

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?' <