

Een restaurant als proefopstelling

In het restaurant van de toekomst kunnen Gelderse mkb-bedrijven onderzoeken wat de consument wil eten. Het technologieplatform zorgt ervoor dat de bedrijven ook de apparatuur hebben om die voedingsmiddelen te produceren.

Het bedrijfsrestaurant van het researchcentrum van Wageningen – het restaurant van de toekomst – wordt onderzoeksruimte voor Wageningen zelf en voor bedrijven. Projectleider René Koster van Wageningen UR vertelt waarom.

‘Er komen steeds nieuwe producten op de markt, maar een groot gedeelte daarvan flopt. Wij willen daarom beter begrijpen waarom mensen keuzes maken. Een lijstje met vragen is niet afdoende, want kiezen voor voedsel doen we vooral onbewust. Als we eten, worden de oudste delen van de hersenen geactiveerd. Hetzelfde gedeelte waar bijvoorbeeld ook angst zit. Mensen willen wel nieuwe producten, maar vaak is het een onbestemd verlangen. Wat wij nu willen in het restaurant van de toekomst is: die onderliggende factoren van het keuzemoment achterhalen door een levensechte situatie te observeren. Mensen

lopen langs de keuken: wat trekt hun aandacht, bij welk product blijven ze langer staan, wat kiezen ze? Kiezen ze dat de volgende keer ook nog? Hoe reageren ze op een andere verpakking? Speelt het een rol als de porties groter worden of kleiner? Wat doet geur? Al die informatie is bruikbaar voor verder onderzoek.’

Waarom hebben bedrijven belang bij een technologieplatform? vroegen we aan projectleider Huug de Vries, ook van Wageningen UR.

‘Omdat de voedingsmiddelenindustrie een gezamenlijk probleem heeft. De keten is zich aan het omkeren: de consument wil steeds meer die voeding die op zijn wensen is afgestemd. Als voedselproducenten mee willen bewegen in deze ontwikkeling moet het hele productieproces dat ook kunnen en zijn nieuwe technologieën noodzakelijk. Mkb-bedrijven kunnen niet zomaar nieuwe, dure, apparatuur gaan kopen. Maar ze kunnen wel gebruikmaken van die van grote bedrijven of kenniscentra, zoals het onze. Dan moet inzichtelijk zijn, bijvoorbeeld via Food Valley: wie heeft wat te bieden?’

Foodturoscope

Het project Foodturoscope (voedsel van de toekomst) draaide om twee haalbaarheidsvragen: een technologieplatform voor de levensmiddelenindustrie en een bedrijfsrestaurant met onderzoeksfunctie. In de loop van het project is de nadruk komen te liggen op het bedrijfsrestaurant. De plannen daarvoor zijn rond. Maar ook voor het kennisplatform blijkt genoeg interesse te bestaan om door te gaan. Het is een project van internationale allure dat de IAP-doelstellingen geheel waarmaakt.

Foodturoscope

This project (meaning food for the future) revolved around two practical issues: is it feasible to set up a technology forum for the food and beverages industry and a company cafeteria with a research dimension? During the project, the emphasis shifted to the company cafeteria, plans for which are now complete. But there is also enough interest in the technology forum to continue working on that. This is an internationally attractive project that lives up to all of the goals of the IAP.

Voor meer informatie
For more information

Huug de Vries
huug.devries@wur.nl

René Koster
rene.koster@wur.nl



Project 19 Foodturoscope

An experimental restaurant

In the ‘restaurant of the future,’ small and medium-sized companies in Gelderland can find out which foods consumers want to eat. And a technology forum ensures that the companies are able to produce them.

The in-house cafeteria at the Wageningen Research Centre – the restaurant of the future – is a research facility for Wageningen University and for companies. Project leader René Koster of Wageningen University Research Centre explains why: ‘There is a continual flow of new products entering the market, but many of them fail commercially. We want to understand better why people make the choices they do. A questionnaire won’t do this job, because we mostly choose foods unconsciously. When we eat, the oldest parts of the brain are activated: the same parts, for example, where fear is activated. People want new products, but it is often a vague longing.

What we want to do in the restaurant of the future is to identify those underlying factors at the moment of choice by observing a real-life situation. People walk past the foods on offer:

what attracts their attention, where do they pause for longer, what do they choose? Do they choose the same thing the next time? How do they respond to different packaging? Does it make any difference if the servings are bigger or smaller? What is the effect of the way it smells? All this information can be used for further research.’

‘Why are companies interested in a technology forum?’ we asked project leader Huug de Vries, also from the Wageningen UR.

‘Because the food and drink industry has a common problem. The chain is undergoing a fundamental change: consumers increasingly expect foods that are tailored to their wishes. If food manufacturers want to respond to this development, the whole production process must be adapted, and new technologies are required. Small and medium-sized companies cannot simply go out and buy new, expensive, equipment. But they can use the equipment of big companies or of centres of expertise, such as ours. This means that it must be clear, for example via Food Valley, where equipment is available’