



## Spannende gastronomie

BONBONS VAN ROOKVLEES

"Pieter is een deskundige kok en een wijnliefhebber. Een unieke combinatie", meent Gerard Jané Úbeda, Spaanse wijnmaker en vanavond te gast bij Le Diner. Uiteraard proeven wij een aantal van zijn wijnen bij de gerechten van Pieter Mooij en zijn chef-kok Remco Kedde. De keuze tussen twee complexe wijnen bij de kalfsoester levert fraaie gesprekstof op. "Ik ga voor de Margalló", vertelt Jan Hein Bartels. "Ik vind juist de Mas Vilella spannend. Hij past goed bij de krachtige kalfsjus", aldus Sandra Mooij, samen met haar man Pieter eigenaar van het Noordwijkse Hof van Holland.

De Margalló en Mas Vilella zijn beide afkomstig van de wijngaard Jané Ventura, waarvan Úbeda en zijn familie eigenaar zijn. De druiven van deze wijnen groeien op zanderige, stevige hellingen in de buurt van Barcelona. De vele zonuren die deze regio kenmerken resulteren in smaakvolle oogst, jaar na jaar. Bij wijze van proef worden vanavond beide wijnen geserveerd bij de kalfsoester. Op voorhand is de Margalló uit 2001, die op de wijnkaart van Pieter en Sandra Mooij is terug te vinden, favoriet bij de meeste gasten. De complexiteit maakt hem verleidelijk. Het malte hoofdgerecht laat zien tot welke spannende sensaties de wijn-spijs combinatie kan leiden. "De Mas Vilella presenteert zich nu heel anders. Hij heeft de kracht en complexiteit om de ravioli en kalfsjus,

beide hoog op smaak, naar grotere hoogtes te brengen. De Margalló past ook bij het gerecht, maar leidt tot een minder spannende combinatie", aldus Alfons Kiljan, wijnkenner van JJC Kwast Wijnkopers. Pieter Mooij en Úbeda vinden echter dat de Margalló naadloos bij het gerecht aansluit. "Persoonlijk vind ik de Mas Vilella een mooiere wijn. Ik houd van zijn complexe, elegante tonen. Bij de kalfsoester geef ik toch de voorkeur aan de wat zachtere Margalló", legt de Catalaanse wijnproducent uit.

#### Wijnsuggesties

Een wijn die onmiskenbaar de tongen los maakt, is de Duitse chardonnay uit de Moezel. Kiljan, toch een ervaren vinoloog, is onder de indruk: "Zo iets

heb ik nog nooit geproefd. Het is een heerlijk wijn." Pieter Mooij vertelt er dan ook enthousiast over: "Ik heb hem zelf in Duitsland gehaald. Hij komt uit het noordelijke deel van de Moezel en heeft een zoete, mineraalachtige smaak. Een uniek palet, zeker voor een chardonnay." "Elke slok is een feestje", geeft Sandra Mooij de heersende mening aan tafel fraai weer. Vanwege de kracht van deze chardonnay hebben Pieter en Sandra ervoor gekozen, deze zowel bij de gefrituurde coquilles als de worstjes van Canadese kreeft te serveren. "Een begrijpelijke keuze. Na zo'n mooie wijn is het moeilijk om iets beters te presenteren", vindt Bartels. "Ik heb er ook begrip voor, maar ik zou bij de worstjes van kreeft toch een wijn met meer mineralen hebben gekozen", aldus Úbeda.



ALFONS KILJAN



GERARD JANÉ ÚBEDA



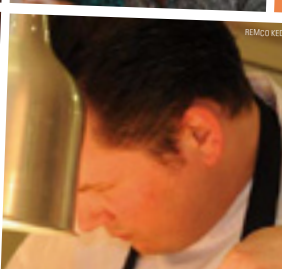
JAN HEIN BARTELS



SANDRA MOOIJ



PIETER MOOIJ



REMCO KEDDE AAN HET WERK IN DE KEUKEN



APRIL 2008

meeting

Vijftiende jaargang Meeting Magazine

# Volop rubrieken

In 2019 gaat Meeting Magazine alweer het vijftiende jaargang in. Om dit te vieren blikken we een jaar lang terug op de ontwikkelingen in het magazine en in de branche.

In de afgelopen veertien jaargangen van Meeting Magazine zijn de nodige vaste rubrieken de revue gepasseerd. Zo publiceerden we al vrij snel de culinaire reeks Le Diner waarbij een aantal prominente spelers uit de branche aanschoven voor een culinair meergangendiner in een toprestaurant. De gangen werden uitgebreid besproken, net als de culinaire trends die op dat moment heersten.

In 2008 werd Le Diner voor het laatst georganiseerd en maakte het artikel plaats voor nieuwe rubrieken, waaronder Congres Uitgelicht. In deze rubriek vertelde een PCO over de organisatie van een congres en tegen welke uitdagingen hij of zij aan liep gedurende het organisatieproces. Nog altijd doen we in het magazine verslag van bijzondere bijeenkomsten. Ook vertellen diverse columnisten nog altijd over hun expertise en ervaringen.

In de rubriek Appels en Peren vroegen we tussen 2009 en 2012 steeds bij drie verschillende locaties een offerte voor een fictieve bijeenkomst op. Deze offertes wer-

MEETING CULINAIR

Van de ambiance in hart in het bedrijf en de warme sfeer. Samsigman van Hof van bijdrage achtergrond hier met van zijn gas-200 doorlopen, maar uit zijn geweest en reeds zijn die talloze kaart. Deze kaart omrijkt zich door rechten. Gasten d-restaurant met zijn enen zij kuisen voor maximaal €41,50. ritische kaart, die dit vervangen. Op kaart terug te 80 personen kun-De kwaliteiten en Niet onbelangrijk 23 comfortabele



The Maror Amsterdam  
**Het echte Amsterdamse gevoel**

Johnan Groot is er geboren en had veel mensen zijn hier verpluimd. Het vroontalig Burgersgrachtwaars hotel The Maror Amsterdam is gevestigd, maakt onderdeel uit van de Amsterdamse geschiedenis. Wie een vast over de Buitenvoort, het,ervaart direct dat de bebouwing van de stad centraal staat op deze bijzondere plek.

In 2009 deed het stadsbestuur zijn dienst, waarna het de functie kreeg als 'Museumhotel'. Veel Amsterdammers hebben dan ook niet het indrukwekkende pand met alle woonwoningen, gingen in het huidige Amsterdamse Vast. In 2011 nam de Nederlandse architecten Eden Dierckx (oudste nog Hangende) de verantwoordelijkheid over. Amsterdam past samen en verblijven, waarbij alle de achterverdeling, wordt gebruikt. Nog slechts steun de van-bijng van de Lantaren, de lantaren om de centrale hal gebouwd te heren van Amsterdam. De lantaren deels bouwen op een speciale wijer terug in het centrum van de Amsterdamse, het stadsbestuur van Am-

**The Maror Esthetic**  
The Maror Amsterdam beschikt over alle ingrediënten voor een succesvolle meeting. Het restaurant is een echte culinaire hotspot, waar ook mensen die niet in het hotel overnachten graag verkeren. Wie de menukaart van het restaurant bestudeert, ziet dat er naast traditionele Nederlandse gerechten zijn, maar juist de voorkeur geven aan gerechten waarbij een moderne touch terug te zien is. Het is een omgeving die ook een belangrijk voorbeeld is van een succesvolle meeting. Als organisatie kunnen we deze omgeving gebruiken om een omgeving te creëren waar elke deelnemer zich thuis voelt, een sfeer van gastvrijheid en plezier.

steden, zijn presentatie aanwezig op zijn zelfs terug te zien van een Amsterdammer.

**INNOVATIE**  
Vroeger was anders, nu is het anders. Het is de tijd van de Maror, het is de tijd van de Maror, het is de tijd van de Maror.

MEETING HOTELRECENSIE



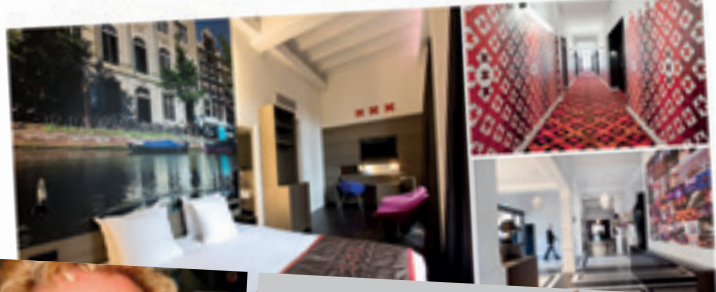
Welke hotelketen van The Maror kan heren- en ontmoetingplek gemaakt. Hierover het hotel een eigen presentatie heeft, wat je je er meteen thuis voelen, want de sfeer is echt de inderdaad het is niet de voorbije, maar je verwelkomt in een heel mooi en gezellig.

**ELKWAAR WERKT**

In Amsterdam werken we met heel veel mensen. Het is een heel gezellig hotel, dat ook op de werkdagen open staat. Het restaurant is een echte culinaire hotspot, waar ook mensen die niet in het hotel overnachten graag verkeren. Wie de menukaart van het restaurant bestudeert, ziet dat er naast traditionele Nederlandse gerechten zijn, maar juist de voorkeur geven aan gerechten waarbij een moderne touch terug te zien is. Het is een omgeving die ook een belangrijk voorbeeld is van een succesvolle meeting. Als organisatie kunnen we deze omgeving gebruiken om een omgeving te creëren waar elke deelnemer zich thuis voelt, een sfeer van gastvrijheid en plezier.

Wat is de reden voor de presentatie? Het is een heel gezellig hotel, dat ook op de werkdagen open staat. Het restaurant is een echte culinaire hotspot, waar ook mensen die niet in het hotel overnachten graag verkeren. Wie de menukaart van het restaurant bestudeert, ziet dat er naast traditionele Nederlandse gerechten zijn, maar juist de voorkeur geven aan gerechten waarbij een moderne touch terug te zien is. Het is een omgeving die ook een belangrijk voorbeeld is van een succesvolle meeting. Als organisatie kunnen we deze omgeving gebruiken om een omgeving te creëren waar elke deelnemer zich thuis voelt, een sfeer van gastvrijheid en plezier.

Wat is de reden voor de presentatie? Het is een heel gezellig hotel, dat ook op de werkdagen open staat. Het restaurant is een echte culinaire hotspot, waar ook mensen die niet in het hotel overnachten graag verkeren. Wie de menukaart van het restaurant bestudeert, ziet dat er naast traditionele Nederlandse gerechten zijn, maar juist de voorkeur geven aan gerechten waarbij een moderne touch terug te zien is. Het is een omgeving die ook een belangrijk voorbeeld is van een succesvolle meeting. Als organisatie kunnen we deze omgeving gebruiken om een omgeving te creëren waar elke deelnemer zich thuis voelt, een sfeer van gastvrijheid en plezier.



COLUMN MEETING



**PAPIERLOOS CONGRES**

Hebt u ooit een congres of evenement georganiseerd zonder ICT? Ik wel en dat was knap lastig. Goed, ik spreek over begin jaren '80, maar toch. Gewoon alle 1000 aanmeldingen op alfabet in een kaartenbak. Maar die kaartenbak kiepde om, chaos alom. Vergelijk het met een gecrashte harde schijf anno 2007.

Kunt u nu nog efficiënt en effectief werken zonder ICT? Ik niet. Een voorbeeld. In 2004 wilde het ministerie van EZ binnen zes weken een congres organiseren voor ambtenaren en bedrijfsleven. Het is gelukt, dankzij een goede e-mail database. Alle informatie en uitnodigingen verstuurd we online, er kwam geen drukwerk aan te pas. Zelfs het verslagboek was uitsluitend digitaal verkrijgbaar. Eerlijk gezegd stonden niet alle deelnemers te juichen: niks om mee naar kantoor of huis te nemen, alles zelf uitprinten. Maar de conferentie. Nog een voorbeeld. Recentelijk wilde een corporate klant niet alleen een event organiseren voor de MICE-branch, maar ook de mening van klanten weten over de locatie. In samenwerking met Hans van Linschoten stuurden we alle deelnemers een online fotoalbum, plus een tweede enquête (één-meting). Zo het salesteam, dat de informatie gebruikte voor de after sales en follow-up bezoeken.

Zelf ben ik groot voorstander van ICT-toepassingen bij congressen en evenementen, maar wel helemaal bewust van de risico's. Het is niet de bedoeling om met ICT te spelen. Het is de bedoeling om met ICT te spelen.

den door Ingrid Rip van bureau RREM en Meeting Magazine beoordeeld. Soms kwamen daar hele duidelijke winnaars uit, soms lagen de resultaten erg dicht bij elkaar. Memorabel was de offerte voor een bijeenkomst opgevraagd bij hotel A. Vervolgens kregen we een offerte voor een ander hotel binnen dezelfde keten toegestuurd. Uiteraard kwam het betreffende hotel niet als winnaar uit de bus. Uit betrouwbare bron weten we dat een andere hotelketen deze rubriek zeer scherp in de gaten hield om dergelijke fouten te voorkomen!

Voor de hotelrecensie reisde een redacteur vanaf 2009 af naar een hotel om daar het hotel, het diner en de overnachting te beoordelen. Deze rubriek heeft dit jaar een nieuwe invulling gekregen. Vanaf nu zal een anonieme mystery guest van Mystery Review de taak op zich nemen om een hotel of vergader/evenementenlocatie te beoordelen. Daarbij worden ook de website en de service meegenomen.

De komende jaren blijven we verder werken aan leuke en inspiratieve artikelen. Voor dit jaar staat een speciale reeks gepland die in samenwerking met studenten

van een Hoge Hotelschool zal worden gemaakt. Wat deze reeks precies inhoudt, houden we nog even geheim!

In de komende edities verschijnen meer edities en artikelen uit veertien jaargangen Meeting Magazine. Heb jij een herinnering aan een bepaald artikel of een bepaald onderwerp uit een eerdere editie? Laat het ons weten via [socie@vanmunstermedia.nl](mailto:socie@vanmunstermedia.nl)!