

HOOGVLIEGERS

WIJNEN DIE SMAKEN IN DE LUCHT

VEILIGHEID VOOROP NATUURLIJK, MAAR ALS JE DAN TOCH EEN Vliegtuigmaat-schappij moet kiezen voor je reis naar verre horizonten, waarom dan niet op basis van de wijnkaart? Want de groten der aarde op wijngebied bepalen mee wat jij drinkt in hogere sferen.

TEKST RENÉE SALOME | BEELD EVALIEN LANG

Kun je in Economy Class kiezen tussen een klein flesje wit of rood, in Business Class is het pas echt genieten. De maatschappij doet er alles aan om het je naar de zin te maken, dus worden culinair hoogstandjes geserveerd van hoogwaardig designservies en begeleid door de lekkerste wijnen, geselecteerd door de beroemdste wijnkenners. Veel luchtvaartmaatschappijen organiseren hun eigen blinde proeverij-

en. Bij Neerlands trots KLM is het Nao Dekker die dat doet. Hij is inkoper van 'alles wat je kunt drinken aan boord van een vliegtuig van KLM'. En ja, daar valt ook wijn onder. Wijn is hem met de paplepel ingegoten; zijn vader voerde hem de grote bordeaux en de bes-

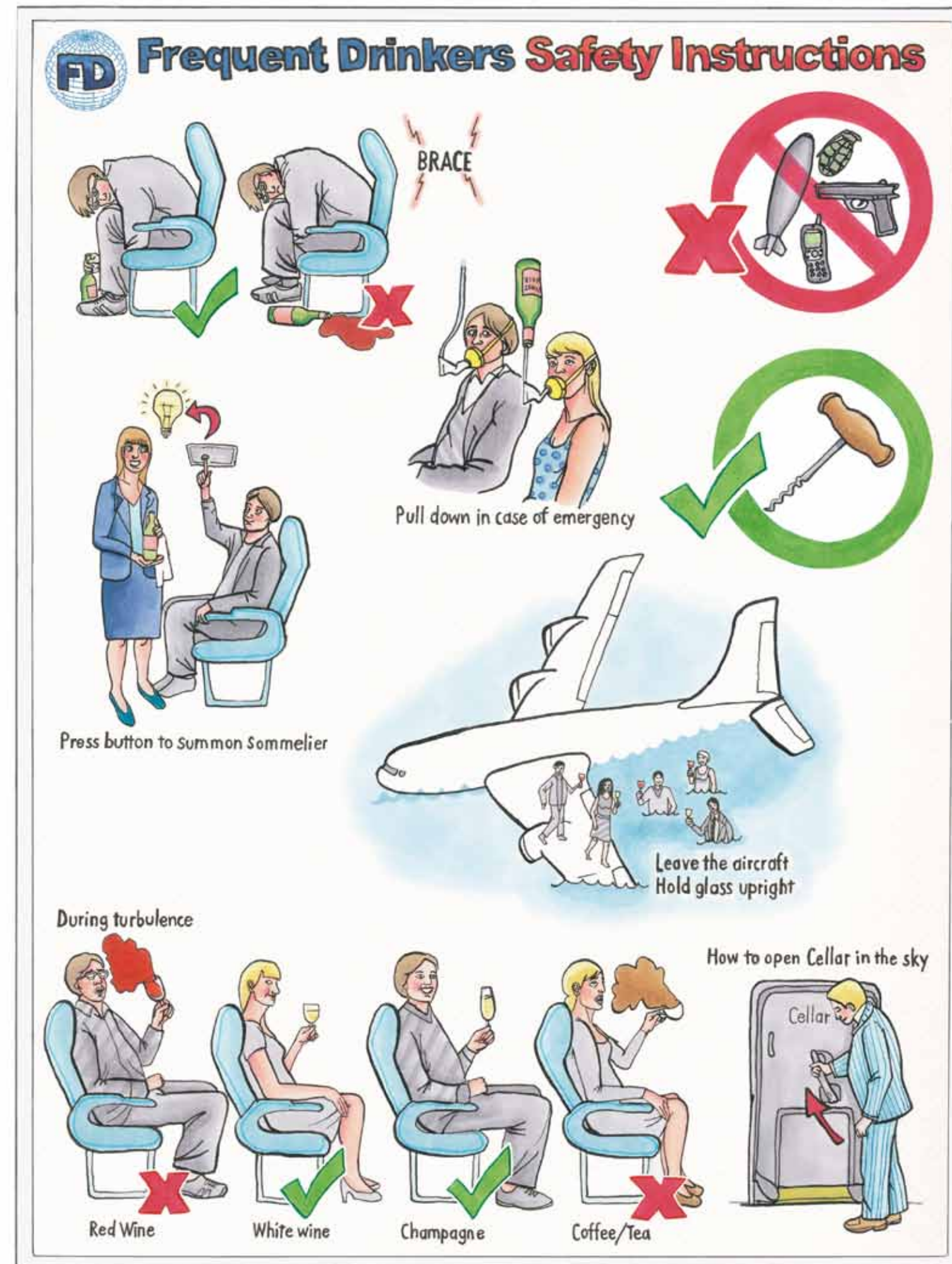
Bij de start moeten alle flessen al geopend worden en de kurk weer teruggeplaatst

te bourgognes. Tijdens zijn studie aan de Hotelschool ontdekte hij dat nieuwe wereldwijnen óók heel lekker kunnen zijn. Kennis die Nao meenam naar KLM. Nu is wijn inkopen voor een luchtvaartmaatschappij geen sinecure. Zo zijn er tal van logistieke uitdagingen. Er moet bijvoorbeeld groot worden ingekocht: de wijnen

INKOOPCIJFERS

Al die kwart flesjes en miniglaasjes kunnen niet verhullen dat er jaarlijks bijna vier miljoen liter wijn door KLM wordt ingekocht:

- 5,2 miljoen flessen wijn voor Economy Class
- 450.000 flessen wijn voor World Business Class
- 100.000 flessen wijn voor Europe Business Class
- 200.000 flessen mousserende wijn en champagne
- 30.000 flessen port
- 15.000 flessen dessertwijn





in Economy Class moeten een langere periode mee kunnen gaan, en in World Business Class moeten er minimaal zesduizend flessen per wijn kunnen worden aangekocht. Om die reden wordt de wijnkaart bijna maandelijks gewisseld. Ook de bevoorrading per vlucht vergt denkwerk: flessen moeten mee voor heen- en terugreis; er kan niet halverwege worden aangevuld.

SMAAKVERLIES

De grootste uitdaging voor de wijninkoper bestaat echter uit het omgaan met smaakverlies. Nao: 'Van de vier smaken zoet, zuur, zout en bitter vallen zoet en zout een beetje weg in de lucht. Dat heeft te maken met de geconditioneerde omgeving in een vliegtuig en de lage druk in de cabine. Hierdoor kan het zuurstofgehalte in het bloed veranderen, en dat heeft waarschijnlijk invloed op de receptoren in je smaakpapillen. Bij KLM hebben wij het over verlies van zo'n 20% van de smaak. Opvallend is dat in vliegtuigen relatief veel tomatensap gedronken wordt en gezouten noten zo in trek zijn. Dit hangt waarschijnlijk samen met die verminderde waarneming van zout en zoet, waardoor passagiers ter compensatie verlangen naar producten waarin dit wat meer terugkomt.'

Een goed glas wijn kan van een lange, saaie vliegreis een aangenaam tijdverdrijf maken

Wat betekent dit alles voor de wijninkoop? Nao: 'We hebben een smaakprofiel opgesteld en kopen alleen wijnen in die aan dat profiel voldoen. Dit zijn volle, fruitige wijnen, met ronde, zachte tannines en waarin de typiciteit van de druivensoort goed uitkomt. Tannine en hout zijn hierbij heel moeilijke elementen! De balans in de lucht is wat dit betreft heel snel zoek.' Gelukkig staat Nao er niet alleen voor. Zijn voorselectie wordt niet door de minsten geproefd; wijnschrijvers Hubrecht Duijker en Ronald de Groot, Nao's voorganger Ger Bergkotte (hij kocht 23 jaar lang de wijnen voor KLM in) en productmanager Marjolein de Nood vormen samen met Nao het proefpanel. Dat proeven doen ze trouwens niet in een vliegtuig. Dat hoeft volgens Nao ook niet: het smaakprofiel staat in de lucht nog steeds als een huis.

CELLARS IN THE SKY

Het KLM wijnpanel komt meerdere keren per jaar bijeen om de wijnkaart samen te stellen. Hierop zijn drie witte en twee rode (in onze zomer) of twee witte en drie rode (in onze winter) wijnen te vinden. De wijnkaart van KLM is Nederlands-Frans en internationaal georiënteerd, met veel nieuwe wereldwijnen. Nao roemt ze, onder meer vanwege hun zwoelheid, mooie balans en constante kwaliteit. Ze doen het ook goed bij de passagiers, zo lijkt het althans uit de afnamecijfers.

Regelmatig worden Nederlandse wijnen aangeschaft. Laatstelijk waren dat wijnen van De Kleine Schorre in Zeeland, daarvóór wijnen van onder andere de Achterhoekse Wijnbouwers, De Linie en Apostelhoeve. Bijzonder, want zoveel aanbod is er hier niet.

Voor wijnexpert Oz Clarke, die de wijnen kiest voor de Scandinavische luchtvaartmaatschappij SAS, is een gebrek aan 'eigen' wijnbouw trouwens een pluspunt. De druk om regionale wijnen in te kopen zou kunnen gaan knellen. Overigens begon Clarke SAS te adviseren nadat hij had geklaagd over de kwaliteit van de wijnen aan boord. Zijn medewerking leverde in 2009 een 'Cellars in the Sky Award' op in de categorie Beste Witte wijn in Business Class. De wijnkeuze van Clarke? Een Tim Adams Semillon 2007 uit Clare Valley, Australië.

Cellars in the Sky Awards is in het leven geroepen door het tijdschrift *Business Traveller*, een consumentenblad dat het leven van de zakelijke frequent flyer wil vergemakkelijken. Al dertig jaar worden prijzen uitgedeeld voor de beste witte (vaak een riesling), rode (liefst een pinot noir), mousserende en versterkte wijnen die door luchtvaartmaatschappijen geschon-

ken worden in Business en First Class. KLM won in 2008 de Best Business Class Cellar in the Sky Award. 'Vonden we erg leuk, dit is toch dé prijs voor wijn in de lucht!', besluit Nao Dekker enthousiast. Een jaar later viel KLM overigens weer in de prijzen, met de Australische Tempus Two Barossa Shiraz 2005.

Voor de minder bedeelenden onder ons is er ook goed nieuws. Reizenzoeksite Skyscanner loofde een prijs uit voor de beste wijnen van low cost carriers en die in Economy Class. Onverwacht won EasyJet in de categorie wit, met de Franse Louis Mondeville Côtes de Gascogne. KLM won – als enige – prijzen in beide categorieën, met wijnen van het Chileense wijnhuis Terra Andina.

DE STEWARDESS SERVEERT

Hoewel het selectieproces voor de verschillende klassen van KLM hetzelfde is, kun je als wijnliefhebber het best een retourtje in World Business Class boeken. Door de langere vluchtduur is er meer tijd voor een uitgebreidere service. Zo wordt de wijn keurig uit de fles geserveerd, in kristallen wijnglazen (terwijl in Economy Class kwart flesjes worden gegeven die je zelf uitschenkt in een plastic bekertje). Bovendien wordt het menu samengesteld door nationale en internationale topchefs. Namen eerder Jonnie Boer, Mario Ridder en Margot Janse de honneurs waar, op dit moment zijn de wijnspijscombinaties van driesterrenchef Peter Goossens van het Hof van Cleve in België je fijnste gezelschap in Business Class. De wijnen zijn hierbij gekozen door Pieter Verheyden, Belgisch sommelier van het jaar. Wie zei ook alweer dat vliegtuigvoer niet te eten is?

Wat dit alles kost blijft geheim. Maar wordt het gewaardeerd door de passagiers? 'Jazeker!', meent stewardess Nicole. Zij vertelt dat er ook in de cabine wel praktische bezwaren tussen droom en daad staan. Dus moeten bij de start alle flessen al geopend worden en de kurk weer teruggeplaatst. En wordt de rode wijn heel koud in de catering trolley, zeker 's winters. De (kleine) wijnglaasjes kunnen soms maar druppels-gewijs worden bijgevuld; een beetje turbulentie en de wijn klotst alle kanten op. Maar dat mag de pret niet drukken. Nicole houdt zelf graag een praatje over de wijn, laat wat proeven en schenkt bij. Informatie over de druif, de herkomst en de smaak van de wijn is altijd voorhanden. 'Sommige klanten willen van alles wat proeven, Amerikanen vragen standaard naar een chardonnay of merlot.'

BAR GESLOTEN

Dat alcohol in de lucht harder aankomt is bekend. Driemaal zo hard zelfs. Nicole: 'Dat klopt, en daar attendeer ik mensen altijd op. Zodra ik zie dat iemand lekker doordrinkt bied ik een glaasje water aan. En we moeten - heel eerlijk gezegd - regelmatig de bar sluiten!' Dat neemt niet weg dat een goed glas wijn van een lange, saaie vliegreis een aangenaam tijdver-

'Sommige klanten willen van alles wat proeven, Amerikanen vragen standaard naar chardonnay of merlot'

drijf kan maken. Of je op basis van de wijnkaart een maatschappij uitkiest? Je zou je in een select gezelschap begeven: een testje onder de lezers van *Business Traveller* wees uit dat slechts 10% van de passagiers de wijnkaart erg belangrijk vindt bij een keuze voor de maatschappij, tegen 68,1% die het geen bal uitmaakt. ■

OOK OP DE GROND

Sommige luchtvaartmaatschappijen bieden (een deel van) wat ze serveren te koop aan, zodat je ook op de grond van de zorgvuldig geselecteerde wijnen kunt genieten. Vraag anders de stewardess naar het etiket en ga zelf op onderzoek uit. En, proef je het verschil te land en in de lucht? Een paar suggesties:

- **Cave Talmard, Mâcon-Chardonnay**
niet houtgerijpte en heel aromatische Bourgogne wijn die meerdere malen door de KLM is gekozen voor haar Business Class passagiers
€ 12,95 | WWW.DEGOUDENTON.NL
- **Louis Roederer Brut Premier**
LAN werd hiermee bij de afgelopen Cellars in the Sky Awards eerste in de categorie 'Business Class Sparkling'
€ 42,50 | WWW.CHAMPAGNE-EXCLUSIVE.NL
- **Ramos Pinto, Quinta de Ervamoira, 10 year old Tawny Port**
Tweemaal de hoogste eer - als 'Most Improved Business Class Cellar' en voor 'First Class Fortified and Sweet' - ontving Cathay Pacific voor deze port
€ 28 | BIJ DE WEINSCHENKER IN SON OF VIA WWW.LEPETITPARADIS.NL
- **www.bawineclub.co.uk** |
De wijnclub van British Airways waar passagiers via internet wijnen kunnen bestellen en tegelijkertijd sparen voor 'Avios', vliegpunten
- **www.wine-searcher.com** |
voor wereldwijde verkooppunten van alle wijnen die je hoger op brachten.

Is het dichtstbijzijnde verkooppunt in Genève of Johannesburg? Dan heb je een goede reden om het vliegtuig weer te pakken...

WIE KIEST WAAR?

Master of Wine, beste sommelier ter wereld, wereldberoemd wijnjournalist of gelauwerd wijnmaker: luchtvaartmaatschappijen laten zich bij hun wijnkeuze adviseren door de groten der aarde. En dan het liefst iemand van eigen bodem.

- British Airways werkte jarenlang samen met Jancis Robinson. In 2005 nokte zij ermee; als gevolg van forse budgetverlaging wilde ze niet langer haar naam verbinden aan de luchtvaartmaatschappij.
- Qantas' vaste proefpanel bestaat sinds 2004 uit de Australische wijnmakers Tom Carson, Vanya Cullen en Steve Pannell. En met succes, getuige zes overwinningen bij de laatste Cellars in the Sky Awards.
- Lufthansa heeft sommelier Markus del Monego in het panel, de Duitser die in 1998 'beste sommelier van de wereld' werd. Hij koos al voor wijn van acteur Gerard Depardieu.
- Natuurlijk staan enkel Franse namen op de kaart van Air France. Sommelier Olivier Poussier - zelfde titel, maar dan in 2000 - steekt zijn neus er graag in.
- Delta Airlines, de grootste luchtvaartmaatschappij ter wereld, maakt gebruik van de diensten van meester sommelier Andrea Robinson. Zij kiest graag wijnen uit die bij de bestemming van de vlucht passen.