



▲ Harm Messink schenkt 'uitstekende koffie en oprechte aandacht' met zijn Koffiebus, hier in Vathorst.

FOTO
SASKIA BERDENIS VAN BERLEKOM

dere bezorgde wijk- en kerkgenoten steeds meer zorgen baren. „In 2017 sloot de gemeente de buurthuizen, ook Het Klokhuis pal voor mijn deur, waardoor het destijds - nu is dat wel gelukkig weer opgepakt - zijn sociale functie in de wijk verloor. Door bezuinigingen in de ggz lopen er meer mensen met psychische problematiek op straat rond. Eenzaamheid is een groot probleem.”

„Veel mensen, ook jonge, komen in een burn-out terecht. Armoede en sociaal isolement nemen hand over hand toe. De zelfscankassa's bij de supermarkten zijn een ramp, het praatje met de caissière is soms het enige gesprek op een dag dat mensen hebben. En iedereen zit tegenwoordig op z'n telefoon, je wordt steeds minder vaak gegroet.”

Herkenning

Bij een korte wandeling door de binnenstad houdt bewoner Rick, een jonge man die voor zijn voordeur van het zonnetje staat te genieten, hem aan. „Hé, je bent van De Koffiebus, zie ik aan je T-shirt”, zegt hij. „Kent u De Koffiebus?”, vraagt Harm. „Natuurlijk”, zegt Rick en Harm glimpt. „Maar ik ben er nog nooit geweest.” Harm: „Moet je maar eens doen, van harte welkom!” Opgestoken duimen. Harm loopt verder en zegt: „Ik denk dat-ie komt. Wie goed doet, goed ontmoet. Simpel, maar zó waar.”

Bij de viering van vijf jaar De Koffiebus afgelopen zaterdag vertelden veel vaste klanten en vrijwilligers over het enthousiasme waarmee Harm steeds weer klaarstaat. Nooit chagrijnig, altijd hartelijk met een

schouderklop of een *hug*, speurend naar wie alleen staat, tijd nemend voor een goed gesprek. „De Koffiebus is één grote familie geworden”, zei een van de vrijwilligers, van wie een aantal voormalig bezoeker is. Zelfs burgemeester Lucas Bolsius kwam even langs om de lofropet te steken over die unieke bus in zijn stad.

Maar Harm houdt er niet van op het schild te worden gehesen. „Ik ben mijn feestspeech begonnen met: De Koffiebus is géén onemanshow. Er zijn veel mensen bij mij in de bus gestapt. Zonder de persoonlijke en financiële steun van veel mensen kan ik wel inpakken. Ik heb een stichting achter mij staan, dat geeft vastigheid. Mijn drijfkracht is de Geest van God. Jezus had aandacht voor de mensen die buiten de boot vielen of vergeten werden. Maakte hem niet uit wat je gedaan had. Wil hem graag volgen.”

Niet overal

Het is niet zijn ideaal om op alle stadspieren te staan. „In het Soesterkwartier bijvoorbeeld, een dorp in de stad, zijn al bijzonder mooie inloopmogelijkheden. Daar hoef ik niet tussen te zitten. En vooral: genoeg is genoeg. Er komt geen tweede bus.” Alleen in Apeldoorn staat sinds vorig jaar ook een - veel kleinere - koffiebus in wijken, maar een paar uurtjes per dag. Vanuit Eindhoven is er interesse getoond bij Harm.

Hij kijkt op zijn horloge: „Ik kan nog uren praten, maar ik moet nu echt weer terug naar de bus.” Steekt z'n hand op en citeert zijn slogan: „... om uitstekende koffie en oprechte aandacht te schenken.”

ACHTER DE SCHERMEN

De hoofdredactie van het AD beschrijft in deze rubriek waar de redactie mee bezig is. Deze week **Paul van den Bosch** (hoofdredacteur van de regionale AD-titels) over De Gouden Pollepel.



▲ Bistro tot haute cuisine: we recenseren het allemaal. FOTO RUIJD VOEST

De winnaars zijn bekend, nieuw seizoen begint voor Gouden Pollepelels

Vaak gestelde vraag: leest een hoofdredacteur voor publicatie alle artikelen?

Het antwoord is nee. Daar slaagden hoofdredacteurs vroeger al niet in toen we een krant met één dagelijkse deadline maakten. In de huidige tijd, waarop je 24/7 digitaal een artikel kan publiceren, is dat helemaal onbegonnen werk.

De regionale journalistiek van het AD (gebundeld in *AD Regio*) beslaat alleen al zeven dagbladtittels met zeventien edities. Dat zijn meer dan duizend publicaties (verhalen, berichten, video's, podcasts, nieuwsbrieven) in de week. Waar begin je? Die worden voor publicatie uiteraard wel gelezen door minimaal één leidinggevende of eindredacteur. Als hoofdredacteur lees, kijk of luister je soms mee. Bijvoorbeeld bij verhalen waaruit juridische consequenties kunnen volgen, de onderzoeksverhalen of de columnns.

En achteraf? Daarvoor geldt hetzelfde. Te veel verhalen, te weinig tijd. Elke dag selecteer ik een aantal verhalen om te lezen. Dat wisselt per dag, regio en onderwerp.

Rapportcijfer

Wat ik wél altijd lees, is de wekelijkse rubriek *De Gouden Pollepel*. En met mij vele anderen. Het is een van onze langstlopende en populairste rubrieken. Onze recensenten in de regio's bezoeken elke week een restaurant en geven een zo objectief mogelijk rapportcijfer. Na een jaar - van herfst tot herfst - heb je dan een winnaar.

Komende week worden die officieel gehuldigd tijdens de jaarlijkse horecabeurs in Ahoy, Gastvrij Rotterdam, maar hun namen hebben we al bekendgemaakt.

Welke restaurants wonnen de Gouden Pollepelels? Restaurant Diepnoord (eindcijfer 8,2) werd in de regio's Rotterdam/Dordrecht uitgekozen door recensent Karin Kuijpers. Marco



Bosmans at in de provincie Utrecht het smakelijkst bij Stadsjochies in Utrecht: score 8,7. Hans Pfauth gaf voor *AD Groene Hart* het hoogste cijfer (8,5) aan De Kleischuur in Gouda. En bij *AD Haagsche Courant* kwam recensent Ellen Lengkeek tot twee winnaars: *Sequenza* en *Foodbar Resumé by 6&24*. Beide Haagse zaken kregen een 8,1. Dat cijfer is het gemiddelde van een aantal beoordelingen: voor-, hoofd- en nagerecht, bediening, sfeer en prijs-kwaliteit.

Alle recensies zijn terug te lezen op AD.nl, wat veel lezers en volgers ook doen. Zij baseren hun restaurantkeuze vaak op die beoordeling. U kunt digitaal zelfs de recensies van andere redacties binnen onze uitgeverij (DPG Media) opzoeken. Altijd handig voor een weekendje weg in Brabant, Overijssel of aan de Zeeuwse kust.

Voor restauranthouders en hun personeel hangt dus veel af van zo'n oordeel. Daarom sturen we recensenten met smaak en kennis op pad. Ze moeten weten waar ze het over hebben.

De combinatie van prijs en kwaliteit is een belangrijk criterium. Daardoor kunnen zo veel mogelijk restaurants meedingen naar de Gouden Pollepel. Een zaak met een Michelin-ster (daar gaan we echt niet zo vaak heen) zal zijn hogere prijzen ook moeten waarmaken. De Rotterdamse winnaar Diepnoord werd bijvoorbeeld omschreven als 'bistronomie' - „Top eten in een bruine kroeg.” Dat is dus allemaal mogelijk.

Omdat ook in de horeca de inflatie toesloeg, passen we de formule voor de prijs-kwaliteitverhouding steeds aan. Daarmee gaan onze recensenten snel weer op pad, want het nieuwe seizoen van de Gouden Pollepel dient zich al aan. We hebben er zin in. Restauranthouders, let dus op: er kan een recensent met introduce langskomen en die zal vast niet onder eigen naam reserveren.