

Swingt

DE PAN UIT

Of het nu een stenen, een koperen of een geëmailleerde pan is, een pocheerpan, een sudderpan, een juspan of een brijpan...

Homecooking is dé culinaire trend en uw woonkamer binnenkort the place to be, als we de lifestyle bladen en trendwatchers mogen geloven. Steeds meer « on-trend » traiteurs, koks en restaurateurs zien er hun dagelijks brood in en trendy people happen gretig toe ! Als gastvrouw nodig ik u graag uit voor een zinnenstrelend dialoog omtrent het homecookingfenomeen : wat is homecooking en welke zijn de 'geheime ingrediënten' die homecooking in België tot dergelijk succes verheven hebben?

Wat schaft de pot?

Homecooking: geen tupperware-party waarbij één of andere flamboyante verkoperster op leeftijd kookpotjes allerhande komt demonstreren, evenmin een afhaaldienst die haastig kant-en-klaarmaaltijden in plastic dozen aan uw voordeur neerpoot, maar een chef-kok die gastronomie op topniveau in uw eigen keuken bereidt zodat u uw gasten culinair kan verwennen. De homecooking is in België aan een ware opmars toe en spreekt hierbij in eerste instantie een welstellend publiek aan, dat binnen het persoonlijk karakter en comfort van haar eigen woning aan haar gasten een exclusief etentje wenst aan te bieden.

Maslow's behoeftepiramide op Belgische wijze...

In zijn wereldvermaarde behoeftepiramide catalogeerde

Maslow de behoefte om te eten tot de onderste laag, die van de fysiologische behoeften. Begin de 19de eeuw heeft deze psycholoog de menselijke behoeften hiërarchisch gerangschikt in een piramide die alle gedragingen van alle mensen ter wereld beweert te verklaren: alle hoger gelegen behoeften van de mens worden verdrongen zolang niet voldaan is aan de onderste, meest primaire behoeften, namelijk de behoefte aan eten en drinken. Eten is dus zowat het belangrijkste wat er is voor mens en dier en dit geldt zeker voor een gourmand zoals de Belg!

Wij Belgen voegen nog een extra dimensie toe aan Maslow's theorie door niet alleen te eten om te kunnen overleven, maar in de eerste plaats om te communiceren.

Eten is voor de 'lekkere' Belg boven alles altijd al een sociale aangelegenheid geweest. Bert Kruismans wijdde er zelfs een volledig hoofdstuk aan



in 'België voor beginners'. In huiselijke kring, in het zakenmilieu én in politieke middens, wordt gecommuniceerd bij het spreekwoordelijke 'natje en droogje'. Het eten is als het ware de maatstaf geworden van Belgische feesten en evenementen!

We kwamen, we aten en we zeiden dat het goed was...

Culinair geweld...

In tijden waarin Piet en zijn Mimi met culinair geweld uit de keuken geduwd worden door >



Jamie Oliver en een onwaarschijnlijk appetijtelijke Nigella Lawson, die beiden met de handen in het eten zitten in plaats van in het haar, eten we ons als het ware bijna een indigestie. We worden overladen met culinairen en culinairisten, met kookboeken, kookprogramma's, kookforums, kookincentives, kook-workshops,... Geert van Hecke doet lekkere dingen met vlees van eigen bodem, wokkunstenaar Kasper Stuart wekt zijn ingrediënten tot leven, wereldkampioen BBQ Peter Declercq demonstreert outdoor cookinggerechten, de Amsterdamse chocolatier Kees Raet combineert chocolade met nagenoeg alles in zijn pralines. In het Wagamama kookboek leer je gezond en lekker koken, in 'Slowfood' moet je het net heel traag doen en in 'De pollepel van Mahatma' multicultureel. Koken kan je bovendien koolhydraatarm of proteïnerijk, met menu's van Atkinson, Montignac, Dokter Phil, ja zelfs van Koen Krucke of Steve Stevaert ! Gerechten heb je specifiek voor veggies en foodies, voor verliefden of juist voor singles, zelfs voor aanstaande mama's. Verkies je modern Marokaans, liever Zuid Frans, eenvoudig Italiaans, Grieks, Oost Indisch of heb je een boon voor het hippe lounge of voor de creatieve fusion keuken? Liefhebbers van pasta en soep kunnen zelfs een authentieke

bijbel op hun keukenaanrecht etaleren. Ieder zichzelf respecterend restaurant geeft (dure !) boeken uit met menu's waardoor je nu ook thuis kan experimenteren. Forums overspoelen het net en kookprogramma's de tv : 'Kook je slank', 'De snelle hap', 'Koken met Guy', 'De wereld op je bord', in 'Gentse Waterzooi' overgiet Géne Bervoets al dat lekkers zelfs met een cultureel sausje.

**Wat je zelf doet,
doe je beter...
In de keuken
haal je er misschien
beter een expert bij !**

Tussen al dat culinair geweld is ons Belgenlandje ook nog eens rijk aan alom geprezen, hooggeroemde restaurants, al dan niet voorzien van een Michelinster.

En toch opteren steeds meer Belgen voor het persoonlijk karakter en comfort van hun eigen woonkamer om hun gasten culinair te verwennen, maar dan wel met de hulp van een topkok, die al dan niet achter de schermen, zorgt voor het praktische aspect. We lichten voor u graag drie verklaringen toe die bijgedragen hebben tot het succes van de homecookingtrend.

Eerst en vooral, de voorbereiding die bij dergelijk sociaal én culinair event komt kijken is niet min!

Lang niet elke Belg kan, naar het voorbeeld van ons aller Jamie, een culinair wonder op tafel toveren en tegelijk de gasten entertainen op de drums of andere culinaire instrumenten. Het alom gekende 'wat je zelf doet, doe je beter' gaat in de Belgische keuken daarom minder en minder op... Om een 3-gangenmenu op tafel te toveren, dat er even verfijnd uitziet als het plaatje uit het boek en dat even geraffineerd oogt als het eindresultaat, zoals gedemonstreerd tijdens een culinair programma, heb je meer dan een konijn en een hoed nodig. Bovendien heeft niet elke gastvrouw of gastheer de tijd om voorafgaand een ganse dag in de keuken door te brengen.

On-trend culinaire kunstenaars bieden daarom gaarne hun magische kookkunsten bij u thuis aan en begeleiden u en uw gasten op uw 'queeste' naar culinaire verfijning en vernieuwing.

Ten tweede, gaat niet alleen de liefde van de Belg door de maag, hij heeft er nog ferm een baksteen in steken ook. Bert Kruismans heeft het in voorgenoemde 'België voor beginners' over een collectief nestinstinct, waaraan zowel mannen als vrouwen in België

lijden. Meer dan de helft van onze bevolking spaart, soms zelfs al van in de wieg (dankzij de gulle hulp van oma en opa, van pepe en meme) voor zijn of haar droomhuis. Een investering in tijd, geld én huwelijksgeeluk, dat voor sommigen weleens ontaardt in een heus levensproject met een aaneenschakeling van verbouwingen, uitbreidingen en verfraaiingen.

Hoe het ook zij, de Belg pronkt ook graag met al die huiselijke weelde en hoe kan dat beter dan tijdens een etentje thuis.

Ten derde, speelt home-cooking perfect in op een aantal trends, door trendwatcher Faith Popcorn reeds geïntroduceerd in 1996. Volgens haar bescheiden doch alomtegenwoordig en gerespecteerde mening, wordt onze consumptiemaatschappij voortgedreven door niet minder dan 16 trends. Zowel privé als zakelijk zijn deze trends als leidraad te hanteren: ze geven een inzicht in huidige én toekomstige marktbevingen. Ze fungeren als graadmeter voor welke nieuwe producten en/of diensten belangstelling gaat komen en voor welke niet. Ze wijzen de weg naar mogelijke behoeftelacunes, naar hét ultieme gat in de markt, waarnaar menig marketeer heel zijn professionele leven op zoek is. Trends zijn een kompas voor de toekomst. Aan de hand van haar 'clickscreen methode' kan elk nieuw initiatief, elk productidee, elk marketingconcept, bij wijze van realiteitscontrole, getoetst worden aan de 16 trends. Een succesvol concept moet minstens in vier trends passen. We deden de test voor homecooking en pasten het in volgende 6 trends.

COCOONING

Deze eerste trend en tegelijk de hoofdtrend waarop home-cooking inspeelt roept beelden op van 'genieten van ons eigen huis', samen met mensen die ons dierbaar zijn. We zijn voortdurend bezig met ons huis, in ons huis, rond ons huis en voorzien onze 'cocon' van alle comfort en luxe. De omzet van doe-het-zelfzaken en homedecoration is de laatste jaren aanzienlijk gestegen. Als gekken zijn wij Belgen bezig met het verfraaien van onze cocon : katoenen lakens uit Italië en kasjmieren bedspreiën in de slaapkamer. Onze badkamer toveren we om tot een waar kuuroord met automatische handdoekdrogers, douchekoppen die 127 afzonderlijke waterstralen rondspuiten en dat alles in een kleur, passend bij onze tandenborstelset. In de keukens communiceren onze intelligente keukenapparaten binnenkort zelfs onderling, worden fornuizen vanop afstand aangeschakeld en de boodschappen automatisch besteld én geleverd. Onze ijskast houdt dan hopelijk ook zelf de voorraad bij en in ons AGA kookfornuis zit vermoedelijk ook een ingebouwd videoscherm inclusief CD rom speler voor het bereiden van gerechten allerhande. Misschien nog toekomstmuziek, maar dichterbij dan u zou durven vermoeden...

CLANNEN

Bij de tweede trend gaat het om 'het deel uitmaken van een groep'. Die groep kan bestaan uit familie, maar ook en vooral uit geestesverwanten, mensen met dezelfde ambi-

ties, interesses & dromen, mensen waarmee we ons op geregelde tijdstippen graag omringen. Het clannen is ontstaan als reactie op ons overbelaste leven van alledag.

AVONTUURLIJK FANTASEREN

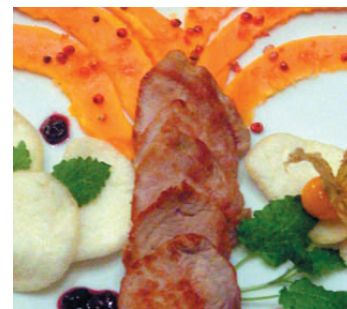
De derde trend, waarop home-cooking inspeelt, sluit aan bij onze behoefte om te experimenteren en de ordelijke structuur van het saaie leven te doorbreken, zonder dat er risico's aan deze 'ontsnapping' verbonden zijn. Avontuurlijk fantaseren neemt ons mee voor een uitstap naar het exotische, naar het buitenissige. Dat verlangen naar avontuurlijk fantaseren kan perfect bevredigd worden in culinaire dimensie en dan voornamelijk door de exotische keukens, de gemengde fusionkeukens en buitenissige mixes.

ONBESCHAAMD GENIETEN

Binnen de vierde trend, die we toegepast zien in home-cooking, zijn we het 'zat' om onszelf de leuke dingen des levens te moeten ontzeggen in naam van 'gezondheid en correct gedrag'. Onbeschaamd genieten gaat over het naja-gen van ook culinaire plezier-tjes en wordt gevoed door ons fatalisme. Onze uitspattingen in eten, drinken en roken houden we echter wel beperkt om niet te vervallen in overdaad, die nog altijd schaadt.

MINILUXE

Binnen de miniluxe-trend willen we onszelf belonen, 'omdat we het verdienen'. We storten >



ons dan ook massaal op mini-luxes allerhande bij wijze van emotionele opkikker. De ultieme beloning kan liggen in een fles Veuve Clicquot, in de flacon van de nieuwste parfum van Prada, in de sport BMW in plaats van de klassieke vierdeurs, maar ook in culinaire delicatesses.

DE BELG ALS MULTIFUNCTIONELE CONSUMENT

Het is inmiddels een geaccepteerd gegeven dat wij Belgen het 'druk, druk, druk' hebben. We hebben met ons 'gecomprimeerd leven' leren omgaan, maar dit leidt tot een stijgende behoefte aan producten en diensten die ons tijd kunnen besparen. Zo biedt homecooking dé oplossing voor de multifunctionele Belg die zich moreel, zakelijk of sociaal 'verplicht' voelt op regelmatige basis gasten uit te nodigen voor een culinair hoogstandje maar die geen tijd heeft of wil maken voor de voorbereiding ervan.

Honger naar meer gekregen?

Gastrodomica en casa, het culinaire luik van scope brengt gastronomie op topniveau bij u thuis.

Surf naar www.gastrodomica.be of neem contact met ons op:

T 0479 508 518; e-mail: info@gastrodomica.be of info@scopenet.be

Onze chef-kok overloopt vrijblijvend met u de mogelijkheden van een homecooking.

Win - win situatie

Voor topkoks is homecooking niet alleen dé manier om de kost te verdienen zonder de grote investeringen die het oprichten van een eigen restaurant met zich meebrengt. Maar tevens verkiezen de chefs het persoonlijk karakter van een homecooking boven het stresserend leiderschap in de keuken van een eigen restaurant. Aangezien het hoofdzakelijk welstellend publiek van homecookings vaak uitgerust is met een kookeiland, keramische kookplaten of ander gesofisticeerde bedieningsapparatuur, weten de chefs zich snel aan te passen in andermans keuken.

Voor de Belgische levensgenieters beantwoordt homecooking dan weer aan alle behoeften zoals ze door Maslow gestructureerd werden : van de primaire behoeften zoals de behoefte aan eten en drinken, tot de hoogst gelegen behoeften zoals behoefte aan status, prestige, eigenwaarde

en zelfactualisering, 'het volledig opgaan in een aangename bezigheid'.

En daarmee zit Homecooking aan de top van de piramide van Maslow en aan de top van de gastronomie in België.

Lesley Arens voor Scope