



Espresso of slow.

De zetwijze van de koffie heeft een grote impact op de keuze van de boon, de maalgraad én de smaak van het eindresultaat. "Espresso is de meest gekende zetwijze. Daarbij wordt heet water onder hoge druk door de gemalen koffie gestuurd. Dat betekent dat het water tussen de 20 en 30 seconden in contact komt met je koffie, anders zou deze té bitter smaken." Meteen wordt ook een misvatting de wereld uitgeholpen dat een espresso een 'sterke kop' met teveel cafeïne zou zijn. "Een espresso is een smaakbom, dat klopt, maar bevat veel minder cafeïne dan een doorloopkoffie. Je hoort vaak mensen een espresso of een ristretto als afsluiter afslaan omdat ze anders niet meer zouden kunnen slapen. Geloof me, de cafeïne van één ristretto of espresso zal je niet uit je slaap halen, hoor."

Terwijl espresso gekenmerkt wordt door snelheid, omvat slow coffee alle 'oude' zetmethodes waarbij het hete water veel langer in contact wordt gebracht met de koffie. "De trage zetwijzen zijn erg in opmars in tal van koffiebars, maar ook thuis; en dat is te danken aan het smaakpalet dat je daarin kan uitspelen."



Ook hierin is het belangrijk de regels van de kunst te volgen. De maalgraad van filterkoffie is minstens zo belangrijk als de manier waarop je het water in contact laat komen met de koffie. Om alle aroma's in de koffie te houden, is het ook beter de bonen nét voor het zetten te malen, en dan zijn er opnieuw tal van mogelijkheden: gebruik je een Aeropress, cafetière of eerder een Chemex? Of toch liever een koffiezet zoals een Moccamaster?"

De slow coffees zien er beduidend lichter uit van kleur dan wat je van espresso kent. Daardoor wordt wel eens verkeerdelijk de associatie gelegd met 'slappe koffie' of zoals Recor-designer Jan Neels het treffend verwoordde: "Als je dit op restaurant voorgeschoteld zou krijgen, zou je dat toch vreemd vinden. Uit beleefdheid drink je dat op en als je de moed hebt zou je zeggen: Doe me nu maar ne goeie". Het is inderdaad opmerkelijk hoe we onze koffiekennis - ouderwetse koffiezet dan wel nieuwerwetse nespresso en consorten - laten afhangen van wat we gewoon zijn te drinken; aangevuld met de door espresso gedomineerde koffiecultuur buitenshuis en daarop onze smaak hebben ingesteld. "Klopt, om nog maar over de koffie op het werk te zwijgen", merkt Kupperts nog op, "we zien het daarom als onze plicht om de mensen in te wijden in de wondere wereld van de koffie. Meer smaakbewustzijn bijbrengen is het doel, Monx het ideale middel." (lacht)



"Vaak slaan mensen een espresso af omdat ze anders niet meer zouden kunnen slapen, maar één espresso bevat veel minder cafeïne dan een doorloopkoffie."



The sky is the limit

Hoewel de kern - het tonen van producten en ontwikkelingen - in de loop van de jaren onveranderd blijft, maakt de werelddtentoonstelling op veel vlakken een evolutie door. Het eerste wat sneuvelt, zijn de primeurs, de nieuwigheden die aan de wereld getoond worden. Die verhuizen gaandeweg naar gespecialiseerde handelsbeurzen. Het zuiver mercantiele aspect neemt af en vanaf Parijs 1889, met zijn Eiffeltoren, wint het recreatieve flink aan belang. Het ideaal van

de wereldvrede houdt langer stand - zelfs wanneer Duitsland bij het begin van de twintigste eeuw trots zijn gloednieuwe Kruppkanonnen tentoonstelt - maar ook daarmee is het in de loop van de jaren dertig gedaan. Het in 1928 opgerichte BLE is nog een overblijfsel uit de goede periode van de Volkenbond, maar op de expo van 1937 in Parijs is het plat nationalismes troef. De paviljoenen van Duitsland, Rusland en Italië wedijveren in monumentaliteit. Na Parijs ligt er een cesuur.

In 1939 startte de Golden Gate International Exposition plaats in San Francisco. Deze werelddtentoonstelling werd vernoemd naar de twee kort daarvoor geopende bruggen: de San Francisco-Oakland Bay Bridge en deze iconische Golden Gate Bridge.



De klemtoon die voorheen op industrie en uitvindingen lag, verschuift naar mens, maatschappij en cultuur. Het thema van New York 1939-1940 is niet toevallig 'Building the World of Tomorrow': toekomstgericht en enigszins visionair. De eerste grote expo van na de Tweede Wereldoorlog, Brussel 1958, borduurt daarop voort: 'A More Human World' is haar nobele motto.

Sommige landen stellen zich met de recente wereldbrand nog in het achterhoofd erg voorzichtig op: terwijl de Sovjets pronken met hun eerste spoetnik, wordt in het Amerikaans theater een... modeshow georganiseerd. Ongetwijfeld een tactische blik van goede wil ten opzichte van het Europese publiek, want vier jaar later in het eigen Seattle pakken de VS wel groots uit met hun ruimtevaartprogramma.



'Grand Palais' - ook Paleis 5 - op de Brusselse Heizel werd gebouwd voor de werelddtentoonstelling van 1935. Voor Expo 58 werden nog meer gebouwen toegevoegd op de site, met het Atomium als summum.

Toch is het geen stap terug naar het oude nationalisme. De deelnemende landen gebruiken hun paviljoen niet om te imponeren, maar om te charmeren. Sinds Brisbane 1988 duikt de term nation branding op: de natie 'verkop' als een waardevol merk. Een studie over de expo van Hannover in 2000 toont aan dat driekwart van de landen de verbetering van zijn imago de hoofdreden van zijn deelname noemt. Technologische vooruitgang wordt niet langer als absoluut zaligmakend beschouwd. De expo's van 1998 tot nu hebben niet toevallig thema's als 'The Oceans: a Heritage for the Future' (Lissabon 1998), 'Nature's Wisdom' (Aichi 2005) en 'Water and Sustainable Development' (Zaragoza 2008), 'Better City - Better Life' (Shanghai 2010) en 'Feeding the Planet, Energy for Life' (Milaan 2015). Voor de werelddtentoonstelling van 2020 in Dubai is het thema 'Connecting Minds, Creating The Future'.

Precies die aandacht voor de mens en zijn milieu wordt door veel aanhangers gezien als de toekomstige missie van de werelddtentoonstellingen. Zij proberen een tegengewicht te bieden voor de doods klokken die al anderhalve eeuw over de expo luiden. Die tegenstanders kregen de laatste jaren ook flink wat argumenten in handen: de financiële putten die de expo's soms achterlaten (met Hannover als afschrikwekkend voorbeeld) en de concurrentie van televisie en meer nog het internet. In elk geval heeft het fenomeen werelddtentoonstelling al woeliger wateren doorzwommen. In tijden van economische en politieke crisis bood het vaak een cultureel vangnet. Iedereen kan er rechtstreeks met de wereld in contact komen, vaststellen wat de mens allemaal vermag te doen en voelen dat je zelf deel uitmaakt van die wereld. En dat, zo zeggen de voorstanders, is iets wat je zelden ervaart achter je tv of computerscherm.

- Door Peter Mangelschots

Op 20 oktober 2020 start in Dubai de 35ste werelddexpo. Het wordt de eerste werelddtentoonstelling die georganiseerd wordt in de Verenigde Arabische Emiraten en bij uitbreiding het Midden-Oosten.





Tadao Ando (JP)

Sereniteit

Gewezen bokser Tadao Ando (*1941) maakte wereldwijd school met zijn brute betonvormen. Hoewel autodidact ontwikkelde hij zich tot één van de belangrijkste architecten ter wereld met een Pritzkerprijs als summum. Ando stichtte in 1969 zijn eigen architectenbureau Tadao Ando Architects & Associates en geldt als de grootmeester van het minimalisme en bouwde meer dan 200 projecten met onder meer het Langenmuseum in het Duitse Neuss tot de alom geprezen Church of Light in Osaka.

www.ando-jp.com



Rem Koolhaas (NL)

OMA en godfather

De Nederlander Rem Koolhaas mag misschien wel beschouwd worden als de godfather van de moderne architectuur. De architect kijkt op een andere manier naar de wereld en plaatst zijn gebouwen in culturele context en heeft oog voor de interactie tussen gebouw en omgeving. Samen met de architect Elia Zenghelis en hun beide echtgenotes richtte hij in 1975 het architectenbureau Office for Metropolitan Architecture (OMA) op in Rotterdam, waar nog steeds het hoofdkantoor gevestigd is. Het staat bekend om de CCTV-toren in Peking, de Kunsthal in Rotterdam, de Nederlandse ambassade in Berlijn, de Shenzhen Stock Exchange, Seattle Public Library, en ook De Rotterdam, het grootste gebouw van Nederland.

www.oma.eu

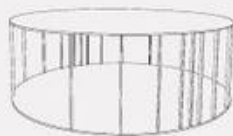


Sevilla

LxBxH - LxHxH



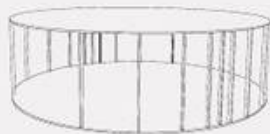
30 x 30 x 60
C082



90 x 90 x 38
C080



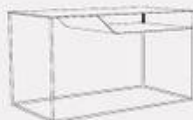
40 x 40 x 45
C081



120 x 120 x 38
C076

Aichi

LxBxH - LxHxH



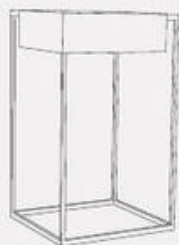
60 x 35 x 35
C080E



60 x 35 x 35
C080V

Apero

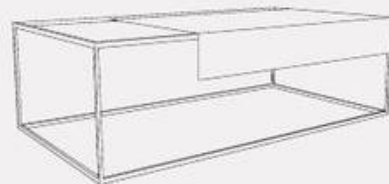
LxBxH - LxHxH



35 x 35 x 60
C082



65 x 65 x 38
C081



120 x 65 x 38
C080

Philadelphia

LxBxH - LxHxH



180/220/240 x 100 x 75
C072 / C073 / C079

Seattle

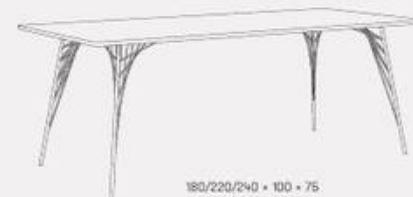
LxBxH - LxHxH



180/220/240 x 100 x 75
C072 / C073 / C079

Vienna

LxBxH - LxHxH



180/220/240 x 100 x 75
C072 / C073 / C079



120 x 120 x 75
C102

Showroom-144

Deze winkel van Frank Pay en Kathleen Werckx biedt een fijne mix van vintage en hedendaags designmeubilair, verlichting, artisanale objecten en kunst. Ze bieden enkel originele stukken aan op een handvol heruitgaven van Thonet en Peter Ghyczy na.

www.showroom144.be

Seymour Kassel Records
Visamatenweg 93

Showroom 144
Leon Lepagestraat 47



Seymour Kassel Records

Vinylfhebber Stéphane Aisinber had al een drukke online handel, maar met deze winkel kan hij ook in contact komen met geestgenoten in plaats van enkel de postbode te zien. Seymour Kassel Records is een must visit voor verzamelaars van limited editions, eerste persingen en andere collector's items. Je vindt er platen kopen vanaf 15 euro maar naarmate de bijzonderheid van de platen kan het oplopen tot in de honderden euro's.

www.seymourkassel.com



Monk.

Monk is meer dan een cafévermoend naar de legendarische jazzpianist

Theonious Monk. Het pand zelf stamt uit de zestiende eeuw; het interieur is weliswaar opgefrist maar ademt nog de jaren '20 en de aanpak versterkt de authenticiteit: een charcuterietoog voor een droog worstje of een portie gemiddeld met alleen maar Brusselse streekproducten; een ruime keuze aan bieren én een sociale mix gaande van studenten tot kunstenaars en van expats tot yuppies. Complexeloos genieten en verbroederen.

www.monk.be

Monk
Sint-Katelijnestraat 42



Walsen met een sommelier.

"Kies maar een tafeltje", klinkt het gastvrij. Zelfs op de sluitingsdag regisseert Sanne Dirx het spektakel bij het Lommelse restaurant Cuchara. Terwijl ze geen wijn, maar koffie haalt, sluipen we richting wijnrekken. 27 is Sanne Dirx. Dat is piep. Zeker voor een wijnkenner in een met een Michelinster bekroonde zaak. In geen tijd werkte ze zich er op tot gerespecteerd sommelier met een voorliefde voor vernieuwende, eigentijdse wijnen en klassiekers van goeden huize. Ervaring baart kunst door veel oefening; en het goede voorbeeld wijst ons de weg. Proosten met Sanne Dirx.

"Nee, een stijve sfeer hangt hier niet", zegt de Lommelse, *"eigenlijk is het hier eerder alle dagen feest."* Met haar hippe, zwarte outfit gaat ze helemaal op in de al even hippe zaak van chef Jan Tournier. Ook al volgde Sanne nooit een opleiding tot sommelier, ze is hier duidelijk op haar plaats. 3,5 Jaar werkt ze nu in Cuchara, waarvan anderhalf jaar als sommelier. Niet alleen, wel samen met haar collega-wijnkenner zodat ze elkaar tot nieuwe inzichten brengen over wijn, wijnhuizen, smaken en geuren. Ze is uiterst leergierig. Want de wijn was dan al geen doel, het werd een ontdekking.





Wereldveroveraar.

Onder de directie van Carlo Riva groeide het gamma aanzienlijk en elke nieuw product wist in te spelen op de vraag van klanten, al luidde het even vaak een eigenzinnige nieuwe modetrend in in de nautische wereld. De lancering van de Aquarama in 1962 was misschien wel een van de meest tot de verbeelding sprekende introducties. In het allereerste productiejaar tekenden al meteen 21 klanten in, indrukwekkend voor een bijna volledig uit gelakt mahoniehout gebouwde en liefst 8,02 m lange, elegante speedboot.

De Aquarama werd gekenmerkt door een geslaagde combinatie van warm hout, expressieve chroomaccenten en een zachte interieuraankleding in pastelkleurig

leder. Onmiskenbaar geïnspireerd op de Amerikaanse auto's die in die tijd de toon bepaalden, al wist Riva het allemaal eleganter en met meer verfijning uit te werken zoals alleen Italianen dat kunnen. Om uit te groeien tot een icoon heb je weliswaar meer nodig dan stijl alleen, vandaar de keuze om 185pk-krachtige motoren in te bouwen, goed voor een topsnelheid van 73 kilometer per uur. En de naam? Wel, die komt van de toentertijd populaire breedbeeld Cinerama bioscoop-projectie-schermen die vanuit Amerika de wereld veroverden. Het zijn allemaal factoren die het eclatante succes van de Aquarama in de hand hebben gewerkt en het liet uitgroeien tot één der iconen van de internationale jet-set. De Ray-Ban zonnebrillen volgden in zijn kielzog...



Riva dreef gelukkig niet alleen op dit ene succesnummer en slaagde erin om er een passend vervolg aan te geven. Zo verscheen nog geen jaar na de voorstelling van de 'Aquarama' de 'Super Aquarama' en in 1971 lanceerde men de 'Special Aquarama'. In totaal bouwde Riva 784 stuks, waarvan 281 uit de beginperiode - van 1962 tot 1971 - en 285 van de 'Special Aquarama' tussen 1971 en 1996.

Glasvezelsnelheid.

De iconische merkwaarde van de Riva Aquarama liet zich ook nog eens verzilveren in allerhande special editions. De meest tot de verbeelding sprekende mer-kextensie was de samenwerking met het legendarische sportwagenmerk Lamborghini uit Sant'Agata Bolognese. Ferruccio Lamborghini, die in 1963 Lamborghini Automobili stichtte, bestelde zich in 1968 een Riva Aquarama en leverde daarvoor zelf een paar V12-motoren uit het eigen sportwagen-atelier. Deze Aquarama Lamborghini liet met een gecombineerd vermogen van 700 pk duchtig van zich spreken.

Niettegenstaande de bouw van houten jachten diep geworteld zat in de geschiedenis van Riva én het merk daar wereldwijd om geprezen werd, durfde Carlo Riva het in 1969 toch aan om de mogelijkheden van glasvezel te exploreren. Een statement. Riva wilde de wereld tonen dat het in staat was te innoveren zonder zijn traditionele waarden te verloochenen. In de periode tussen 1970 en 1990 kreeg design een nieuwe meer experimentele benadering, terwijl de uitdaging van snelheid meer dan ooit de ontwikkelingen aanstuurde. De verwerking van glasvezel ondersteunde beiden. Riva lanceerde in die tijd cruisejachten zoals de Riva 2000, de St. Tropez en de Superamerica. Die laatste bleef niet minder dan 20 jaar in productie.



Vloeien en drijven

Moors is zowel geschoold in de architectuur als in de schilderkunst en die achtergrond schemert door in haar oeuvre. Het tweedimensionale en driedimensionale wisselen elkaar niet zomaar af, het zijn elkaar versterkende elementen. Zelf houdt ze het op 'interdimensionaal'. Haar werk drijft en vloeit, beklijft en boeit. Blikkantelingen die vragen om bewegingen in een beeld.



Mekong

In haar werk vertrekt ze altijd vanuit ervaringen, die in haar hoofd aandikken, tot de vorm en kleur tot verf op doek leiden. Nadien werpt ze een nieuwe blik en wordt een nieuwe dimensie toegevoegd. De ruimtelijke composities overstijgen steeds de som der delen. Nog niet zo lang geleden verbleef Moors een aantal maanden in Vietnam, en liet ze zich voor het schilderen (en ander werk) meedrijven door de bewegingen en kleurwerkingen in de Mekongdelta. Alles draait om een beweeglijke blik van de maker en de (be)kijker en zet een dieper beeld-denken in gang.

