

# Smoothie:

## fruitig en gezond

De smoothie is de vloeibare hit van dit moment. Kleurig fruit, gemengd met yoghurt of melk en een lepel(tje) honing. In een hoog glas op een elegante voet symboliseert deze zachte gezondheidsmix precies wat de drinker wil.

**D**e smoothie biedt gemak, genot en gezondheid. Uit drie componenten bestaat het drankje: fruit of groente met yoghurt of melk. En om het allemaal wat zoeter en smaakvoller te maken, wordt er honing of ahornsiroop aan toegevoegd. Dat is volgens Kathryn Hawkins, auteur van het boek 'Smoothies, shakes en sappen' stukken beter dan de tandenvretende suiker. Dit alles wordt met een blender of mixer gepureerd en gemengd tot een kleurig en fruitig mixdrankje, dat 'smooth' - glad, vlot - oogt en smaakt. „De smoothie is echt booming, big business is het”, zegt Wim Muller van La Place Nederland. Geen wonder, er zit een leuke winstmarge op. Voor gemiddeld 2,50 euro heb je een drinkbeker smoothie. Meestal gemaakt van banaan of kiwi, niet echt dure ingrediënten.

In Nederland is het assortiment nog lang niet zo uitgebreid als in de Amerikaanse smoothie staat Californië. Daar hebben ze een grotere mix- en shaketraditie en levert ook het klimaat gul de geschikte ingrediënten voor tal

van smoothies met fabuleuze namen als Turkish delight (granaatappel, aardbei met pruimedanten, abrikozen, sinasappel en havermeel), Peachy soya smoothie (perzik, abrikoos, sojamelk) of Caribbean dream (ananas, banaan, kokosmelk, nootmuskaat en kokosvlokken). De smoothie is het vers gemaakte sinasappelsap en andere fruitsapjes aan het verdringen, aldus Muller, die al meer



dan dertig jaar de smaaktrends volgt voor eerst V&D en nu La Place. „Een smoothie is voller van smaak dan fruitsap, vult ook de maag meer en is bovendien zoet. Daarbij bevat het zuivel, wat als gezond wordt ervaren.”

Bovendien wil het publiek steeds wat anders en een smoothie is anders dan de als gewoon ervaren fruitsapjes, die door sommigen al 'sleursapjes' worden genoemd. Het succes van de smoothie vloeit voort uit de huidige gezondheidscultus, meent Muller. Dat is ook de mening van Jiri Verstraaten van AC-restaurants, waar veel kiwi- en aardbeiyoghurt-smoothies worden bereid en verkocht. Bij de AC-restaurants verdubbelde de

omzet van de als gezond ervaren smoothies de laatste maanden. Bij de NH-hoteles hebben de smoothies zelfs de sterke drank en de vacuüm verpakte pinda's uit de minibar verdreven. Tijdens de vergaderingen, werkbijeenkomsten en eat- and meetparties die bij NH-hoteles vaak worden gehouden, gaan bladen met smoothies rond. Allerlei fruitsmoothies worden nu in pauzes als 'vullend' russendoortje én als gezonde opening van het happy hour gepresenteerd, geeft directeur Geert Kap van NH-hoteles aan. „Iedereen zit op fitness, iedereen doet aan sport. Smoothies horen bij deze trend. Daarom hebben we fruitrepen bij het ontbijt en



zijn er smoothies die als lunchvervanger kunnen dienen.”

Toch moet je in de winter oppassen met een koude smoothie, waarschuwt Anne McIntyre in haar boek 'Drink gezond, de geneeskrachtige werking van sappen, theeën, soepen en smoothies'. „Voor mensen met een slechte bloedsomloop en trage stofwisseling zijn warme melkdranken met veel specerijen beter.” Maar een kopje warme melk met gember en kaneel is natuurlijk niet zo trendy als een smoothie Caribbean Banana of gladde Black Beauty.

**RAY SIMOEN**

Kathryn Hawkins, Smoothies, shakes en sappen, uitg. Fontaine uitgevers, ISBN 10 90 5956 178 3; Elsa Petersen-Scheepelen, Cool smoothies, slimme sappen en cocktails, uitg. Bzztòh, ISBN 90 453 0232 2; Anne McIntyre, Drink je gezond, de geneeskrachtige werking van sappen, theeën, soepen en smoothies, uitg. Bosch & Keuning, ISBN 90 246 0612 8.