

Studenten food design tonen hun creaties

SMAAKBOMMETJES ALOM

Op de derde Food Design Experience ontmoet je creatievelingen die je laten genieten van streekproducten, een verhalen opwekkend familieservies, tweets en truffel. Ervaringen die de nucleus accumbens goed doen.

TEKST EN
FOTOGRAFIE
jan nijman

Het familieservies
van Wies van
Abbema trekt veel
belangstelling

‘Een prikkelend programma met een olfactorische ontvangst en een knallend slot.’ De website van Food Design Experience belooft veel. Emoties zijn het thema. “Er zijn meer dan vijfhonderd aanmeldingen”, klinkt het trots uit de mond van beleidsmedewerker Theo Clermonts bij de opening van de derde ‘experience’, donderdagmiddag 3 februari in het gebouw van HAS Den Bosch. Het is de plek waar studenten van de opleiding Food Design hun producten kunnen laten zien. Clermonts raadt ons aan te D-EETen, kennis te maken met vergeten groenten of je terug te trek-

ken in een black box voor een bijzondere ervaring.

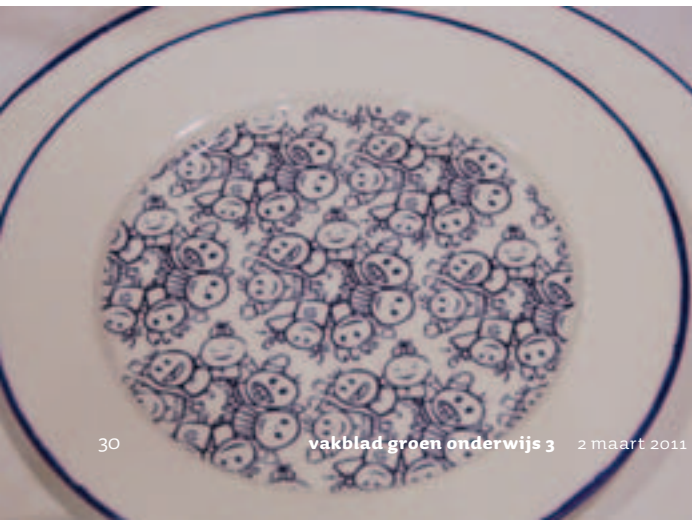
#FDE11

Omdat mijn geur slecht ontwikkeld is, kan de olfactorische ontvangst me niet prikkelen. Maar ik word wel geprikkeld door het enthousiasme van de studenten. Bernadette Veenstra wil met Appeticious gebutste appels een tweede kans geven in appeltaarten. De stukjes taart smaken lekker. Marieke Roodhart heeft een welkomstpakket voor gemeenten bedacht met welkomstsnoepjes. En Wies van Abbema presenteert een bijzonder familieservies. “Ik kom uit een familie waar we aan tafel veel praten. Ik merk dat dit niet overal zo is. Met dit servies hoop ik gesprekken op gang te brengen.” Het blauw-witte servies is bedrukt met prikkelende vragen. ‘Wat maakt mij nieuwsgierig?’, ‘Op wie ben ik verliefd?’. Wies hoopt deze middag leuke contacten te leggen.

In hoog tempo vertelt food trendwatcher Hans Steenbergen, hoofdredacteur van Food Innovation Magazine ons in een half uur wat food met emoties te maken heeft.

Via een filmpje laat hij zien hoe hij in Hamburg verleid wordt door een pratende koffiezuil. Op een scherm helpt een aardige juffrouw hem de juiste keuze te maken. Terwijl de automaat koffie maakt, zie je op het scherm dat ze gemalen koffie in een rvs-filter doet. Glunderend drinkt Steenbergen in het filmpje zijn koffie: “Natuurlijk is het bedrog, maar koffie drinken uit zo’n automaat is een genot.” Eten en drinken gaat gepaard met emotie is zijn betoog. Het is de kunst om mensen te verleiden tot gezond eten. “De foodwereld heeft jullie creativiteit hard nodig, studenten!”

Emotie is een van de nieuwe e-nummers in het eten, volgens Steenbergen. Er zijn er meer: energiek, extensief, elegant, expressief... en – hiermee begint hij – echt en eerlijk. Streekproducten zijn echt en eerlijk. “De streek is zo hip als de pest”. Hij noemt Jonnie Boer van De Librije als voorbeeld, omdat deze geïnspireerd wordt door de omgeving, door planten in de berm. Of Willem en Drees, twee ondernemers die lokale producten leveren aan supermarkten. ‘Nieuwe e-nummers in food design beginnen met eerlijk





en echt! Vind ik heel fijn' twittert iemand. De tweets met #FDE11 verschijnen doorlopend op een scherm aan de wand.

Spel

Echt en eerlijk zijn ook de producten van Janna de Geus. Als marketingstudent wil zij onbekende aardappelrassen op de markt brengen. In een aardappelkistje liggen Roseval, La Ratte en Truffel. Haar oom teelt die rassen. Die truffel is een heel donkere, kleine aardappel. De Truffelchips die Janna presenteert zijn paars, en lekker. "Er is een groeiende groep mensen die geniet van echt en oprecht voedsel, ontdekte ik tijdens marktonderzoek." Medestudent Anouk van der Sande onderzocht hoe het oubollige imago van streekproducten beter kan. Zij wil dat streekproductenwinkels hipper worden. Ze denkt aan moderne en strakke winkels in grote steden waar mensen graag een boodschap doen omdat het dichtbij is.

Joan Kwantes zoekt het iets verder weg. Zij heeft wraps ontwikkeld met typerende gerechten van de hele wereld. Ook streekproducten, maar meer exotisch. "Ik hou van rei-

zen, lekker eten en wil graag mensen ontmoeten", zegt Joan. Ze heeft een bank geplaatst bij haar stand, zodat het een echte ontmoetingsplek wordt. Het is er de hele middag druk. Ze maakt van het eten van wraps een sociaal gebeuren.

"Eten speelt een rol in het sociaal verkeer. Een innige zoen en heerlijk eten wekken dezelfde emoties op." Prof. dr. Jan Kroeze, emeritus hoogleraar aan de universiteiten van Utrecht en Wageningen, legt in een college van een krap half uur uit hoe voedsel aan emoties gekoppeld is. Endorfine en dopamine spelen een rol. En de *nucleus accumbens* is het gebied in de hersenen dat je kunt beschouwen als de genotskern. "Je ziet dat eten een rol speelt in het liefdesspel. Geliefden brengen elkaar lekkere hapjes. Niet om hun maag te vullen, maar omdat het hoort bij het spel."

Ploffien

Kiki Cornelissen speelt daar op in. Zij combineert met D-EET (spreek uit als *date*) een eetmoment met het contact tussen twee personen. Er staat een rij bij de D-EET stand. Ik zie een bekend gezicht, een bekende

naam. Onder het genot van een café americano raak ik aan de praat met Annemarie Bok, docent bij Prinsentuin College. Vakblad Groen Onderwijs is volger van haar tweets. "Jammer dat ik mijn leerlingen niet heb meegenomen", zegt ze. "Het is heel inspirerend. Wat een creativiteit hier."

Om de creativiteit nog wat aan te blazen, stuitert Pierre Wind aan het einde van de middag als een wervelstorm over het podium. Hij belooft een spektakel. "Over een paar minuten geschiedenis." Voor het zover is, passeert van alles de revue: Groen is hip, zo begint hij. Hij laat plaatjes zien van duurzaam eten. "Duurzame worst is de meest gore worst die ik ooit geproefd heb. Maak geen rookworst na als je vegetarisch wil eten." De plaatjes flitsen voorbij, net als Pierre Wind zelf.

De wording van de beloofde smaakbom zien we op film. Met studenten en docenten in Den Bosch is Wind bezig een bom te maken die ontploft als je hem in de mond stopt. Van alles proberen de studenten op hem uit. Mentos en cola, citroenzuur en bakpoeder, met koolzuur gevulde pompoenen. Het lukt

Bijzondere hapjes in metalen bomen



Janna de Geus laat bijzondere aardappelen zien

allemaal net niet. Geen werkende bom, ook niet op het podium. “De bom er is er”, zegt Wind als het filmpje is afgelopen. Hij is echter nog op zoek naar het perfecte omhulsel.

Het is net geen spetterend einde van deze manifestatie, waarop de studenten tevreden terugkijken. Wies van Abbema heeft heel veel mensen gesproken. CATERAARS, bedrijven, voedingstechnologen. Mensen waren erg geïnteresseerd in haar familieservies. Ze denkt dat er nog wel wat uit voortkomt. Joan Kwantes heeft contact gelegd met cATERAARS die misschien iets willen met haar wereldwraps. Een groot bedrijf heeft haar benaderd om haar product te presenteren. En een bedrijf in de broodsector wil de wraps misschien verder ontwikkelen.

Kijk voor filmpjes en links bij de Food Design Experience op www.groenonderwijs.nl > editie 3.



Adverteren?

Het tijdschrift vakblad groen onderwijs is het enige blad dat zich speciaal richt op het groen onderwijs en agrarische belangenorganisaties. Het verschijnt 15 maal per jaar. Met vakblad groen onderwijs kunt u dus gericht deze doelgroep benaderen. Voor inlichtingen over advertentiemogelijkheden, vraag naar:

Pieter Boetzkes, Tormentilbeek 8
5709 PK Helmond
Telefoon (0492) 55 69 03
Fax (0492) 55 69 04
E-mail pieter.boetzkes@silو.nl

S[i]LO

Verschijningstabel 2011

Editie	Sluitingsdatum	Verschiјning
4	22-03-2011	30-03-2011
5	12-04-2011	20-04-2011
6	26-04-2011	04-05-2011
7	31-05-2011	08-06-2011
8	14-06-2011	22-06-2011
9	28-06-2011	06-07-2011
10	30-08-2011	07-09-2011
11	20-09-2011	28-09-2011
12	11-10-2011	19-10-2011
13	08-11-2011	16-11-2011
14	22-11-2011	30-11-2011
15	13-12-2011	20-12-2011