Artikel over Katja Gruijters
De Telegraaf februari 2004

Katja Gruijters ontwerpt ons dagelijks eten

AMSTERDAM - Vrijwel niemand staat er ooit bij stil maar elk snoepje en elk koekje dat je in je mond stopt, elk afbakbroodje dat je koopt en elke kant- en klaarmaaltijd die je in de magnetron opwarmt, is ontworpen door iemand.

Meestal zijn kleur, vorm en smaak door anonieme vormgevers bepaald. Met uitzondering van Philippe Starck, die in 1987 voor Panzani zijn luchtige Mandala pasta uitdacht, hebben tot nog toe verbazingwekkend weinig ontwerpers van naam zich beziggehouden met het vormgeven van eten. Als het aan Katja Gruijters ligt, komt daar in de toekomst verandering in. Deze jonge ontwerpster uit Amsterdam heeft zich gespecialiseerd in eten. U kent haar trouwens al uit de supermarkt. Want deze zelfbenoemde food designer heeft onder andere de populaire World Wide Wrap bedacht.
Dit concept dat ze voor Honig uitwerkte, was een van haar eerste commerciële successen. In 2001 ontving het product de Jaarprijs voor Goede Voeding. "Wrappen is universeel", zegt Katja Gruijters. "We associeerden het voorheen weliswaar vooral met de burrito en fajita uit de Mexicaanse keuken, maar goedbeschouwd wordt overal ter wereld gewrapt. Al eeuwenlang. Zo kent China bijvoorbeeld de Nori-roll en hebben wij onze pannenkoek. Vanuit dat idee ben ik samen met marketingdeskundigen, reclamemakers en de productontwikkelaars van Honig verder gaan denken. Zo is de World Wide Wrap kruidenmix- en dipsausserie ontstaan."

Twee jaar lang was Katja Gruijters in vaste dienst bij Hak en Honig. Een duobaan. Leuk, daar niet van, maar ze merkte dat ze na een tijdje minder scherp werd, niet meer met frisse ogen naar de producten van haar werkgevers kon kijken. Ze wilde weer vrij zijn, voor zichzelf beginnen en startte in 2001 haar eigen bedrijf: Katja Gruijters Concepts. "Een eenmanszaak waar intuïtieve conceptontwikkeling voorop staat", legt ze op haar website uit.

Pionierster

De titel 'food designer' die ze bij Hak en Honig op haar visitekaartje liet zetten, gebruikt ze nog steeds. De samenwerking tussen industrieel ontwerpers en de voedselindustrie is immers een nog onontgonnen vakgebied, waarin zij een trotse pionierster is. "Eten is een eerste levensbehoefte", zegt ze. "We hebben gezond voedsel nodig om te overleven. Daarnaast zitten er tal van psychologische en sociale aspecten aan. Een maaltijd met vrienden is prettig en gezellig. Het ontbijt, de lunch en het diner zijn rustmomenten op de dag. Maar er is ook eng voedsel. Dat boeit mij als ontwerpster. Waarom verkoopt een vierkant brood niet? Is een driehoekige meloen raar? En wil niemand blauw eten?"
Katja Gruijters, die ook voor Redband in het diepste geheim aan een nieuw snoepje werkte, werd opgeleid aan de Design Academy in Eindhoven. Het was tijdens een stage, die ze bij haar docent, de bekende trendwatcher Lidewij Edelkoort, in Parijs liep dat haar professionele belangstelling voor eten werd aangewakkerd. "Elke middag werd op het kantoor uitgebreid geluncht. Met lekkere flessen wijn, verse pompoensoep... Het was echt genieten. Bovendien gingen we daarna weer extra fanatiek aan de slag. Het heerlijke eten bleek een belangrijke stimulans. Juist omdat er tussen de middag aan tafel zo'n goede sfeer hing, hadden we erna zin om lekker hard te werken."

Ze studeerde af met een reeks vegetarische producten, die beslist niet op vlees mochten lijken. Dat resulteerde in haar 'boccito's' (pittige roerbakbolletjes met chilipeper), 'cheeselegs' (met geitenkaas gevulde aubergines) en haar favoriet, nutstuff, krokante deegbollen met noten, eiwitten en groenten erin. "Ik ben natuurlijk geen kok, dus voor de receptuur heb ik wel hulp gehad", benadrukt ze.

Katja Gruijters hoopt als 'food designer' te kunnen meewerken aan de veranderende eetcultuur in Nederland. "We zijn en blijven vooralsnog een calvinistische volkje. Onze oorspronkelijke eetcultuur is sober. Aardappelen, vlees en groenten. Lekker hoor, maar wel eenvoudig. Een lunch is zelden meer dan een broodje kaas, meegenomen van huis in een broodtrommeltje."

Multicultureel

"Nederland zit wat eten betreft vol contrasten. Enerzijds worden we steeds culinairder. Niet voor niets heeft opnieuw een Nederlands restaurant, de Librije in Zwolle, drie Michelin-sterren gekregen. Ook eten veel mensen heel erg multicultureel. Vroeger moest je voor verse koriander en citroengras naar de toko. Nu ligt het gewoon in de schappen bij Albert Heijn. Anderzijds blijkt dat we toch nog steeds prakkers zijn. Van alle kant-en-klaarmaaltijden zijn de stamppotten met boerenkool en zuurkool het meest verkocht."

Uit die maatschappelijke ontwikkelingen put Katja Gruijters, die vanaf september ook les gaat geven aan de fonkelnieuwe opleiding Food Design van de Hogere Agrarische School in Den Bosch, inspiratie. "Japanners zeggen: 'Eerst eet je met je ogen'. Dat vind ik bijzonder. Daar sta ik als food designer ook voor. Ik wil niet alleen de smaakpapillen maar het liefst alle zintuigen prikkelen. Daarbij hanteer ik wel bepaalde ethische waarden. Gezondheid en duurzaamheid staan voorop. Bij al mijn ontwerpen probeer ik terug naar de oorsprong van het ingrediënt te gaan. Ik geloof in het bewerken van voedsel, niet in het aanpassen ervan. We moeten de wereld niet omdraaien. Lof moet bitter blijven, net als het spruitje. Anders krijg je alleen maar smaakvervlakking en dat vind ik zonde. Zo'n witbrood van Blue Band, dat de voedingswaarde heeft van volkorenbrood, vind ik een verkeerde ontwikkeling. Ik zorg er als food designer liever voor dat je bruin brood leuk en aantrekkelijk maakt voor kinderen."

© Paolo van de Velde