

# Croquetten Boutique

WIL NIET DE GROOTSTE WORDEN, WEL DE BESTE

De grootste worden op het gebied van kroketten is niet het doel. Groei is mooi, maar zonder concessies. Voor Désirée Stroes en Brian Steevens van Croquetten Boutique draait alles om smaak en presentatie. Nu steeds meer mensen lucht krijgen van hun charmante winkeltje in hartje Utrecht en uitbreiding niet meer dan logisch is, blijven de jonge ondernemers vasthouden aan hun principes.

Tekst Dennis van Asselt Beeld Herbert Wiggerman

**C**roquetten Boutique opent in november 2017 de deuren in hartje Utrecht. De jonge starters Désirée Stroes en Brian Steevens komen beiden uit een ondernemersgezin, hebben de hotelschool gedaan en hebben allebei verschillende horecabaantjes gehad. Het ondernemerspaar stelde zichzelf twee simpele vragen: wat vinden we zelf lekker, en is dat verkrijgbaar in het centrum van Utrecht? Zo ontstond het idee van Croquetten Boutique. De schrijfwijze onthult meteen dat de twee een puur ambachtelijk product willen verkopen, kroketten zoals vroeger.

‘We zijn een dik jaar bezig geweest voordat de eerste reeks recepten definitief was’, zegt Brian Steevens. ‘Te veel vulling, consistentie niet goed. Te dik, niet smeuïg genoeg. We maken geen gebruik van gelatine. Dat hoeft niet nodig te zijn, vinden wij. Het is niet de authentieke, ambachtelijke manier. Vroeger werd dat ook niet gebruikt. We gebruiken sowieso zo min mogelijk toevoegingen. We maken voor iedere kroket gewoon de juiste roux. Geen smaakversterkers. Meestal zijn de ingrediënten nagenoeg op één hand te tellen.’

## Onderscheidend vermogen

De lastigste kroket was de draadjesvlees. Steevens: ‘Die kent iedereen namelijk. Een appel-kanneelkroket kent niemand, dus niemand heeft een idee van hoe dat zou moeten smaken. Een lekkere, onderscheidende rundvleeskroket maken, is lastig. Dat ligt aan de juiste kruiden en specerijen. En een goede bouillon. Het vlees is het hoofdingrediënt, maar daarna komt de bouillon. Als je een smaakloze bouillon hebt, krijgt je kroket ook geen smaak. Daarom moeten je afzonderlijke ingrediënten van zichzelf al goed op smaak zijn, voordat je ze bij elkaar brengt. Dan heb je geen smaakversterkers nodig. En we laten de bouillon wat verder inkoken. Iedere kroket heeft bijna zijn eigen bouillon.’

Het eindresultaat moet voor Croquetten Boutique aan nog twee belangrijke criteria voldoen, zegt Désirée Stroes. ‘Voor ons is een dun, krokant korstje heel belangrijk. Ik vind het jammer dat dat verdwenen is. En ik vind het belangrijk dat als we zeggen wat erin zit, je dat ook proeft.’



## 8

**KROKETTEN**  
op de kaart,  
inclusief een  
seizoenskroket

## 200

**KROKETTEN**  
per dag gaan over  
de toonbank

## 4

**PARTTIME  
MEDEWERKERS**

## 20

**RESTAURANTS**  
nemen de kroketten  
af, zowel in Utrecht  
als ver daarbuiten



Ondernemers Désirée Stroes en Brian Steevens openen Croquetten Boutique in november 2017. De bekendheid van het charmante zaakje in de binnenstad van Utrecht neemt almaar toe, zowel bij Domstedelingen en toeristen als bij horeca-ondernemers die graag de verse snacks bij Stroes en Steevens afnemen.



## 8 kroketten op het menu

Croquetten Boutique heeft acht verschillende kroketten op de kaart staan, inclusief de seizoenskrokot. En er is een vegetarische variant. De hele kaart wisselt regelmatig, maar de draadjesvleeskrokot (Blonde d'Aquitaine) en de Hollandse garnaal & zeekraalkrokot staan continu op de kaart. Iedere maand is er een nieuwe krokot en de overige smaken wisselen iedere drie maanden. 'In het begin konden we ze moeilijk uit elkaar houden, nu herkennen we ze aan de kleinste dingetjes', zegt Steevens. 'Door de inhoud krijgt de krokot ook zijn eigen kleur. Door het dunne korstje geeft de inhoud de krokot ook kleur. En we paneren sommige kroketten met panko. Daarnaast hebben we in onze frituurmandjes een verdeler laten maken. Daardoor hebben we twee vakken per mandje.'

Waar Croquetten Boutique zich ook mee onderscheidt, is presentatie. De kroketten zijn los 'uit het vuistje' en op een zacht broodje verkrijgbaar. Stroes en Steevens werken samen met een lokale bakker, die onder meer maïs-, meergranen-, spelt- en witte broodjes met pompoenpitjes maakt. De broodjes zijn van boven opengesneden, als een hotdog. Eigenlijk is het gek om een broodje plat te snijden', vindt Stroes. 'Want dan verstopt je de krokot.' Vervolgens wordt ieder broodje omgetoverd tot een klein kunstwerkje, met onder meer zelfgemaakte sauzen en verse groenten en kruiden. Dit geheel wordt gepresenteerd in stijlvol kartonnen doosjes.

Elk broodje krijgt aandacht, ook tijdens de spits. 'Dat is gegroeid', zegt Steevens. 'Toen in het begin de zaak vol

stond met wachtende mensen buiten, dachten we: 'Hoe gaan we dit doen?' Nu komen regelmatig groepjes van dertig man langs en draaien we onze hand er niet voor om. Het gaat om oefenen, en het gaat steeds makkelijker.'

De vorm van de krokot bij Croquetten Boutique is nu ook anders dan in het begin. Steevens: 'We hebben de kroketten na verloop van tijd iets dunner en langer gemaakt, zodat de krokot even lang is als het broodje. Dan is het beter verdeeld.'

### Uitbreiden met productiekeuken

De bekendheid van Croquetten Boutique groeit, met name in de horeca. De zaak levert sinds mei 2018 ook aan restaurants, en de aanvragen blijven binnenkomen.

'Daarom gaan we de productie voor de horeca weghalen uit de zaak', zegt Steevens. 'Het wordt anders te veel. Deze ruimte is daar niet op ingericht.'

De ondernemers zijn daarom op zoek naar een aparte productiekeuken. Stroes: 'We zijn hard op zoek naar een geschikte ruimte en hebben al een aantal locaties bekeken. We hopen ergens in april te starten met de verbouwing.'

Op dit moment nemen bijna twintig horecazaken de zelfgemaakte snacks af, zowel in Utrecht als daarbuiten. De kroketten en bitterballen gaan onder meer naar Houten, 's-Hertogenbosch en zelfs het Limburgse Panningen. Binnenkort komen daar restaurants in Almere en Rotterdam bij.

Dat de vraag naar de kroketten van Stroes en Steevens toeneemt, is opmerkelijk te noemen. De ondernemers zijn zelf namelijk nog niet actief op zoek naar afnemers in de horeca. 'We doen geen acquisitie', zegt Désirée Stroes. 'Dat willen we heel graag, maar daar hebben we op dit moment de ruimte niet voor. Als de productiekeuken

loopt, gaan we dat wel doen.'

Een deel van de productie - onder meer van de kleinere hoeveelheden, de sauzen en toppings - blijft in de zaak in Utrecht plaatsvinden. Bovendien worden niet alle kroketten op de kaart ook voor de horeca geproduceerd. Andersom maakt Croquetten Boutique producten voor de horeca die niet in de zaak te krijgen zijn, waaronder een kaaskrokot.

### Geen concessies

Waar staat Croquetten Boutique over vijf jaar? 'Het is niet onze ambitie om marktleider te worden op het gebied van kroketten', zegt Stroes, 'We willen wel heel bekend worden met onze ambachtelijke kroketten; die willen we blijven maken. En we vinden het belangrijk dat de concessies die we nu niet doen aan smaak, straks ook niet doen. Het blijft hetzelfde product, alleen krijgen we de mogelijkheid om meer te maken en dus meer mensen en andere ondernemers te bereiken.' **SR**

## Airfryer

Désirée Stroes en Brian Steevens van Croquetten Boutique zijn bezig om hun kroketten geschikt te maken voor de airfryer.

Steeds meer consumenten vragen ernaar, zeggen de ondernemers. Ze zijn aan het testen met het voorfrituren en invriezen. Daarbij is het belangrijk dat de kroketten het dunne korstje behouden waaraan Croquetten Boutique veel waarde hecht. 'Dus niet dubbel of driedubbel paneren, wat vaak gebeurt bij airfryersnacks', zegt Brian Steevens. 'We hebben een extra stap tijdens het paneren, waardoor de krokot krokant wordt en niet taai.'

De eerste krokot die geschikt is voor de airfryer, is de draadjesvleeskrokot. Volgens Steevens zullen gasten in de zaak het verschil niet proeven. 'Het recept is hetzelfde, we hebben alleen een extra stapje tijdens het paneren waardoor hij knapperig wordt.' Het streven is om ook een assortiment minikroketjes voor de airfryer te ontwikkelen.

Uiteindelijk is het de bedoeling dat consumenten de kroketten - zowel vers als voorgebakken - ook online kunnen bestellen en thuisbezorgd krijgen.



advertentie



**VANREUSEL**  
STEUNT  
**Make-A-Wish**  
NEDERLAND

Make-A-Wish® vervult de allerliefste wens van kinderen die vechten tegen een ernstige, soms zelfs levensbedreigende ziekte om hoop, kracht en vreugde te brengen. \*Hoe meer frikandellen XXL er worden geconsumeerd hoe hoger de donatie van Vanreusel aan Make-A-Wish®.



f #FRIKANDELXXLAMBASSADOR

