

ONDERNEMING Toon Houweling en Wim Kemna spreken van gat in de markt

Wordt sinaasappelwijn dé zomerhit van 2021?

Sinaasappelwijn, dat bestaat toch allang in Nederland? Nee dus, ontdekten schoonbroers Toon Houweling (40) en Wim Kemna (50). Een gat in de markt, zeggen zij. Dus beginnen ze, middenin coronatijd, een onderneming. „Eerst Nederland, dan de hele Benelux.”



Virginia Groenendijk
v.groenendijk@mediahuis.nl

Assendelft ■ Het was een mooie nazomerdag in Harderwijk. Vlees op de barbecue, volle wijnglazen in de hand. Houweling praat enthousiast in op Kemna. Hij heeft een Spaans familiebedrijf gevonden dat sinaasappelwijn maakt. „Kunnen wij daar niet wat mee doen?”

Een half jaar later staat de schuur van Kemna in Assendelft vol met honderden flessen en wordt de laatste hand gelegd aan de website, die vrijdag 'live' gaat. Kemna: „Ik dacht eerst ook: dit moet toch allang bestaan? Maar iedereen die we spreken, van sommeliërs tot wijnwinkels, niemand kent het. Dat het internetadres sinaasappelwijn.nl ook nog beschikbaar bleek, bevestigde dit.”

Ook de Koninklijke Vereniging van Nederlandse Wijnhandelaren (KVNW) en vruchtenwijnproducent Siebrand zeggen bij navraag tegen deze krant niet bekend te zijn met sinaasappelwijn.

Laag in calorieën

Maar was is het nu eigenlijk? Houweling: „Onze variant is volledig gemaakt van sinaasappelsap dat een half jaar in ketels heeft gegist. Door die korte gistingstijd ligt het alcoholpercentage met zeven procent een stuk lager dan druivenwijn en bevat het minder calorieën.”

Ideaal dus voor de zomer, zeggen de mannen aan een keukentafel vol flessen en borrelhapjes. „Je moet dit met een stukje pure chocolade erbij proberen, dat is echt een topcombinatie.” Ze verwachten dat het drankje vooral aanslaat bij vrouwen, „maar dat is een aanname”.

Ze beginnen met vier varianten: 'normaal', grapefruit, met bubbels en ecologisch. Op de website kunnen klanten zowel grotere partijen als lossen flessen kopen. Het plan is om voor het einde van dit jaar aan veertig locaties te leveren. Daarnaast willen ze samenwerken met groothandelaren, horecazaken en zien ze mogelijkheden voor relatiegeschenken. De ambitie is groot. „Eerst Nederland, dan de hele Benelux.”

Gunfactor

Kemna, eigenaar van een mediabedrijf, dacht zelfs al aan agentschappen, voor wanneer ze de grens zou-



Toon Houweling (l) en Wim Kemna aan de sinaasappelwijn. „Heerlijk met een stukje pure chocolade.”

FOTO WIM EGAS

„Mocht het niets worden, dan hebben we een mooi avontuur gehad

gels en mijn paar woordjes Italiaans voerden we een indrukwekkend gesprek. 'Je moet leven, genieten. Het leven gebeurt nu', zei hij.”

„Toen ik een paar weken later onhandig in een medisch korset op een podium stond te knippen voor een kapshow, dacht ik: waar ben ik nu

helemaal mee bezig.” Hij verkocht zijn zaak en ging op wereldreis. Die moest hij halverwege onderbreken vanwege de coronacrisis. „Een flinke domper, maar het heeft misschien zo moeten zijn. Anders was dit niet zo op mijn pad gekomen.”

Kemna: „Het is de kunst om er in

crisistijd wat van te maken. We hebben de luxe dat we hier financieel niet van afhankelijk zijn. Het doel is om van oranje goud te maken. We zien geen reden waarom dit niet zou aanslaan. En mocht het niets worden, dan hebben we een mooi avontuur gehad.”

den overgaan. „Toen floot Toon me even terug. 'We hebben nog geen pepernoot verkocht', zei hij. 'Laten we eerst zorgen dat het in Nederland loopt.' En terecht ook. Onze combinatie als zakenpartners werkt heel goed. Ik zakelijk, hij de gunfactor, allebei heel enthousiast.”

Houweling, eerder eigenaar van een barbierwinkel in Amsterdam: „Een paar jaar geleden lag ik met een gebroken rug in een Italiaans ziekenhuis na een ski-ongeluk. De man naast mij, meneer Pecorino, lag op sterven. Met zijn gebrekkige En-



De sinaasappelwijn bevat minder calorieën en alcohol dan druivenwijn.

FOTO WIM EGAS