



Hiep hiep Yfei

Voor het beste van twee werelden moet je bij Yfei Liu zijn. De chef van het Hoornse restaurant Madame Cheung is een meester in het componeren met de smaken van Oost en West.

De chef van Cheung komt zelden zijn keuken uit en wat zelden laat hij daar iemand toe. Maar wat er uit die keuken komt, brengt magie in de mond. Madame Cheung draait alweer heel wat jaren mee en staat in de wijde omtrek bekend als een restaurant van culinaire klasse. De oorsprong van het succes ligt bij wijlen Lei en Yuk Cheung die in Hoorn in hun hotel Petit Nord met het restaurant begonnen. Zij als gastvrouw en hij in de keuken waar hij de basis legde voor verfijnd Aziatisch eten door verschillende culinaire stijlen te combineren. Het restaurant blijft ook niet onopgemerkt bij de 'gidsen' en als Robin Wu, schoonzoon van de Cheungs, en chef Yifei in 2007 het stokje overnemen, wordt de ambitie om nog weer een treetje hoger te gaan op de culinaire ladder waargemaakt.

Sterker, anno nu staat Madame Cheung nog steeds niet stil, maar blijft het in ontwikkeling en laat de chef zich steeds weer uitdagen, maar is er ook een constante hoge kwaliteit in zowel uitvoering als presentatie. Niet alleen de presentatie op het bord, maar ook die aan tafel. Wu is absoluut een gastheer met kennis van zaken, maar ook overduidelijk een liefhebber van mooie wijnen. In de charmante Roel Brinkkemper treft hij zijn gelijke en dan is er nog de jongere garde in de bediening die misschien minder onderlegd is, maar wel met heel veel plezier aan tafel staat. Heel plezierig is ook de kaart, want er is veel te kiezen en je kunt ook veel kiezen omdat het kleine gerechtjes zijn; het zogenaamde 'taste concept'. Als *foreplay* - later zal blijken dat de naam voorspel terecht is - een paar 'rock shrimps'. Deze krokante garnalen



Madame Cheung, Kleine Noord 53-55, Hoorn, tel. 0229-212750. madamecheung.nl

hebben een sappige zoete bite, krijgen iets pit mee van de wasabi die weer een tegenhanger krijgt van een bittertje in de amandelkruim. De drie oesters als onderdeel van de *first taste* laten je doen proeven waarom dit weekdierje wordt bestempeld als afrodisiacum. Ik ga er niet omheen draaien en zeg gewoon zoals het is: dit is een geil gerechtje. De oesters zijn gegrild, maar hebben nog wel hun zachte textuur en stevige structuur. Kaviaar geeft een orgastische explosie in de mond, terwijl het scherpe randje wasabi de smaakpapillen prikkelt en het frisse zuurtje van yuzu heel subtiel langs de zijkant van de tong glijdt. Het zijn er maar drie, het zou een dozijn mogen zijn.

Erotiek

De ceviche Madame Cheung Style die volgt ontstijgt zijn naam. Yifei heeft er een eigen draai aan gegeven. De verse zalm en tonijn worden begeleid door het sap van kalamansi dat zowel zuur als zoet is en de vis voorziet van een extra dosis sappigheid. Het zachte vrucht vlees van avocado steekt mooi bij de stevige structuur van de vis en het knapperige van ui. Het absolute hoogtepunt wordt gebracht door de *second taste*. Hoe de chef het voor elkaar krijgt, hoef je niet te weten. Maar wat hij doet met dit gerechtje, is pure erotiek op de tong brengen. Coquilles hebben, mits ze van

goede kwaliteit én goed bereid zijn, niets aan toevoegingen nodig. Hun eigen verfijnde zoete noterige maakt ze al uniek. Rooster je ze en combineer je ze met gebakken eendenlever met daaroverheen een ingekookte soyasiroop, zoals Yifei heeft bedacht, dan gebeurt er iets dat zich met geen woorden laat omschrijven.

Umami

Kans om bij te komen krijg je niet als je als *third taste* gaat voor de ossenhaas. Die is zo mals en zacht dat hij het synoniem is voor genieten. De zwarte pepersaus erbij krijgt een delicaat randje mee van honing die wordt getemperd door het hartige zoet van knoflook. Nog altijd jammer dat er in de Aziatische keuken geen brood op tafel komt, want dat verdient deze saus. Met witte rijst moet je het dan maar doen. De laatste proeverij is een zoete: twee varianten spekkeok waarvan een met chocolade die een bite heeft en de ander rum als ingrediënt en daardoor meer zompig en smeuijg is. De stukjes aardbei hadden achterwege kunnen blijven, want er zit geen enkele smaak aan (het is ook niet het seizoen). Laat het bij de spekkeok én het matcha-ijs. Ijs met umami! Proeven doe je met tong, maar bij Madame Cheung worden al je zintuigen geraakt. Tot op de huid. Het is een genot. Driewerf hoera voor Yifei!

MENU

Foreplay
Rock shrimps - krokante garnalen met wasabisaus en geroosterde amandelen (9 euro)

First taste
Grilled oyster - gegrilde oester in schaal met soya, yuzu, gember, knoflook en wasabi (12 euro)
Ceviche Madame Cheung style - verse zalm en tonijn met kalamansi lime sap, citroengras, sjalot en avocado (14 euro)

Second taste
Coquille Saint Jacques - geroosterde coquilles met eendenlever en ingekookte soyasiroop (16 euro)

Third taste
Japanese soy beef - ossenhaas in Japanse honing-soya zwarte pepersaus en gebakken knoflook (19 euro)

Sweet taste
Spekkeok - matcha-ijs (9 euro)

9

KLOOTWIJK

Koop niks

Wie in België moet zijn, kan er net zo makkelijk nog iets leuks doen tussendoor. Een bezoek aan een winkel van Colruyt. Nederlandse supermarkten Jumbo en Heijn dringen met vestigingen België binnen.

Colruyt wil andersom wel naar het noorden komen, maar durft nog niet. Het zou tumult geven. Zo een supermarkt zijn we hier niet gewend. Aldi is er een keurige kruidenier bij vergeleken.

Colruyt is een eigenwijze supermarktorganisatie. Nederlanders die het paradijs van Albert Heijn gewend zijn, krijgen bij de Belg subiet de slappe lach. Alleen al hoe de winkel alles nalaat om het een beetje gezellig te maken, aantrekkelijk, feestelijk. Integendeel. Het is deprimerend, je wilt er zo snel mogelijk weer weg. Een voorraadhal met ergens achter glas mannen en vrouwen in witte jassen die vlees klein snijden. De klant kan het niet pakken maar moet erom vragen. Pas dan wordt het uitgereikt, alsof vlees op de bon is. Vanzelf schaam je je voor je bestelling. Maar sensationeel goedkoop is Colruyt, in vergelijking met andere supermarkten. Je snapt in je onnozelheid niet wat Albert Heijn en Jumbo in België te zoeken hebben. Colruyt haalde zopas een stunt uit. Een grote advertentie in kranten. De boodschap luidt ongeveer en vrij vertaald: 'Blijft thuis, koop niks. En als het zo nodig moet, haal dan alleen het broodnodige om te kunnen overleven'.

In de advertentie worden tips gegeven hoe sober leven moet. Een al wel bekend fenomeen wordt nog eens genoemd. Nooit naar de winkel gaan voordat je gegeten hebt. Honger doet meer kopen. Met een volle maag laten we ons niet makkelijk verleiden. Tip (niet van Colruyt, maar exclusief voor u, lezer): ga eerst op de markt kaas kopen voor u naar Heijn gaat of de Coöp of de Deka. De kaashandelaar geeft u zoveel soorten kaas te proeven dat u de hele dag niet meer taalt naar een chocoladepaaseitje dat de kruidenier u opdringt.

Terug naar de Belg. Die zegt dat het niet verstandig is om met de auto verschillende winkels af te rijden. Voordeeltjes gaan weer verloren in je benzinetank. Maar wel, zegt Colruyt, moeten we goed op acties letten. Dus voordeel-aanbiedingen. Ze kunnen enorm schelen in de huishoudportemonnee. Zou het echt en is het altijd zo?

Een zuinige Nederlander sprong afgelopen week in de auto voor een voordeeltje bij Lidl. Pakjes soeppoeder. Geen 95 cent, maar 84. Hij nam er meteen tien. En pas terug thuis rekende hij uit wat de winst was. Zestig cent. Winst? Benzine kostte meer, maar bovendien moet hij nu al die soep opeten. Tegen zijn meug. Had toch beter de aanbevelingen bestudeerd van de goedkoopste kruidenier van de Benelux.

De kern van de boodschap is het, al het andere heeft minder belang. Colruyt: 'U moet alleen kopen wat u nodig heeft'.

Daar draait het om. Niks en nooit kopen wat je niet nodig hebt. Dan wordt het vanzelf ook weer aange-naam stil op koopzondag.

Wouter Klootwijk



Wouter Klootwijk is programmamaker en schrijver. Maar hij is bovenal geïnteresseerd in alles wat met eten en drinken te maken heeft of daar tegen-aan schuurt.