

Ze zijn slim, ze zijn hip, ze zijn baanbrekend: de mensen die duurzaam ondernemen. Niet omdat het een trend is, maar omdat ze niet anders kunnen.

Bakspetters vlogen in het rond

NA EEN WERELDREIS DOOR EUROPA EN AMERIKA, BEDACHTEN NINANDE THIO (50) EN HAAR VRIEND RONALD EEN UNIEK CONCEPT: BAGELS & BEANS. EEN EIGENTIJDSE HORECAGELEGENHEID, ZONDER COLA MAAR MÉT VERSE, EERLIJKE EN VAAK BIOLOGISCHE PRODUCTEN OP DE KAART.

Tekst: Sabine Kok | Fotografie: Joshua Rood

GEVULDE KOEKEN, PATAT EN BIER

Eigenlijk werk ik al mijn hele leven in de horeca. Op mijn achttiende reageerde ik op een advertentie in de krant om een horecagelegenheid in een sporthal over te nemen. Daar verkocht ik gevulde koeken, patat en bier. Al snel kwam er een tweede hal bij. Gezellig met al die stoere zaalvoetballers om me heen, maar het spannende was er al snel vanaf.

ENGEL

Mijn vriend Ronald zag ik voor het eerst op een platenhoes. Hij zat in een bandje en ik werd opslag verliefd op zijn mooie blonde haren. Hij leek wel een engeltje. Als een soort groupie ging ik naar hem toe. Ik heb hem enthousiast gemaakt over de horecabusiness. We verkochten de sporthallen en namen een partycentrum over. Vijf jaar lang werkten we ons een slag in de rondte om ons hoofd boven water te houden.

NICE

Toen we stopten met het partycentrum, hebben we een jaar lang door Europa en Amerika gereisd. We onderzochten wat we aan bestaande restaurants wel en niet leuk vonden en dachten na over wat er nog niet was. We zagen het allebei erg zitten om een ruimte op te zetten waar klanten zich echt thuis voelen. Een restaurant waar je heel de ochtend wil blijven zitten, zeg maar. In tegenstelling tot wat veel mensen denken is Bagels & Beans niet geïnspireerd op de vele bagelshops uit de Verenigde Staten, maar door de producten, geuren en kleuren die je in en rondom de Zuid-Franse badplaats Nice vindt.

BAKSPETTERS

Op een koude winterdag in februari 1996 openden we ons eerste pand aan de Ferdinand Bolstraat in Amsterdam. Bagels waren er nog amper in Nederland. Het was een gedurfde stap. Toen de enige bagelbakkerij in de buurt failliet ging,

moesten we zelf gaan bakken. In de keuken maakten we eigenhandig bagels, muffins en de befaamde cream cheese; de bakspetters vlogen in het rond. Terwijl veel horecagelegenheden in de buurt failliet gingen, was de eerste Bagels & Beans al na één jaar een groot succes.

GEEN FRISDRANK

Je kunt bij ons geen cola of andere frisdranken krijgen. Wij vonden het totaal niet bij ons concept passen. Veel mensen verklaarden ons voor gek, want hoe gingen klanten daar in vredesnaam aan wennen?! Inderdaad duurde het even voordat mensen het begrepen, maar wij vinden dat bij Bagels & Beans alleen verse en eerlijke producten thuishoren.

GROENE GOLF

Onze panden zijn veelal opgebouwd en ingericht met duurzaam materiaal. We zijn altijd op zoek naar topproducten, vaak biologisch. Eind van het jaar willen we voor 50 procent biologische producten in huis hebben. Bij groothandel is de groene golf nog totaal niet aangekomen, erg jammer, want duurzaam ondernemen is écht de trend! Wij zijn bezig met groen, omdat het goed voelt en wij zelf ook zo in het leven staan. Maar we zijn geen fanaten hoor, een zak patat met mayonaise mag zo nu en dan ook. Bedrijven die 'groen doen' vanuit marketing oogpunt, gaan vanzelf onderuit. Volgens mij kun je mensen niet bedotten.

SCHORTJES OM

We hebben nu 38 vestigingen, verspreid door heel Nederland. Ons streven is om er eind 2009 50 te hebben. Ik vind het heerlijk om niet alleen maar op kantoor te zitten, maar ook mijn bijdrage te leveren in het veld. Als er een nieuwe vestiging open gaat, draaien Ronald en ik daarom altijd de eerste dagen mee. Heerlijk om dan weer even ouderwets met een schortje om te staan!

