

Chef-kok van Van der Valk Schiphol gaat voor smaak, gebruiksgemak, stabiele kwaliteit en gezondheid

Charlie Beyhan kiest bewust voor Aziatische smaak van Go-Tan

Go-Tan groeit. Na de retail ontdekt ook de foodservice de lekkerste ingrediënten, noodles, kruiden, sauzen en snacks uit de Aziatische keuken van het familiebedrijf met Indisch-Indonesische roots. Neem Charlie Beyhan, de ervaren chef-kok bij Van der Valk Schiphol. Vanwege de smaak, het gebruiksgemak en de stabiele kwaliteit zweert hij bij de foodproducten van Go-Tan.

Ruim vierduizend flessen chilisaus gaan er jaarlijks in zijn keuken doorheen. ‘Het is een superalternatief voor wie kwaliteit en authenticiteit wil en geen tijd en personeel heeft om het in grote hoeveelheden zelf te produceren. Naast dat het een tijdrovend proces is, luistert de productie ook nauw. Go-Tan kan er als geen ander dat specifieke Aziatische karakter aan geven’, vertelt de gedreven chef-kok. ‘En je hebt gegarandeerd constante productkwaliteit.’

Hij ziet in de praktijk dat collega’s soms bang zijn om een product van een merk te gebruiken dat ook in de retail in de schappen ligt. ‘Natuurlijk moet uit eten gaan een feest zijn en lekkerder dan thuis. Maar je zou gek zijn om iets wat goed is en een chilisausmarktaandeel heeft van meer dan vijftig procent in de Nederlandse huishoudens niet in de professionele keuken te gebruiken.’

Gast is leidraad

De gast is daarbij zijn leidraad. Van der Valk Schiphol kent veel internationale bezoekers, die de authentieke smaak van Go-Tan in de gerechten herkennen. Zij waarderen de kwaliteit en willen daarvoor betalen. Daarnaast speelt het gezondheidsaspect een belangrijke rol voor Charlie Beyhan om voor Go-Tan te kiezen. ‘Gezond eten en fast casual zijn

dé trends van nu. Het grootste deel van het assortiment van Go-Tan is nu al MSG- vrij en/of All Natural: de meeste woksauzen, chilisauzen, kroepoek, kokosmelk, sojasauzen, gebakken uitjes en noodles. Ze spelen daar perfect op in.’ Creatief & Adjunct Directeur Han Go steekt de foodservice-ambitie van zijn bedrijf niet onder stoelen of banken. ‘Met onze productenrange kunnen ondernemers hét verschil maken. De Oosterse keuken is populair, net als een Asian twist aan niet-oosterse gerechten. Wij leveren niet alleen, maar denken ook mee met ondernemers. Bijvoorbeeld met recepten, inspirerende workshops aan koks op locatie of nieuwe concepten, waarmee ze meerwaarde kunnen creëren met onze producten voor hun gasten.’

Regelrechte hit

Charlie Beyhan is blij met de extra service van de foodproducent. Hij gebruikt de chilisaus van Go-Tan als bijproduct en als ingrediënt in marinades, chilimayonaise en satésaus. Het borrelglasje gevuld met chilisaus met daarin een tempura gambaatje is zelfs een regelrechte hit op feesten en bruiloften. Daarnaast maakt hij veel gebruik van de All Natural woksauzen. Sterke authentieke basismaken, waar toch eenvoudig een persoonlijke twist aan gegeven kan worden. En clean-label!



Han Go(links) en Charlie Beyhan: ‘Samen meerwaarde creëren voor de gast’.