

De cocktailtrends van deze zomer

'Nederlandse cocktailmarkt wordt volwassen'

Mixologist Timo Janse won eerder dit jaar de bartenderwedstrijd Bols Around the World. Daarnaast is hij barmanager bij de Amsterdamse speakeasy bar Door 74. Als geen ander weet hij welke cocktailtrends deze zomer gaan beheersen. "Rood fruit gaat er uit."

Tekst: Matthijs van der Pol

Het is volgens Timo Janse duidelijk dat de Nederlandse cocktailmarkt volwassen wordt. Deze zomer zal volgens hem hiervoor het bewijs geleverd worden. De introductie van cocktails in de markt verloopt namelijk vaak op dezelfde wijze: voor de gewenning gaat men eerst voor zoet want dat is makkelijk en toegankelijk. En zodra iedereen daar aan gewend is evolueert de smaak door naar meer complexere varianten. "Daarom denk ik dat rood fruit er deze zomer een beetje uit gaat. Natuurlijk zullen er wel cocktails met aardbeien en frambozen gemaakt blijven worden, maar het neemt af. De gast leert. Men gaat van zoet op zoek naar de wat zuurdere of meer kruidige smaken."

Kruidencocktails

"Mensen willen graag iets spannenders. Bijvoorbeeld cocktails met kruiden als rozemarijn en basilicum of met komkommer." Ook de drankkaart verandert. "Die wordt steeds minder vaak ingedeeld op basis van de 'base spirit'. Gasten bestellen dan ook minder vaak een cocktail op grond van een soort gedistilleerd. Ze zeggen eerder wat ze niet lusten."

"Kwaliteit blijft wel heel belangrijk. Je moet gewoon topkwaliteit leveren en met verse producten blijven werken. Gelukkig is dat in Nederland bijna overal de gewoonte."

Klassiekers

Een van de belangrijkste trends die de

top-mixologist ziet voor de zonnige dagen is wat hij de 'nieuwe klassieker' noemt. Een bekende cocktail die veel mensen kennen, zoals de pisco sour, maar dan in een opvallende variant gebracht. "Mensen zien graag cocktails op de kaart staan die ze kennen. Dan weten ze wat ze kunnen verwachten.

Maar vooral in Nederland zie ik daar nu een variant op ontstaan en dat noem ik de nieuwe klassieker, een klassieke cocktail met een twist." Die verschuiving van voorspelbaar naar vernieuwend ziet Janse bijvoorbeeld ook voor een base spirit als wodka. "Wodka is natuurlijk nog steeds heel groot, maar neemt wel iets af. Die markt is zo verzadigd. Steeds meer liefhebbers vragen daarom om andere dranken, zoals grappa. Bij mannen zie ik een toename in de vraag om meer gin en tequila als basis voor de cocktail." Over het najaar heeft Janse ook al nagedacht. De whis-



Timo Janse

keys zullen dan opvallend aanwezig zijn in cocktailland. "Dat kan een blended scotch zijn maar ook een rokerige whiskey." Qua presentatie gaat het volgens Timo Janse nog steeds om het verhaal dat achter een cocktail schuil gaat. Dit geldt zeer zeker voor de nieuwe klassieker, waar natuurlijk vaak een mooi verhaal over te vertellen valt. Janse: "Als je iets kunt vertellen over de traditie van een cocktail, waar hij vandaan komt, dan voeg je heel veel waarde toe aan het product. Het is een mooie manier om beleving rond cocktails te creëren."

> [HorecaEntree](#) <