkerste mozzarella bijvoorbeeld komt uit Groningen, en we

gebruiken ook de producten van Food for Good, de biologische stadstuin uit Utrecht.'

De Lalotta Pizzakar geeft onder meer acte de présence bij de Rollende Keukens, de Museummarkt in Amsterdam, maar ook bij bruiloften en dergelijke. Marcel: 'Het gaat goed, en het is bovendien erg leuk om te doen. Gelukkig zie je nu dat de politiek de trend ook oppikt. In Amsterdam is een voorstel aangenomen, waarbij rijdende keukens veel meer mogelijkheden krijgen. En in Rotterdam zijn ze er ook mee bezig.'

Ten slotte een klein maar fijn initiatief op het gebied van mobiele keukens, en helemaal Slow Food: de opgepimpte loempiakar van waaruit Teresa Rahder elke zaterdag op de biologische markt van Tilburg worsten, hammen, spek en andere vleesproducten verkoopt. Die zijn allemaal afkomstig van de Bonte Bentheimer-varkens van biologische varkenshouderij Sengersbroek in het Brabantse Heusden, die zij met haar man runt.

Het is een uitgesproken kleinschalige boerderij. Teresa: 'In varkensland zijn we een lachertje. Wij hebben vijf zeugen en een beer. Misschien komt er nog een zesde zeug bij, maar dat is het dan ook.' De Bonte Bentheimers doen er bovendien 10 maanden over om 80-90 kilo zwaar te wor-

den, een gewicht dat in 'gewone' varkensstallen in 3 tot 4 maanden worden bereikt. 'Economisch is de Bonte Bentheimer niet het meest handige varken,' lacht Teresa.

De varkens lopen buiten, eten gras, en al die gezondheid en zorg is terug te vinden in de smaak van het vlees. Teresa: 'Het vlees van onze varkens is niet goedkoop, kan dat ook niet zijn, maar er is veel belangstelling voor. We verkopen ons vlees onder andere via een biologische slager in Hilversum, en vanuit onze loempiakar dus. Zelf je varkens houden, hun vlees zelf verwerken en dat dan zelf verkopen, dat is toch iets bijzonders?'

Typische trucks

Als je op '10 weirdest foodtrucks in the world' Googelt, kom je heel wat aardige lijstjes tegen. Op nogal wat van die lijstjes staat de **Maximus Minimus**, van waar *pulled pork*-sandwiches worden verkocht, en die eruitziet als een angstaanjagend groot ijzeren varken op wielen (zie foto op p.15). De vreemdste combinatie qua eten moet '**Eire Trea**' zijn, een truck uit San Francisco die lers-Eritrees eten verkoopt. Of verkocht, want het is niet duidelijk of dit concept blijvend is aangeslagen ...



Tijdens Het Weekend van de Rollende Keukens, Amsterdam, mei 2014.

‘Trucks leiden tot nieuwe eetcultuur’

door **Henk Dam**, convivium Rotterdam

Niets minder dan een nieuwe eetcultuur. Die is in ons land aan het ontstaan nu er steeds meer foodtrucks met kwalitatief hoogstaand eten en drinken komen, aldus Joost Snel, een van de oprichters van de vereniging Street Food Nederland (sfN). ‘Die nieuwe eetcultuur moet hieruit bestaan dat je weet dat er uit de trucks eten komt dat superlekker is, van een kwaliteit die idioot hoog is,’ zegt hij.

Bij de vereniging, anderhalf jaar geleden opgericht, zijn inmiddels circa 70 streetfood-ondernemers aangesloten. Een van de doelen die sfN zich stelt is door de uitwisseling van kennis en gezonde competitie het peil van street food op een zo hoog mogelijk niveau zien te krijgen. Lang niet iedereen die momenteel eten en drinken op wieltjes aanbiedt, voldoet aan die norm, aldus Snel. ‘Ik denk dat je het over maximaal honderd ondernemers hebt die de passie en de drive hebben. Je hebt daarnaast restaurants die ook een wagen hebben, of wagens van merken als Hema en Go-Tan, of foodtrucks die middelmatig, snackbar-achtig eten verkopen, maar die zie ik allemaal niet als onze doelgroep.’

De doelgroep, verduidelijkt hij, bestaat uit streetfood-ondernemers die met sleutelwoorden als ambachtelijk, biologisch, kleinschalig, urban farming werken. ‘Waar we uiteindelijk naar toe willen is een situatie zoals in Amerika. Dat via social media mensen worden gewaarschuwd dat er een foodtruck bij universiteiten, bedrijfsparken en dergelijke staat, en dat er vanuit de wagen kan worden gekookt.’ Voor het zover is, zijn we anderhalf a twee jaar verder, denkt hij.

Want de overheid is nog niet helemaal rijp voor dit soort ideeën, al komen recente stappen zoals die in onder meer Amsterdam zijn gezet (meer vrijheid om met een foodtruck op straat te staan) een eind in de goede richting.

Wat zijn de horden op weg naar een bestaan als foodtruck ondernemer? Joost Snel: ‘Mensen die bijvoorbeeld hun baan zijn kwijtgeraakt, denken al gauw: dat is leuk! Maar zo eenvoudig is het niet. Om te beginnen is een investering van meestal enkele tienduizenden euro’s nodig, en voor je er echt van kunt leven, zijn de meeste ondernemers al gauw vier, vijf jaar verder. Je business case moet ook bij een kleine afzet kloppen. Bij een festival kun je soms in korte tijd veel geld verdienen – waaraan overigens vaak een week werk voorafgaat – maar je moet kijken naar het hele jaar.’

En verder, vult hij aan, ‘gaat het echt primair om kwaliteit. Daarmee kun je onderscheiden, dát moet de nieuwe eetcultuur worden. Je moet het echt kicken vinden om bijvoorbeeld de allerlekkerste smoothie of allerbeste hamburger ooit te maken!’



Joost Snel, oprichter Vereniging Street Food Nederland en ‘Fruit & Good Food’ cateraar.

Het Weekend van de Rollende Keukens

Veruit het grootste festival op het gebied van foodtrucks is **Het Weekend van de Rollende Keukens**, dat dit jaar van 13 tot en met 17 mei, het Hemelvaart-weekend, wordt gehouden op het terrein van de Westergasfabriek in Amsterdam. De toegang is gratis. Op woensdag is het terrein van 18 tot 23 uur geopend, en op donderdag tot en met zondag van 13 tot 23 uur. Voor meer informatie: www.rollendekeukens.nl.

The Food Line-up

Toegang tot meer dan 200 ambachtelijke foodtrucks en outlets biedt **The Food Line-up**. ‘Uiteenlopende eigenwijze eigentijdse cateraars’ (aldus de site) worden door The Food Line-up bij elkaar gebracht om festivals en andere events van eten en drinken te voorzien. Duurzaam, lokaal, ambachtelijk, vers en smakelijk zijn daarbij de sleutelwoorden.