

Piet Laan is gecharmeerd van alles wat Aziatisch is. Hij doet dan ook zijn best om Nederlanders de Japanse rijstsnack 'sushi' te laten eten, soms zelfs door deze een Nederlands tintje te geven. Aan zijn ideeën voor nieuwe producten en concepten en zijn bevologenheid zal het niet liggen. Laan is een innovator pur sang, die werkt vanuit zijn gevoel, beschikt over veel ervaring en de markt kent.

## Nederland aan de sushi

Ank Louwes

**N**a ruim 30 jaar vele varianten op het gebied van ragout-snacks te hebben ontwikkeld, verkocht

Piet Laan zijn goedlopende bedrijf Laan Snacks in Oostzaan aan Van Dijk Foods. Hij bleef nog drie jaar aan als directeur, maar richtte zijn vizier al wel op een geheel andere markt: de Aziatische. Inmiddels heeft hij zijn tweede nieuwe bedrijf, Kuriya Nederland.

Hoewel Laan na de verkoop van Laan Snacks in de gelegenheid was het rustiger aan te doen, was dit niet aan hem besteed. "Ik vind het iedere dag nog veel te leuk om te doen. Ik heb nog veel te veel ideeën en leuke opdrachten." Uit alles blijkt de gedrevenheid van deze man. In de korte tijd dat Kuriya Nederland bestaat, heeft Laan al een uitgebreide range producten geïntroduceerd, variërend van de traditionele Japanse sushi

### Kuriya Nederland

Vijfendertig jaar geleden begon Piet Laan met de productie van loempia's en verse kroketten. Daarmee was Laan Snacks geboren. In 1990 kwam de doorbraak met diepvriesproducten en in 1993 ging het bedrijf met Van Dobben in zee voor de productie van de Van Dobben Croquet.

Tot 1997 lanceerde Piet Laan talloze kroketten met de meest uiteenlopende ragoutvullingen, variërend van rund-, kalfs- en kippenvlees tot ham, kaas, groente en garnalen. In dat jaar verkocht Piet Laan zijn bedrijf aan Van Dijk Foods en startte hij met iets geheel nieuws: de Indonesische markt. Met Hola Indonesia introduceerde Laan het Indonesische maaltijdconcept 'Lonny's'. Verpakt in rieten mandjes heeft het product een sterk Indonesische uitstraling.

In 1999 kwam Laan in contact met Louis Schotemeijer van het Japanse bedrijf Kuriya dat de Japanse rijstsnack 'sushi' op de Nederlandse markt brengt. Schotemeijer heeft het bedrijf ondertussen verlaten. Laan laat nogal altijd zijn fantasie de vrije loop en introduceert steeds weer nieuwe producten. Kuriya is onlangs verhuisd naar Heerhugowaard, waar het bedrijf een pand deelt met Winter Food Snacks geleid door Laan's zoon. Hier worden de Amsterdamse Croquetten geproduceerd.



Foto: Vincent de Vries/Rodi Media

Piet Laan: "Nederlanders willen alles kant-en-klaar en gemakkelijk hebben."

nigiri en maki tot de Japanse wrap en van kant-en-klaar Japanse misosoep tot Japanse kant-en-klaarmaaltijden. Van vers tot diepvries, waarbij ook Nederlandse vis een geheel nieuwe inspiratiebron blijkt te kunnen zijn.

### Sushi

Laan achtte in 1999 de Nederlandse markt rijp voor de Japanse snack en investeerde fors. Uit Japan importeerde hij drie rijstverwerkingsmachines en zelfs een 'omeletreepjesbakmachine'. "De enige in Europa", zo laat Laan tussen neus en lippen door weten.

Voor de verschillende sushi's wordt Japanse rijst eerst gewassen, geweekt en vervolgens gekookt in een zogeheten 'doorloopoven'. "Zonder het gebruik van Japanse rijst krijg je geen goede sushi. Daaraan doe ik geen concessies. Ook het wassen en weken hoort er bij ons productieproces bij."

Het wassen gebeurt in een silo en het weken in een speciale 'rijstweekketel' en duurt ongeveer een tot

anderhalf uur. Daarna wordt de rijst gemengd met Su (een mix van Japanse azijn, suiker en zout) en in kunststof boxen gestort. Het geheel blijft dan op een temperatuur van ten minste 80°C. Dit is nodig voor het verwerken en vormen van de rijstbolletjes. Dit gebeurt op een zogeheten 'rijstbolletjes'-machine, die ook weer uit Japan afkomstig is. Voor de zogeheten 'maki' (zeewiervellen met rijst en andere ingrediënten) wordt de rijst op zeewiervellen gelegd en gevuld met diverse soorten vis en groente of pompoen en afgesneden op 18 cm lengte. Daarna worden ze in de volgende machine gesneden tot rolletjes met een lengte van 3 cm. Voor de sushi nigiri (een rijstrolletje met een plakje vis, garnaal of omelet erop) worden de rijstrolletjes eerst gevormd, teruggekoeld tot 2°C en daarna met de hand belegd. Met beide machines kunnen 14.000 sushi's per uur worden geproduceerd.

De sushi's vinden hun weg naar de (bedrijfs/vliegtuig)catering, groothan-

del, maar ook naar de consument. "Onze producten staan onder meer bij de grotere winkels van Konmar en Super de Boer in de schappen, maar ook op Food Village Schiphol".

Alle bars en restaurants achter de douane op Schiphol worden eveneens door Kuriya van sushi voorzien. "Met name de Japanse wrap loopt op Schiphol erg goed". Dat is een rijstrol die gescheiden van het zeewiervel in een folie is verpakt. "Voor al stewardessen kopen dit product graag en stoppen het in hun binnenzak. Daar warmt het vanzelf op tot kamertemperatuur, tussen de 20 en 25°C. De beste temperatuur om een sushi te eten. Presenteer je het kouder, dan is de rijst hard en smake-loos".

De stewardess hoeft nu alleen de folie maar te openen, het rijstrolletje naar de ene kant van de folie te rollen, de folie van het zeewiervel terug te slaan en het rijstrolletjes in het zeewiervel te rollen. "Voordeel van het gescheiden verpakken van de rijstrol en het zeewiervel, is dat de zeewier knapperig blijft."

Kuriya produceert echter niet alleen sushi, maar ook kant-en-klaarmaaltijden voor de (bedrijfs/vliegtuig)catering en de consument. "We hebben maaltijden met uiteraard onze rijstrolletjes, boontjes, gebakken ommeletreepjes, aubergine en vlees of kip met soja-saus. De rijst is altijd in rolletjes voor de Japanse uitstraling en we strooien er wat sesamzaadjes over. Het oog wil immers ook wat."

### Japans

Uit alles blijkt dat Laan een perfectionist is. Alles moet kloppen binnen het Japanse concept en veel wordt dus uit Japan geïmporteerd. Zelfs de grondstoffen en de verpakkingen voor de consumentenproducten komen daar vandaan. Laan haalde ook een Japanse kok naar Nederland. "Deze man bereidt al onze producten volgens traditioneel Japans concept. Soms wil ik wel eens iets anders, maar als het niet origineel is, maakt hij het niet."

Mede daardoor zal sushi in Nederland nooit een heel groot marktaandeel verwerven. Om dit toch verder uit te breiden, ontwikkelt Laan de 'diepvries'-sushi. "Iedereen denkt altijd dat sushi vers moet zijn, maar dat is helemaal niet nodig. Het kan ook heel goed uit de diepvries."

De eerste stap op dit gebied was een doe-het-zelf diepvriespakket met zes gekookte Japanse rijstpakketjes, zes soorten rauwe vis in plakjes, Kikkoman-sojasaus, Japanse mierikswortelsaus (wasabi), Japanse gember,

zeewiervelletjes en een bamboematje om zelf sushirolletjes te kunnen maken. De rijstrolletjes moeten 20 seconden in de magnetron worden verhit, terwijl de rest van de ingrediënten op het aanrecht kan ontdooien. "De plakjes zijn namelijk zo dun, dat ze binnen een mum van tijd zijn ontdooid".

De consument kan de sushi-maki's volgens de aanwijzingen op de verpakking bereiden, waarna volgens Laan een perfecte sushi wordt verkregen. "Een dijk van een product en prima van smaak. Het is nauwelijks van vers te onderscheiden. Op de een of andere manier regeneert de rijst terug alsof deze net is gekookt. Hoe dit allemaal kan, weet ik niet. Ik heb het niet wetenschappelijk laten onderzoeken, maar wel proefondervindelijk vastgesteld. Het is een feit, dus is het zo. Voor mij is dat voldoende."

Toch vliegt het product nog niet de schappen uit. Laan wijt dit aan twee zaken. "Nederlanders zijn soms huiverig voor rauwe vis en het is waarschijnlijk toch nog te veel werk. Deze geluiden horen we ook van de 'toastjesindustrie'. Ook daar schijnt de verkoop terug te lopen, omdat de consument steeds meer de voorkeur geeft aan kant-en-klare snacks."

### Grenzen verleggen

Met de chu-maki wil Laan op deze trend inspringen. Het betreft hier een diepvries-sushi met bereide vis. In een doosje zitten acht maki's, bestaande uit een zeewiervelletje gevuld met Japanse rijst en daarin gare vis, groente en ommeletreepjes. Het doosje kan vanuit de diepvries in de magnetron in



twee minuten worden opgewarmd.

Bij de ontwikkeling van dit nieuwe productconcept liep Laan tegen het probleem aan dat de twee middelste maki's aan een kant van het doosje niet goed op temperatuur kwamen. Door een speciaal kartonnetje te gebruiken, lukte dit wel. "Vraag me niet wat er gebeurt. Of het met de straling te maken heeft, is onbekend. Maar het werkt en dat is voor mij het belangrijkste."

Verder waren er rond de kerstdagen en de jaarwisseling bij de supermarkten Albert Heijn haringhapjes (Japanse rijst met haring) te koop. Ook deze heeft Piet Laan ontwikkeld. Het product bleek zo succesvol dat ze rond de paasdagen weer in de schappen zullen staan. Daarnaast wordt er gewerkt aan een variant met paling en wil Laan contacten gaan leggen met Korea. "Voordeel van Koreanen is dat ze iets minder traditioneel zijn waardoor er, in tegenstelling tot bij Japanners, iets meer van de traditionele recepten kan worden afgeweken", aldus Laan. ■

De diepvries-sushi chu-maki moet het nieuwe succes worden van Kuriya.



Foto: Vincent de Vries/Rodi Media

Voor de Japanse wrap worden rijstrollen, gescheiden van zeewiervellen in een folie verpakt. Alles is handwerk.