

PROEF! HOSPITALITY

MAGAZINE OVER GASTVRIJHEID EN INTERIEUR ■ OKTOBER 2015 ■ #03

IN DEZE EDITIE

THEMA

VIVE LA
BOUTIQUE

SEEN IN...

LONDON!
TRENDS VANAF
LONDON DESIGN
FESTIVAL

MARKT IN BEELD

LEISURE:
HET FITLAND
CONCEPT

RISING STAR

SEAFOOD BAR
AMSTERDAM

EN OOK

- VAKMENSEN, ONTWERPER JAN DIJKSTRA
- CONCEPT IN BEELD, LOETJE
- DE ONDERNEMER, WALTER SEIB HMSHOST
- MIJN STEK, HANS STEENBERGEN



SATELLIET
indoor | outdoor | furniture

PREVIEW
COLLECTION
2016



Puur VIS

SEAFOODBAR AMSTERDAM

ZONDER ENIGE VORM VAN RECLAME ZAT DE EERSTE SEAFOODBAR IN NO-TIME ELKE AVOND VOL. INMIDDELS IS DE TWEDE VESTIGING GEOPEND. OVER HOE EEN HELMONDSE VISBOER HET ROER OMGOOIDE EN ZIJN DROOM BOUWDE IN AMSTERDAM. MET SUCCES. VÉÉL SUCCES.

Tekst: Renske Schriemer

Zelfs op een ietwat herfstige woensdag waaien de gasten rond lunchtijd als vanzelf naar binnen. Aan het Spui, in een monumentaal pand, voelt het binnen altijd een beetje mediterraan aan. Hier eet je vongole, kreeft en fruits de mer, maar ook gewoon een gebakken visje. De sfeer is licht en open, met voorin zitjes en bartafels. De oesterbar geeft zicht op bakken schelpen, marmer, glas en metaal. Op de vloer liggen tegels in een patroon dat aan Portugal doet denken. Sinds het voorjaar van 2015 is hier de tweede Seafoodbar te vinden, na het succes van het eerste visrestaurant in de Van Baerlestraat.

Eigenaar Fons de Visscher was overtuigd van zijn plannen, maar had niet op zo'n gierend succes durven hopen. 'Ik zag een winkel voor me vol verse biologische vis, waar je lekkere gerechten kunt meenemen, maar met ook een restaurantgedeelte erbij. Zo iets was er in Nederland nog niet', vertelt hij. Voor een land aan de zee hebben wij maar een vreemde viscultuur, vindt De Visscher. Want je eet of een harinkje uit de hand bij de viskar, of je moet gelijk luxe uit eten. Tussen de viswinkel en fine dining gaapte een gat. Tot voor kort.

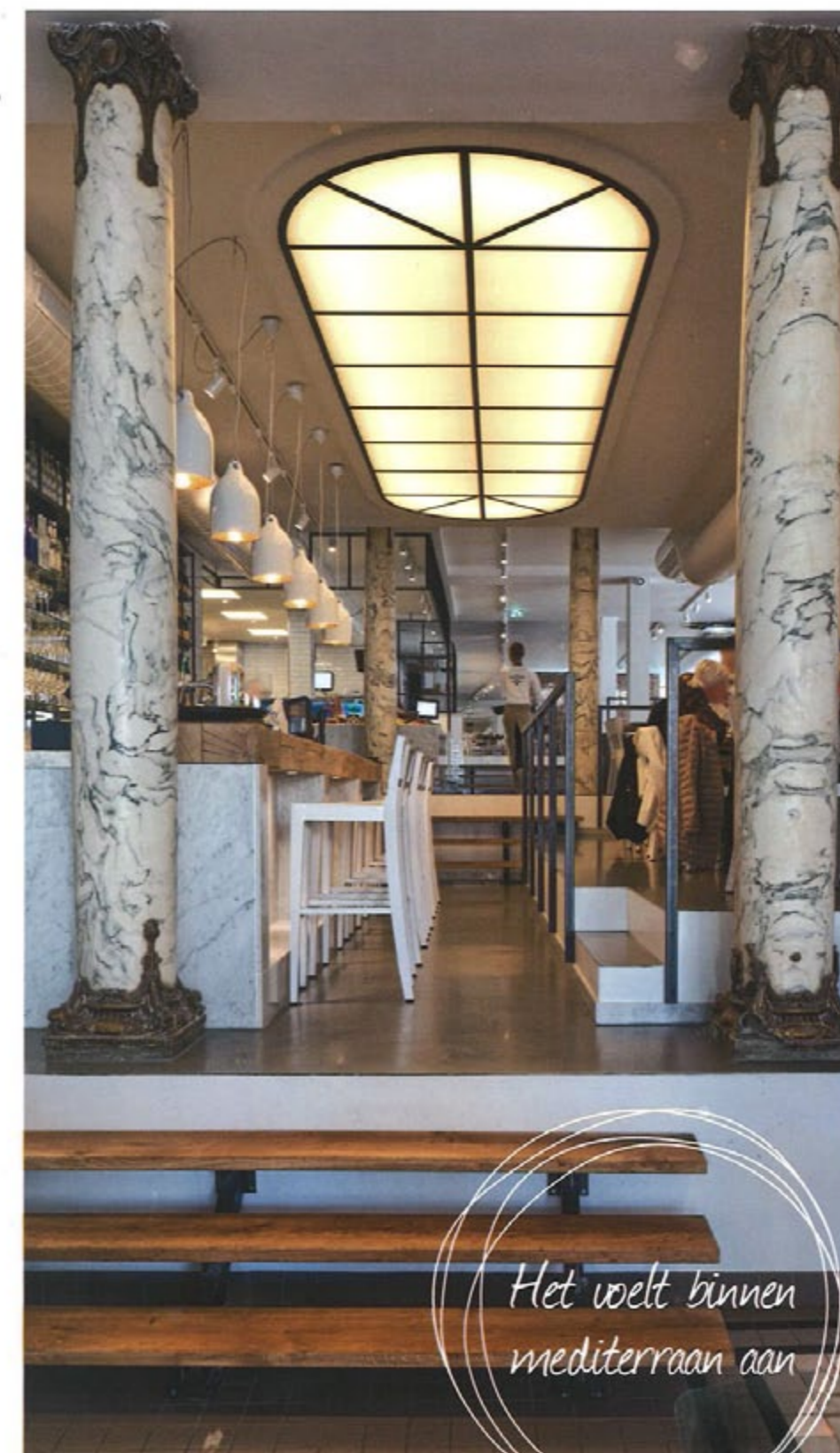
MET EEN DROOM OP PAD

Hoe schopt een Helmondse visboer - want De Visscher en zijn echtgenote baatten vanaf 1983 een succesvolle viswinkel uit in de Brabantse provincie stad - het tot rising star in de hoofdstad? En dat na je vijftigste? 'Ik zat op een bepaald punt in mijn leven, was net vijftig geworden, de kinderen het huis uit en ik vroeg me af: blijf ik dit tot aan mijn pensioen doen? Of ga ik nog iets anders doen? Dat laatste dus. We begonnen met de winkel te koop te zetten, gewoon kijken of iemand interesse zou hebben. Dat was in 2010 en wel middenin de crisis.' Maar de zaak was binnen vier dagen verkocht, aan de zoon uit een Spakenburgs vissersgeslacht. 'En toen was het ineens serieus. Ik wilde ook echt een stap gaan maken, anders doe je dit niet. Bovendien; de winkel was dan goed verkocht, rentenieren was nog geen optie.'

'Uiteindelijk viel alles op z'n plek. Hier moest het gebeuren. Een plek waar je pure, dagverse vis kunt eten voor een normale prijs.'

Dus met de droom van een traiteurszaak annex visrestaurant op zak, begon het toeren. 'We reden rond in Den Bosch en Eindhoven, maar vielen voor de sfeer in Amsterdam, de stadse dynamiek.' Vier jaar geleden verhuisden hij en zijn vrouw naar de hoofdstad, nog zonder concreet plan. 'Vervolgens ging het zoeken verder, nu op de fiets. In de Van Baerlestraat in Amsterdam-Zuid viel alles uiteindelijk op z'n plek, hier moest het gebeuren.' De Visscher bikte en hakte en gaf met zijn eigen handen vorm aan de Seafoodbar. 'Een plek waar je pure, dagverse vis kunt eten voor een normale prijs. Een eetwinkel waar iedereen binnen kan komen.'

'Tussen de viswinkel en de fine dining gaapte een gat. Tot voor kort!'



Het voelt binnen mediterraan aan

EIGEN SEAFOOD ACADEMY

En dat gebeurde dan ook. Zonder enige vorm van reclame zat de tent binnen zes weken avond na avond vol, met rijen wachtenden tot op straat. Locals, toeristen, jongeren; iedereen wist de Seafoodbar al snel te vinden, precies zoals De Visscher dat voor ogen had. 'Vis voor iedereen, dat is mijn missie. Pure, biologische dagverse vis. Daar was ik al mee begonnen in mijn viswinkel. Zo'n vijftien jaar geleden vond ik de kwaliteit van de vis onder de maat, ik werd er niet blij van. Toen ben ik begonnen de vissen heel in te kopen en er in de winkel mootjes van te snijden, met veel theater. Maar dan weet je als klant wel dat je een goed stukje vis hebt.'

'De afgelopen jaren waren een rollercoaster.'

Wie zijn klanten zijn? 'Tja, wie eigenlijk niet? Families die hier de hele avond zitten, een verjaardag vieren, maar ook mensen die even snel een broodje tonijn komen eten. Al gauw voelde ik aan: er is ruimte voor nog een Seafoodbar.' Het pand aan het Spui is met zeventienhonderd vierkante meter veel groter en verdeeld in drie oplopende etages in een grote open ruimte. Kluste De Visscher de eerste vestiging nog zelf in elkaar, voor deze zaak riep hij de hulp in van Michel Ruijgrok van ESTIDA, een bureau voor interieurontwerp en conceptontwikkeling. 'Dat werkte perfect, Michel voelde het goed aan. Ik wilde een lichte, frisse uitstraling, maar ook iets industrieels. Afgekapte ruwe muren, tegels, stalen kasten,

witte stoelen, marmer. Michel ontwierp de stalen toogkasten, de marmeren bar en de bijzondere marmeren bak waarin de vis ligt. Die bak is bijzonder, ook vanwege de cool spot-technologie. De vis ligt op ijs en wordt van boven gekoeld. De aandacht gaat naar het eten bij de Seafoodbar, het interieur moet zich voegen. Daarom is de keuken open en zie je de koks jouw visje klaarmaken. Verder wilde ik dat iedereen zich op z'n gemak zou kunnen voelen.' Witte keukenstoelen steken af tegen houten tafels, zonder kleden gedekt, en ook de verlichting is wit. Inmiddels zit ook de tweede vestiging in het weekend elke avond vol en heeft De Visscher zo'n honderdvijftig man personeel rondlopen. Elke dag probeert hij zijn neus te laten zien in beide restaurants. 'Dat vinden de mensen leuk, en het is ook belangrijk. Mijn mensen moeten van alles op de hoogte zijn, weten hoe de vis smaakt. Opleiding en training is belangrijk, dat doen we zelf in onze Seafoodacademy.' De afgelopen jaren waren een rollercoaster, dat geeft De Visscher toe. 'Maar het geeft zo'n enorme boost aan energie. En wat nu zo grappig is. Wij gingen ondernemen omdat het nest leeg is. Maar inmiddels werken alledrie onze kinderen ook in de zaak. Als we samen aan tafel zitten, spreken we wel eens af dat we niet over de zaak gaan praten. Maar binnen een kwartier gaat het er toch weer over. We hebben altijd plannen, denken na over hoe de Seafoodbar nog verder kan groeien. Maar we willen ervoor waken dat het een marketingtruc wordt. Kunnen we dat eigene ook vasthouden met een derde zaak erbij? Daar ben ik nog niet over uit.' ■

WWW.THESEAFOODBAR.NL



'EEN ZAAK MET INTERNATIONALE ALLURE'

Fons de Visscher zocht voor de tweede vestiging van The Seafoodbar contact met Michel Ruijgrok van ESTIDA. Dit bureau voor interieurontwerp en conceptontwikkeling ontwerpt interieurs voor horeca en voert ze uit. Ruijgrok over The Seafoodbar: 'Fons wilde het in deze vestiging goed aanpakken. Bovendien was dit pand veel groter en door de in drie etages oplopende hoogte lastiger in te richten.' Ruijgrok trof een donker en verschoten interieur aan en begon met slopen. Fris industrieel moest het worden, net als in de andere zaak. Toegankelijk ook.

Dat bereikte hij door aan de voorkant een open bar te maken, met veel glas en licht. De meubels zijn eenvoudig,

witte houten stoelen en houten tafels. Dat de sfeer toch luxe aanvoelt komt door de mooie, originele marmeren zuilen, de marmeren viskoeling én de enorme diverse voorraad vis die de Seafoodbar dagelijks in huis heeft. Dat geeft een rijke sfeer. We hebben lang gepuzzeld op de meest logische routing voor keuken en bediening, het is toch een lastig pand, hoog en met veel trappen, maar het is gelukt. Het was leuk om met Fons en zijn team te werken, heel sympathieke mensen met veel kennis. Fons is ook geen traditionele horecamaan, dat vond ik verfrissend. Hij denkt heel erg vanuit het product, waar het vandaan komt. Dat sluit helemaal aan bij de tijdgeest. Mensen snakken naar die duidelijkheid en overzicht in het menu.'