

Wijnkopers Jaap en Martijn Kwast:

‘Maak de wijnkaart leesbaarder’

Tekst Annemiek de Gier



Wijnkopers Jaap en Martijn Kwast vinden dat wijn soms veel te ingewikkeld wordt gemaakt. “Een goede wijnkaart is er een waar iedereen zich in kan vinden.”

Kwast Wijnkopers in Nieuw-Vennep bestaat binnenkort veertig jaar. Hun passie: de Nederlandse horeca en wijnspecialiteiten voorzien van

lekkere wijn voor een aantrekkelijke prijs. En dat gaat al veertig jaar lang voorspoedig, want het Kwast-assortiment – dat zowel uit grote namen bestaat als uit een breed aanbod van ambachtelijke middenklassewijnen – slaat duidelijk aan. Niet verwonderlijk, als je bedenkt dat niet zomaar elke wijn via Kwast wordt verkocht. “Alle wijnen in ons assortiment ondergaan een streng selectieproces,” vertelt Jaap. “Onze uitgangspunten zijn altijd hetzelfde geweest en blijven dat ook: wijn moet een genot zijn om te drinken, hij moet authentiek, goed gemaakt en herkenbaar zijn.”

Dat wijn toegankelijk is, is iets wat Jaap (67) en Martijn (34) extreem belangrijk vinden. Lijkt logisch, maar het is toch nog lang niet altijd vanzelfsprekend, stellen ze. “Toegankelijkheid begint met de wijnkaart,” zegt Jaap. “Neem nou het wijnnarrangement dat veel restaurants aanbieden. Als je als gast daarvoor kiest, krijg je minimaal vijf glazen wijn, uitgekozen door de sommelier. Het kan zomaar zijn dat daar wijnen tussen zitten die je helemaal niet lekker vindt. Veel sommeliers hebben een vrij uitgesproken smaak, en smaak is nu eenmaal heel persoonlijk. Het verbaast mij dan ook niet dat consumenten in de horeca minder wijnnarrangementen afnemen en liever een goede fles wit en een goede fles rood bij hun eten bestellen.” Hiermee wil Jaap overigens niet zeggen dat een sommelier overbodig is. “Een goede sommelier stemt zijn wijnkaart af op de stijl van koken van de chef, en verplaatst zich bovendien in de klant,” zegt hij. “De ideale wijnkaart is een kaart met zijn persoonlijke signatuur, maar wel een waar iedereen zich in kan vinden. Van avonturiers tot mensen die helemaal niets van wijn weten.”

Voor ieder wat wils

Hoe ziet zo’n ideale wijnkaart er dan concreet uit? Jaap en Martijn hebben daar wel wat ideeën over. Martijn: “Bij veel restaurants is de wijnkaart een soort bijbel. Dat vindt men interessant, maar klanten kunnen geen wijs uit die ellenlange paragrafen. Wijn wordt soms veel te ingewikkeld gemaakt, nergens voor nodig.” Volgens Martijn hoeft een wijnkaart helemaal niet groot te zijn: als je een selectie aanbiedt van vijftien witte en vijftien rode wijnen, een paar rosé’s en wat aperitief- en dessertwijnen, dan kun je alle smaken prima bedienen. “Een goede mix bereik je als restaurant bijvoorbeeld door een paar wijnen van bekende internationale wijnhuizen op de kaart te zetten, aangevuld met een aantal herkenbare druivensoorten en wijnen die de signatuur van het restaurant onderstrepen.” Wat daarnaast belangrijk is volgens de heren, is dat meerdere wijnen op de kaart niet alleen per fles, maar ook per glas te krijgen zijn. Jaap: “Bij veel restaurants is alleen de zogeheten ‘huiswijn’ per glas verkrijgbaar. En dat is jammer, want een huiswijn is het visitekaartje van je zaak. Dus is het veel slimmer om niet één soort, maar een selectie van soorten per glas aan te bieden. Meer ‘open’ wijnen dus.” Martijn vult aan: “Inderdaad, hiermee daag je gasten uit om eens te kiezen voor iets anders dan de geijkte Merlot of Chardonnay. En waarom zouden mensen niet vijftien euro uitgeven voor één glas écht goede wijn? Ze betalen het tenslotte ook voor een gin-tonic. Het voordeel is: een glas echt goede wijn maakt een lunch of diner bijzonder. En je bent daarna ook nog helder genoeg om in je auto te stappen. Dat is toch wat steeds meer mensen willen: wél wijn drinken, maar zeker niet te veel. En er dan echt honderd procent van genieten.”

Ook de leesbaarheid van de wijnkaart is een punt van aandacht, aldus Jaap en Martijn. Martijn laat een foto zien van een kaart waarop alleen de namen van de verschillende wijnen onder elkaar staan opgesomd, zonder enige toelichting. “Daar kan een gemiddelde klant dus echt he-le-maal niets mee,” lacht hij. Jaap: “Op een goede wijnkaart staat uitgelegd hoe de wijn smaakt en waar hij vandaan komt. En is er natuurlijk een duidelijke link gelegd met de menukaart, zodat gasten weten welke wijnen het best passen bij het gerecht dat ze hebben uitgekozen.”

WIJNTIPS VAN JAAP EN MARTIJN KWAST

Spätburgunder

van wijnboer Thomas Seeger uit Baden. "Wijn van topkwaliteit, gemaakt door een man die voor de wijngaarden is geboren. We zijn heel blij dat we deze wijnen aan ons assortiment hebben kunnen toevoegen."

MIP, rosé uit de Provence. "Rosé uit de Provence leek eerst een hype te zijn, maar verrassend genoeg heeft hij nu een vaste plek verworven op veel wijnkaarten. Smaakvol, sappig en niet zoet, heerlijk."

Albariño van Fillaboa, een witte wijn uit Spanje. "Fris en aromatisch, met veel fruit en iets van perzik in de smaak."

'Na allerlei avonturen worden traditionele wijnlanden als Portugal en Duitsland herontdekt'



Meer zelfvertrouwen

Eigenlijk zouden Jaap en Martijn het liefst zien dat met behulp van zo'n goede wijnkaart – met veel wijnen per glas en een duidelijke uitleg – gasten hun eigen 'wijnarrangement' kunnen samenstellen. "Natuurlijk is wijnkennis van het personeel daarbij onmisbaar, want als mensen aanvullend advies willen of vragen hebben, moet je daar wel goed op kunnen antwoorden," vertelt Jaap. "In veel middenklasse restaurants die geen eigen sommelier hebben, ontbreekt het helaas vaak nog aan die kennis." Om het restaurateurs makkelijker te maken hierin te investeren, is Kwast Wijnkopers begonnen met een eigen trainingsinstituut, de Kwavijn Academy. "Hier leren we medewerkers van restaurants een gedegen basiskennis over wijn aan, waarmee ze tachtig procent van de meest voorkomende vragen al kunnen beantwoorden," zegt Jaap. "Dit geeft hen meer zelfvertrouwen om over wijn te praten."

In de praktijk merken Jaap en Martijn dat steeds meer restaurants hun visie op een goede wijnkaart delen en bijvoorbeeld meer wijnen per glas willen gaan aanbieden. "Wat restaurateurs soms kan tegenhouden, is dat ze bang zijn om met te veel open flessen te blijven zitten," vertelt Martijn. "Hiervoor is gelukkig een fantastische oplossing: de PodBar. Dit is een koelkast waarin de flessen op de juiste temperatuur kunnen worden bewaard, met een geïntegreerd systeem om de flessen na opening goed af te sluiten. Zowel stille als mousserende wijnen blijven tot wel 23 dagen goed met dit systeem. Wij zijn er zelf heel enthousiast over."

De PodBar sluit perfect aan bij de trend dat wijn drinkers tegenwoordig steeds meer zoeken naar diversiteit, stellen Jaap en Martijn. "De millennials-generatie staat open voor nieuwe smaken en heeft bovendien een bovengemiddelde kennis van wijn," vertelt Jaap. "En het mooie is: na allerlei avonturen worden nu juist traditionele wijnlanden als Portugal en Duitsland herontdekt. Er is een groeiende vraag naar bijvoorbeeld de touriga nacional en de riesling. Portugal investeert nu flink in wijntoerisme. En vanuit de Europese Unie komt er veel subsidie: wijn wordt gezien als een belangrijk exportproduct van Europa." Heel hoopgevend voor de toekomst van wijn, vinden Jaap en Martijn. Daar proosten ze op.

