

# NAAR MEER SMAKEN

Ze noemen zich eetontwerper of foodstylist en houden zich bezig met alles rond voedsel: niet alleen het uiterlijk en de smaak, maar ook het bestek en de aankleding van de ruimte waar wordt gegeten. Drie jonge ontwerpers die de hele dag aan eten denken. 'Eten is pure psychologie.'

## EETFILOSOOF

**Tijdens haar studie aan de Design Academy, elf jaar geleden, vonden haar medestudenten haar meer een cateraar dan een designer. Nu heeft Marije Vogelzang vele navolgers.**

Sommige mensen moesten huilen toen ze de gebakken suikerbieten en aardappelcakejes van Marije Vogelzang (32) proefden bij de opening van een tentoonstelling over de Tweede Wereldoorlog. Vogelzang moest voor de hapjes zorgen en ze had ze naar originele oorlogsrecepten gemaakt. 'Moet je nagaan', zegt ze, 'sommige bezoekers hebben als kind de oorlog meegemaakt en hebben die producten al zestig jaar niet meer geproefd. Deze smaken prikkelden hun herinneringen. De verhalen over de Hongerwinter en overleden familieleden kwamen als vanzelf naar boven.'

Elf jaar geleden studeerde Vogelzang af aan de Design Academy. Ze was met haar eetontwerpen een vreemde eend in de bijt. 'Jij bent geen ontwerper, maar een cateraar', zeiden medestudenten. Ze begon na het afstuderen haar eigen bedrijf en kan nu goed rondkomen van haar werkzaamheden: ze schrijft boeken, heeft een restaurant, geeft workshops, bedenkt eetconcepten voor de horeca en de voedingsindustrie en houdt lezingen en exposities. Alles wat ze exposeert moet eet- of drinkbaar zijn, anders 'is het stom'. Zo hield ze in Tilburg een expositie met een installatie vol flessen kraanwater uit de twaalf provinciën. De bezoekers kon-

den de verschillen proeven. Want die zijn er, zegt Vogelzang. 'Mensen vonden het Tilburgse water het lekkerst. Maar ik vraag me dan af: komt dat omdat het grootste deel van de bezoekers uit Tilburg kwam en dus dat water simpelweg gewend was?'

Als kind vond ze het al fascinerend te zien wat eten met mensen deed. Op verjaardagen ging ze met een schaal vol verschillende toastjes rond om aandachtig te bestuderen wie welk toastje koos.

Nu is ze nog steeds bezig met het effect van voedsel op mensen. Ze bedacht een lolly in de vorm van een levensgroot pistool waarvan de loop in de mond moet. Op een serieuze toon: 'Dat is letterlijk wat zoetigheid, suiker, met je doet. Het maakt je dood. Uiteindelijk.' En ze is bezig met een memoryspel met op het ene kaartje het product, zoals een biet, en op het andere kaartje het gevolg: roze plas.

Geregeld is ze in het buitenland. Een tijdje terug organiseerde ze in een Japanse designgalerie een diner voor veertig mensen die elkaar niet kenden. Doodeng vond ze het. Ze had een tafelkleed aan het plafond gehangen dat tot op de tafel reikte. De eters konden door drie gaten hun hoofd en handen steken. 'Door het laken waren ze fysiek verbonden. Het is schitterend om te zien hoe er een eenheid ontstaat tussen de mensen tijdens zo'n maaltijd.'

Eten is pure psychologie, vindt ze. Voor een ziekenhuis ontwierp ze een eetconcept om ondervoeding tegen te gaan. 'Op de menukaart stonden gerechten beschreven als 'bloemkool in een papje'. Dat zou ik ook niet lekker vinden als patiënt. Door er 'bloemkool in een zacht roomsausje' van te maken, krijgen mensen een heel ander idee voordat ze beginnen met eten.'

Voedsel zit vaak in haar gedachten. Want waarom snacken we ongezond als we ons rot voelen en troost zoeken? 'Dat is niet zo gek, als je nagaat dat je als klein kind een snoepje kreeg als je was gevallen en verdrietig was.'

Eigenlijk is ze ook een voedselphilosoof. Eten gaat verder dan wat we in de supermarkt zien. Het doet iets met ons brein. En niet alleen dat. 'Keuzes die mensen drie keer per dag maken – wat ga ik eten? – hebben grote invloed op onze wereld. Ze bepalen welke gewassen worden verbouwd, wat er wordt gevestigd, hoeveel oerwoud er wordt gekapt, welke dieren worden gefokt en gedood.'

Marije Vogelzang: 'Troost-eten doen we omdat je als klein kind een snoepje kreeg als je verdrietig was.'



## KNOLLENFASE

**Het gaat Mieke Cuppen om de 'beleving' van eten: 'Ik ben geen kok of cateraar, ik geef mensen een eetervaring, een smaaksensatie.'**

Mieke Cuppen (26), klein van stuk, paradeert vrolijk op haar hoge hakken over de houten vloer van haar ruime bovenwoning in Rotterdam. Toen ze drie jaar geleden afstudeerde aan de Design Academy in Eindhoven begon ze voor zichzelf. Gewoon hier thuis, in de woonkamer. Ze is nog een starter en kan net rondkomen van haar werkzaamheden.

Aan de muur hangt een poster waar ze overheen wrijft. Het gebeurt bijna liefdevol. 'Mooi, hè', zegt ze. 'Vandaag binnengekomen.' Er staat een grote rammenas op; momenteel zit ze in haar 'knollenfase'.

Laatst bedacht ze samen met collega Ilona Spierings een 'bietensnoepje' voor de expositie *Pluk* tijdens de Dutch Design Week. Bezoekers pakten een stukje biet, doopten dat in een bijzondere azijn en aten het op. Vervolgens gingen ze naar het toetje: een koek zo groot als een bakplaat, met citroen, kruiden, chocolade, anijsbloemetjes. Terwijl de mensen aten, keken ze naar grote foto's van de ingrediënten. 'Dan ga je terug naar de schoonheid van het pure product', zegt Cuppen. 'Zo proef je het beter, het gaat meer leven in je mond en brein.'

Die foto's maakt ze zelf. Dagen is ze ermee bezig, honderden maakt ze. 'Dan sta ik in mijn woonkamer en kan ik mezelf uren zoet houden met het fotograferen van lichtroze chioffiabiet op een blauwe achtergrond. Die kleuren knallen zo mooi met elkaar.' En elke keer ziet ze wel weer iets nieuws in een wortel, een champignon of een eierdooier. Waar die fascinatie voor voedsel vandaan komt? Ze haalt haar schouders op; als kind lustte ze niks. 'Maar nu zie ik: het zijn mooie dingen. We zouden meer aandacht moeten hebben voor de schoonheid ervan.' Wat ze nou precies doet, vindt ze moeilijk uit te leggen. 'Ik ontwerp eten, maar bedenken ook concepten voor restaurants en cateraars.' Dan bepaalt ze hoe de hapjes eruit zien, hoe ze smaken, hoe ze worden geserveerd, hoe de tafel wordt aangekleed en welk bestek er wordt gebruikt. Cuppen vindt dat fooddesigners meerwaarde kunnen geven aan restaurants, want 'ze brengen iets moois'. 'Kijk,' zegt ze, 'het gaat om het totaal. Niet alleen om het eten, maar ook om alles wat ermee te maken heeft.'

Zo ontwierp ze een bestekset en werkt ze



ook veel met glas: allemaal kleine glaasjes liet ze maken door een glasblazer, waarin likeur kon worden geserveerd na het eten. Net zoals bonbons. Of ze drapeert gefrituurde mie in een groene, glazen schaal. 'Mensen vinden mie niet echt sexy, maar met dat groenige glas is het een ontzettend mooi gezicht.'

Mieke Cuppen: 'We zouden meer aandacht moeten hebben voor de schoonheid van etenswaar.'

**'Ik kan mezelf uren zoet houden met het fotograferen van lichtroze chioffiabiet'**

## IDEEËNMAN

**Herinneringen vindt Nick Twaalfhoven fascinerend, ze kietelen hem. Bij zijn werk gaat het om het verhaal dat bij mensen wordt opgewekt zodra zijn gerechten hun smaakpapillen raken.**

Dat ene biertje, dat Nick Twaalfhoven (23) in Thailand dronk tijdens een jungletocht was het summum. Beter kon niet. 'Terwijl het een gewoon biertje was, zoals ik wel vaker

Nick Twaalfhoven: 'Als ze het proeven, snappen mensen het, omdat mijn verhaal in hun achterhoofd zit.'



drink', zegt hij. Het ging om het moment: ze hadden een helse tocht achter de rug en streken neer op een schitterend plekje tussen de bergen. 'Niet alleen de smaak is belangrijk.' En dat idee is volgens Twaalfhoven lucratief. Daar moeten organisaties op inspelen en hij merkt met zijn ontwerpbedrijf Doperwt dat dit langzamerhand gebeurt. Laatst nog, kwam er een bedrijf naar hem toe dat een personeelsfeestje gaf om de missie van het bedrijf duidelijk te maken. Aan Nick de taak de catering te verzorgen. Dan kijkt hij naar de missie van het bedrijf, die onder meer 'groei' inhoudt. 'Ik bedacht een gerechtje met daarin een kiemplantje van twee dagen oud; dat stond voor groei. Mensen kijken me dan aan en denken: hij is gek. Maar als ze het proeven, snappen ze het, omdat mijn verhaal in hun achterhoofd zit. Door een goede smaak veranker ik een positieve emotie.' Zijn bedrijf bestaat nu ruim een jaar, Twaalfhoven is net klaar met zijn opleiding Food-design aan de Hoge Agrarische School in Den Bosch. Hij bedenkt cateringconcepten op evenementen en voor bedrijven, en werkt mee aan kookboeken. En verder heeft hij honderden ideeën in zijn hoofd voor nieuwe supermarktproducten. 'Het is moeilijk die ideeën aan de man te brengen. Ik moet iets eerst goed uitwerken en dan de juiste persoon zien te vinden die het wil kopen. Daar moet ik in groeien, ik moet leren hoe ik het zó aanpak dat niemand ervandoor gaat met mijn concept. Patent aanvragen is te duur voor een jonge ondernemer.'

In zijn woonkamer in Arnhem staat een ouderwetse koffiemolen. Hij tikt er even tegen aan met zijn knokkel. Zelf opgeknapt. Het is zijn manier om 'even snel geld te verdienen'. Op evenementen maakt hij voor honderden mensen op een dag koffie. 'Ik ben kapot na zo'n dag' - ter illustratie sjort hij even aan de hendel - 'maar het is wel mooi om te zien wat die échte koffiesmaak met mensen doet.' Om inspiratie op te doen voor nieuwe eetconcepten maakt Twaalfhoven reizen. Hij is net terug uit Nepal en is een dikke stapel foto's rijker. Alle markten die hij kon vinden is hij afgestruind met zijn camera. 'Kijk', zegt hij bij een foto met een stapel brandende coniferen. 'Die worden verbrand met kaneel erbij, dan krijg je wierook.' Dus? Twaalfhoven glimlacht. 'Daar zou je vis boven kunnen roken. Krijg je een mooi smaakje van.' En zo werkt zijn brein nou altijd. Laatst zat hij te kijken naar zijn lp-verzameling. Gevolg: hij smolt de lp's om tot bordjes. 'Want zeg nou zelf: als ik het lievelingsgerecht van Johnny Cash voorschotel terwijl op de achtergrond zijn muziek klinkt. Dan kan ik dat eten toch niet serveren op een gewoon bord?' <