

‘De kwaliteit komt je tegemoet’

Tot zo'n vijftien jaar geleden kende Nederland niet echt een verfijnde koffiecultuur. In volume waren we wel een groot koffieland, maar veel eisen werden niet aan een bakkie gesteld. Met de komst van de Senseo, espressoapparaten en koffiebars kwam daar verandering in. We zijn eraan gewend om thuis en in de horeca goede koffie te drinken. Lingsveld Coffee Concepts doet er alles aan om ervoor te zorgen dat koffie op het werk even goed smaakt. Een gesprek met Fred en Roderick Lingsveld van het Rotterdamse familiebedrijf, dat veel waarde hecht aan service en beleving.

In de showroom van Lingsveld Coffee Concepts trekt Fred Lingsveld een pak vers gebrande koffiebonen open. 'Ruik eens', zegt hij. 'Zo ruiken ambachtelijk gebrande kwaliteitsbonen: de kwaliteit komt je tegemoet.' Je kunt het ook zien, legt hij uit: 'De kwaliteit herken je ook aan de omvang van de bonen: ze moeten onbeschadigd en ongeveer van gelijke grootte zijn.'

Goede, ambachtelijk gebrande bonen zijn de basis voor smakelijke koffie, stelt Fred Lingsveld. 'Het woord "ambachtelijk" wordt te pas en te onpas gebruikt, maar in dit geval is het geen lege reclamekreet. Ambachtelijk gebrand wil zeggen dat koffiebonen in kleine batches gebrand zijn. Per keer gaat er honderd kilo ruwe bonen de brander in. Voordeel van dergelijke kleine hoeveelheden is dat onze klanten altijd verzekerd zijn van versgebrande koffiebonen.'

ROTTERDAMSE KOFFIE

Een goede kwaliteit koffiebonen is essentieel. Maar de uiteindelijke koffie-ervaring wordt bepaald door de totaalbeleving. Die overtuiging is het vertrekpunt geweest voor Lingsveld Coffee Concepts, een naam die aangeeft dat het familiebedrijf veel meer in huis heeft dan alleen producten. Een aansprekend voorbeeld is het concept Rotterdamse Koffie. 'In kleurgebruik en vormgeving is het een koffieconcept met een puur Rotterdamse uitstraling', zegt Fred Lingsveld. 'Rotterdamse Koffie is een attractief concept voor elk bedrijf met Rotterdams DNA. Een compleet concept met diverse onderdelen die in de stijl van Rotterdamse Koffie zijn vormgegeven, zoals serviesgoed, suiker- en creamersticks. En we geven er een Rotterdams accent aan door de bijdrage aan een Rotterdams goed doel; voor en van Rotterdammers.'

Rotterdamse Koffie-verpakkingen (duizend gram) zijn verkrijgbaar in drie melanges: klassiek (100% Arabica-bonen, medium gebrand,

vol en pittig van smaak), robuust (een melange van Arabica- en Robustabonen, donker gebrand, krachtig van smaak) en mild (een gebalanceerde bonenmelange, medium gebrand, mild en evenwichtig van smaak). 'Rotterdamse Koffie slaat erg aan in het Rotterdamse', zegt Fred Lingsveld. 'Ook als relatiegeschenk doet Rotterdamse Koffie het goed. We hebben een geschenkverpakking laten ontwikkelen: heel leuk om cadeau te doen aan relaties om zo het Rotterdamse karakter van een bedrijf te benadrukken.'

"Ambachtelijk" wordt te pas en te onpas gebruikt; maar in dit geval is het geen reclamekreet'

Rotterdamse Koffie onderscheidt zich niet alleen door kwaliteit en Rotterdams imago, maar ook door duurzaamheid. 'We voldoen aan de eisen van de Rainforest Alliance, een keurmerk voor eerlijke handel en milieu voor producten uit gebieden waar regenwoud groeit. Rainforest Alliance is een milieuorganisatie uit de Verenigde Staten, die ecosystemen en mensen en dieren die daarvan afhankelijk zijn, beschermt.' Behalve Rotterdamse Koffie heeft Lingsveld diverse andere concepten. Een gloednieuw koffieconcept is Café Care. Dit concept is niet alleen ontwikkeld voor organisaties in de zorgsector, maar voor elk bedrijf of instelling dat hecht aan biologisch verantwoorde producten. 'Care' heeft dus een dubbele betekenis, zowel "zorg" als biologisch verantwoord. Café Care is Skal-gecertificeerd, wat wil zeggen dat de gehele keten biologisch gewaarborgd is onder toezicht van Skal Biocontrole.

COMPLETE KOFFIEBELEVING

Een smakelijke kop koffie is afhankelijk van veel factoren. In een koffiebar zal een ervaren barista gasten een perfecte koffie voorschotelen. Koffie op het werk hoeft daar tegenwoordig



FRED LINGSVELD: TROTS OP ZIJN CONCEPT ROTTERDAMSE KOFFIE

nauwelijks voor onder te doen, stelt Roderick Lingsveld. 'Daarvoor heb je goede apparatuur nodig', zegt hij. 'Om die reden hebben wij koffieapparatuur van het merk Animo geselecteerd. Het zijn prachtige machines om te zien; strak, eigentijds, robuust en met instelbare LED-verlichting. Het oog wil tenslotte ook wat. Natuurlijk draait het om de kwaliteit van de koffie: daar is zeker niks mis mee! Dat komt onder meer doordat Animo hoogwaardige componenten gebruikt. Een populaire machine als de Animo Optibean is bijvoorbeeld uitgerust met een Swisssmade grinder, de koffiemaler, en een Italiaans espressosysteem.'

'Rotterdamse Koffie is een attractief concept voor elk bedrijf met Rotterdams DNA'

Fred Lingsveld raadt ook aan een cappuccino te proberen met deze machine: 'Met dit apparaat krijg je een heel smakelijke cappuccino. Die kwaliteit is mogelijk door de hoogwaardige topping, een honderd procent melkproduct, die een romige, stevige schuimkraag

geeft.' De Animo Optibean is een van de machines die Lingsveld levert. 'Een machine moet afgestemd zijn op de omvang van de organisatie en het gebruik', legt Fred Lingsveld uit. 'Een bonenmachine vraagt wat meer tijd. Voor situaties waarbij behoefte is aan hoge capaciteit en meer snelheid, hebben we andere machines: van instantmachines en kannenapparaten tot complete koffie-installaties. En voor de horeca leveren we diverse top-espressomachines en volautomaten met verse melk. Zowel voor bedrijven als horeca levert Lingsveld een passend koffiemeubel, koffiepantry of koffiecokorner. We hebben koffiemeubels op voorraad. Indien gewenst maken WE het meubel op maat in het gewenste houtdecor.' Voor hij nog een laatste koffie presenteert, pakt hij de Rotterdamse Koffie-kop op: 'De koffie, de apparatuur, het onderhoud van de machines: allemaal essentieel voor de kwaliteit, maar onderschat voor de koffiebeleving niet de presentatie. Aardig in dit verband is dat we ook de mogelijkheid bieden om een private label te ontwikkelen, met een eigen koffiemelange en een gepersonaliseerd koffieservies. Zo'n eigen koffieconcept met logo en/of bedrijfsnaam op het servies ziet er verzorgd en professioneel uit en maakt de koffiebeleving compleet.'

TEKST: RICHARD GROOT KORMELINK
FOTOGRAFIE: JEFFREY DE REGT