

Entertainment

Shazam, nu ook voor kleding

De makers van de populaire app Shazam, die muziek herkent, werken momenteel aan eenzelfde applicatie voor kleding. Hiermee kun je erachter komen van welk merk de kleding is die je favoriete celeb draagt, bijvoorbeeld. „We kunnen een item uit een tv-show identificeren en binnen enkele seconden weten wat de persoon draagt”, zo licht CEO Andrew Fisher toe.



Papieren zakdoekjes tegen de honger

Modellen doen de vreemdste dingen om hun hongergevoel te stillen. Papieren zakdoekjes eten, bijvoorbeeld. Dat onthult Kirstie Clements, voormalig hoofdredacteur van de Australische Vogue, in haar boek *The Vogue Factor*, meldt Het Laatste Nieuws. Volgens critici zijn de onthullingen van Clements zwaar overdreven en wil de voormalige hoofdredacteur wraak nemen. In mei vorig jaar werd zij na 25 jaar, waarvan 13 aan het roer, ontslagen. FOTO: AFP



Dineren op aanbeting

Restaurant Moes uit Amsterdam laat gasten voortaan aanbetingen voor een diner. De gast krijgt hiervoor in ruil 10 procent korting op het eten, meldt Misset Horeca. Ondernemer Mark Jansen zet de aanbeting niet altijd in, maar vooral bij speciale events om te voorkomen dat hij op de avond zelf onverwacht met lege stoelen komt te zitten door mensen die na reservering toch niet op komen dagen.



FOTO: ANP

Meer dan patat met kip

Patat met appelmoes of alleen suiker op het brood. De tijd dat kinderen, op eigen aandringen of door gebrekkig aanbod, hun smaakpapillen nauwelijks prikkelden, lijkt passé. Deze generatie ontwikkelt zich volop op culinair gebied en daar wordt gretig op ingesprongen. DOOR ANNA TERESA BELLINZIS

SBS6 heeft Junior Masterchef op SBS6, de TROS de Cupcake Cup, zondag start de KRO met het programma Kookschool en als klap op de vuurpijl maakte topkok Jonnie Boer gisteren bekend dat hij dit jaar een kinderkookboek uitbengt. Jongeren lijken hun culinaire weg helemaal gevonden te hebben. En de makers van met name de culinaire tv-programma's voor kids staan nog geregeld versteld van het resultaat. Bij het eerstgenoemde programma, geschied op Australische leest, lieten de jeugdige deelnemers zien dat ze wel raad wisten met ingrediënten en gerechten waar menig volwassene zich niet aan durft te wagen. Het niveau van de circa 10-jarigen was soms zo verrassend dat zelfs befaamde juryleden als Alain Caron, Ron Blaauw en Onno Kokmeijer vol verbazing toekeken met welk gemak de coquilles en crème brûlées op de

borden verschenen.

Voor de CupcakeCup, een wedstrijd tussen twintig kandidaten die zoete en hartige cupcakes moesten maken, hadden honderden kinderen zich aangemeld. Naar de uitzendingen keken ruim een half miljoen mensen, met een uitschieter tijdens de finale van 750.000 kijkers. Prima kijkcijfers voor een 'kinderprogramma' en precies wat de omroep zelf verwachtte, zo laat Brenda Matthijs van de TROS weten: „Met de CupcakeCup zijn we ingesprongen op de populariteit van kookprogramma's en wij hadden wel verwacht dat dit programma zou aanslaan. Het plezier van koken en kokkerellen stond hierin centraal en juist omdat het tijdens de kerstvakantie werd uitgezonden, konden we merken dat het een zeer succesvol familie event was; de site waar kinderen onder andere recepten vanaf konden halen en thuis zelf aan de slag konden, werd dagelijks meer

dan 20.000 keer bezocht.”

Zelf aan de slag gaan, thuis of ergens anders, is nog zo'n gat in de markt. Winkels proppen hun schappen vol met kleurrijke kookspullen en uiteenlopende ingrediënten, kinderkookboeken gaan verder dan een tosti en naast de toename van workshops bieden deze ook steeds meer uitdagingen. Naast de verjaardagspartijtjes kan je

kokkerellende koter nu ook in een restaurant koken voor de rest van de familie en zijn er doe-het-zelf-pakketten waarmee je achter je eigen pannen en potten kunt staan.

Het is dan ook niet zo gek dat kids geen genoeg meer nemen met patat met een kroket als kindermenu, terwijl hun ouders zich op een verfijnde maaltijd storten. Dat merken ook restaurants die steeds vaker de reguliere gerechten in kleiner formaat als kindermenu hebben. Susan Aretz volgt die trend op de voet en startte blog Smulpaapje.nl. Daarop houdt ze bij welke restaurants in plaats van een pannenkoek de jonge gasten bijvoorbeeld fruit, groente, zeebanket als tilapia en calamares, en Aziatische smaken voorschotelen. Aretz kan niet wachten tot alle restaurants de standaard kindermenu's aanpakken. „Als ik met mijn dochter uit eten wilde, vond ik alleen pannenkoekrestaurants of zaken met kinder-

menu's waar ik, maar ook mijn dochter, niet vrolijk van werd. Dat frustreerde mij en daarom startte ik vorig jaar mijn site waarop restaurants staan die meer bieden dan pasta bolognese of knakworsten. Daar is op zich niks mis mee, maar er is behoefte naar meer.” Aretz die inmiddels ruim 130 restaurants verzameld heeft, legt uit: „De spannendste gerechten die mijn generatie kreeg voorgeschoteld, waren macaroni of spaghetti. Maar de jeugd van tegenwoordig eet thuis curry's, wraps en sushi. Deze nieuwe generatie maak je dus echt niet meer blij met vlakke smaken en gefrituurde snacks. Jongeren pikken dat niet meer. En restauranthouders springen daar op in.”

Zij zijn niet de enigen. Ook de detailhandel weet het kokkende kind te vinden. Neem nu de recente actie van Albert Heijn met de keukenmini's, het bijbehorende keukentje en de Allerhande voor kids. De supermarkten wil met de campagne Jij Kan Alles Maken, behalve uiteraard het naar binnen trekken van zoveel mogelijk klanten, naar eigen zeggen inspelen op de populariteit van koken bij kinderen. Albert Heijn zegt te willen 'voorzien in de behoefte om zelf achter de potten en de pannen te staan'. En het lijkt aan te slaan: op ah.nl/allerhandekids werden er al meer dan 30.000 recepten door kinderen ingestuurd.



FOTO: ISTOCK