

has
hogeschool

FOOD
EXPERIENCE

2020

TODAY'S FOOD CHALLENGES





INHOUDSOPGAVE

6	Voorwoord
10	Today's Food Challenges
12	FoodManShip Awards
14	Ambassadeur AgriFood Capital

16 GREEN & TECH

18	Alumnus Jeanne van Ittersum
20	Ambassadeur Royal Swinkels Family Brewers
22	Uitdagingen & oplossingen van studenten

86 LIFESTYLE & HEALTH

88	Alumnus Lisa van Rotteveel
90	Alumnus Chantal van der Noordt
92	Ambassadeur Albert Heijn
94	Ambassadeur Appèl
96	Uitdagingen & oplossingen van studenten

174 CONSUMER & BUSINESS

176	Alumnus Luc van Heumen
178	Ambassadeur Vion Food Group
180	Uitdagingen & oplossingen van studenten

250 START-UPS & ENTREPRENEURS

252	Alumnus Dennis Favier
254	Ambassadeur Rabobank
256	Uitdagingen & oplossingen van studenten

292	Register
303	Colophon

INDEX

Preface
Today's Food Challenges
FoodManShip Awards
Ambassador AgriFood Capital

GREEN & TECH

Alumnus Jeanne van Ittersum
Ambassador Royal Swinkels Family Brewers
Challenges & solutions of students

LIFESTYLE & HEALTH

Alumnus Lisa van Rotteveel
Alumnus Chantal van der Noordt
Ambassador Albert Heijn
Ambassador Appèl
Challenges & solutions of students

CONSUMER & BUSINESS

Alumnus Luc van Heumen
Ambassador Vion Food Group
Challenges & solutions of students

START-UPS & ENTREPRENEURS

Alumnus Dennis Favier
Ambassador Rabobank
Challenges & solutions of students

Register
Colophon

VOORWOORD



Voor je ligt het Foodboek, uitgegeven ter ere van de 12^e editie van HAS Food Experience. Afgelopen jaar zijn we druk bezig geweest met een refresh van het concept van de HAS Food Experience en op het resultaat zijn we meer dan trots. Onze studenten staan tijdens de HAS Food Experience centraal. Hun persoonlijke ontwikkeling, visievorming en creatiekracht leidt tot frisse, vernieuwde en verrassende oplossingen voor de uitdagingen in food vandaag de dag en in de toekomst.

Zoals ieder jaar reiken we ook in 2020 weer FoodManShip awards aan studenten met een project waarin vakmanschap, creativiteit en ondernemerschap tot exceptionele uiting komen. Nieuw dit jaar is de 'buiten categorie' award, waarin impact op de maatschappij als extra juryparameter is meegenomen. We hebben dit jaar een fantastisch, kundig en zeer betrokken juryteam bestaande uit lectoren, alumni, ambassadeurs en hoofdredacteurs van (vak)media.

We hebben de 12^e editie van de HAS Food Experience georganiseerd met een bevlogen team van HAS-medewerkers, ondersteund door een raad van advies. De raad van advies bestaat uit betrokken bedrijven en alumni van HAS Hogeschool: je vindt ze in dit boek. Samen zorgen we ervoor dat we de HAS Food Experience blijven ontwikkelen, maar dat we ook het belangrijkste doel niet uit het oog verliezen. De HAS Food Experience werkt namelijk van podium naar platform en zorgt er zo voor dat steeds meer studenten met hun kansrijke ideeën en projecten de weg naar de markt vinden. Gesteund door HAS Hogeschool én door de markt.

Tot slot

Laat je verleiden door onze studenten, wordt verliefd, omarm ze en help ze bij hun toekomst. Die toekomst is heel breed: van het uitrollen van concepten, tot het opzetten van bedrijven, tot het mogelijk maken van projecten en het bieden van een inspirerende, open en kansrijke werkomgeving.

Ik wens je heel veel leesplezier.

Mary van Hoek-Hendriks
Programma manager
HAS Food Experience

PREFACE



ADVISORY BOARD

Dennis Favier | Studio Fava | Alumnus, Bedrijfskunde & Agribusiness, Food Design, 2007

Michael Luesink | Boon | Alumnus, Food Innovation 2014

Chantal van der Noordt | Gruun | Alumnus, Food Innovation, 2018

Robert Jan Marringa | AgriFood Capital BV

Annemarie Geerdes | Albert Heijn

John van de Bunt | Appèl

Martijn Rol | Rabobank

Anke Abbenhuis-Swinkels | Royal Swinkels Family Brewers

Binne Visser | Vion Food Group

Welcome to the Food Book, published to mark the 12th edition of the HAS Food Experience. Last year we put a lot of effort into refreshing the concept of the HAS Food Experience and we are justifiably proud of the result. During the HAS Food Experience, our students take centre stage. Their personal development, vision and creative energy lead to fresh, innovative and unexpected solutions to the challenges posed for food, now and in the future.

As always, in 2020 we are presenting FoodManShip awards to students whose projects demonstrate an exceptional level of professional skill, creativity and entrepreneurship. New this year is the 'external impact' award, with the jury also taking into account impact on society. This year's fantastic, knowledgeable and highly committed jury team consists of professors, alumni, ambassadors and editors-in-chief of professional media.

We have organised the 12th edition of the HAS Food Experience with a dedicated team of HAS employees, supported by an advisory board consisting of partner businesses and HAS University of Applied Sciences alumni, listed in this book. Together we are ensuring that the HAS Food Experience continues to develop, without losing sight of the main goal. Since HAS Food Experience turns a stage into a platform, this ensures that an increasing number of students are reaching the market with their promising ideas and projects, supported by both HAS University of Applied Sciences and the market itself.

In conclusion

Allow yourself to be tempted by our students, fall in love, embrace them and help them with their future. That future is very broad: from the roll-out of concepts, to setting up businesses, enabling projects and offering a work environment that is inspiring, open and full of potential.

We hope you will be inspired by this Food Book.

Mary van Hoek-Hendriks
Programme Manager
HAS Food Experience

TODAY'S FOOD CHALLENGES

Studenten van HAS Hogeschool werken aan **uitdagingen** in de voedselketen **vandaag de dag**. Ze bedenken oplossingen ter bevordering van **duurzaamheid, gezondheid**, met gebruik van **technologieën**. Studenten denken na over de **toekomst van voedsel** en voedselsystemen, zodat ze **impactvolle oplossingen** ontwikkelen voor bestaande en toekomstige **consument**behoeften veelal in samenspel met bedrijven uit de sector of maken daar hun eigen onderneming van. Deze studenten met uitdagingen en oplossingen staan centraal op de HAS Food Experience met als thema **Today's Food Challenges**.

Lectoren

Elies Lemkes-Straver | *Duurzaam
Produceren in de agrifoodsector*

Dit lectoraat legt de verbinding tussen het onderwijs, het werkveld en praktijkgericht onderzoek betreffende het duurzaam produceren van voedsel. Thema's: tegengaan voedselverspilling, verduurzaming voedselprocessen en het sluiten van kringlopen.

www.has.nl/lectoraten

Frederike Praasterink | *Future Food Systems*

Dit lectoraat werkt aan de transitie naar sustainable future food systems en draagt bij aan impact op duurzame ontwikkelingsdoelen (SDGs). Centraal staat onderzoek naar huidige en toekomstige voedselsystemen, en hoe interventiestrategieën en nieuwe businessmodellen aan transitie bijdragen.

TODAY'S FOOD CHALLENGES

HAS University of Applied Sciences' students work on **challenges** in **the current food chain**. They make use of **technology** to devise solutions to improve **sustainability** and **health**. Students consider the **future of food** and food systems, enabling them to develop **high-impact solutions** for current and future **consumer** needs, often in collaboration with businesses from the agrifood sector or by creating their own businesses. These students with their challenges and solutions are the focus of this HAS Food Experience and its central theme, **Today's Food Challenges**.

Lectureships

Elies Lemkes-Straver | *Sustainable
Production in the Agrifood Sector*

This lectureship creates links between education, the professional field and practical research related to the sustainable production of food. Themes: combatting food waste, making food processes more sustainable and creating closed loop systems.

www.has.nl/en/expertise-research-centre

Frederike Praasterink | *Future Food Systems*

This lectureship is working on the transition to sustainable future food systems and contributes to the impact on sustainable development goals (SDGs). The focus is on research into current and future food systems, and how intervention strategies and new business models contribute to transition.

FOODMANSHIP AWARDS

Wat is een FoodManShip Award?

Een award, toegekend door de vakjury waarin vakmanschap, creativiteit en ondernemerschap tot exceptionele uiting komen.

De award wordt per categorie bepaald. Nieuw dit jaar is de ‘external impact’ award. Bij de beoordeling spelen game changing en de mate van impact op de maatschappij een rol.

Jurypanel

External impact

Elies Lemkes – Straver, HAS Hogeschool
Frederike Praasterink, HAS Hogeschool
Jan Bonjer, Het Financieele Dagblad
Maaïke de Reuver, Food Inspiration
Michael Luesink, BOON
Robert Jan Marringa, AgriFood Capital

Green & Tech

Anke Abbenhuis-Swinkels, Royal Swinkels
Family Brewers
Dionne Iving, VMT
Esther de Snoo, Nieuwe Oogst
Jeanne van Ittersum, Trash'ure Taarten
Olga Haenen, HAS Hogeschool
PJ Beers, HAS Hogeschool

Lifestyle & Health

Annamarie Geerdes, Albert Heijn
Chantal van der Noordt, Gruun
Fred van de Velde, HAS Hogeschool

What is FoodManShip Award?

Award to students whose projects demonstrate an exceptional level of professional skill, creativity and entrepreneurship

The award is determined per category. New this year is the “external impact” award. Game changing and the degree of impact on society play a role in the assessment.

Hans Kraak, VoedingNU
Herman Peppelenbos, HAS Hogeschool
Jaap Seidell, Vrije Universiteit Amsterdam
Judith Witte, Vakblad Voedingsindustrie
Lisa Rotteveel, TuttiFoodi
Lonneke Geurtz, Appèl

Consumer & Business

Antien Zuidberg, HAS Hogeschool
Binne Visser, Vion Food Group
Frank Vriesekoop, Harper Adams University
Luc van Heumen, Taste Sensations
Peter Garstenveld, Distrifood/FoodMagazine
Sabine Weller, Pakkracht

Start-ups & Entrepreneurs

Dennis Favier, Studio Fava
Erwin van Woudenberg, HAS Hogeschool
Marcus Polman, FavorFlav
Martijn Rol, Rabobank
Remy Gieling, Sprout

EXTERNAL IMPACT

Winner: Redhotintercrop – agroforestry chilli

van Dirk Beerendonk, Irene Boelen, Carlo Frenquellucci,
Faye Hartman en Vincit Nkouka (C18)

Runner-up: Poober – verpakking van koeienmestvezel
van Janna van den Elzen (G26)

GREEN & TECH

Winner: The Rib Hunter – Vegetarische ribs

van Palm Phonpornvithun (G03)

Runner-up: Faba bean ice cream – PULSE project van Fabiën
Daanen, Manon Dierx, Vince Leufkens en Romy Struijk (G25)

LIFESTYLE & HEALTH

Winner: ZÓ - 250g groente op 1 eetmoment!

van Connor Goldsmits (L10)

Runner-up: Uk & Puk - Hallo Pinda! Hallo Ei!
van Annet-Jeth de Groot (L21)

CONSUMER & BUSINESS

Winner: Hersluitbare rijstwafelverpakking

van Sjoukje Latinga (C09)

Runner-up: Opwarmsalon - Warme to-go producten
van Manon Dierx (C23)

START-UPS & ENTREPRENEURS

Winner: Dabba Diner

van Noor Boereboom en Alexander Steenis (S15)

Runner-up: De Ballerij – Dadeltruffels van Collin Brom (S16)

AGRIFOOD CAPITAL BV



HAS Food Experience maakt de bijzondere talenten van de studenten en daarmee de kwaliteiten van de school heel goed zichtbaar.

HAS Food Experience highlights the remarkable skills and talents of the students. The quality of the projects proves the quality of the HAS education.



AGRIFOOD CAPITAL BV

INTRODUCTION VISION

AgriFood Capital is het economisch ontwikkelbedrijf voor het agrifoodcluster in Noordoost-Brabant. Wij helpen ondernemende vernieuwers bij het maken van het voedsel(systeem) van morgen.

AgriFood Capital is the economic development organisation for the agrifood cluster in Northeast Brabant. We support game-changing entrepreneurs in developing the food(system) of tomorrow.

Het voedsel(systeem) van morgen is precies, circulair, waardevol en verbonden met mens en maatschappij. Het wordt ontwikkeld, gebouwd en gevoed door mensen met bijzondere talenten.

The food(system) of tomorrow is precise, circular, valuable and connected with people and society. It is being developed, built and nurtured by people with remarkable skills and talents.

Roel Schutten

info@agrifoodcapital.nl

www.agrifoodcapital.nl

GREEN & TECH

Process | Quality | Circularity | No waste | Environment
Technical packaging | Protein transition | Technical food



- Inspelen op afvalreductie, duurzaamheid, hergebruik van grondstoffen of circulaire economie.
- Gebruik maken van nieuwe en bestaande technologie, procestechnologische aanpassingen.
- Technologische applicaties van ingrediënten.
- Verbeteren van kwaliteit(ssystemen) en borging van voedsel fraude.

Lectoren

PJ Beers | *Future Food Systems*

Dit lectoraat werkt aan de transitie naar sustainable future food systems en draagt bij aan impact op duurzame ontwikkelingsdoelen (SDGs). Centraal staat onderzoek naar huidige en toekomstige voedselsystemen, en hoe interventiestrategieën en nieuwe businessmodellen aan transitie bijdragen.

Olga Haenen | *INVIS (Nieuwe eiwitten, insecten en vis, gezond, duurzaam en veilig)*

Dit lectoraat werkt aan veterinair gezonde, duurzame en (voedsel) veilige kweeksectoren van insecten en vis. Binnen het lectoraat werkt HAS Hogeschool nauw samen met Wageningen Bioveterinary Research.

- Responding to reduction of waste, sustainability, reuse of resources or the circular economy.
- Using innovative and existing technology, technological process improvements.
- Technological applications of ingredients .
- Improvement of quality management systems and food fraud safeguards.

Lectureships

P.J. Beers | *Future Food Systems*

This lectureship is working on the transition to sustainable future food systems and contributes to the impact on sustainable development goals (SDGs). The focus is on research into current and future food systems, and how intervention strategies and new business models contribute to transition.

Olga Haenen | *INVIS (Novel proteins, insects and fish: healthy, sustainable & safe)*

This lectureship is working towards an insect and aquaculture (fish) farming sector that meets veterinary standards of health, sustainability and food safety. HAS University of Applied Sciences is working in close collaboration with Wageningen Bioveterinary Research within this lectureship.

Alumnus

TRASH'URE TAARTEN



GREEN & TECH



INTRODUCTION VISION

Trash'ure Taarten maakt patisserie van reststromen. Dit doen we zoveel mogelijk samen met statushouders. Zo willen wij meewerken aan een sociaal en duurzaam inkoopbeleid van onze klanten.

Trash'ure Taarten makes pastries from residual flows. We do this together with refugees with residence permits, thus contributing to a social and sustainable procurement policy for our customers.

De wereld verbeteren door taart te eten! Producten moeten van begin tot eind eerlijk zijn. Niet kiezen tussen groen en sociaal, maar duurzaam: terwijl niets of niemand achter blijft-Trash'ure Taarten.

Improve the world by eating cake! Products must be fair from start to finish. We don't want to choose between being green or socially conscious, we want both: sustainability but leaving nobody behind.

Jeanne van Ittersum

jeanne@trashuretaarten.nl

MILIEUKUNDE | ALUMNUS

2017

ROYAL SWINKELS FAMILY BREWERS



Samen werken aan innovatie,
ondernemerschap & duurzaamheid.

Working together on innovation,
entrepreneurship & sustainability.



ROYAL SWINKELS FAMILY BREWERS

INTRODUCTION VISION

Wij zijn Swinkels Family Brewers, een 100% onafhankelijke trotse familiebrewer.

We are Swinkels Family Brewers, a 100% independent family brewer and proud of it.

Als familiebedrijf willen we duurzaam groeien met worteling in lokale grond.

As a family business, we want to grow sustainably with roots in local soil.

Anke Abbenhuis-Swinkels

anke.abbenhuis@swinkelsfamilybrewers.com

www.swinkelsfamilybrewers.com

THE FIFTH QUARTER



GREEN & TECH



THE FIFTH QUARTER

CHALLENGE SOLUTION

In Nederland wordt orgaanvlees gezien als afvalvlees of wordt het geserveerd in zeer dure restaurants. Ik wil laten zien dat dit geen afvalvlees is uit respect voor het dier en het milieu.

In the Netherlands organ meat is either seen as waste meat or is only served in exclusive restaurants. I want to show it should not be viewed as waste out of respect to the animal and the environment.

The Fifth Quarter laat zien dat alles van het dier een delicatessie kan zijn door unieke, maar bovenal toegankelijke producten met orgaanvlees te ontwikkelen voor de horeca. Een ode aan het dier!

The Fifth Quarter shows that every part of an animal can be a delicacy by creating unique but above all approachable products for restaurants. An ode to the animal!

Jeske Manschot | jeskemanschot@live.nl
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

HOLLANDS HOEN - HERITAGE POULTRY



GREEN & TECH



HOLLANDS HOEN - HERITAGE POULTRY

CHALLENGE SOLUTION

Ik ga de challenge aan om Oudnederlandse hoenderrassen terug op de kaart te zetten en dieren die ongeschikt zijn voor verdere fok terug te brengen in de voedselketen.

Hollands Hoen laat jonge rashoenders van liefhebbers langzaam opgroeien tot een bijzonder en waardevol stukje vlees. Zo kunnen we van ons Nederlands erfgoed genieten en dit tegelijkertijd behouden.

I take on the challenge of putting Heritage Dutch Poultry breeds back on the menu & bringing animals unfit for further breeding back into the food chain.

Hollands Hoen raises unique Dutch poultry breeds slowly, creating a high-value and special cut of meat so we can continue to enjoy our living heritage and preserve it at the same time.

Caroline van Nierop | Caroline.cvn2@gmail.com
FOOD INNOVATION

THE RIB HUNTER - VEGETARISCHE RIBS



Winner

FoodManShip Award Green & Tech



THE RIB HUNTER - VEGETARISCHE RIBS

CHALLENGE SOLUTION

Ik gebruik veel vleesvervangers, maar ik word doodziek van de dunne hamburgers en vegetarische worstjes, die nergens naar smaken. Ik ben toch geen wijf!

The Rib Hunter is een vegetarische rib voor mannen. De rib is gemaakt op basis van de reststroom bierbostel. De beleving van het kluiven en de structuur van de rib geven je een ware vleesbeleving.

I eat a lot of meat substitute, but I'm fed up with thin hamburgers and vegetarian sausages that don't taste of anything. I'm not a wimp.

The Rib Hunter is a vegetarian rib for real men made from the residual waste product Brewer's Spent Grain. The experience of chewing and the structure of the rib give you a true meat experience.

Palm Phonpornvithun | palm.jphonpornvithun@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

SEASONING - ZEEWIER





SEASONING - ZEEWIER

CHALLENGE SOLUTION

Zeewier is een geweldig ingrediënt. Helaas wordt het niet veel gegeten. De uitdaging van dit concept is om een product te creëren wat het voor iedereen aantrekkelijk maakt om zeewier te consumeren.

Met SEAsoning willen wij jou kennis laten maken met het verhaal, de lekkere smaak en de veelzijdigheid van zeewier!

Seaweed is a wonderful ingredient. Unfortunately, seaweed consumption is low. The challenge of this concept was to create a product which would make it appealing for everyone to start eating seaweed.

With SEAsoning we want you to get acquainted with the story, the delicious flavour and the many possibilities of seaweed!

Rosalinde den Outer | rosalindedenouter@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

WORTELSAP VERRIJKT MET β -CAROTEEN



GREEN & TECH



WORTELSAP VERRIJKT MET β -CAROTEEN

CHALLENGE SOLUTION

Wortelsap is een reststroom bij het verwerken van wortels. Om aan deze reststroom een meerwaarde te geven kan β -caroteen worden gescheiden uit wortelsap middels een milde scheidingstechniek.

Carrot juice is a residual waste flow of carrot processing. To add value to this residual waste flow, β -carotene can be separated from carrot juice using a mild separation technique.

Het verrijken van wortelsap met β -caroteen kan door middel van membraanfiltratie of het toepassen van enzymen in combinatie met centrifugeren.

Enriching carrot juice with β -carotene can be done by means of membrane filtration or the use of enzymes in combination with centrifugation.

Anne van Beek | a.e.m.vanbeek@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Nathalie Drost | nathalie.drost@casema.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Janne Simons | jannesimons@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Tomas Willems | tomas.willems@home.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

G06

SAMEN TEGEN WASTE MET SMUL!

Je redt per bakmix bijna een halve kilo groenten- en fruit van de afvalbak!

pulp van de producent

zorgen samen voor een heerlijke wortel of spinazie fruitsoort

oude fruitrestjes uit jouw koelkast

ESMEE HENDRIKS

Per jaar 22.500 + 11.000 = 33.500 kg afval

Per jaar 12.500 + 11.000 = 23.500 kg afval

Per jaar 12.500 + 11.000 = 23.500 kg afval

GREEN & TECH



SMUL - SAMEN TEGEN WASTE!

CHALLENGE SOLUTION

Het is zonde om de bruikbare delen van groenten- en fruit weg te gooien! Pulp is zo'n product. Door het gebruik van pulp pak je een stuk food waste mee. Met dit als uitgangspunt ontwikkelde ik SMUL.

Met wat hulp en pulp is het super makkelijk! Twee bakmixen bestaand uit wortelpulp of spinaziepulp. De pulp wordt zit al in de bakmix en jij voegt zelf jouw oud fruit toe. Samen tegen waste!

It is a shame to throw away the usable parts of fruit and vegetables! Pulp is one such product. By using pulp you help reduce food waste. This was the starting point for the SMUL concept.

Fight food waste together. Combine help and pulp and it's super easy! The producer supplies two baking mixes containing carrot pulp or spinach pulp. YOU add your leftover fruit.

Esmee Hendriks | esmeehendriks0109@outlook.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

VERWERKING PERSKOEK VAN WALNOTEN

PERSKOEK VAN WALNOTEN

13% Perskoek
13% Wasmantel
74% Gekleefde schil

Wasmantel -> Lopen -> Zieden -> Drogen -> Malen -> Sieven -> Sorteren -> Verpakken

Hanne Hoeve
www.hannehoeve.nl | borkelsedijk 4 - westerhaven

(on)gepelde walnoten
tweed. verwerking & verkoop

ambachtelijke walnoten
ambachtelijk & gezond streeksproduct

100% puur & natuurlijk
niet kookreus gemaakt

Hanne Hoeve
www.hannehoeve.nl | borkelsedijk 4 - westerhaven

(on)gepelde walnoten
tweed. verwerking & verkoop

ambachtelijke walnoten
ambachtelijk & gezond streeksproduct

100% puur & natuurlijk
niet kookreus gemaakt





VERWERKING PERSKOEK VAN WALNOTEN

CHALLENGE SOLUTION

Hanne Hoeve produceert walnootolie door walnoten te kraken en persen. Bij de persing ontstaat een perskoek dat nog veel eiwitten bevat. Het doel is om de perskoek toe te passen in humane voeding.

Hanne Hoeve produces walnut oil by cracking and pressing walnuts. Pressing creates a press cake that still contains a lot of proteins. The goal is to use the press cake in human food.

In de challenge is de perskoek als ingrediënt in verschillende voedingsproducten toegepast. De meest succesvolle voedingsproducten met perskoek zijn notenpasta, koeken en crackers.

The press cake was used as an ingredient in various food products in the challenge. The most successful food products with press cake are nut paste, biscuits and crackers.

Sjoerd van der Goot | sjoerdvandergoot@gmail.com
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

Eileen van Gorp | eileenvangorp@hotmail.com
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

Demi Jansen | demi.a.jansen@outlook.com
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

Luuk Smits | luuk.smits@upcmail.nl
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

SOETEKOEKE





SOETEKOEKE

CHALLENGE SOLUTION

Creëren van een concept bedoeld voor vrouwen op de momenten dat ze zich niet helemaal 'happy' voelen. Daarnaast vond ik het belangrijk dat reststromen van groente en fruit gebruikt zouden worden.

Met Soetekoeke verras je iemand op een persoonlijke en unieke manier. Kies een smaak en personaliseren maar! En geen gedoe met postbezorgers, het past zo door de brievenbus!

Creating a concept focussing on the needs of women when they are feeling down. In addition it was important that fruit and vegetable waste could be used in the concept.

Soetekoeke allows you to surprise someone in a unique and personal way. Choose a flavour and personalise! And no hassle with delivery; it fits right through your letter box!

Lotte Schaap | lotte-schaap@live.nl
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

FANVINO - FANTAPTISCHE WIJNEN!



GREEN & TECH



FANVINO - FANTAPTISCHE WIJNEN!

CHALLENGE SOLUTION

Ik wilde consumenten weer laten genieten van kwalitatief goede wijn tijdens evenementen op een milieuvriendelijke manier, door het bedenken van een kwalitatief aantrekkelijk wijn concept.

I was looking for a way in which people can enjoy good wine during events. My goal was to make a concept that revolves around serving good wine attractively without using too much plastic.

FanVino is klaar met de negatieve bubbel rondom festivalwijn. FanVino is een wijntapsysteem voor op festivals waarmee gemakkelijk en leuk kwalitatief goede wijn getapt kan worden.

FanVino makes an end to negativity surrounding wine at festivals. FanVino is a wine tap system for festivals where you can easily tap a good quality wine for yourself in a fun way.

Fanny Prins | fannyprins98@gmail.com
FOOD INNOVATION | MARKETING & BUSINESS

VERREK FOODREK - PRAKTISCH BEWAREN





VERREK FOODREK - PRAKTISCH BEWAREN

CHALLENGE SOLUTION

Jaarlijks wordt $\frac{1}{4}$ van het voedsel in Nederland verspilt, zonde. Het is tijd dat we weer waarde gaan hechten aan ons voedsel en de kennis terugvinden om op de juiste manier met eten om te gaan.

$\frac{1}{4}$ of the food in the Netherlands is wasted every year. It is time to bring back the value of food and share food knowledge with consumers so that everyone knows how to handle food the right way.

Door middel van interactieve bewaarmethoden helpt het VERREK voedselrek je om versproducten juist te bewaren, bederf te voorkomen en voedselverspilling tegen te gaan!

The VERREK food rack uses interactive preservation methods to help you store fresh products correctly, prevent spoilage and to combat food waste!

Evy de Gier | evydegier@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

SKINNED - CHIPS FROM POTATO PEELS





SKINNED - CHIPS FROM POTATO PEELS

CHALLENGE SOLUTION

Ik wil duurzaam eten in het dagelijkse leven toegankelijk maken door alledaagse producten in een nieuw jasje te steken.

I want to make sustainable food accessible in daily life by reinventing everyday products.

Skinned - is een duurzaam aardappelchipsconcept gemaakt van aardappelschillen. Een bewust en gezond genot voor de klimaatbewuste consument.

Skinned - sustainable crisps made from potato skin waste. A conscious and healthy delight for the sustainable consumer.

Jord Frenken | jord.frenken@hotmail.com
FOOD INNOVATION

RA RA RA, WAAR BLIJFT DE CHOCOLA?



A circular diagram divided into five segments, each representing a step in the DMAIC cycle. The segments are: Define (orange), Measure (light orange), Improve (pink), Control (grey), and an unlabeled segment (light pink). The background of the entire image is a close-up of chocolate with a central crack.

Control

Define

Improve

Measure

RA RA RA, WAAR BLIJFT DE CHOCOLA?

CHALLENGE SOLUTION

Chocolade verspillen, wie wil dat nou? Jammer genoeg is het in het productieproces van hagelslag en vlokken niet volledig te voorkomen. Wij zijn de uitdaging om dit te verminderen aangegaan!

Een continu verbeterproject naar productuitval en rework, rekeninghoudend met ergonomie, kwaliteit en prijs. Het onderzoek is uitgevoerd in samenwerking met operators a.d.h.v. de DMAIC-verbetercyclus

Why would you waste chocolate? Unfortunately in the production process of chocolate sprinkles and flakes, some waste is inevitable. We accepted the challenge to reduce chocolate waste!

A continuous improvement project focussed on product waste & reworking, considering ergonomics, quality and price. This research was conducted in collaboration with operators using the DMAIC cycle.

Lieke Looman | Liekellooman@live.nl
FOOD TECHNOLOGY | QUALITY

Fieke Maas | fiekem@upcmail.nl
FOOD TECHNOLOGY | QUALITY

Lars Moerman | lmoerman19@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | QUALITY

FERMENTATIE VERSNELLING





FERMENTATIE VERSNELLING

CHALLENGE SOLUTION

Farm Dairy voorziet toekomstige capaciteitsproblemen in de roeryoghurt-productie, een versnelling van de fermentatie kan dit voorkomen.

De volgende optimalisatiemogelijkheden zijn gegenereerd om de fermentatie te versnellen; de-aerator, substitutie van zuurstof door inert gas, toevoeging voedingsbron en toevoeging thee-extract.

Farm Dairy anticipates a future capacity problem in the production of stirred yoghurt. Reducing the fermentation time can help reduce this problem.

The following optimisation options have been created to reduce fermentation time: deaerator, substitution of oxygen by inert gas, additional food source for the bacteria and the addition of tea extract.

Vivian Michielsen | Vivian.michielsen@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Noortje van Rossum | noortjevanrossum@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Karlijn van den Tillaart | karlijnvdtiliaart@hotmail.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Irene Verbree | ireneverbree@hotmail.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

COLD BREW COFFEE - EXTRACTIE





COLD BREW COFFEE - EXTRACTIE

CHALLENGE SOLUTION

De challenge is het optimaliseren van het extractierendement van Cold Brew Coffee.

Dit is een product wat in tegenstelling tot traditionele koffie bij langere tijd en lagere temperatuur wordt geproduceerd.

The challenge is to optimise the extraction yield of Cold Brew Coffee, a product that in contrast to traditional coffee, is brewed longer at a lower temperature.

We hebben inzicht gekregen in de invloed van de verschillende procesparameters, waarbij wij de optimale instellingen hebben bepaald voor het extraheren van Cold Brew Coffee.

We gained insight into the influence of different process variables. We then determined the optimal settings for extraction of Cold Brew Coffee.

Cas van Breugel | casvanb@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Dominique Villanueva | devillanueva@home.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Jip Wiers | jipwiers@outlook.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

WIJN(IG) MENGEN



GREEN & TECH



WIJN(IG) MENGEN

CHALLENGE SOLUTION

Hoe verhoog je de capaciteit en efficiency van de productie van fruitwijn-dranken, met reductie van mengproces en productkeuring zonder in te boeten op productkwaliteit?

To increase the production capacity and line efficiency of the production of fruit wine drinks by analysing and shortening the mixing process and product inspection, without reducing product quality.

Wij willen wijn(ig) mengen! Wij leveren diverse adviezen en een verbeterd procesontwerp voor de productie van fruitwijn-producten. Meer productie, in een kortere tijd, met dezelfde kwaliteit!

'Mix Less' Wine! We provide consultancy and improved process design for the production of fruit wine products. More production, faster, with the same quality!

Kim Bonants | kimbonants@msn.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Timon Houwers | timonhouwers@live.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Noud Meulenmeesters | noudmeulenmeesters@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Daan Tissink | d.tissink@outlook.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

OPTIMALISATIE VAN PREMIUM OLIËN



GREEN & TECH



OPTIMALISATIE VAN PREMIUM OLIËN

CHALLENGE SOLUTION

Hoe premium is jouw olie? Voor het bedrijf Edelkraft zijn wij aan de slag gegaan met het optimaliseren van het koud persproces. Hierbij staan kwaliteit en rendement centraal.

We hebben verschillende voor- en nabehandelingen gescreend en het effect van deze optimalisatiestappen op de kwaliteit van de olie en het rendement meegenomen.

How premium is your oil? We optimised the cold pressing process for the company Edelkraft. For us, quality and yield were key values.

We screened various pre-and post-treatments and assessed the effect of these optimisation steps on the quality of the oils and the yield.

Willèmke Boer | wbboer@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Sabine Engelbart | sabine.engelbart@hotmail.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Niek Gunsing | niekgunsing@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Hicham Hajji | hicham.1993@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

MODELLERING BUIZENWARMTEWISSELAAR



GREEN & TECH

LUCHTIGE OPLOSSING - SPROEIDROGER





LUCHTIGE OPLOSSING - SPROEIDROGER

CHALLENGE SOLUTION

Hoe behoud je productkwaliteit door het gebruik van een up-to-date verstuivingstechniek, maar met minder onderhoud aan de apparatuur?

The aim was to advise HAS in selecting an up-to-date atomisation technique that maintains product quality while lowering the need for maintenance.

Een pneumatische nozzle met een sproeihoek van 180° is geadviseerd. Deze nozzle vereist minder onderhoud, geeft een gelijke productkwaliteit en is een up-to-date techniek.

A pneumatic nozzle with a spray angle of 180° is recommended. This nozzle needs less maintenance, yields an equal product quality and it is an up-to-date technique.

Cato van Bergen | catovanbergen@ziggo.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Patrick Bouwmans | ph.bouwmans@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Stefan Dimmers | stefandimmers@kpnmail.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Julia Klaren | juliaklaren@live.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

ATFD - DE NIEUWE DROOGTECHNIEK



GREEN & TECH



ATFD - DE NIEUWE DROOGTECHNIEK

CHALLENGE SOLUTION

Is droogtechniek Agitated Thin Film Dryer (ATFD) het toekomstige alternatief voor traditionele droogtechnieken? Wij zochten het uit voor verschillende productgroepen.

Wij bieden inzichten in productvariabelen en procesparameters om de ATFD techniek tot een duurzaam, ruimtebesparend en kostenverlagend succes te maken.

Is Agitated Thin Film Dryer (ATFD) the future alternative to traditional drying technologies? We tested it on various product groups.

We offer insight into the product variables and process parameters necessary to make a success of the ATFD technology in terms of sustainability, space saving and cost reduction.

Quinty Gijsberts | quinty1304@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Niels van de Kerkhof | niels.vandekerkhof@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Amei Smeets | amei@live.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

Joyce Ypma | joyceypma@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCTION

HÉT HULPMIDDEL VOOR ALLERGENEN!



GREEN & TECH



HÉT HULPMIDDEL VOOR ALLERGENEN!

CHALLENGE SOLUTION

Etiketten kunnen zorgen voor onduidelijkheid bij consumenten, doordat bedrijven mogelijk onnodig kruisbesmetting met allergenen declareren. Het onderbouwen van deze kruisbesmetting is een challenge!

Labels can confuse consumers because companies may unnecessarily declare cross-contamination by allergens. Providing proof for this cross-contamination is a challenge!

Kruisbesmetting kan worden berekend met een tool. Voor bedrijven is ondersteunend een e-learning opgesteld om de berekening zelfstandig te kunnen uitvoeren, waardoor kruisbesmetting wordt onderbouwd.

Cross-contamination can be calculated with a tool. A supporting e-learning module has been created enabling companies to do this independently, thus providing proof of cross-contamination.

Noor van Gelder | noorvangelder@live.nl
FOOD TECHNOLOGY | QUALITY

Susie Ketelaars | susie-ketelaars@hotmail.nl
FOOD TECHNOLOGY | QUALITY

Anne Moors | anne_moors2@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | QUALITY

QUALITY AUDIT MEATS PRIORITIES





QUALITY AUDIT MEATS PRIORITIES

CHALLENGE SOLUTION

Het updaten van het KMS-handboek van Group of Butchers volgens de laatste versie van de IFS-normering en het optimaliseren van de interne audits, door het stellen van prioriteiten.

Voor het updaten van het KMS-handboek zijn adviezen aangedragen. De interne audits zijn zo aangepast, dat al tijdens de interne audit de prioriteit van de afwijking kan worden bepaald.

Updating the Group of Butchers' QMS manual to the latest version of the IFS standards and optimising the internal audits by setting priorities.

Recommendations have been made for updating the QMS manual. The internal audits have been amended so that the priority of the modification can be defined during the internal audit.

Lisanne de Jong | dj.lisanne@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | QUALITY

Nikki Ros | nikkiares@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | QUALITY

Emily Wang | sinyingwang@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | QUALITY

**GREEN & TECH**



FUTURE FOOD FARMING - 3D GEPRINT EI

CHALLENGE SOLUTION

Het ei is een anoniem product in de steden.

In deze challenge wordt er een connectie gemaakt tussen stad en platteland.

Innovatieve technieken en het houden van kippen komen samen bij de Floating Farm. Door gebruik te maken van de 3D Food printer krijgt de bezoeker meer kennis over het ei en de nieuwste technieken.

In the city, the egg is an anonymous product.

In this challenge a connection is made between the city and the countryside.

The Floating Farm connects innovative techniques with chicken-keeping. Visitors will gain more knowledge about the egg and the latest techniques by using the 3D Food printer.

Denise Abbel | deniseabbel@live.nl

FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

Charlotte Mollema | lotje_m3@hotmail.com

FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

Naomi Sanders | na0miitj@hotmail.com

FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

Rosa Spruit | rosam@live.nl

FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

GERST HAPPEN



GREEN & TECH



GERST HAPPEN

CHALLENGE SOLUTION

Ons project gaat over het gebruiken van bierbostel voor humane voeding. Vandaag de dag gaat bierbostel hoofdzakelijk naar veehouderijen als voeding voor vee dieren.

Our project is about using spent grains for human nutrition. Today, spent grains mainly go to livestock farms as food for livestock animals.

Wij hebben een multifunctioneel meel gemaakt met bierbostel en het bevat een hoge hoge eiwit content. Dit kan tarwemeel deels gaan vervangen in broden, koekjes, etc.

We have made a multifunctional flour with a high protein content. This can partly replace wheat flour in breads, biscuits, etc.

Maurice Pals | Mauricepalsie@hotmail.nl
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

Sanne ten Thije | Sanne.tenthije@outlook.com
TOEGEPASTE BIOLOGIE | SUSTAINABILITY

Feline Wiegers | fire.wiegers@gmail.com
TOEGEPASTE BIOLOGIE | SUSTAINABILITY

Sophie Wijnen | sophie.wijnen@ziggo.nl
FOOD TECHNOLOGY | SUSTAINABILITY

HAP-PEA - PROTEIN TRANSITION





HAP-PEA - PROTEIN TRANSITION

CHALLENGE SOLUTION

Dit PULSE-project onderzoekt de impact op het milieu en de functionaliteit van erwten die op verschillende momenten worden geoogst.

This PULSE project investigates the environmental impact and the functionality of peas harvested at different stages.

Inzicht verkrijgen over de duurzaamheid en functionaliteit binnen verschillende oogstmomenten.

Gaining insight into the sustainability and functionality achieved at different harvesting times.

Joost Dilven | joost0161@outlook.com
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

Bob Lammers | birdsign@hotmail.nl
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

Celine Nieboer | celine.nieboer@gmail.com
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

Fleur Peters | fleur.peters@hotmail.com
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

Els Tielen | elstielen@outlook.com
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

FABA BEAN ICE CREAM - PULSE PROJECT



Runner up

FoodManShip Award Green & Tech



FABA BEAN ICE CREAM – PULSE PROJECT

CHALLENGE SOLUTION

Wij stonden voor de uitdaging om een product te ontwikkelen waarin het veldbooneiwit isolaat een belangrijke functionele eigenschap in het eindproduct bevordert.

Een plantaardig ijsproduct waarin het veldbooneiwit isolaat een emulgerende en stabiliserende functie bevordert.

We were faced with the challenge of developing a product in which fava bean protein isolate supports an important functional property in the end product.

A vegan ice cream product in which the fava bean protein isolate supports an emulsifying and stabilising function.

Fabiën Daanen | fabiendaanen@hotmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

Manon Dierx | manon_dierx@hotmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

Vince Leufkens | v.leufkens@hotmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

Romy Struijk | romystruijk@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

POOBER - KOEIENMESTVEZEL VERPAKKING



Runner up

FoodManShip Award External impact



POOBER - KOEIENMESTVEZEL VERPAKKING

CHALLENGE SOLUTION

Het is belangrijk dat we samen naar meer circulariteit gaan. Het mestoverschot biedt kansen om te kijken waar deze reststroom nog meer waardevol kan worden toegepast in andere industrieën.

It is important that we move to a more circular world. There is a surplus of manure, offering opportunities to put manure to good use in other industries.

Poober is een innovatief verpakkingsmateriaal met koeienmest en brengt vernieuwing in het AGF-schap. Een brug tussen landbouw en de verpakkingsindustrie die circulariteit bevordert.

Poober is an innovative packaging material containing cow manure, introducing innovation to fruit & vegetable packaging, linking agriculture and the packaging industry and promoting circularity.

Janna van den Elzen | jannaelzen@live.nl
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

SNACKCUBE - HET RECYCLEBARE CHIPSPAK



GREEN & TECH



SNACKCUBE - HET RECYCLEBARE CHIPSPAK

CHALLENGE SOLUTION

Momenteel is de huidige verpakking van chips niet recyclebaar. Deze miljarden productie zou toch mee moeten helpen aan een duurzamere wereld? Iedereen kan lekker snacken zonder zorgen over morgen.

Chips in een verpakking van drankkarton, deze heeft een makkelijke opening. De verpakking kan ook blijven staan waardoor dit beter gepresenteerd wordt.

Today's crisp packets can't be recycled. An industry producing millions should be able to cooperate to create a sustainable world so we can all have a snack without worrying about the future.

Crisps in drinking carton packaging, easy to open. The packaging can also stand upright, making it easier to display.

Charlotte Lemmens | charlotte.lemmens@hotmail.com
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

THE SECRET DINNER



GREEN & TECH



THE SECRET DINNER

CHALLENGE SOLUTION

De wereld wordt langzaam onbewoonbaar door milieuproblemen onder andere microplastic in onze voeding. Ik wil zoveel mogelijk mensen stimuleren om bij te dragen aan een gezonde toekomst van de wereld.

The secret dinner is meer dan alleen een geheim diner. Tijdens The secret dinner escaleert het diner met elke gang steeds een beetje meer. Op deze wijze ervaart de gast de ernst van het probleem van microplastic.

The world is becoming uninhabitable due to environmental problems, including microplastics in our food. I want to encourage as many people as possible to contribute to a healthy future for the world.

The Secret Dinner is not just a dinner. During The Secret Dinner, the experience will continue to escalate with each course so that the guests experience the seriousness of the microplastic problem.

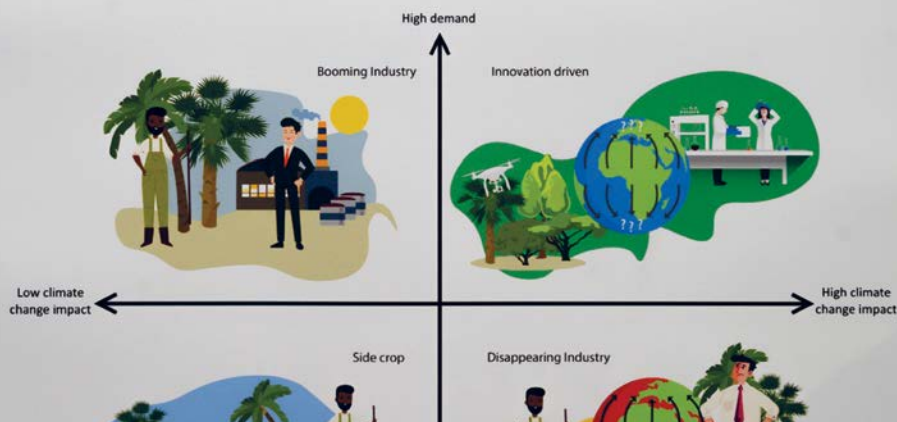
Marijn Mantel | marijnmantel2@gmail.com
FOOD INNOVATION

SUSTAINABLE PALM OIL IN COLOMBIA



GREEN & TECH

Four Potential Future Scenarios



SUSTAINABLE PALM OIL IN COLOMBIA

CHALLENGE SOLUTION

ABN AMRO ziet in dat het anders moet! Daarom hebben wij ons beziggehouden met het in kaart brengen van de palmolie-industrie in Colombia en gezocht naar mogelijkheden om de sector te verduurzamen.

In de financieringsbeoordeling van investeringen moet true cost accounting worden opgenomen. Alleen dan kan er op een andere manier worden gefinancierd, zodat impactvolle stappen gemaakt worden naar duurzame palmolie.

ABN AMRO sees the need for change! That's why we are analysing the palm oil industry in Colombia and searching for possibilities for improving sustainability in the sector.

Financial assessment needs to change to include true cost accounting. Otherwise financing will not be available to take the high-impact steps necessary to make palm-oil sustainable.

Michiel de Kok | michieldekok@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Hannes Lenhart | Hannes.lenhart95@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Ella Marshall | ella-marshall@hotmail.co.uk
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | FOOD

Frank Prinsen | prinsenvanderplas.fp@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | FOOD

Maria Stapel | maria-stapel@live.de
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

THE FUTURE OF PALM OIL



GREEN & TECH



THE FUTURE OF PALM OIL

CHALLENGE SOLUTION

ABN AMRO ziet in dat het anders moet! Daarom hebben wij ons beziggehouden met het in kaart brengen van de palmolie-industrie in Indonesië en gezocht naar mogelijkheden om de sector te verduurzamen.

Wij hebben toekomstscenario's in kaart gebracht met gebruik van diverse business modellen en geven antwoord op de vraag, hoe de toekomst van palmolie eruit ziet en wat nou eigenlijk de ware prijs is die we betalen.

ABN-AMRO wants change! We have therefore been doing research into how to increase the overall sustainability level of the current Indonesian palm oil industry by improving the supply chain.

By using different marketing models, we have been able to give an overview of the current sector. But what is the true cost of palm oil? And what does the future of palm oil look like?

Tessa Brorens | tessabrorens@ziggo.nl
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | FOOD

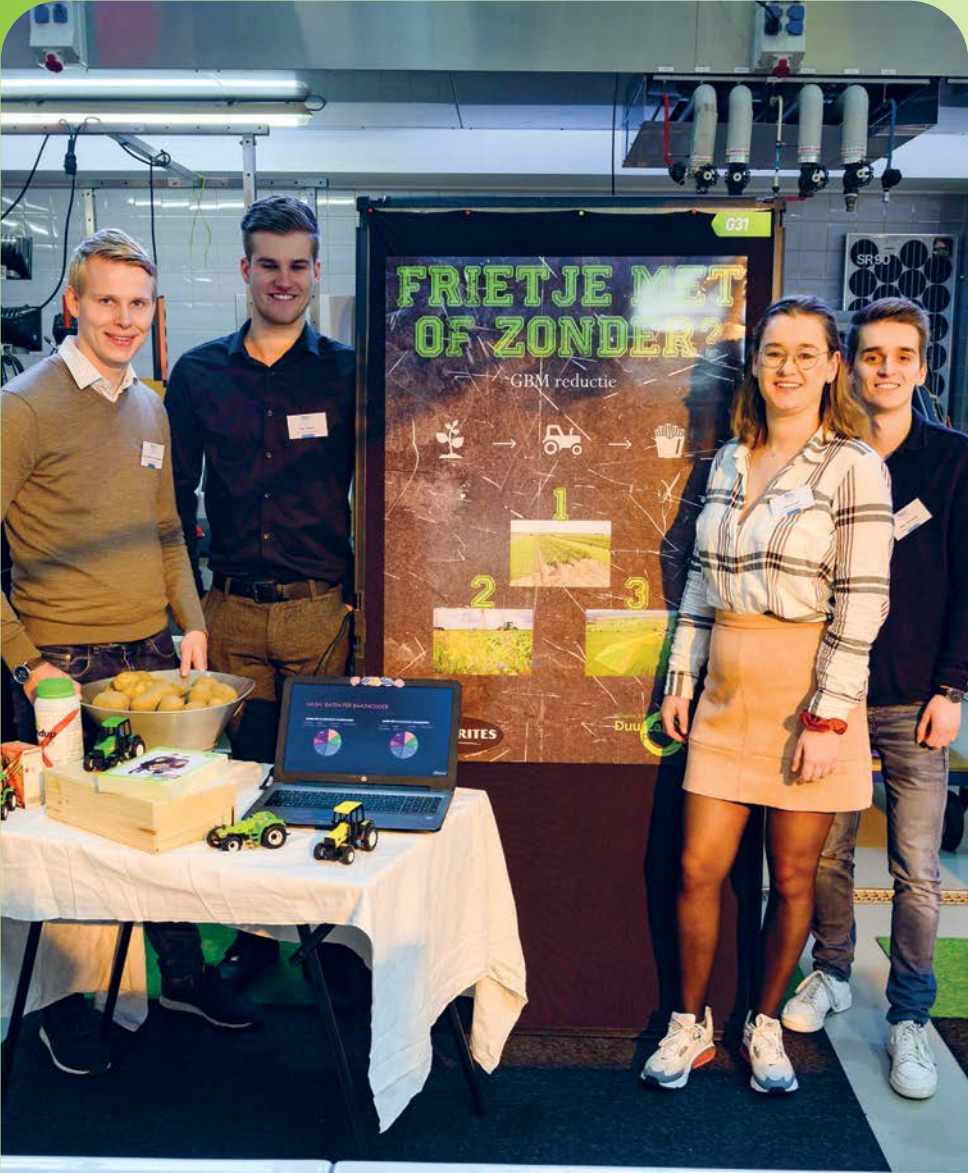
Brenda Nabisubi | brendagoddie@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Fenna Oostrum | fenna99@hotmail.nl
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | FOOD

Bram van de Sanden | bafjvandesanden@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Lotte Schoonus | lotteschoonus@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

GBM REDUCTIE IN AARDAPPELTEELT





GBM REDUCTIE IN AARDAPPELTEELT

CHALLENGE

Vanuit de Farm Frites consument komt steeds meer de vraag naar duurzame friet. Daarom is het Groene Cirkels project in het leven geroepen. Een onderdeel daarvan is de reductie van GBM gebruik.

Farm Frites consumers are increasingly demanding sustainable fries. To meet this need they started the Green Circles project, part of which concerns the reduction of pesticides.

SOLUTION

Door middel van een multicriteria-analyse en maatschappelijk kosten-baten analyse is inzicht gecreëerd in alternatieven die leiden tot de reductie van GBM's in de aardappelteelt.

Multicriteria-analysis and cost-benefit analysis were used to create insight into the alternatives that can lead to a reduction in pesticide use in potato cultivation.

Tigo Dijkstra | tigodijkstra@upcmail.nl
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

Maura Evers | maura.19@live.nl
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

Joost Millenaar van Herwijnen | joost.millenaar@hotmail.nl
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

Mees Verhoeven | meesverhoeven@outlook.com
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

THINK GLOBAL ACT LOCAL - VOEDSELBOS





THINK GLOBAL ACT LOCAL - VOEDSELBOS

CHALLENGE SOLUTION

Het opzetten van een goed functionerend voedselbos in Zeeland. Het voedselbos moet als voornaamste functie dienen als show-model voor bezoekers die interesse hebben in duurzame vormen van agricultuur.

Een kaart met acht functiezones is ontworpen op basis van de klimatologische omstandigheden en het doel voor ogen met een advies over plantensoorten, aanplanting en beheer.

Setting up a well-functioning food forest in Zeeland.

The main function of the food forest is to act as a demonstration model for visitors who are interested in sustainable forms of agriculture.

A map with eight functions was designed based on the climatological conditions and bearing in mind the aim, providing advice about plant species, how to plant them and maintenance.

Sam Klijberg | samklijberg97@gmail.com
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

Aimy Lankheet | aimylankheeta@gmail.com
TOEGEPASTE BIOLOGIE | SUSTAINABILITY

Vanja Stoops | vanja.stoops@hotmail.com
MILIEUKUNDE | SUSTAINABILITY

Marissa Verhoeven | marissa.verhoeven@hotmail.com
TOEGEPASTE BIOLOGIE | SUSTAINABILITY

The background of the entire page is a close-up, high-resolution photograph of green peas. The peas are densely packed and fill the entire frame, creating a textured, organic pattern. The lighting is even, highlighting the natural green color and the slight sheen on the pea surfaces.

LIFESTYLE & HEALTH

Future Food Systems | B2B | New target groups | Logistics
New business models | Online | Social concepts



- Bijdragen aan gezondere levensstijl.
- Gezonde voeding of gezondere opties voor consumenten.
- Food concepten voor specifieke doelgroepen.
- Concepten die bijdrage leveren aan een gezondere omgeving.

Lectoren

Herman Peppelenbos | Groene gezondheid

Dit lectoraat richt zich op innovatieve oplossingen rond het verhogen van groente- en fruitconsumptie. Dit draagt bij aan de vitaliteit van de tuinbouwsector, de gezondheid van consumenten en het verduurzamen van de samenleving.

Annet Roodenburg | Voeding & Gezondheid

Dit lectoraat richt zich op een gezondere samenstelling van het aanbod aan voedingsmiddelen en een verantwoorde, transparante communicatie naar consumenten. Thema's: gezonde productsamenstelling en doelgroepenvoeding.

Fred van de Velden | Eiwittransitie in voeding

Dit lectoraat heeft als primair doel bij te dragen aan de eiwittransitie in Nederland, maar kijkt ook breder naar wereldwijde toepasbaarheid. De focus ligt op eiwitbronnen uit landbouwgewassen zoals peulvruchten.

- Contributing to a healthier lifestyle.
- Healthy food or healthier options for consumers.
- Food concepts for target groups with specific needs.
- Concepts that contribute to a healthier environment

Lectureships

Herman Peppelenbos | Green Health

This lectureship focusses on innovative solutions related to increasing consumption of fruit and vegetables, thus contributing to the long-term success of the horticultural sector, consumer health and increasing sustainability in our society.

Annet Roodenburg | Food & Health

This lectureship focusses on healthier composition of the food available and on responsible, transparent communication with consumers.

Themes: healthy product composition and food for target groups with specific needs.

Fred van de Velden | Protein Transition in Food

The primary goal of this lectureship is to contribute to the protein transition in the Netherlands, but also investigates how this knowledge can be applied on a broader, global level. We focus primarily on protein sourced from agricultural crops such as legumes.

Alumnus
TUTTIFOODI



LIFESTYLE & HEALTH



TUTTI FOODI

INTRODUCTION VISION

TuttiFoodi introduceert FiberedFresh®: de future proof droogtechnologie die lang houdbaar vers mogelijk maakt d.m.v. natuurlijke vezel & lage temperatuur, met optimaal voedingswaarde- en smaakbehoud.

TuttiFoodi introduces FiberedFresh®: the futureproof drying technology that creates 'long lasting freshness' due to natural fibre & low temperatures, retaining optimal nutritional value and taste.

Wereldwijde vers-keten verduurzamen (gestart met tropisch fruit in Kenia) door te verwerken direct na de oogst, inkomen van lokale ondernemers te verbeteren, oogstverlies & CO2-afdruk te verminderen.

Improving the global fresh food chain (starting with tropical fruit in Kenya) by processing right after harvest, increasing the income of local entrepreneurs and reducing harvest loss & CO2-footprint.

Lisa Rotteveel

lisa.rotteveel@tuttifoodi.com

FOOD INNOVATION | ALUMNUS

2018



GRUUN

INTRODUCTION VISION

GRUUN zet zich in om de groenteconsumptie te verhogen. GRUUN doet dit door plantaardige producten te verkopen die voor minstens 80% uit groenten bestaan, vrij zijn van allergenen en geweldig smaken.

GRUUN is committed to increasing vegetable consumption. GRUUN does this by selling plant-based products that contain a minimum of 80% vegetables, are allergen-free and taste delicious.

GRUUN zal toonaangevend zijn op het gebied van groente producten, waardoor Nederlanders gemakkelijker aan de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid groente komen op een lekkere manier.

GRUUN will be at the forefront of the vegetable products market, providing a delicious way for Dutch consumers to eat the recommended daily amount of vegetables more easily.

Chantal van der Noordt

chantal@iamgruun.nl

FOOD INNOVATION | ALUMNUS

2018

ALBERT HEIJN



Dat is het *Lekkere* van Albert Heijn



Tijdens de HAS Food Experience inspireren studenten met hun antwoord op toekomstige voedseluitdagingen. Actueel en maatschappelijk relevant.

During the HAS Food Experience, students inspire with their solutions to future food challenges. Topical and relevant to society.



ALBERT HEIJN

INTRODUCTION VISION

Al 130 jaar is Albert Heijn de supermarkt van en voor ons allemaal. We zorgen ervoor dat de klant altijd lekkere, gezonde, duurzame en betaalbare producten in onze winkelschappen vindt.

Albert Heijn has been the supermarket that's there for everyone for 130 years. We ensure that our customers will always find delicious, healthy, sustainable and affordable products on our shelves.

We zijn er altijd en overal voor je. Met waar voor je geld, beter eten en gemak dat aansluit op jouw leven.

The food(system) of tomorrow is precise, circular, valuable and connected with people en society. It is being developed, built and nurtured by people with remarkable skills and talents.

Annemarie Geerdes

annemarie.geerdes@ah.nl

www.ah.nl

APPÈL



Verbinding met studenten met een open blik voor maatschappelijke thema's, houdt ons up to date over ontwikkelingen rond eten, drinken en verpakkingen.

Connection with students with an open mind for social topics keeps us up to date on developments regarding food, drinks and packaging.



APPÈL

INTRODUCTION VISION

Appel verzorgt bedrijfs- en campuscatering op 600 locaties. Op eigen creatieve wijze creëren we met onze gepassioneerde medewerkers een restaurant dat aansluit bij het karakter van de organisatie.

Appel provides business and campus catering at 600 locations. In our own creative way, together with our passionate employees, we create an atmosphere that matches the character of the organization.

Het is onze ambitie om de beste foodbeleving voor de wereld te bieden, onze gasten dagelijks te inspireren en zo een gezond en duurzaam eetpatroon te stimuleren.

It is our ambition to offer the best food experience for the world, to inspire our guests on a daily basis and in this way promote a healthy and sustainable diet. remarkable skills and talents.

Lonneke Geurtz

lgeurtz@appel.nl

www.appel.nl

ROETS - STOERE GROENTENCONCEPTEN



LIFESTYLE & HEALTH



ROETS - STOERE GROENTENCONCEPTEN

CHALLENGE SOLUTION

Mannen eten te veel vlees en te weinig groenten, want groenten worden vaak gezien als bijzaak.

Daarom is er ROETS, een stoer groentenconcept voor mannen die eruit ziet als vlees, voedt als vlees en op smaak is gebracht als vlees.

Men eat too much meat and too few vegetables because vegetables are often seen as of secondary importance.

Now there is ROETS, an exciting new plant-based concept for men which looks like meat, is as nutritious as meat and is spiced like meat.

Bas van Gorp | basvgorp@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

WINKY'S GROENTE PANNENKOEKEN



LIFESTYLE & HEALTH



WINKY'S GROENTE PANNENKOEKEN

CHALLENGE SOLUTION

95% van de Nederlandse kinderen haalt de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid groente niet. Eén van de oorzaken is dat kinderen niet ontbijten, lunchen en snacken met groente.

95% of Dutch children do not meet the daily recommended vegetable intake. One of the reasons for this is that children do not eat vegetables for breakfast, lunch or as a snack.

Winky's groente pannenkoeken helpen kinderen hun aanbevolen dagelijkse hoeveelheid groente te halen. De pannenkoeken worden gegeten als ontbijt en bevatten 35% groente.

Winky's vegetable pancakes help children to get their recommended daily amount of vegetables. The pancakes are eaten for breakfast and contain 35% vegetables.

Annick van de Laak | A.vdLaak@outlook.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

KNEIJP JE GROENTERIJK

A man with short brown hair and a beard, wearing a white t-shirt and a light beige jacket, stands smiling next to a trade show booth for KNEIJP. He is leaning on a white table that holds a brochure titled 'KNEIJP JE GROENTERIJK'. The booth backdrop features the KNEIJP logo and the following text:

KNEIJP
JE GROENTERIJK

De innovatieve oplossing om gemakkelijk jouw
groenteconsumptie te verhogen met 25%

Een groentespread-speciaal ontwikkeld voor
op werk of onderweg!

Two product pouches are displayed on the table: 'In Libanon' and 'In Italië'. To the right of the pouches, a list of benefits is shown:

- Vezelrijk
- Veganistisch
- Laag in kool
- Functioneel
- Exact geportioneerd

Below the list, it says 'Volg ons' with social media icons. In the foreground, a yellow and white checkered tablecloth covers a table with a bowl of the product and a small yellow bag.



LIFESTYLE & HEALTH



KNEIJP JE GROENTERIJK

CHALLENGE SOLUTION

De aanbevolen dagelijkse hoeveelheid groente is 250 gram. Gemiddeld eten Nederlandse jongvolwassenen maar 131 gram. De uitdaging is om de groenteconsumptie te verhogen op werk tijdens de lunch.

Kneijp is de innovatieve oplossing voor het verhogen van uw groenteconsumptie tijdens werk. Een spread bestaande uit 90% groente die functioneel verpakt en geportioneerd is voor uw lunch.

The recommended daily intake of vegetables is 250 grams. On average, Dutch young adults eat only 131 grams. The challenge is to increase vegetable consumption at work during lunch breaks.

Kneijp is an innovative solution for increasing your vegetable consumption while at work. A spread consisting of 90% vegetables that is functionally packaged and portioned for your lunch break.

Vince Leufkens | v.leufkens@hotmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

COLOUR YOUR DAY - VEGGIE BREAKFAST

COLOUR YOUR DAY
ZEEL'S ZONDER TIJD EEN LEKKER GROENTE-ONTBIJT

1. EEN KLEURRIJKE GROENTESAU
VOOR IN DE YOGHURT OF
HAVERMOUT WAARDOP ZIJT OP
EEN LEKKERE EN MAKKELIJKE
MANIER JE DAG BEGINT MET
GROENTE

2. COLOUR YOUR DAY HEEFT 5
VERSCHILLENDE SAKEN

3. GEZOND

4. & GEMAK

GEMIDDELD 67% GROENTE
PER SAUS

GEMIDDELD 22% VAN DE ADH
GROENTE
IN EEN ONTBIJT

CATAL PONSÉ - FOOD INNOVATION

1. EEN KLEURRIJKE GROENTESAU
VOOR IN DE YOGHURT OF
HAVERMOUT WAARDOP ZIJT OP
EEN LEKKERE EN MAKKELIJKE
MANIER JE DAG BEGINT MET
GROENTE

2. COLOUR YOUR DAY HEEFT 5
VERSCHILLENDE SAKEN

3. GEZOND

4. & GEMAK

GEMIDDELD 67% GROENTE
PER SAUS

GEMIDDELD 22% VAN DE ADH
GROENTE
IN EEN ONTBIJT

CATAL PONSÉ - FOOD INNOVATION



LIFESTYLE & HEALTH



COLOUR YOUR DAY - VEGGIE BREAKFAST

CHALLENGE SOLUTION

Er worden te weinig groenten gegeten en dat terwijl ze super gezond zijn! Tijdens het ontbijt worden de minste groenten gegeten. Colour your day heeft hier de perfecte oplossing voor.

Groente in je ontbijt? Start je dag kleurrijk en gezond met de groente sauzen van Colour your day. Hierdoor wordt groente eten lekker en makkelijk, zelfs in je ontbijt.

There are too few vegetables eaten even though they are super healthy! During breakfast, the least vegetables are eaten. Colour your day has the perfect solution for this.

Vegetables in your breakfast? Start your day colourfully and healthily with Colour Your Day. This makes eating vegetables tasty and easy, even in your breakfast.

Caya Murre | cayamurre@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

QUICHE JIJ MAAR - GROENTE BODEMS

L05

Quiche jij maar

Quiche jij maar is de ideale basis voor een gebalanceerde maaltijd met veel groente. De vriesverse quichebodems, waarin 40% groente verwerkt is, hebben een verrassende kleur en smaak.

De basis is gelegd... nu bepaal jij alleen zelf nog voor welke vulling je kiest en daarmee ook hoe lekker of gezond de quiche wordt!

Boerenkool
Biet &
Paprika

40% groente
per
500 g

200 °C
40 min

2 quiches

Quiche jij maar









QUICHE JIJ MAAR - GROENTE BODEMS

CHALLENGE SOLUTION

In een land van drukte en welvaart neemt de behoefte naar een gebalanceerde eetpatroon bij consumenten toe. Maar hoe kan je op een verantwoorde manier toch bewust genieten van een maaltijd?

In a stressful, prosperous country like ours, the need for a balanced diet among consumers is growing. But how can you consciously enjoy a meal in a responsible way?

Quiche jij maar is een productlijn bestaande uit quichebodems, waarin 40% groente verwerkt is. Het biedt consumenten de mogelijkheid om op bewuste manier te genieten van een lekkere maaltijd.

'Quiche jij maar' is a product line consisting of multiple pastries for making quiches, with 40% vegetable content, offering consumers the opportunity to consciously enjoy a tasty meal.

Iris de Ligt | ligt.de.i@gmail.com
FOOD INNOVATION





RAAP

CHALLENGE SOLUTION

Het eetpatroon is de afgelopen jaren veranderd, hierdoor zijn verschillende groentesoorten verdwenen. Mijn challenge is om vergeten groente te herintroduceren op de Nederlandse markt.

Since diets have changed in recent years, various types of vegetables have disappeared.

My challenge is to reintroduce forgotten vegetables to the Dutch market.

Vergeten groenten herintroduceren door de ontwikkeling van een blurring concept in combinatie van een restaurant en AGF-speciaalzaak. En de verkoop van een verspakket van vergeten groenten.

Reintroducing forgotten vegetables by developing a blurring concept combined with a restaurant and green grocer's plus the sale of a fresh vegetable box of forgotten vegetables.

Marit de Waal | marit.de.waal@gmail.com
FOOD INNOVATION | MARKETING & BUSINESS

KOOKKID - MAALTIJDPAKKET VOOR KIDS



LIFESTYLE & HEALTH



KOOKKID - MAALTIJDPAKKET VOOR KIDS

CHALLENGE SOLUTION

Het eten van genoeg groente is iets dat veel mensen nog niet goed lukt. Van de kinderen tot 12 jaar oud haalt meer dan de helft de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid niet.

Eating enough vegetables is something which many people have still not succeeded at. Over 50% of children up to the age of 12 do not eat the recommended daily amount of fruit and vegetables.

KOOKKID is een maaltijdpakket die het eten van groente tijdens de avondmaaltijd leuker maakt door in de beleavingswereld van kinderen te stappen en hen op een speelse manier kennis laat maken met eten.

KOOKKID is a meal package that makes eating vegetables during the evening meal more enjoyable for children by stepping into their world of fantasy, introducing them to food in a playful way.

Denise Abbel | deniseabbel@live.nl
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

DOUBLE W -#WOW #TOSTIWAFEL #HEALTHY





DOUBLE W -#WOW #TOSTIWAFEL #HEALTHY

CHALLENGE SOLUTION

Hoe kunnen we middelbare scholieren helpen om hun ADH voor groente per dag te behalen? Hoe overtuigen we ze dat dat groenten ook lekker kunnen zijn?

To help secondary school students to meet their RDI of vegetables every day & to convince them that vegetables can also be tasty.

DOUBLE W (dubbele wafel) is een tosti-wafel die middelbare scholieren voortaan gezond laat snacken! De wafels bevatten ten minste 50% groente en daarmee krijg je per portie bijna 50g groente binnen!

DOUBLE W (double waffle) is a toasted waffle encouraging secondary school students to snack healthily! Containing at least 50% vegetables, it provides almost 50 g of vegetables per serving!

Laudine de Bever | laudinedebever@live.nl
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

THE BREAKFAST RING



LIFESTYLE & HEALTH



THE BREAKFAST RING

CHALLENGE SOLUTION

Nederlanders eten te weinig groenten. Bij veel consumenten schiet het ontbijt erbij in. Ik nam de uitdaging aan om een groentenconcept voor ontbijt te ontwikkelen.

Dutch people don't eat enough vegetables and many people don't eat breakfast. I used these two facts as a challenge to develop a breakfast concept using vegetables.

The Breakfast Ring is een zoete ring met verstopte groente, gericht op millennials. TBR bestaat uit 40% groente en bevat een guilty pleasure topping. Zo wordt groente eten een feestje!

The Breakfast Ring is a sweet tasting ring with hidden veggies, focussed on millennials. TBR consists of 40% vegetables and has a delightful topping. Eating vegetables like this is a treat!

Agnes Landa | agneslanda@live.nl
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

ZÓ - 250G GROENTE OP 1 EETMOMENT!



Winner

FoodManShip Award Lifestyle & Health



ZÓ - 250G GROENTE OP 1 EETMOMENT!

CHALLENGE SOLUTION

Hoe geef je consumenten de mogelijkheid om op een smakelijke, makkelijke en toegankelijke manier de aanbevolen dagelijks hoeveelheid groenten van 250 gram op één eetmoment te consumeren?

Giving consumers the opportunity to consume the daily recommended amount of 250 grams of vegetables, all in one eating opportunity in a tasty, easy and accessible way.

ZÓ, daar ben ik dan. Ik heb al jouw dagelijks aanbevolen groente bij me, dan heb je die ook weer binnen. Naast het feit dat ik vol zit met jouw ADH groente ben ik ook super lekker. ZÓ, Dat is binnen!

ZÓ, here I am. I already contain your entire daily recommended intake of vegetables, so that's out of the way. As well as being full of your RDI of vegetables, I am also super tasty. ZÓ, Done!

Connor Goldsmits | goldsmits.c@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

[illegible]**LIFESTYLE & HEALTH**



DAILY MEAL

CHALLENGE SOLUTION

Uit onderzoek van het UMC Groningen is gebleken dat uitwonende studenten veel in gewicht aankomen tijdens hun studententijd.

Daily Meal is een verspakket tas met elke dag een nieuw recept voor de avondmaaltijd. Het is te koop bij de onderwijscateraar op school voor het ultieme gemak voor studenten.

UMC Groningen has conducted research that shows that students living away from home put on a great deal of weight while they are students.

Daily Meal is a fruit and vegetable bag with a new recipe for every evening meal. You can buy it from the university caterer, providing ultimate ease-of-use for students.

Sofie van der Burgt | sofie.vanderburgt@live.nl
FOOD INNOVATION | MARKETING & BUSINESS

VOLMAAKT - EEN BIJBELSE KIJK OP GEZONDHEID





VOLMAAKT - EEN BIJBELSE KIJK OP GEZONDHEID

CHALLENGE SOLUTION

Gezondheid, we vinden het erg belangrijk. Maar door de overvloed aan beschikbare informatie over voeding vindt niet iedereen het makkelijk om te bepalen wat nou gezond is op korte en lange termijn.

We believe health is very important, but the amount of information available about food makes it hard to define which products are actually healthy and to make healthy choices for the longer term.

Het merk Volmaakt geeft een Bijbelse invulling aan de term gezondheid en wil mensen helpen gezonder te eten. Broodsmeersels zijn de eerste stap in de missie om gezondheid vanzelfsprekender te maken.

The brand 'Volmaakt' sets health in a Biblical context, with the aim of helping people eat more healthily. The sandwich spreads are the first step in our mission to make health eating become more self-evident.

Ankie van Oort | ankievoort@gmail.com
FOOD INNOVATION

TULSI - ENERGY BY NATURE



LIFESTYLE & HEALTH



TULSI - ENERGY BY NATURE

CHALLENGE SOLUTION

Hoe krijgen vrouwelijke yoga beoefenaars op eenvoudige wijze mentale ondersteuning in hun drukke dagelijkse leven?

De krachten van de natuur met elkaar gecombineerd in een cold infusion die past in iedere waterfles. De cold infusion bevat edelstenen en kruiden voor de ultieme mentale ondersteuning.

How to give the target group of female yoga practitioners an easy mental boost during their busy daily lives.

Combining the forces of nature in a cold infusion specially designed to go in every water bottle. The cold infusion contains gems and herbs to provide the ultimate mental boost.

Maryse Kipping | maryse.kipping@outlook.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

MAKE WATER GREAT AGAIN

L14

Make Water Great Again.



180km²

Population 102,900



The Challenge

Due to a high consumption of carbonated sugary beverages on the island, the Government has proposed an implementation of a sugar tax to reduce consumption. The challenge is to take into account what can be done to reduce consumption and in what ways this can be promoted.

The Solution

Various techniques, experiments have been conducted to find a more subtle way to communicate the benefits of water. In these experiments, it was tested on the island, water focused to the locals on the island.

How do we make water great again?



1. Make Water a Management?
2. Tap our Thirst and Joy
3. Make it Communicate

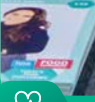
Water is a management tool. It can be used to create a positive image for the island.

Why water? Water is a natural resource that is essential for life. It is a simple yet powerful tool to create a positive image for the island.

Water is a management tool. It can be used to create a positive image for the island.



ARUBA One happy island



ARUBA One happy island



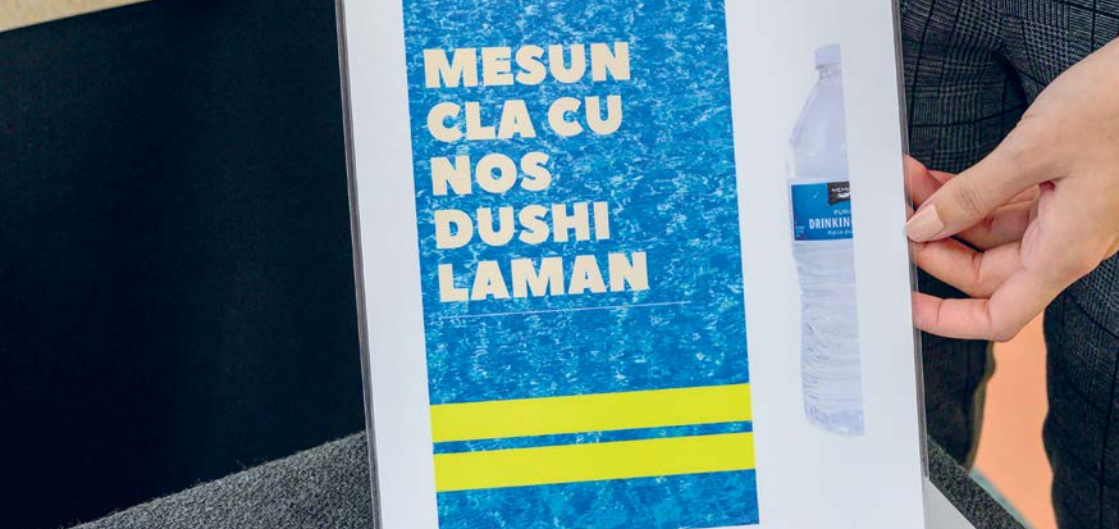
ARUBA One happy island



ARUBA One happy island



ARUBA One happy island



MAKE WATER GREAT AGAIN

CHALLENGE SOLUTION

De consumptie van suikerhoudende dranken is ongebreideld op Aruba. Dit project duikt in welke methoden deze inname kunnen verlagen en op welke manieren dit kan worden bevorderd.

High consumption of sugary beverages is widespread on Aruba. A sugar tax plans to incite change. This project investigates which methods can lower this intake and how this can be promoted.

Make Water Great Again maakt gebruik van nudging en verleidt hiermee de lokale bevolking om meer water te drinken. Dit gebeurt door het communiceren van de voordelen rekening houdend met culturele factoren.

We conducted experiments to find the best way to communicate to locals, then implemented nudging to emphasise the benefits of water, taking into account cultural factors.

Margie Kelders | margiekelders@hotmail.com
FOOD INNOVATION

TASTEFULNESS - OVEN BAKED CHIPS



LIFESTYLE & HEALTH



TASTEFULNESS - OVEN BAKED CHIPS

CHALLENGE SOLUTION

Tegenwoordig eten we op de automatische piloot en worden we door van alles afgeleid.

Ik wil met mijn concept gedachteloos eten tegengaan en mensen weer bewust met aandacht van hun eten laten genieten.

Tastefulness is een gezondere oven baked chips waar je van geniet, terwijl je luistert naar de bijhorende podcast. De podcast leert je om bewust te genieten en te luisteren naar je lichaam en behoeften

These days we eat on autopilot and are distracted by everything. With my concept I want to combat mindless eating and help people to pay more attention and consciously enjoy their food again.

Tastefulness are healthier oven-baked crisps that you can enjoy while listening to the accompanying podcast. The podcast teaches you to mindfully enjoy and listen to your body and its needs.

Iris van den Heuvel | irisvdheuvel95@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

FROZEN KEFIR - HET IJS DAT BRUIST





FROZEN KEFIR - HET IJS DAT BRUIST

CHALLENGE SOLUTION

Kefir is steeds meer in opkomst. Daarom namen wij de uitdaging aan om een innoverend kefir-product te ontwikkelen aansluitend bij een doelgroep, inhakend op trends en passend bij een gebruiksmoment.

As kefir has become increasingly popular, we started working on the development of an innovative kefir product matched with a target group, in response to trends and related to a moment of use.

Na marktanalyses is het idee van Frozen Kefir, het gezonde verwenmoment tot stand gekomen. Het ijs is laag in calorieën, bevat goede bacteriën & gisten en daarnaast is een lichte bruis waarneembaar.

Market analysis led to the idea of Frozen Kefir, a healthy moment of indulgence. This ice cream is low in calories, contains good bacteria & yeasts and is slightly fizzy.

Eva van Asperen | Eva.v.asperen@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Lisa Dickens | lisa_dickens@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Renske Kanters | renske.kanters@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

THE CITY BAGEL



LIFESTYLE & HEALTH



THE CITY BAGEL

CHALLENGE SOLUTION

Mijn challenge is om een gezonde, eerlijke en verse snack te ontwikkelen voor jonge hippe mensen die vaak onderweg zijn.

The City Bagel is een gezonde en eerlijke snack voor tussendoor. The City bagel geeft energie en een goed gevoel. Er is een zoete en hartige variant.

My challenge is to develop a healthy, wholesome, fresh snack for young, hip people who often travel.

The City Bagel is a healthy and wholesome snack for on the road. The City bagel provides energy and has a feel-good factor. There is a sweet and savoury version.

Lidewij Woltjes | lidewij.woltjes@gmail.com
FOOD INNOVATION

FIBRE TREE
SUPPLIER OF GOOD CARBS

Why
AANTAL MILLENNIALS
MET OVERGEWICHT
BLIJFT STIJGEN
—
NEDERLAND EET
TE WEINIG VEZELS
—
KOOHYDRATEN
WIJZEN NIET GEZIEN
ALS 'GEZOND'

How
VEZELS ZORGEN
VOOR EEN
VERZADIGD GEVOEL
—
VEZELS ZIJN GOEDE
KOOHYDRATEN
—
TAL AAN
GEZONDHEIDSEFFECTEN

The best Fibres for your Belly

JE AANBEVOLEN DAGELIJKE
HOEEVEELHEID AAN VEZELS HALEN MAKEN
WE LEKKER & MAKKELIJK

10g vezels per 100g
4,7g vezels per 100g

FIBRE TREE

L19

LIFESTYLE & HEALTH



FIBRE TREE - SUPPLIER OF GOOD CARBS

CHALLENGE SOLUTION

Dikke millennials? Ik ga er voor zorgen dat ze meer vezels gaan eten, waardoor overgewicht wordt tegengegaan en millennials profiteren van de positieve gezondheidseffecten van vezels.

Increasing millennials' low fibre intake so that they can achieve the Guideline Daily Amount (GDA) of fibre, thus preventing obesity due to the positive health effects of fibre.

Fibre Tree helpt de millennial voor goede koolhydraten te kiezen met haar bewuste producten. Belly's is een pasta gevuld met de beste, vezelrijke ingrediënten uit de natuur. Je buik blij, jij blij!

Fibre Tree helps millennials choose good carbohydrates with its health-conscious products. Belly's is a pasta filled with the best, high-fibre ingredients. Making both you and your belly happy!

Annabel Hanssen | annabelhanssen@hotmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

POP
YOUR DAILY BOOST OF FIBRE

100% voedingsvezel per reep

100% lekker te zijn!

L20

LIFESTYLE & HEALTH

**LIFESTYLE & HEALTH**



POP - YOUR DAILY BOOST OF FIBRE

CHALLENGE SOLUTION

Hoe maak je de consument bewust van het belang van een goede vezelconsumptie en geef je ze een makkelijke manier vinden om de dagelijkse inname van voedingsvezels te verhogen?

Making consumers aware of the importance of eating enough fibre and finding an easy way to increase the daily intake of dietary fibre.

POP: een vezelrijk tussendoortje dat $\frac{1}{3}$ van de ADH van vezels biedt en linkt naar een online community. In deze community kunnen consumenten informatie vinden én delen over het verhogen van hun vezelconsumptie.

POP: a high fibre snack that provides $\frac{1}{3}$ of the RDI of dietary fibre and links to an online community in which consumers can find and share information on increasing their fibre intake.

Romy Struijk | romystruijk@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

UK & PUK - HALLO PINDA! HALLO EI!



Runner up

FoodManShip Award Lifestyle & Health



UK & PUK - HALLO PINDA! HALLO EI!

CHALLENGE SOLUTION

Mijn challenge is om baby'tjes tussen de 4 en 6 maanden een kleine hoeveelheid pinda of ei te laten eten. Hierdoor kunnen veel gevallen van voedselallergieën voorkomen worden.

Uk & Puk is een kant en klaar babyvoedingpotje met pinda of ei. Ouders kunnen zo met een simpel stappenplan vroegtijdig allergenen introduceren aan hun kindje.

My challenge is to allow 4 - 6 month-old babies to eat a small amount of peanut or egg. As a result, many cases of food allergies can be prevented.

Uk & Puk is a ready-made baby food jar including peanut or egg. This allows parents to easily introduce allergens to their child at an early age with a simple step-by-step plan.

Anne-Jeth de Groot | anne-jeth@hotmail.com
FOOD INNOVATION | MARKETING & BUSINESS

ZON IN JE BOX - HEATHY KIDS LUNCH



LIFESTYLE & HEALTH



ZON IN JE BOX - HEATHY KIDS LUNCH

CHALLENGE SOLUTION

Veel ouders vragen zich af of hun kind wel gezond genoeg eet. $\frac{2}{3}$ van de Nederlanders met kinderen is tweeverdiener met een drukke levensstijl. De behoefte naar gemak is bij deze doelgroep groot.

Many parents wonder if their child is eating healthily enough. $\frac{2}{3}$ of the Dutch with children are dual earners with a busy lifestyle. This group has a strong need for convenience.

ZON in je box is dé gezonde lunch voor kinderen die bezorgd wordt op de basisschool. Het concept biedt gemak en een lunchbox gebaseerd op de Richtlijnen van het Voedingscentrum en de Schijf van Vijf.

SUN in Your Box is a healthy lunch for children delivered to primary school. The concept offers convenience and a lunch box based on the Dutch Nutrition Centre Guidelines and 5 food categories.

Diede Koppenol | diede.koppenol@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

SMAAK JE WATER!





SMAAK JE WATER!

CHALLENGE SOLUTION

Basisschool kinderen halen de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid water niet en hier moet wat aan verandert worden.

Een nieuwe Doppler dop voor kinderen, waarmee je in een handomdraai smaak en beleving kan toevoegen aan je water, op elk moment van de dag.

Primary school children do not meet the recommended daily intake of water. This is alarming and needs to be solved immediately.

A new lid for Doppler drinks containers for children allowing them to easily add flavour to their water and make it more fun, at any time of the day.

Jessie Janssen | jessiejanssen11@gmail.com
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

BURST - ALCOHOLVRIJE SODA



L24

BURST

Alcohol drinken is te gewoon geworden. Borrelen zonder een wijntje lijkt er tegenwoordig niet meer in te zitten. Maar we weten ondertussen allemaal dat veel alcohol drinken slecht voor je is.

"Ik vind het onzin dat ik als saai of ongezellig wordt bestempeld, als ik tijdens het borrelen met vriendinnen en geen alcohol drink. Maar ik heb de zoete smaak van een cola'tje ook wel gehad. Ik ben opzoek naar iets met pit."

BURST is er voor vrouwen die om wat voor reden dan ook geen alcohol willen drinken, maar het zat zijn om als saai of ongezellig bestempeld te worden. Voor iedereen die zichzelf durft te zijn en niet bang is voor de mening van anderen. Die zelf bepaald wat ze drinkt en wanneer ze dat drinkt!

BURST geeft de smaak en belevenis, want gezelligheid bepaal jij zelf!

BURST
NOT JUST SODA

BURST
NOT JUST SODA

BURST
NOT JUST SODA

BURST
Sweet
SODA

BURST
Grapefruit
BUSTLEUM

BURST
Gember
SINISCAPPEL

LIFESTYLE & HEALTH



BURST - ALCOHOLVRIJE SODA

CHALLENGE SOLUTION

Ik vind het onzin dat ik als saai of ongezeellig wordt bestempeld doordat ik tijdens het borrelen met vriendinnen geen alcohol drink. Maar frisdrank is veel te zoet. Ik ben opzoek naar iets met pit!

I think it's ridiculous that I am labelled as boring or no fun if I drink something without alcohol when I go out for drinks with friends. But fizzy drinks are way too sweet. I'm looking for something with an edge!

BURST is een prikkelende soda met 42% minder suiker dan gemiddelde frisdrank. Met drie spannende smaken maakt BURST een feestje van jouw borrel. Je weet dat je geen alcohol nodig hebt om lol te hebben!

BURST is an exciting fizzy drink with 42% less sugar than most drinks. With 3 exciting flavours, BURST turns your evening out with friends into a party. You know you don't need alcohol to have fun!

Jalta Raaijmakers | jalta_raaijmakers@hotmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

S'WEED - TOFU MARINADE



LIFESTYLE & HEALTH



S'WEED - TOFU MARINADE

CHALLENGE SOLUTION

Vleesvervangers bevatten veel zout en we consumeren nog steeds weinig zeewier. Wat gebeurt er als je deze twee inzichten combineert?

S'WEED is een smaakvolle marinade met zeewier. Hiermee breng je tofu op smaak, zonder zout toe te voegen. Zo kunnen genieten van vleesvervangers zonder onze zoutinname te verhogen.

Combining the insights that the consumption of kelp is not very popular and that meat replacements contain a lot of salt.

Adding flavour to tofu without additional salt by creating a flavourful, kelp based marinade.

Laudine de Bever | laudinedebever@live.nl

FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

Bas van Gorp | basvgorp@gmail.com

FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

Annabel Hanssen | annabelhanssen@hotmail.com

FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

Caya Murre | cayamurre@gmail.com

FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

ZOUT MAATJE



LIFESTYLE & HEALTH



ZOUT MAATJE

CHALLENGE SOLUTION

We eten veel te veel zout. Hoe worden we ons daarvan bewust? Ik nam de uitdaging aan om bewustwording te creëren rondom te hoge zoutinname door het bedenken van een passend verpakkingsconcept.

We eat much too much salt. I took on the challenge to create awareness about the excessively high intake of salt using a suitable packaging concept.

Zout Maatje is een vaatje wat om jouw gezondheid geeft als het om zout draait. Dit vaatje doseert precies 0,3 gram door op 1 knop te drukken. Hiermee doseer jij het zout over je maaltijd op een bewuste wijze.

Zout Maatje (Salt Mate) is a small salt pot that cares about your health. The pot releases precisely 0.3 grams of salt at the press of a button. So you can consciously control the amount of salt you use.

Fabienne Bosman | fabiennebosman1994@gmail.com
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

ALGRAIN - HET ZOUTLOZE BROODPRODUCT



LIFESTYLE & HEALTH



ALGRAIN - HET ZOUTLOZE BROODPRODUCT

CHALLENGE SOLUTION

Onze challenge is het verminderen van de zoutinname bij consumenten door gebruik te maken van zoutwater algen en zo een grote maatschappelijke impact te hebben.

Our challenge is to reduce consumer salt intake by using saltwater algae, which would have a great impact on society.

Onze oplossing is Algrain, een zoutloos broodproduct. Daarnaast is Algrain een bron van eiwitten en vezelrijk. De eigenschappen van algen worden daarnaast benut op gebied van smaak en voedingswaarde.

Our solution is Algrain, a saltless bread product. It is also a source of protein and high fibre. The properties of algae are utilised in terms of flavour and nutritional value.

Martijn Boezer | martijnboezer@home.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Manouk van den Hout | manouk.vandenhout@outlook.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Matthew Meeusen | matthewmeeusen@kpnmail.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

BINQ - VERANTWOORDERE CHOCOLADESNACK



LIFESTYLE & HEALTH



BINQ - VERANTWOORDERE CHOCOLADESNACK

CHALLENGE SOLUTION

Onze challenge is om een verantwoorde chocoladesnack te ontwikkelen en daarmee het aanbod van verantwoorde alternatieve snackproducten te vergroten en de consumptie van suiker terug te dringen.

Our challenge is to develop a more responsible chocolate snack and thereby increase the range of more responsible alternative snack products and reduce sugar consumption.

Er is een chocoladereep ontwikkeld waarbij suiker is vervangen door zoetstoffen. Daarnaast zijn eiwitten toegevoegd. Om de Binq compleet te maken zitten er knapperige wafels in die glutenvrij zijn.

We have developed a chocolate bar in which sugar has been replaced by sweeteners. In addition, proteins have been added. To make the Binq complete, it contains crispy, gluten-free waffles.

Anne van den Biggelaar | annevdbiggelaar@gmail.com

FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Celine Cantineau | celine-cpc@hotmail.com

FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Isabel Huijbers | isabelhuijbers@hotmail.com

FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Vera van de Kerkhof | veravandekerkhof@hotmail.com

FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

VERWENNERIJTJES - BEWUST GENIETEN



LIFESTYLE & HEALTH



VERWENNERIJTJES - BEWUST GENIETEN

CHALLENGE SOLUTION

Op feestjes is het moeilijk om minder suikers en koolhydraten te eten. Het begint vaak met een stuk gebak waar veel suikers en koolhydraten in zitten. Hoe kan ik toch genieten zonder schuldgevoel?

Verwennerijtjes zijn suikerarm en hebben een verlaagd gehalte aan koolhydraten, zodat je onbezorgd kunt genieten van een stukje gebak.

It's difficult to eat less sugar and carbs at parties. It often starts off with a piece of cake that contains a lot of sugar and carbs.

Verwennerijtjes (little treats) contain less sugar and carbs than a normal cake, allowing you to enjoy a piece of cake without worrying about carbs.

Naomi Sanders | na0miit@hotmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

DOORBREKER - DE GEZONDERE SNACKREEP

DOORBREKER
Da's pas echt een break

PROBEER NU!

DOORBREKER
Da's pas echt een break

**Bij elke hap,
een goede stap!**

#BREAK

**LAAG IN
Koolhydraten**

BRON VAN VEZELS

**VERLAAGD IN
SUIKERS**

L30

LIFESTYLE & HEALTH



DOORBREKER - DE GEZONDERE SNACKREEP

CHALLENGE SOLUTION

Onderweg de honger stillen. Kiezen voor iets gezonds blijkt voor mannen vaak een lastig. Deze alternatieven vullen niet, zijn niet lekker, zijn vaak erg duur en niet mannelijk genoeg.

Satisfy your hunger on the road. Choosing a healthier alternative is often difficult for men. Healthier options are not filling, they are not tasty, are often very expensive and not macho enough.

DOORBREKER dé snackreep voor de gezondere keuze. Bevat vezels en 48% minder suikers dan huidige snackrepen. Doorbreek oude gewoontes, neem een echte break!

DOORBREKER, the healthier choice in snacks. The name refers to breaking through. It contains plenty of fibre and 48% fewer sugars than normal snack bars. Break old habits and get a real break!

Kemmy Osinowo | kemmyosinowo@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

HUPSAKE - DÉ EIWITRIJKE LEKKERNIJ



LIFESTYLE & HEALTH



HUPSACAKE - DÉ EIWITRIJKE LEKKERNIJ

CHALLENGE SOLUTION

Elke dag komt een groot deel van de senioren gemiddeld 10 gram eiwit tekort. Eiwitten zijn essentieel om fit en vitaal te blijven. Het is belangrijk om dit probleem zo snel mogelijk op te lossen.

A majority of older people eat an average of 10 grams too little protein a day. Proteins are essential to stay fit. This problem needs to be solved as soon as possible.

Daarom hebben wij de HupsaCake ontwikkeld, een eiwitrijk tussendoortje op basis van melkeiwitten. Door twee keer per dag een portie te consumeren, kan het eiwittekort bij senioren worden opgelost!

That is why we have developed the HupsaCake, a high-protein snack made with milk proteins. Protein deficiency in older people can be solved by consuming one portion twice a day!

Dirk Driessen | dirk-driessen@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Wanrong Franken | wanrong@hotmail.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Floor Hoogeboom | floorhoogeboom@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Ilse Lokerse | iels@hotmail.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

PROTWIST - EIWITRIJK KOEKJE



LIFESTYLE & HEALTH



PROTWIST - EIWITRIJK KOEKJE

CHALLENGE SOLUTION

Een eiwitrijk (gebakken) product ontwikkelen voor ouderen (65+), waarbij gebruik wordt gemaakt van erwteneiwit om dierlijke eiwitten vervangen door plantaardige eiwitten.

Developing a protein-enriched (baked) product for older people (65+) using pea protein to respond to the trend of replacing animal proteins with vegetable proteins.

De ProTwist is een eiwitrijk koekje met erwteneiwit en een twist van chocolade en vanille. Hierdoor kunnen ouderen op een lekkere manier plantaardige eiwitten consumeren en hun eiwitinname verhogen.

The ProTwist, a protein-enriched biscuit containing pea protein and a twist of chocolate and vanilla. This allows older people to consume vegetable proteins in a tasty way and to increase their protein intake.

Juulke Jonkers | juulkejonkers@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Claire van der Sanden | clairevdsanden@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Anoek Wannet | anoekw@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

UMI - ALGEN DUMPLING



LIFESTYLE & HEALTH



UMI - ALGEN DUMPLING

CHALLENGE SOLUTION

Een product ontwikkelen dat aansluit bij huidige trends, waarbij de toepassing van algen in food centraal staat.

To develop a product which fits into current trends, where the application of algae in food has a prominent role.

We hebben een dumpling ontwikkeld met algen als uniek ingrediënt. Hierdoor associeert het met smaken uit de zee. Deze gezonde snack is een bron van eiwit en sluit aan op een aantal food trends.

We have developed a dumpling with algae as a unique ingredient which associates with the flavours of the sea. This healthy snack is a source of protein and ties in with many food trends.

Renée Bijeman | reenebijeman@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Samantha Joosten | samantha.j.joosten@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Stijn Meulenbroek | stijnmeulenbroek@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Michiel Swinkels | michielswinkels@hotmail.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

TIPSY'S - BUFFALO BEETLE SNACKS



LIFESTYLE & HEALTH



TIPSY'S - BUFFALO BEETLE SNACKS

CHALLENGE SOLUTION

Het integreren van insecten in ons dieet is een duurzame keuze, maar consumenten hebben meer motivatie nodig om deze stap te nemen.

We hebben een kruidig borrelzoutje met textured insect protein (TIP) ontwikkeld om op een laagdrempelige en smaakvolle manier het eten van insecten te normaliseren.

Integrating insects into our diet is a sustainable choice, but consumers need more motivation to take this step.

We have developed a seasoned cocktail snack with textured insect protein (TIP) to normalise the eating of insects in an accessible and delicious way.

Yasiera Benabderrahmane | yasje_bena@hotmail.com

FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Natasha Hofman | natasha.hofman@gmail.com

FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Johnny Pham | johnnypham@live.nl

FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Maarten Reuvekamp | maarten_reuvekamp@hotmail.com

FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

INGE MAAKT: PICKLED SEAWEED



LIFESTYLE & HEALTH



INGE MAAKT: PICKLED SEAWEED

CHALLENGE SOLUTION

Vegetariërs en veganisten hebben 20 tot 30% meer eiwitten nodig dan vleeseters. Het belangrijk voor ze dat ze dit uit verschillende bronnen halen, maar hoe doe je dat?

Vegans and vegetarians require 20 to 30% more protein and need to consume it from a range of sources.

Pickled Seaweed is een combinatie van ingemaakte Kombu, uit de Oosterschelde, en komkommer. Het dient als gezonde aanvulling op het voedingspatroon van vegetariërs en veganisten.

Pickled Seaweed is a combination of pickled Kombu from the Oosterschelde and cucumber. It acts as a healthy supplement to the diet of vegans and vegetarians.

Inge Poelman | poelman.inge@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

BETTER BITES

DE NIEUWE GENERATIE SNACKS

OVEN BITES OP BASIS VAN PEULVRUCHTEN & GROENTEN

GA HET AVONTUUR AAN EN KIES VOOR BETTER BITES!

- KROKANT VAN BUITEN - SMEUGIG VAN BINNEN - BOMVOL SMAAK - BEWUSTERE KEUZE

BETTER BITES

DE NIEUWE GENERATIE SNACKS

OVEN BITES OP BASIS VAN PEULVRUCHTEN & GROENTEN

GA HET AVONTUUR AAN EN KIES VOOR BETTER BITES!

- KROKANT VAN BUITEN - SMEUGIG VAN BINNEN - BOMVOL SMAAK - BEWUSTERE KEUZE



BETTERBITES - NIEUWE GENERATIE SNACKS

CHALLENGE SOLUTION

Hoe kan je het eetmoment van peulvruchten en groenten verbreden naar een snackmoment en hiermee de consumptie verhogen én consumenten bewuster maken van de impact van voedsel?

Extending the intake of legumes and vegetables into snack times, thus increasing their consumption and also making consumers more conscious about the impact of food.

Better Bites, de nieuwe generatie snacks brengt vernieuwing in de snack wereld. We willen dat je met ons het avontuur aangaat om betere keuzes te maken. Dit doen we open, eerlijk en door iedereen te laten genieten!

Better Bites is here to bring something new to the world of snacks. We want you to join us on the adventure of making better choices. We do this transparently, fairly, so that everyone can enjoy it!

Nancy Seuren | Nancyseuren@hotmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

PAKORA - INDIAN CRISPY FRITTERS





PAKORA - INDIAN CRISPY FRITTERS

CHALLENGE SOLUTION

Beter voor jezelf en voor de wereld.
Hoe stop je dat samen in een nieuw
product dat ook nog eens heel lekker is?

Better for yourself and for the world.
How do you combine that in a new
product that is also very tasty?

Pakora is hét vegan product van 2020! Geschikt
voor iedereen. Het is knapperig en volgestopt met
misvormde groentes. Dit product kun je dus met
een extra goed gevoel eten!

Pakora is the vegan product of 2020! Suitable for
everyone, it is crispy and stuffed with misshapen
vegetables, so you can feel extra good while
you're eating it!

Richelle Dubbeld | rmdubbeld@gmail.com
FOOD INNOVATION

GOEDE BODEM VAN HOLLANDSE BONEN





GOEDE BODEM VAN HOLLANDSE BONEN

CHALLENGE SOLUTION

Witte lupine bonen worden in Nederland op kleine schaal geteeld. Het is een onbekende peulvrucht. Ik ga met mijn concept de populariteit van deze bonen verhogen.

The white lupine bean is already grown in the Netherlands on a small scale. Due to unfamiliarity, there is little demand for the bean and my challenge is to increase its popularity with my concept.

Mijn concept is een plantaardig zuivel alternatief voor het ontbijtmoment gemaakt van voornamelijk witte lupine bonen

My concept is a plant-based dairy alternative made mainly from white lupine beans that was developed to be used at breakfast time.

Lisa Leerkamp | lisaleerkamp1994@hotmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

NUTS ABOUT COCONUTS





NUTS ABOUT COCONUTS

CHALLENGE SOLUTION

Consumenten proberen allergenen te vermijden en bewuste keuzes te maken. Zo ook bij zuivel, echter is het aanbod beperkt als het aankomt op gebruiksgemak bij zuivelvrije consumpties. Dat kan anders!

Consumers try to avoid allergens and make conscious choices, for instance dairy products. However, the choice of convenient dairy-free food and drink available is limited.

Nuts About Coconuts is een natuurlijke, eerlijke en allergeen vrije to-go kokosnootyoghurt. Nuts About Coconuts gelooft in de kracht die kokosnoten bieden in de transitie naar plantaardige producten.

Nuts About Coconuts is a natural, wholesome and allergen-free coconut yogurt on the go. Nuts About Coconuts believes in the power that coconuts offer in the transition to plant-based products.

Tom Jacobs | tom_jacobs28@hotmail.com
FOOD INNOVATION

FER & WART - PLANTAARDIGE MERINGUES





FER & WART - PLANTAARDIGE MERINGUES

CHALLENGE SOLUTION

Plantaardige mini meringues voor op brood, waarbij de uitdaging was om een stabiel schuim te vormen op basis van erwteneiwit isolaat.

Door te experimenteren met verschillende types en concentraties erwteneiwit isolaat, de pH, stabilisatoren en procesomstandigheden is het gelukt om een stabiel, plantaardig schuim te vormen.

Vegetable mini meringues as a sandwich topping. The challenge was to form a stable foam based on pea protein isolate.

By experimenting with different types and concentrations of pea protein isolate, pH, stabilisers and process conditions, it was possible to form a stable, plant-based foam.

Eline Bruijn | eline.bruijn@hotmail.nl

FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Pleun Burgmans | pleun_burgmans@hotmail.com

FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Rachel Eikelboom | racheleikelboom@gmail.com

FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Demi Reppmann | djlreppmann@gmail.com

FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

The background of the entire page is a dense, close-up photograph of blueberries. The berries are a deep blue color with a slightly textured, bumpy skin. They are packed closely together, filling the entire frame.

CONSUMER & BUSINESS

Future Food Systems | B2BI New target groups | Logistics
New business models | Online | Social concepts



- Aanboren van nieuwe consumentengroepen
- Aanpakken van consumentfrustraties.
- Creëren van nieuwe of herinrichten van bestaande categorieën.
- Centraal zetten van sociale interacties.
- Creëren van nieuwe verdienmodellen.
- Toekomstscenario's van food ketens.

Lectoren

Antien Zuidberg |
Design methoden in food

Dit lectoraat richt zich op zinvolle food-innovaties die consumenten bewegen in de richting van duurzaam en gezond eten en maakt daarbij gebruik van innovatieve nieuwe technologieën en nieuwe ingrediënten.

Frank Vriesekoop | Professor & Associate
Head of the Food Technology and Innovation Harper Adams University, UK

- Tapping into new groups of consumers.
- Tackling consumer frustrations
- Creating new categories or redesigning existing ones.
- Putting the emphasis on social interactions.
- Creating new business models
- Future scenarios for food chains.

Lectureships

Antien Zuidberg |
Design Methods in Food

The focus of this lectureship is on meaningful food innovations that encourage consumers to choose sustainable and healthy food, using innovative new technologies and novel ingredients.

Frank Vriesekoop | Professor & Associate
Head, Food Technology and Innovation Department, Harper Adams University, UK

Alumnus

TASTE SENSATIONS



CONSUMER & BUSINESS



TASTE SENSATIONS

INTRODUCTION VISION

Taste Sensations is een flexibele en service gerichte aanbieder van kwalitatieve kiemgroenten en taugé, wij leveren zowel bulk als consumentenverpakkingen.

Taste Sensations is a flexible and service-oriented provider of quality edible sprouts and bean sprouts, supplying packages for both the consumer and bulk delivery markets.

Taste Sensations streeft ernaar een flexibele klantgerichte organisatie te zijn. Door onze kennis van de markt van kiemgroenten en taugé zijn we te allen tijde in staat om te leveren.

Taste Sensations strives to be a customer-oriented organisation. Our knowledge of the edible sprout market means we are always ready to meet customer demand.

Luc van Heumen

lucvanheumen@hotmail.com

INTERNATIONAL FOOD AND AGRIBUSINESS | ALUMNUS

2018

VION FOOD GROUP



Innovatie in voedsel en de nieuwe generatie zijn de sleutels tot een duurzame toekomst van Vion.

Food innovation and the new generation are key ingredients for a sustainable future as Vion.



FOOD GROUP

VION FOOD GROUP

INTRODUCTION VISION

Vion is een internationale producent van vlees, vleesproducten en plantaardige alternatieven met productielocaties in Nederland en Duitsland en verkoopkantoren in 13 landen wereldwijd.

Vion is an international producer of meat, meat products and plant based alternatives with production locations in the Netherlands and Germany, sales support offices in 13 countries worldwide.

Vion gelooft in een wereld waar mensen genieten van veilig en gezond eten van hoge kwaliteit, dat goed smaakt en wordt geproduceerd uit duurzame bronnen.

Vion believes in a world where people enjoy safe and healthy food with good taste and good quality from sustainable sources.

Binne Visser

binne.visser@vionfood.com

www.vionfoodgroup.com

NAPAS - DE BUITENBORRELPLANK



CONSUMER & BUSINESS



NAPAS - DE BUITENBORRELPLANK

CHALLENGE SOLUTION

Wanneer je 1 of 2 dagen op pad gaat voor een wandel- of fietstocht is het nu nog niet mogelijk om een hartige borrel mee te nemen.

De huidige verpakkingen knoeien, zijn te zwaar en er zit te veel in.

Met 'Napas – De Buitenborrelplank' neem je het terras mee naar de mooiste plekjes van onze aarde, niet groter of zwaarder dan je waterfles.

Op bestemming vouw je de verpakking open tot een plankje. Enjoy!

When you're going on a short hiking or biking trip, it is impossible to take savoury snacks with you.

The current packaging leaks, is too heavy and never contains a convenient amount.

Take tapas to the most magnificent places on earth with 'Napas – The Outdoor Tapas Board'. It's no bigger nor heavier than your water bottle. Fold open the packaging to turn it into a serving plate.

Evien Vrijmoeth | evienv@gmail.com
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

KORST AARDAPPELEN

C02



CONSUMER & BUSINESS



KORST AARDAPPELEN

CHALLENGE SOLUTION

De aardappel: een mooi, smaakvol en Nederlands product én al sinds kinds af aan mijn passie. Steeds meer jongeren verkiezen pasta of rijst boven de aardappel, daar wil ik verandering in aanbrengen!

The potato: a lovely, tasty, Dutch product - and my passion since childhood. More and more young people prefer pasta or rice to the potato
I want to change that!

Met de aardappelen van KORST zet je met gemak een speciaal aardappelgerecht op tafel, waarna het uitpakken van deze aardappelcadeautjes gegarandeerd een feestje is!

KORST's potatoes allow you to easily put a special potato dish on the table. Unwrapping these potato parcels will certainly put you in the party mood!

Annemiek Janssen | annemiekjanssen1998@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

BUZZ - FEESTELIJKE BUBBELS



CONSUMER & BUSINESS



BUZZ - FEESTELIJKE BUBBELS

CHALLENGE SOLUTION

De dalende populatie van de bijen is een gevaar voor het klimaat en de voedselproductie. Hoe kan ik de bijen helpen met een foodconcept?

The declining population of bees is a threat to the climate and food production. How can I help bees with a food concept?

Zet de bij aan het werk en geniet zelf met BUZZ. BUZZ is licht alcoholisch en komt met lekkere smaakjes en een feestelijke bubbel. BUZZ stimuleert de bewustwording over de dalende bijenpopulatie.

Put the bee to work and enjoy a nice BUZZ. BUZZ is slightly alcoholic and comes in delicious flavours with festive bubbles. BUZZ stimulates the awareness of the declining bee population.

Sara Klein | klein.annesara@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

DE SMAAKJESWATERTAP



EXPERIENCE

C05

Werk
van aan

CONSUMER & BUSINESS



DE SMAAKJESWATERTAP

CHALLENGE SOLUTION

Genoeg water drinken op jouw kantoordag een probleem? De smaakjeswatertap helpt kantoormedewerkers om op een leuke manier voldoende water te drinken.

Dankzij het touchscreen-scherm kan er gekozen worden voor plat- of bruiswater, gekoeld of niet gekoeld en wel of geen smaakje.

Is drinking enough water a problem during your workday? The flavoured water tap helps office workers to drink enough water in a fun way.

The touchscreen helps you choose between flat or sparkling water, cooled or uncooled, flavoured or plain.

Liv Hansen | livhansen@hotmail.com
FOOD INNOVATION | MARKETING & BUSINESS

REVIVE! DE ULTIEME GAMEDRANK



CONSUMER & BUSINESS



REVIVE! DE ULTIEME GAMEDRANK

CHALLENGE SOLUTION

28% van de Nederlandse jongeren gamet dagelijks.
30% van jonge gamers geeft aan dat ze gezondheid tijdens het gamen belangrijk vinden en toch is er geen enkele gezonde drank voor hen. Tot nu!

Revive valt op met een innovatieve dop en vorm. Een cold brew tea zonder toegevoegde suikers of kleurstoffen die van kleur verandert met een simpele druk op de knop in de dop!

28% of young Dutch people aged 12-16 games daily.
30% of young gamers cares about their health, even when they're gaming. However, there is no healthy drink for them. Until now.

The innovative cap and shape of the Revive potion targets the market of the future. A cold brew tea without added sugars or colouring, it changes colour with a simple press of the button in the cap!

Pien Relou | pien_97@hotmail.nl
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

KOOK VAN JOU





KOOK VAN JOU

CHALLENGE SOLUTION

Puur Culinaire wil met de Kook van Jou box maaltijden leveren, waarbij het ontwikkelen van een verpakking voor de vers gesneden groenten en zetmeelrijke producten centraal staat.

Voor de Kook van Jou box zijn verpakkingen ontwikkeld, waarbij rekening gehouden is met duurzaamheid. Daarnaast is er een Belevingsbus die in de toekomst kan rondtoeren voor een winkelbeleving.

Puur Culinaire wants to focus on packaging development for freshly cut vegetables and starchy products for our Kook van Jou (Cooked by You) meal boxes.

The packaging we have developed for the Kook van Jou box takes sustainability aspects into account. In addition, an Experience Bus will be able to tour in the future to create a shopping experience.

Ilse van Baal | ilsevbaal@live.nl
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

Fabienne Bosman | fabiennebosman1994@gmail.com
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

Jessie Janssen | jessiejanssen11@gmail.com
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

Charlotte Lemmens | charlotte.lemmens@hotmail.com
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

SKWEEZ JE HUMMUS!



CONSUMER & BUSINESS



SKWEEZ JE HUMMUS!

CHALLENGE SOLUTION

Skweez wilt het beleggen van een boterham of cracker met hummus vergemakkelijken, zodat er genoten kan worden van een heerlijke lunch in een handomdraai, zonder gedoe.

Skweez zorgt, door zijn ideale spuitmond, dat de boterham in minimaal twee halen perfect belegd kan worden zonder de irritaties van een vies mes en een overvolle tas!

Skweez wants to make it easier to prepare a sandwich or cracker with hummus, so that you can enjoy a delicious lunch in no time, without any hassle.

Thanks to its ideal nozzle, Skweez ensures that you can cover the sandwich perfectly in a minimum of two strokes without the irritations of a dirty knife and a bulging bag!

Ilse van Baal | ilsevbaal@live.nl
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

HERSLUITBARE RIJSTWAFELVERPAKKING



Winner

FoodManShip Award Consumer & Business



HERSLUITBARE RIJSTWAFELVERPAKKING

CHALLENGE SOLUTION

De huidige rijstwafelverpakking is een ergernis voor de consument. Het plastic scheurt open, waardoor je de verpakking niet goed kan hersluiten en jouw rijstwafels taai worden.

RICE & SHINE, dé innovatieve, hersluitbare en luchtdichte rijstwafelverpakking die knapperige rijstwafels garandeert op elk moment van de dag. Hierdoor kan jij zonder geërgerd gevoel rijstwafels eten!

The current packaging of rice cakes is an annoyance for the consumer. The plastic tears so you cannot reseal the packaging properly and your rice cakes become sticky.

RICE & SHINE, the innovative, resealable and airtight rice cake packaging that guarantees crispy rice cakes whenever you want them. Finally you can eat rice cakes without the irritation!

Sjoukje Lantinga | sjoukjelantinga@hotmail.com
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

DOGtGO



CONSUMER & BUSINESS



DOGtGO

CHALLENGE SOLUTION

Thuis moeten blijven om je hond te voeren? Er is een gemis aan een to go verpakking voor hondenvoer. Die hierbij de kapotte zakjes en openspringende bakjes met hondenvoer laat verdwijnen.

DOGtGO biedt gemak. Het gemak zit in de vorm van de verpakking, dat je niet meer langer een voerbakje hoeft mee te sleuren en de verpakking binnen een mum van tijd omgevouwen is tot een bakje. Woef!

Do you have to stay at home to feed your dog?
There is a lack of on-the-go packaging for dog food that solves the problem of ripped bags and leaking containers of dog food.

DOGtGO offers convenience in the form of packaging. Instead of lugging about a food bowl, you can fold the packaging into a bowl in no time. Woof!

Isa Hendrix | isa.hendrix@hotmail.com
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

MANBAKES - MEN PACKAGING ONLY





MANBAKES - MEN PACKAGING ONLY

CHALLENGE SOLUTION

Consumenten hebben een steeds drukker leven. Hierdoor deelt de consument de tijd zo efficiënt mogelijk in. Dit heeft effect op hoe de consument winkelt, voedsel bereidt en het voedsel consumeert.

Consumers lead an increasingly busy life so most of them like to organise their time as efficiently as possible. This has an effect on the way consumers shop, prepare and consume food.

Manbakes is een verpakkingsconcept gemaakt voor mannen. Met de smaak en de unieke vorm, speelt het in op de wensen, zodat iedere man snel zijn eten kan bereiden en zijn dag efficiënte kan inrichten.

Manbakes is a packaging concept made for men. With its unique taste and shape, it plays into men's needs, so every man can prepare his food quickly and organise his day efficiently.

Kristie van Best | kristie_vanbest@hotmail.com
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

DRUP - WIJN IN EEN BLIKJE



CONSUMER & BUSINESS



DRUP - WIJN IN EEN BLIKJE

CHALLENGE SOLUTION

Het is mooi weer en vanavond heb je met je vrienden afgesproken in het park. De hele dag kijk je al uit naar een koud wijntje. Maar moet je daarvoor echt die hele fles mee zeulen, plus de wijnglazen?

The weather is great and you and your friends are going to meet at the park tonight. All day you have been longing for a cold wine. But do you have to take an entire bottle and glasses with you?

DRUP is een wijn in blik concept, verkrijgbaar bij de supermarkt. Zo is DRUP altijd beschikbaar voor jou en kan je het meenemen en drinken waar jij maar wil.

DRUP is a canned wine concept, sold at the supermarket. This makes DRUP constantly available to you and you can pick it up and drink it wherever you like.

Sterre van de Ven | sterrevandeven@gmail.com
FOOD INNOVATION | MARKETING & BUSINESS

MELKVLEES - DUURZAMER RUNDVLEES





MELKVLEES - DUURZAMER RUNDVLEES

CHALLENGE SOLUTION

Hoe ziet de toekomst van onze rundvleesconsumptie eruit? Is het mogelijk om dat op een duurzame wijze te consumeren?

Mijn concept is Melkvlees! Melk en vlees van de melkkoe. Hiermee draag ik bij aan een duurzamere vleesconsumptie.

What does the future of our beef consumption look like? Is it possible to continue to eat beef in a sustainable way?

My concept is Dairy Meat Milk: meat from dairy cows. This will contribute to more sustainable meat consumption.

Livinia Schreurs | liviniaschreurs3@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

MENU VAN DE TOEKOMST



CONSUMER & BUSINESS



MENU VAN DE TOEKOMST

CHALLENGE SOLUTION

Hoe geeft de horeca invulling aan vlees op het menu en hoe denken koks hierover? Met meer mensen die buitenshuis eten, is vlees in de horeca een belangrijk thema voor vandaag én morgen

How does the hospitality industry use meat on menus and what are chefs' views on this? With more people eating out, meat in the hospitality industry is an important theme for the future.

Er is een adviesrapport geschreven met hierin verwerkt hoe branchevereniging, horeca en koksopleidingen kunnen hun vleesaanbod kunnen verduurzamen en meer kennis hier kunnen verspreiden.

An advisory report has been written describing how the trade association, hospitality industry and chef's education can make their meat supply sustainable and spread this knowledge more widely.

Nienke Gundlach | nienkegundlach@gmail.com
FOOD INNOVATION | MARKETING & BUSINESS

(H)EERLIJK VLEES



CONSUMER & BUSINESS



(H)EERLIJK VLEES

CHALLENGE SOLUTION

Innovatieve varkensvleesproducten ontwikkelen welke passen binnen de productlijn 'Boerin Famke', waarbij het unieke stalconcept van Bosgoed Diervoeders centraal staat.

We ontwikkelden drie producten van hoogwaardige kwaliteit, met gemak voor de consument en wat op langere termijn meer waardering en een hogere opbrengst voor het varkensvlees oplevert.

To develop innovative pork products that fit within the Boerin Femke (Farmer Femke) product range. Central to the concept is the unique stall design used by Bosgoed Diervoeders feed company.

We developed three high quality products that offer convenience for the consumer and which will create more appreciation and a higher price for pork in the longer term.

Fleur Damoiseaux | fww.damoiseaux@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

Evy de Gier | evydegier@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

Connor Goldsmits | goldsmits.c@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

Lisanne de Wilt | lisannedewilt@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

SUSTAINABLE CACAO FROM SÃO TOMÉ



CONSUMER & BUSINESS



SUSTAINABLE CACAO FROM SÃO TOMÉ

CHALLENGE SOLUTION

Hoe creëer je een duurzame cacaoketen en tegelijkertijd een toekomstbestendige samenwerking met kleinschalige boeren uit São Tomé? Daarnhouwer zoekt hier een antwoord op.

How can you create a sustainable cocoa chain whilst establishing a futureproof collaboration with small-scale farmers in São Tomé? Daarnhouwer looks for solutions.

We hebben 4 toekomstrichtingen verkend en scenario's uitgewerkt met als belangrijkste conclusie: werk met alle stakeholders, ook bedrijfsleven en overheid, ter bevordering van een volhoudbaar systeem.

We describe 4 different scenarios for future options. Our most important conclusion is to collaborate with all stakeholders, including business and government, to promote a system that will last.

Ester Ceriani | ester.ceriani@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | FOOD

Stef Dirks | stef@famdirks.nl
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Laura Huiting | laurahuiting@outlook.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | FOOD

Kira Ingenhoven | kira.i@gmx.de
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Duncan Ralston | mr.duncan93@hotmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

AVOCADOS - FUTURE ACCREDITATION



CONSUMER & BUSINESS



AVOCADOS - FUTURE ACCREDITATION

CHALLENGE SOLUTION

Hoe gaat Westfalia avocado's van kleinschalige boeren importeren naar de Europese markt? Welke veranderingen in kwaliteitscertificering staat ons de komende 5 tot 10 jaar te wachten?

Als de beginsituatie in een land anders is, dan is de 'aanvliegroute' naar Europa anders. Dit vloeit voort uit onze marktverkenning van Afrikaanse landen. Westfalia kan verder met diverse 'route to market' scenario's.

How should Westfalia start the import of avocados grown by small-scale farmers to the European market? Which changes in quality certification can be expected in the coming 5-10 years?

Our market research in Africa shows that introduction routes to Europe vary depending on the country's starting position. Westfalia can enter the future with several 'route to market' scenarios.

Romy Baath | romybaath12@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Niels Mommersteeg | nielsmommersteeg@live.nl
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Wes Noland | wesleynoland6@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Dave Schilders | ds.schildersdave@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Roos Vergeldt | roos@vergeldt.nl
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

REDHOTINTERCROP - AGROFORESTRY CHILLI



Winner

FoodManShip Award External impact



REDHOTINTERCROP - AGROFORESTRY CHILLI

CHALLENGE SOLUTION

Chilipepers uit voedselbossen? Is dat het toekomstbestendige alternatief voor inkoop op de wereldmarkt? Wij zochten het uit voor familiebedrijf Verstegen Spices & Sauces B.V.

Verstegen wil regeneratieve landbouw transitie faciliteren door een testboerderij op te zetten in India, en de extra waarde van voedselbos chiliproducten te communiceren naar consumenten en boeren.

Is growing chili peppers in food forests the futureproof alternative for purchasing on the world market? We investigated on behalf of the family business, Verstegen Spices & Sauces B.V.

Verstegen wishes to facilitate regenerative agriculture by establishing a test farm in India and communicate the added value of food forest chili products to consumers and farmers.

Dirk Beerendonk | dirkbeerendonk@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Irene Boelen | irene_boelen@hotmail.nl
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Carlo Frenquellucci | carlofrenquel@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Faye Hartman | fayetjeh@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | FOOD

Vincit Nkouka | ova.nkouka@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

FUTURE FIT OLIVES FROM ALGERIA



CONSUMER & BUSINESS



FUTURE FIT OLIVES FROM ALGERIA

CHALLENGE SOLUTION

Olijven uit Algerije? Een illusie of goede cashcrop?

Centrum tot Bevordering van de Import uit ontwikkelingslanden (CBI) vroeg zich af of olijven de afhankelijkheid van aardgasexport uit Algerije kan ombuigen.

Het woestijnklimaat van Algerije leent zich prima voor de olijfproductie. Uit ons onderzoek blijkt dat het economisch en politieke klimaat de kritische succesfactoren zijn voor een geslaagde export.

Olives from Algeria? An illusion of a good cash crop?

The CBI, Centre for the Promotion of Imports from developing countries wondered if olives could alter Algeria's dependence on natural gas export.

Algeria's desert climate is well-adapted to the production of olives. Our research shows that economic and political climate are the critical factors for export success.

Jelle Ardon | jelleardon28@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Bineke Bethlehem | bjbethlehem@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | ANIMAL

Evi Jeucken | evijeucken1999@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | ANIMAL

Jessica Rijnen | Jessica_10rijnen@hotmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | ANIMAL

Daphne Vliegen | daphnevliegen@icloud.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | ANIMAL

HET VERBETERDE SPECIAALBIERSCHAP

C20

Verbetering van het speciaalbierschap

Hoe kan de bierkiesster geholpen worden bij de aankoop van speciaalbiere op de winkelvloer?



Welke kies jij?

Je wilt best wel eens een nieuw speciaalbiere proberen, maar je ziet op de winkelvloer door de bomen het bos niet meer...

Esther Rozendaal
Food Marketing & Business
Esther.rozendaal@fbs.com



CONSUMER & BUSINESS



HET VERBETERDE SPECIAALBIERSCHAP

CHALLENGE SOLUTION

Je herkent het vast wel: je wil best wel eens een nieuw speciaalbierkje proberen, maar je ziet op de winkelvloer door de bomen het bos niet meer.

You'll probably recognise yourself in this: wanting to try a new specialty beer but being overwhelmed by the huge range on offer.

Met relatief kleine aanpassingen kan de retailer de consument beter helpen bij het maken van een keuze. Hiermee wordt het speciaalbierschap naar een hoger niveau getrokken.

By making relatively small changes, the retailer will be able to help the consumer make a decision. These changes will raise the specialty beer shelves to a higher level.

Esther Rozendaal | esther-rozendaal@hotmail.com
FOOD INNOVATION | MARKETING & BUSINESS

MARKTINTRODUCTIE CASCARA THEE



CONSUMER & BUSINESS



MARKTINTRODUCTIE CASCARA THEE

CHALLENGE SOLUTION

Er is jaarlijks 21 miljard kilo afval bij koffieproductie. Dit afval is de bes om de koffieboon heen en heet Cascara. Hoe kan dit op een toegankelijke manier worden gepositioneerd op de Nederlandse markt?

Ik heb drie soorten theemelanges gemaakt met als basis Cascara. Deze vallen onder het merk 'Extraor-tea-nary'.

Coffee production creates 21 billion kilos of waste every year from the coffee bean husks (Cascara). How can Cascara be positioned in an accessible way on the Dutch market?

I have made three tea mixes based on Cascara, all under the brand name Extraor-tea-nary.

Eline Vlek | elinevlek@live.nl
FOOD INNOVATION | MARKETING & BUSINESS

DUTCH MILK IN SAUDI ARABIA



CONSUMER & BUSINESS



DUTCH MILK IN SAUDI ARABIA

CHALLENGE SOLUTION

Koeien melken in de woestijn is inefficiënt door extreem klimaat. Kansen genoeg voor Nederlandse export. Globemilk zoekt naar marktpotentieel.

De Saudische zuivelmarkt is afgelopen jaren drastisch veranderd en zal de komende 10 jaar nog in beweging zijn. Wij hebben scenario's verkend hoe Globemilk hun marktpotentieel ten volle (melk) kan benutten.

Producing milk in the desert is inefficient due to the extreme climate. This presents plenty of opportunity for Dutch export. Globemilk investigates market potential.

The trend for drastic changes in the Saudi dairy product market will continue in the coming decade. We investigated scenarios to enable Globemilk to maximise their market potential.

Derk de Kleijn | derkdekleijn@hotmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | FOOD

Suzanne Klompe | suzanneklompe97@gmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Emiel van Pelt | emielvanpelt@hotmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Piia Pesola | pesolapiia@gmail.com
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES | FUTURE FOOD SYSTEMS

Chiel Swinkels | chielswinkels@msn.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | FOOD

The image shows a woman with curly hair standing behind a booth for 'op warm salon'. The booth has a large green backdrop with a house icon and the text 'op warm salon' and 'thuis onderweg naar huis'. A chalkboard lists toppings and ingredients for a soup. The table is covered with a grey cloth and holds various items including a pot of soup, a yellow bowl, a pumpkin, a coconut, and jars of toppings. A small sign on the table reads 'PUURÉ van de maan'.

FoodManShip Award Consumer & Business



OPWARMSALON - WARME TO-GO PRODUCTEN

CHALLENGE SOLUTION

Na een lange dag kom je aan op dat kille station, je wil gewoon thuis zijn, maar je moet wachten op de trein in de kou. Je snakt naar warm eten, maar saucijzenbroodjes zijn niet bepaald gezond.

After a long day you arrive at the draughty station. You wish you were at home already. Instead you have to wait for the train. You are longing for dinner, but fries are not exactly healthy for you.

In de huiselijke sfeer van Opwarmsalon voel jij je thuis, terwijl je onderweg bent naar huis. Onze warme PUURÉs gemaakt van groenten kun je naar eigen wens pimpen met verschillende toppings en sauzen.

The cosy ambience of the Warming UP Lounge makes you feel at home as you are on your way home. Our takeaway hot vegetable purees can be personalised with several toppings and sauces.

Manon Dierx | manon_dierx@hotmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

ICE SCUBES



CONSUMER & BUSINESS



ICE SCUBES

CHALLENGE SOLUTION

Kan verpakking van schepijs leidraad zijn voor een ultieme ijsbeleving en zich hiermee onderscheiden binnen het supermarktaanbod?

In de supermarkt kan men in een speciale daarvoor ingerichte Ice Scubes stand de portieverpakking naar eigen ijssmaak wens vullen. Iedereen kan zo vooraf smaken en portie bepalen voor thuis.

Can ice cream packaging form the basis of the ultimate ice experience and stand out from the rest in the supermarket?

At a specially designed Ice Scubes stand in the supermarket, customers can create their own combination of flavours in their preferred portion size, in a take-home package.

Yasin El Bouzidi | y.el.bouzidi@hotmail.com
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

DE THUIS BARISTA - OPSCHUIMMELK



CONSUMER & BUSINESS



DE THUIS BARISTA - OPSCHUIMMELK

CHALLENGE SOLUTION

De consument wil thuis genieten van een lekker kop koffie. Het probleem waar ze tegen aanlopen bij het maken van een cappuccino is dat het te veel tijd en gedoe kost.

The consumer wants to enjoy a nice cup of coffee at home. The problem that people encounter when making a cappuccino is that it involves too much time and hassle.

'De Thuis Barista' maakt het opschuimen makkelijk. Door de melk te schudden en op te warmen ontstaat er melkschuim. Met dit product kan iedereen een thuis-barista worden: shake it & klaar!

'The Home Barista' makes it easy to foam milk. Milk foam is created by shaking and warming up the milk. With this product anyone can become a barista at home: shake and it's done!

Pleun Bonsel | pleunbonsel@hotmail.com
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

TOOB'S - TASTE (Y)OUR OWN BEER, SHARE!

TOOB'S
TASTE (Y)OUR OWN BEER, SHARE!

Met TOOB'S ontwikkel je samen met andere bierliefhebbers je eigen speciaalbier. Geleverd in een door jou zelf ontworpen 5 liter tap vat. Cheers!

- 1 AANMELDEN**
Kies je favoriete biertijl en meld je aan op: www.toobsbeer.nl
- 2 STEMMEN**
Samen met alle andere liefhebbers ga je de eigenschappen bepalen van de door jou gekozen biertijl.
- 3 CUSTOMIZEN**
Terwijl wij gaan brouwen, personaliseren jullie je eigen 5 liter tapvat. Kies een thema, plaats een foto met tekst en geef je bier een toffe naam.
- 4 BEZORGEN**
Koop je maten maar bij elkaar! Wij komen jouw eigen speciaalbier thuis bezorgen of komen het zelf ophalen bij de brouwerij.

W.TOOB'SBEER.COM





TOOB'S - TASTE (Y)OUR OWN BEER, SHARE!

CHALLENGE SOLUTION

Gezelligheid en ontspanning is belangrijk om gelukkiger door het leven te gaan. Daarom wil ik momenten creëren die men samen brengt, naar uit kan kijken en achteraf een mooie herinnering aan heeft.

Met TOOB'S ontwikkel je samen je eigen speciaal bier. Vervolgens customize je het 5 liter tapvat met je eigen foto en teksten. Roep je naasten alvast bij elkaar en geniet samen van jouw/jullie creatie.

Conviviality and relaxation are essential for living more happily. That's why I want to create events that bring people together, they can look forward to and have a beautiful memory of afterwards.

With TOOB'S you can develop your own speciality beer together. Then customise the 5-litre keg with your own photo and text. Get together with your nearest and dearest and enjoy your creation.

Toby Bongers | toby.bongers@outlook.com
FOOD INNOVATION

KICKS - ALCOHOLVRIJE SHOTJES





KICKS - ALCOHOLVRIJE SHOTJES

CHALLENGE SOLUTION

Ik wil de BOB meer plezier en verbinding met de vriendengroep bieden tijdens een avond uit. Voor deze challenge heb ik een innovatief drankenconcept ontwikkeld die daarvoor gaat zorgen.

Vier verschillende shots nodigen de BOB en zijn of haar vriendengroep uit voor een nieuw proostmoment in de kroeg. KICKS brengt dezelfde smaaksensaties als een regulier shotje maar dan verantwoord!

I would like to offer the designated driver more fun and connection with his or her friends during a night out. In this challenge I have developed a new concept for drinks that will solve that issue.

Four different shots invite the designated driver and their friends to experience a new moment to say cheers. KICKS provide the same flavour sensation as a normal shot but in a responsible way!

Charlotte Mollema | lotje_m3@hotmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

KLETSKOEK - KOEKJES VOOR OUDEREN



CONSUMER & BUSINESS



KLETSKOEK - KOEKJES VOOR OUDEREN

CHALLENGE SOLUTION

Eenzaamheid bij ouderen is een groeiend probleem door individualisering van de maatschappij. Ook wordt minder beroep gedaan op hun kennis & levenslessen. Hoe zorgen we voor verbinding tussen jong & oud?

Mijn oplossing die deze verbinding tot leven brengt, is Kletsboek. Hét koekje bij de koffie dat gegarandeerd gespreksstof oplevert, boordevol herinneringen uit de tijd dat ouderen zelf nog jong waren.

More older people are lonely due to the increasing individualisation of society. We also ask them less about their knowledge and life lessons. How do we ensure a connection between young and old?

My solution for bringing this connection to life is Kletsboek, the biscuit that is guaranteed to start a conversation, full of memories from the time that the older people were young themselves.

Merel Lancee | merel.lancee@gmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

ROTAVOND - SAMEN TEGEN EENZAAMHEID



CONSUMER & BUSINESS



ROTAVOND - SAMEN TEGEN EENZAAMHEID

Eenzaamheid onder jongvolwassenen (18-34) is een groot probleem, 43% voelt zich regelmatig eenzaam.

Daarom ben ik op zoek gegaan naar een oplossing met behulp van een foodconcept.

Loneliness is a major problem for young adults (18-34); 43% feel lonely on a regular basis.

I therefore started searching for a solution using a food concept.

Daarom is er nu Rotavond. Dé plek waar eenzame jongvolwassenen samen gaan fermenteren tijdens een 6-delige workshop, waarbij het stimuleren van verbinding tussen de deelnemers het belangrijkste doel is.

Now lonely young adults can come to a 'Rotavond' ('rotten evening') to meet and ferment together during a six-part workshop the main goal of which is to stimulate deeper connections between the participants.

Enya Boleij | enya.boleij@hotmail.com
FOOD INNOVATION | FOOD & DESIGN

DE CHOCOLADETUIN - NATUURLIJK SAMEN

C30

De Chocoladetuin *Natuurlijk Samen*

Door de aankoop van de unieke Chocoladetuin bonbons, gemaakt met bloemen & kruiden, gaat u samen met ons de strijd aan tegen eenzaamheid bij ouderen.

Deze bloemen en kruiden geven niet alleen een heerlijk aroma.

Ze zijn afkomstig uit tuinen waar ouderen samenkomen en kunnen genieten van geuren en kleuren.

- Vier smaken
- Voor Horeca & Retail
- Samen sterk tegen eenzaamheid



CONSUMER & BUSINESS



DE CHOCOLADETUIN - NATUURLIJK SAMEN

CHALLENGE SOLUTION

Verbondenheid bij eenzame ouderen, dat is mijn challenge met mijn nieuwe chocoladeconcept. Lokale samenhang in de strijd tegen eenzaamheid bij ouderen? Dat doen we Natuurlijk Samen.

Stichting De Chocoladetuin brengt eenzame ouderen samen in lokale tuinen, waar bloemen en kruiden worden onderhouden en geoogst. Door deze te verwerken in de bonbons blijven ze allemaal uniek!

Creating connectedness with lonely older people is my challenge with my new chocolate concept. Local solidarity to combat loneliness in older people? Of course that's something we do together.

The Chocolate Garden Foundation brings lonely older people together in local gardens where flowers and herbs are grown and harvested. By using these in chocolates, every one is unique!

Luc Overeem | luc-overeem@live.nl
FOOD INNOVATION

PLANT-BASED CHEESE



CONSUMER & BUSINESS



PLANT-BASED CHEESE

CHALLENGE SOLUTION

Fuji Europe Africa is erg benieuwd naar de ontwikkelingen in de Europese plantaardige kaasmarkt. Hoe zit het met de behoeften van de Nederlandse consument en zijn/haar kaasgebruik?

In het onderzoeksrapport komen de wensen en behoefte van de Nederlandse consument naar boven. Dit biedt een mooie basis voor een pragmatische en pakkende positioneringsstrategie op de plantaardige kaasmarkt.

Fuji Europe Africa is very curious about developments in the European plant-based cheese market. What are the needs of the Dutch consumer and their cheese use?

In the research report, the wishes and needs of the Dutch consumer emerge. This provides a good basis for a pragmatic and attractive positioning strategy on the plant-based cheese market.

Bart Dieleman | BartDieleman96@gmail.com
BEDRIJFSKUNDE EN AGRI-FOODBUSINESS |

Sven van Herwijnen | svenvanherwijnen@hotmail.com
BEDRIJFSKUNDE EN AGRI-FOODBUSINESS

Imke Hoppenbrouwers | imke.hoppenbrouwers@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | BUSINESS

Joris Stok | jorisstok@live.nl
BEDRIJFSKUNDE EN AGRI-FOODBUSINESS |

Simon van der Zwan | simonzwan2@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | BUSINESS

KWARKI - INNOVATIEF ZOMERS BANKET





KWARKI - INNOVATIEF ZOMERS BANKET

CHALLENGE SOLUTION

Zeelandia heeft de wens om meer omzet te genereren van banketproducten tijdens de warme zomer, in de Benelux. Hierop volgend is de vraag ontstaan om een innovatief banketproduct te ontwikkelen.

Kwarki is hét nieuwe banketproduct voor de zomer, speciaal gericht op jongvolwassenen. Kwarki is een verfrissende lekkernij dat bestaat uit een frisse kwarkvulling met een smakelijk rijstcake omhulsel.

Zeelandia wishes to generate more sales of pastries in the Benelux in the warm summer months. Following from this, they want to develop an innovative pastry product.

Kwarki is the new pastry for the summer, aimed especially at young adults. Kwarki is a refreshing delicacy that consists of a fresh curd cheese filling wrapped in a tasty rice cake outside.

Karlijn Heerkens | karlijn.heerkens@vallen.demon.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Marloes Heida | heidamarloes@hotmail.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

Anne Hendriks | anne-hendriks@hotmail.nl
FOOD TECHNOLOGY | PRODUCT

YOU'VE GOT MEAL



CONSUMER & BUSINESS



YOU'VE GOT MEAL

CHALLENGE SOLUTION

Het thuis laten bezorgen van maaltijden is een groeiende markt. Je moet echter wél thuis zijn op het moment van bezorging. Mijn verpakkingsconcept: 'You've got Meal', gaat daar verandering in brengen.

De verpakking is makkelijk af te vullen voor restaurants en wordt vervolgens bezorgd door de brievenbus. Zo wacht je niet meer op je bestelde maaltijd, maar wacht de maaltijd op jou.

Home delivery of meals is a growing market. However, you must be at home at the time of delivery. My packaging concept, You've got Meal is going to change that.

Restaurants can easily fill the packaging that is then delivered through the letter box. No more waiting for your ordered meal. The meal will be waiting for you instead.

Maaïke Snels | maaiquesnells@hotmail.nl
FOOD INNOVATION | PACKAGING & DESIGN

PREMIUM FRESH SOUP



CONSUMER & BUSINESS



PREMIUM FRESH SOUP

CHALLENGE SOLUTION

Hoe moet Henri B.V. (B2B) hun assortiment verse soepen succesvol positioneren en promoten in de consumentenmarkt?

Waarde creëren door middel van een premium positionering. Mogelijkheden voor promotie zitten in de initiële aankoopdrempel te verlagen, verpakkingsaanpassing en het richten op een nieuwe markt.

How should Henri B.V. (B2B) position and promote their range of fresh soups successfully in the consumer market?

Value creation by premium positioning. Promotion opportunities can be created by lowering the initial purchase threshold, changes in packaging and aiming at a new market.

Eloy van Gardingen | eloyvangardingens@gmail.com
BEDRIJFSKUNDE EN AGRI-FOODBUSINESS

Martijn van den Heuvel | martijn.97@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | BUSINESS

Daan van Hooft | daanvanhooft@live.nl
BEDRIJFSKUNDE EN AGRI-FOODBUSINESS

Coen de Rouw | coen_rouw@live.nl
BEDRIJFSKUNDE EN AGRI-FOODBUSINESS

Jelmer Swart | swart.jelmer@gmail.com
FOOD TECHNOLOGY | BUSINESS

TAKEAWAY GEORGIES

C35

GOOD FOOD · GOOD MOOD ·

GEORGIES

GEORGIES, GOOD FOOD FOR A GOOD MOOD

SNELLE GEORGIE: BETAALBAAR EN ROYALNIJ LERKERE WAALLOUEN

De Georgies kan je makkelijk vinden. De Georgies kan je makkelijk vinden. De Georgies kan je makkelijk vinden.

De Georgies kan je makkelijk vinden. De Georgies kan je makkelijk vinden. De Georgies kan je makkelijk vinden.

GEORGIES WERKT MET LOKALE PRODUCTEN

De Georgies kan je makkelijk vinden. De Georgies kan je makkelijk vinden. De Georgies kan je makkelijk vinden.

DE FINIS ECHTE GEORGIE

De Georgies kan je makkelijk vinden. De Georgies kan je makkelijk vinden. De Georgies kan je makkelijk vinden.

De Georgies kan je makkelijk vinden. De Georgies kan je makkelijk vinden. De Georgies kan je makkelijk vinden.

WWW.GEORGIES.COM 05 38 84 14 02 FACEBOOK.COM/GEORGIES INSTAGRAM.COM/GEORGIES



CONSUMER & BUSINESS

LUNCH GEZOND

OOK LEKKER...



**MAASTRICHTER
MOSTERD
SOEP**

Gulpener mosterd met
spek

1 **VOEG TOE**



**ZUURDESEM-
BROOD MET
GEITENKAAS**

Maastrichter zuurdesem
met gratineerde
geitenkaas

1 **VOEG TOE**



**CROQUE
MAASTRICHT**

Maastrichter
boerenbrood met ham &
kaas

1 **VOEG TOE**



**BROOD
KIPKROKET**

Maastrichter
boerenbrood met
kipkrok

1 **VOEG TOE**



TAKEAWAY GEORGIES

CHALLENGE

SOLUTION

Millennials hebben een steeds drukker bestaan.

Flexibele maar lange werkuren en een hoge werkdruk zorgen ervoor dat een goede maaltijd er geregeld bij inschiet en wordt ingevuld met fastfood. Dat kan anders!

Millennials' lives are increasingly busier. Due to flexible but long working hours, they often miss proper mealtimes and resort to fast food.

Georgies, een fast good food takeaway restaurant.

Een persoonlijk concept. Gelegen buiten het stadscentra. Makkelijk, snel te bestellen, en betalen op de website. Producten zijn dagvers en uit de streek.

Georgies, a fast good food takeaway restaurant with a personal concept. Located outside the city centre. Fast and easy ordering/payment on the website. Fresh, local products.

Sjors Heil | sjorsheil1993@gmail.com
FOOD INNOVATION

FGF - HERPOSITIONERING ZUURKOOL



Do good
Feel good
Eat good



FGF - HERPOSITIONERING ZUURKOOL

CHALLENGE SOLUTION

Zuurkool is een product met weinig innovaties.

Het product ziet er al jaren hetzelfde uit. De challenge is om zuurkool te verbreden in de zin van tijd en gerechten.

De oplossing zijn maaltijdpakketten met zuurkool als hoofdingrediënt. De maaltijden bevatten vernieuwde recepten en weetjes over de voordelen van zuurkool.

Sauerkraut is a product with few innovations. It has looked the same for years. The challenge is to broaden sauerkraut's range in terms of mealtimes and dishes.

The solution is meal packages with sauerkraut as the main ingredient, including updated recipes and facts about the benefits of sauerkraut.

Ilaya Zomerschoe | ilaya96@hotmail.com
FOOD INNOVATION | MARKETING & BUSINESS



START-UPS & ENTREPRENEURS

Food Incubators | Start ups | Entrepreneurs
Launching new food concepts



- Studentondernemers die hun business willen starten en/of opschalen.
- Studenten die hun food concept in de markt willen lanceren.

Lector

***Erwin van Woudenberg |
Innovatief ondernemen met natuur***

Dit lectoraat richt zich op het ontwikkelen van natuurvriendelijke landbouwsystemen. Centraal staat het verbinden van economie en ecologie. Doel: het opleveren van nieuwe verdienmodellen voor natuur.

- Student entrepreneurs who want to start and/or scale up their business.
- Students who want to launch their food concept on the market

Lectureship

***Erwin van Woudenberg | Innovative
Entrepreneurship in Rural Areas***

This lectureship focusses on developing environmentally-friendly agricultural systems, with a central focus on creating links between economy and ecology. Goal: to deliver new business models for the environment.

Alumnus

STUDIO FAVA

— STUDIO —
FAVA



START-UPS & ENTREPRENEURS

STUDIO FAVA

INTRODUCTION VISION

Met een team van creatieve chefs, technologen en designers vertaalt Studio Fava inzichten naar ideeën, trends naar concepten en prototypes naar werkelijke producten.

Met een team van creatieve chefs, technologen en designers vertaalt Studio Fava inzichten naar ideeën, trends naar concepten en prototypes naar werkelijke producten.

Om bij te dragen aan een gezondere planeet, ontwikkelt Studio Fava toekomstbestendige food concepten. Onze missie is simpel: mensen inspireren om meer planten en minder dieren te eten.

Striving to contribute to a healthier planet, Studio Fava develops futureproof food concepts. Our mission is simple: inspire people to eat more plants and fewer animals.

Dennis Favier

dennis@firmavier.nl

BEDRIJFSKUNDE & AGRIBUSINESS, FOOD DESIGN | ALUMNUS

2007

RABOBANK



Innovatie is essentieel om de transitie naar een duurzame voedselketen te realiseren, dit begint bij de talenten van morgen op de HAS Food Experience

Innovation is essential to realise to transition towards a sustainable foodchain, starting with the talents of tomorrow at the HAS Food Experience



Rabobank

RABOBANK

INTRODUCTION VISION

Rabobank is de financier van de AgriFood keten in Nederland en daarbuiten en heeft als doel ondernemers verder helpen duurzaam te groeien met inzet van financiering, kennis en netwerk.

Rabobank is the AgriFood bank in the Netherlands and abroad. Our goal is to support food companies in their ambition to grow in a sustainable way with help of our funding, knowledge and network.

De voedselketen is in transitie door snel veranderende consumententrends en de noodzaak om te verduurzamen vanwege schaarste in grondstoffen en grenzen aan belastbaarheid van milieu en klimaat.

The foodchain is in fundamental transition due to changing consumer trends and the necessity for a more sustainable production now resources become more scarce

Martijn Rol

martijn.rol@rabobank.nl

www.rabobank.nl/food

EXCARGOTS - SUSTAINABLE SNAIL FARMING

S01

Excargots

SUSTAINABLE SNAIL FARMING



START-UPS & ENTREPRENEURS



EXCARGOTS - SUSTAINABLE SNAIL FARMING

CHALLENGE SOLUTION

Er is steeds meer vraag naar manieren om eiwitten te kweken als alternatief voor vlees. De meeste oplossingen zijn gefocust op insecten en plantaardige eiwitten. Er zijn nog meer mogelijkheden.

Slakken kunnen duurzaam worden gekweekt op veel van onze organische reststromen. Ze zijn een goede bron van eiwit. Er zijn veel toepassingen, zowel in de voedsel als in de diervoeder industrie.

Currently there is an increasing demand for more sustainable meat alternatives. Most solutions in this field are focussed on insects and plant protein. However, there are other possibilities.

Snails can be reared sustainably on most of our organic waste and are a good source of protein. There are many applications, in both human food and the animal feed industry.

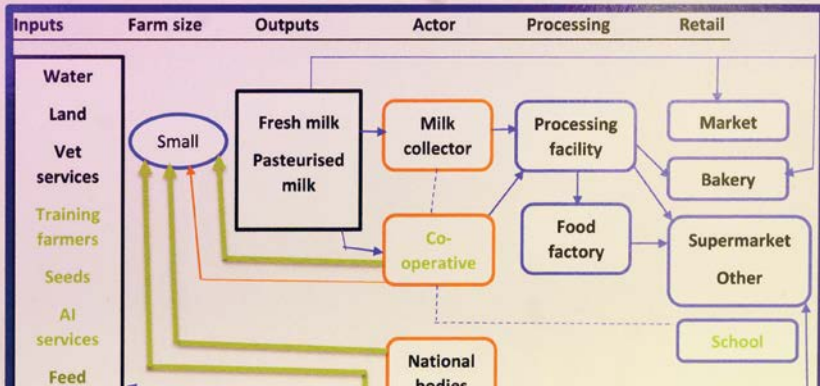
Marijn Roosen | marijn.roosen@gmail.com
TOEGEPASTE BIOLOGIE | BETEKENISVOL ONDERNEMEN

THE FUTURE OF DAIRY IN MYANMAR



START-UPS & ENTREPRENEURS

Improved Supply Chain



THE FUTURE OF DAIRY IN MYANMAR

CHALLENGE SOLUTION

Productie van zuivel in het warme Myanmar ligt op z'n gat. Hoe bouw je de keten op en blijf je inspelen op de mogelijk groeiende vraag? Wij zochten het uit voor Agriterra.

In samenwerking met studenten in Myanmar hebben wij de mogelijkheden voor een coöperatie uitgedacht in de central dry zone om de zuivelketen op te kloppen, zowel in productie als voor consumenten.

Dairy production in the heat of Myanmar is on its knees. How can you build up the supply chain and continue to respond to a potential growth in demand? We investigated for Agriterra.

Collaborating with students from Myanmar, we devised possibilities for a cooperative in the Central Dry Zone aiming to stimulate the dairy chain, in terms of both production and for consumers.

Martijn Kool | v1-look@hotmail.com
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Claudia Schenk | claudia-js@live.nl
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

Emille Fumagalli
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | CROP

FAIR TO DUTCH FARMERS CHOCOLATE



START-UPS & ENTREPRENEURS



FAIR TO DUTCH FARMERS CHOCOLATE

CHALLENGE SOLUTION

De Nederlandse melkboeren krijgen een te lage prijs voor hun product. Hierdoor is het uurloon erg laag en is het maken van noodzakelijke investeringen om aan regels te voldoen steeds moeilijker.

The price Dutch dairy farmers are paid for their products is too low. The resulting low hourly wages make it increasingly difficult to afford the investments needed to meet regulations.

We hebben een chocoladereep ontwikkeld, waarbij de verwerkte melk afkomstig is van boeren die een hogere melkprijs hebben ontvangen.
-Trots op onze boeren-

We have developed a chocolate bar that contains milk produced by farmers who have been paid a higher milk price.
-Proud of our farmers-

Yvonne van Oosterhout | yvonnev.oosterhout@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | BETEKENISVOL ONDERNEMEN

ALON ISRAELI - IMPACTVOLLE VIDEO'S



START-UPS & ENTREPRENEURS



ALON ISRAELI - IMPACTVOLLE VIDEO'S

Hoe genereer je content dicht bij je doelgroep, met impact, met verstand van de materie (food, agro, environment)? Hoe breng evenementen krachtig in beeld? Wie is de videograaf van HAS Food Experience?

How do you generate content close to your target group that has an impact, is knowledgeable about the subject (agrifood, environment)? How can you present events in a powerful way? Who is the HAS Food Experience videographer?

Met mijn bedrijf produceer ik hoogwaardige content voor bedrijven, evenementen en merken gericht op de duurzame sector, met verstand van inhoud, begrip voor doelgroep en feilloze vertaalslag naar kwalitatieve beelden.

We produce quality content for companies, events and brands focussed on the sustainable sector, with subject knowledge, insight into the target group, translating it perfectly into quality images.

Alon Israeli | Contact@alonisraeli.com
MILIEUKUNDE | ONDERNEMEN

TROUBLE TAKERS



START-UPS & ENTREPRENEURS

TROUBLE TAKERS

FUTUREPROOF FOOD CONCEPT DEVELOPMENT

TROUBLE TAKERS

CHALLENGE SOLUTION

Hoe laat je betere, duurzamere, socialere of
gezondere voedselproducten aansluiten
op de behoeften van de consument?

How do you create a better match between
more sustainable, more social or healthier
food products and the needs of consumers?

Met mijn bedrijf Trouble Takers geef ik handen
en voeten aan voedseltransitie. Ik ondersteun
organisaties bij branding, storytelling en
positionering en werk deze in opdracht uit.

With my company Trouble Takers I put the food
transition into practice. I support organisations
with branding, storytelling and positioning,
working on a project basis.

Harmke Ipema | harmke@troubletakers.com
FOOD INNOVATION | BETEKENISVOL ONDERNEMEN

THE FOOD KEES



START-UPS & ENTREPRENEURS



THE FOOD KEEES

CHALLENGE SOLUTION

Hoe breng je de food-producent (van boeren tot restaurateurs) en de food-consument dichter bij elkaar? Door verhalen te vertellen. Ik zet het verhaal om in videografie, fotografie, tekst en web-design.

Using media such as videography, photography, copy and web design to connect food producers (from farmers to restaurant owners) and food consumers.

The Food Kees brengt de passie en verhalen achter de foodproducten sterk in beeld met media in combinatie met een taal die de consument ook begrijpt.

The Food Kees captures the passion and the stories behind the food products, using media combined with language the consumer understands.

Kees van Duinhoven | kvanduinhoven@gmail.com
FOOD INNOVATION | ONDERNEMEN

WORLD FOOD FOUNDATION



START-UPS & ENTREPRENEURS



WORLD FOOD FOUNDATION

CHALLENGE SOLUTION

Hoe kunnen we het vinden van dagelijkse kwaliteitsinformatie en inspiratie leuk en makkelijk maken? En kunnen we onze krachten bundelen om samen mooie initiatieven op te zetten?

Elke foodliefhebber kan een inspirerende journalist, leraar of ondernemer zijn. Wij bieden een platform, coaching en feedback zodat het aan onze standaard voldoet en makkelijk te consumeren is.

How can we make it easier and more fun to find inspiration and high-quality content on a daily basis? And can we combine our strengths to build great initiatives together?

Every food lover can be an inspiring journalist, teacher or entrepreneur. We provide a platform and coaching and give feedback so the content is up to our standards and makes it easy to consume.

Marieke Schouten | hello@mariekeschouten.com
FOOD INNOVATION

KENNIS OVER GROENTEN EN FRUIT

S08

KENNIS OVER GROENTEN EN FRUIT

Fruit		Groenten
113 gr	nu	131 gr
200 gr	aanbevolen	250 gr

gemiddeld per persoon en per dag

Gezondheidseffecten van stoffen in groenten en fruit

Wortel bevat provitamine A maar waar is dat dan goed voor?



Met deze kaartjes kom je meer te weten over gezondheidseffecten van een bepaald soort groente.

hag
K-03





KENNIS OVER GROENTEN EN FRUIT

CHALLENGE SOLUTION

Hoe kun je de kennisoverdracht van groente- en fruitconsumptie vergroten, zodat ook daadwerkelijk het gedrag van consumenten veranderd?

Ik heb de gezondheidseffecten van groenten en fruit op een toegankelijke manier vertaald naar kaarten. Hiermee wordt de consument geïnformeerd, geïnspireerd en verleid tot het eten van meer groenten en fruit.

Knowledge transfer to stimulate society's fruit and vegetable consumption.

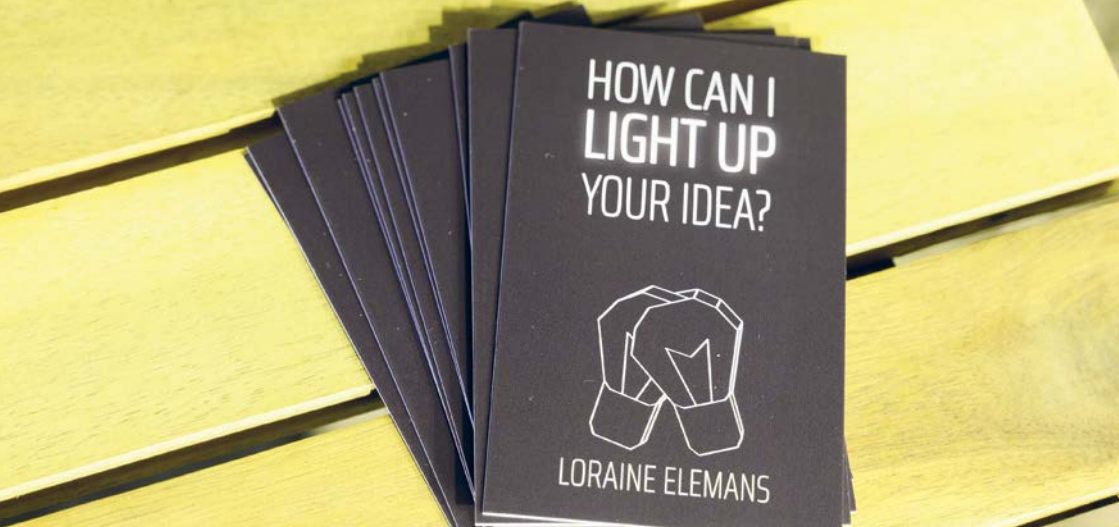
I have made easy-to-understand cards giving details of the health effects of fruit and vegetables. The cards inform and inspire the consumer and tempt them to eat more fruit and vegetables.

Jill Koster | jill.koster@hotmail.nl
FOOD INNOVATION | BETEKENISVOL ONDERNEMEN

LUMEN BRANDING & DESIGN



START-UPS & ENTREPRENEURS



LUMEN BRANDING & DESIGN

CHALLENGE SOLUTION

Cultuur en consumentengedrag is belangrijk als het gaat om grafisch ontwerp. Het consumentengedrag verschilt per cultuur en is van belang om ervoor te zorgen dat een productlancering goed verloopt.

Research the combination of consumer behaviour and design in other cultures so that companies can seek tailor-made advice from LUMEN and the design can be launched successfully in another culture.

Een designbureau wat onderzoek gaat doen naar consumentengedrag in verschillende culturen wat leidt tot advies op maat m.b.t hoe jij jouw verpakkingontwerp goed in een andere cultuur kan lanceren.

A design agency that will conduct research into consumer behaviour in different cultures, leading to tailor-made advice on how to properly launch your packaging design in a different culture.

Loraine Elemans | loraineelemans@outlook.com
FOOD INNOVATION | ONDERNEMEN

SPROUT NOW - ONLINE 4 FOOD STARTUPS



START-UPS & ENTREPRENEURS



SPROUT NOW

ONLINE MARKETING 4 FOOD STARTUPS

SPROUT NOW - ONLINE 4 FOOD STARTUPS

Hoe kan je als food startup opvallen met het groeiende aantal nieuwe concepten op de markt? Is er een iemand die kan helpen bij online marketing, iemand die de ondernemer en de consument begrijpt?

How to stand out as a food start-up in a market with a growing number of new concepts? Is there someone who can help with online marketing, someone who understands the new entrepreneur and the consumer?

Sprout Now is een vernieuwend, online marketingcommunicatiebureau speciaal voor de startende food ondernemer, zet een stap de goede kant op om de markt te veroveren met jouw bedrijf.

Sprout Now is an innovative online marketing agency, specialising in food start-ups. Take a step in the right direction to conquer the market with your business.

Danielle Vreeburg | devreeburg@gmail.com
FOOD INNOVATION | MARKETING & BUSINESS

B-KIND



START-UPS & ENTREPRENEURS



B-KIND

CHALLENGE SOLUTION

Door klimaatverandering is er steeds meer druk op de natuur. De productie van voedsel speelt hier een grote rol in.

Ik maak de heerlijkste producten op een verantwoorde manier, waarbij de natuur centraal staat. In samenwerking met boeren en imkers ga ik met mijn bedrijf B-Kind voor natuurinclusief!

Climate change is putting nature under increasing pressure. Food production plays a big role in this.

Protecting nature is our biggest goal and we craft our delicious products in a responsible way. Together with farmers and beekeepers B-Kind is working to become a nature-inclusive business.

Sergio Toma | info@b-kind.nl
FOOD INNOVATION | ONDERNEMEN

DIVERSITUIN - TUINIERSPAKKETJE



START-UPS & ENTREPRENEURS



DIVERSITUIN - TUINIERSPAKKETJE

CHALLENGE SOLUTION

We zijn ons steeds minder bewust wat de natuur voor ons betekent en wat wij voor de natuur kunnen betekenen. Iedereen heeft de mogelijkheid om deze betekenis weer terug te kunnen vinden.

We are less and less aware of what nature means to us and what we can do for nature. Everyone has the possibility of finding this meaning again.

Bij diversituin bieden we tuinierspakketjes aan, waarmee we mensen de mogelijkheid geven om thuis het plezier in tuinieren te vinden en samen het groeiproces en nut van planten te ontdekken.

At diversituin we offer gardening packages that give people the opportunity to feel the pleasure of gardening at home and to discover the growth process and usefulness of plants.

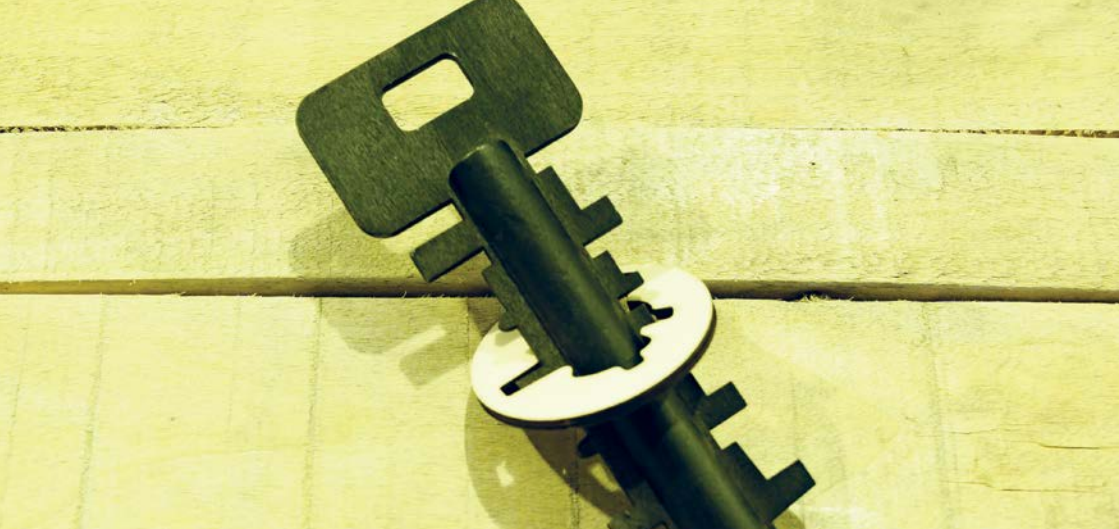
Janine de Jong | Janinedejong4@hotmail.com
TOEGEPASTE BIOLOGIE | BETEKENISVOL ONDERNEMEN

Sebastiaan Overheul | Overheul.bas@gmail.com
CHRISTELIJKE HOGESCHOOL EDE | BEDRIJFSKUNDE

FOODSEE - DO YOU SEE YOUR FOOD?



START-UPS & ENTREPRENEURS



FOODSEE - DO YOU SEE YOUR FOOD?

CHALLENGE SOLUTION

Eatertainment is een trend die steeds meer aan het groeien is. Mensen willen tegenwoordig niet alleen maar nog “gewoon” uiteten. Ze willen meer, ze willen ook vermaakt worden.

Eatertainment is a growing trend in The Netherlands. People nowadays don't just want to go out for dinner. They want more. They want to be entertained.

Foodsee is de plek waar food & fun samen komen. In teams strijd je voor het lekkerste en meest luxe diner!

Foodsee is the place where food & fun come together. In teams you can compete for the most delicious and luxurious dinner!

Femke van Raaij | femkee_94@hotmail.com
FOOD INNOVATION

JPM FASTFOOD - TOEKOMST FAMILIEBEDRIJF

S14



Gevalde broodjes Mini-broodjes Tosti-en burgers

BROODJES MET KARAKTER

JPM Fastfood Tel. +31 (0)493 320222 www.jpmfastfood.nl



START-UPS & ENTREPRENEURS



JPM FASTFOOD - TOEKOMST FAMILIEBEDRIJF

CHALLENGE SOLUTION

Hoe maak ik ons flexibel en wendbaar familiebedrijf in diepgevroren hartige bakkerijproducten toekomstbestendig in de veranderende wereld van vlees en innovatie?

Onze wendbaarheid en innovatiekracht zijn van groot belang om samen met klanten nieuwe diepgevroren assortimenten te ontwikkelen. Ik heb hiertoe een toekomstplan uitgewerkt met businessmodel en implementatie.

How do we make our flexible and agile family business in frozen savoury bakery products futureproof in the changing world of meat and innovation?

Our flexibility and innovative power are crucial in collaborating with customers to develop new frozen assortments. Hence I have developed a plan for the future with business model and implementation.

Dennis van de Mortel | dennis_vdmortel@hotmail.com
FOOD TECHNOLOGY | ONDERNEMEN

DABBA DINER



Winner

FoodManShip Award Start-ups & Entrepreneurs



DABBA DINER

CHALLENGE SOLUTION

Er is volgens ons te weinig kwalitatief en duurzaam eten op de thuisbezorgd markt te vinden. Wij namen de uitdaging aan om een nieuw concept te ontwikkelen.

Wij leveren iedere vrijdag overheerlijke vegetarische maaltijden in Dabba's. Dabba's zijn herbruikbare roestvrijstalen maaltijd-boxes.

In our opinion, the home delivery market does not provide enough high-quality or sustainable food. We took the challenge to develop a new concept.

Every Friday we deliver delicious vegetarian meals in dabbas. Dabbas are reusable stainless steel meal boxes.

Noor Boereboom | noorboereboom@gmail.com
FOOD INNOVATION | BETEKENISVOL ONDERNEMEN

Alexander Steenis | alexandersteenis@gmail.com
FOOD INNOVATION | BETEKENISVOL ONDERNEMEN

DE BALLERIJ - DADELTRUFFELS

DE BALLERIJ

DADEL TRUFFEL

De dadel truffel, het lekkere tussendoortje dat bijdraagt aan een gezonde levensstijl.

Ideaal voor bij de koffie, op de borrelplank, of als tussendoortje.

Vol van smaak Voor de lekkere trek
Vezelrijk Ongebakken Plantaardig

Dadel **Kokos**

Cashewnoten & Amandel **Appel & Kaneel** **Pero & Hazelnoot**

Cashewnoten
Amandel
Pommes
Kaneel
Appel
Pero
Hazelnoot

De dadel truffel is een heerlijk tussendoortje dat bijdraagt aan een gezonde levensstijl. Het is gemaakt van dadeltruffels en is ideaal voor bij de koffie, op de borrelplank, of als tussendoortje.

De dadel truffel is een heerlijk tussendoortje dat bijdraagt aan een gezonde levensstijl. Het is gemaakt van dadeltruffels en is ideaal voor bij de koffie, op de borrelplank, of als tussendoortje.

Runner up

FoodManShip Award Start-ups & Entrepreneurs



DE BALLERIJ - DADELTRUFFELS

CHALLENGE SOLUTION

Mijn uitdaging is om gezondere tussendoortjes te creëren die lekker smaken en er goed uit zien. Hiermee volg ik de trends van gezonder eten en kleinere porties in de Nederlandse markt.

De Ballerij biedt dadeltruffels, hét lekkere tussendoortje dat enkel dadels, noten, zaden en gedroogd fruit bevat. Een vezelrijk en plantaardig genotsmoment met vele smaak- en presentatiemogelijkheden.

My challenge is to create healthier snacks that taste amazing and look fantastic, following the trends of healthier food and reduced portion size in the Dutch market.

The date truffle, a delicious snack containing only dates, nuts, seeds and dried fruits. A high-fibre plant-based delicacy with many different flavour and display options.

Collin Brom | collin.brom@tiscali.nl
INTERNATIONAL FOOD & AGRIBUSINESS | ONDERNEMEN

BAKKIE DOEN? KOFFIE ALTERNATIEF

S17



START-UPS & ENTREPRENEURS



BAKKIE DOEN? KOFFIE ALTERNATIEF

CHALLENGE SOLUTION

We zijn ons steeds meer bewust van ons (on) gezonde eetgedrag, maar hoe zit het met ons koffiegebruik? Hoe kan je gezond en productief zijn door minder koffie te drinken?

We are increasingly conscious of our healthy and unhealthy eating behaviour, but what about our coffee use? How can you be healthy and productive by drinking less coffee?

Bakkie doen? is een alternatief voor koffie, gemaakt met natuurlijke ingrediënten die het effect van cafeïne nabootsen. Hierdoor bied ik een makkelijk en lekker alternatief voor koffie. Kom je een bakkie doen?

Bakkie doen? is an alternative to coffee made with natural ingredients that mimic the effect of caffeine. I offer you an easy and delicious alternative to coffee. Are you coming round for a cup?

Rob van Meijl | rob@van-meijl.com

BEDRIJFSKUNDE EN AGRI-FOODBUSINESS | ONDERNEMEN

PARADIJSJES - IJSJES VOOR ZIEKTE

\$18

paradijsjes

voor een wereld zonder ziekte

Wolfram Citroen

Abrikoos Mango

geen zandvoeding

meer beweging

meer onderzoek

START-UPS & ENTREPRENEURS

The image shows a woman with long brown hair, wearing a leopard print dress and a name tag, standing behind a table. The table is covered with a dark blue cloth and displays several boxes of 'paradijsjes' ice cream, a stack of brochures, and some fruit including lemons, limes, and strawberries. To the right of the woman is a white ice cream machine. Behind her is a large poster with the brand name 'paradijsjes' and the tagline 'voor een wereld zonder ziekte'. The poster features illustrations of two ice cream cones: one labeled 'Wolfram Citroen' and the other 'Abrikoos Mango'. Below these are three icons with text: a fork and spoon for 'geen zandvoeding', a person running for 'meer beweging', and a magnifying glass for 'meer onderzoek'. A price tag in the top right corner of the image frame indicates '\$18'. In the bottom left corner, there is a logo for 'START-UPS & ENTREPRENEURS' featuring a stylized rocket and a fork.



PARADIJSJES - IJSJES VOOR ZIEKTE

CHALLENGE SOLUTION

Ongeneeslijk zieke kinderen ervaren bijwerkingen van de behandelingen en meer dan de helft krijgt sondevoeding toegediend. Mijn doel is om deze kinderen weer een eetbeleving terug te geven.

Terminally ill children experience side effects from their treatments and more than half receive tube feeding. My goal is to give them back the experience of eating again.

Een Paradijsje speelt in op de bijwerkingen, kan 3D geprint worden en wordt verkocht in een supermarkt, waarbij €0,50 van iedere verpakking naar onderzoek in het Prinses Maxima Centrum gaat.

A Paradijsje is a response to the side effects, can be 3D-printed and is sold in supermarkets where € 0.50 of each package goes to research at the Princess Maxima Center for pediatric oncology.

Maud Ketelaars | mketelaars@outlook.com
FOOD INNOVATION | BETEKENISVOL ONDERNEMEN

REGISTER

G22	Future Food Farming- 3D geprint ei	Denise	Abbel
L07	KOOKKID - Maaltijdpakket voor kids	Denise	Abbel
C19	Future Fit Olives from Algeria	Jelle	Ardon
L16	Frozen kefir - Het ijs dat bruist	Eva van	Asperen
C07	Kook van Jou	Ilse van	Baal
C08	Skweez je hummus!	Ilse van	Baal
C17	Avocados - Future Accreditation	Romy	Baath
G05	Wortelsap verrijkt met β -caroteen	Anne van	Beek
C18	RedHotIntercrop - Agroforestry Chill	Dirk	Beerendonk
L34	Tipsy's - Buffalo beetle snacks	Yasiera	Benabderrahmane
G18	Luchtige oplossing - sproeidroger	Cato van	Bergen
C11	Manbakes - Men Packaging Only	Kristie van	Best
C19	Future Fit Olives from Algeria	Bineke	Bethlehem
L08	DOUBLE W - #WOW #TostiWafel #Healthy	Laudine de	Bever
L25	S'WEED - Tofu marinade	Laudine de	Bever
L28	Binq - verantwoordere chocoladesnack	Anne van den	Biggelaar
L33	UMI - Algen dumpling	Renée	Bijeman
C18	RedHotIntercrop - Agroforestry Chill	Irene	Boelen
G16	Optimalisatie van premium oliën	Willèmke	Boer
S15	Dabba diner	Noor	Boereboom
L27	Algrain-Het zoutloze broodproduct	Martijn	Boezer
C29	Rotavond - samen tegen eenzaamheid	Enya	Boleij
G15	Wijn(ig) Mengen	Kim	Bonants
C26	TOOB'S - Taste(y)our own beer, share!	Toby	Bongers
C25	De Thuis Barista - opschuimmelk	Pleun	Bonsel
C07	Kook van Jou	Fabienne	Bosman
L26	Zout Maatje	Fabienne	Bosman
G18	Luchtige oplossing - sproeidroger	Patrick	Bouwmans
C24	Ice Scubes	Yasin El	Bouzidi
G14	Cold Brew Coffee - Extractie	Cas van	Breugel
S16	De Ballerij - Dadeltruffels	Collin	Brom
G30	The future of palm oil	Tessa	Brorens
L40	Fer & Wart - plantaardige meringues	Eline	Bruijn
L40	Fer & Wart - plantaardige meringues	Pleun	Burgmans
L11	Daily Meal	Sofie van der	Burgt
L28	Binq - verantwoordere chocoladesnack	Celine	Cantineau

Ester		Ceriani	Sustainable cacao from São Tomé	C16
Fabiën		Daanen	Faba bean ice cream – PULSE project	G25
Fleur		Damoiseaux	(H)Eerlijk Vlees	C15
Lisa		Dickens	Frozen kefir - Het ijs dat bruist	L16
Bart		Dieleman	Plant-based cheese	C31
Manon		Dierx	Opwarmsalon - Warme to-go producten	C23
Manon		Dierx	Faba bean ice cream – PULSE project	G25
Tigo		Dijkstra	GBM reductie in aardappelteelt	G31
Joost		Dilven	Hap-Pea - protein transition	G24
Stefan		Dimmers	Luchtige oplossing - sproeidroger	G18
Stef		Dirks	Sustainable cacao from São Tomé	C16
Dirk		Driessen	HupsaCake - Dé eiwitrijke lekkernij	L31
Nathalie		Drost	Wortelsap verrijkt met β -caroteen	G05
Richelle		Dubbeld	Pakora - Indian crispy fritters	L37
Kees	van	Duinhoven	The Food Kees	S06
Rachel		Eikelboom	Fer & Wart - plantaardige meringues	L40
Loraine		Elemans	LUMEN Branding & Design	S09
Janna	van den	Elzen	Pooper - Koeienmestvezel verpakking	G26
Sabine		Engelbart	Optimalisatie van premium oliën	G16
Maura		Evers	GBM reductie in aardappelteelt	G31
Wanrong		Franken	HupsaCake - Dé eiwitrijke lekkernij	L31
Jord		Frenken	Skinned - Chips from Potato Peels	G11
Carlo		Frenquellucci	RedHotIntercrop - Agroforestry Chilli	C18
Emille		Fumagalli	The future of dairy in Myanmar	S02
Eloy	van	Gardingen	Premium Fresh Soup	C34
Noor	van	Gelder	Hét hulpmiddel voor allergenen!	G20
Evy	de	Gier	(H)Eerlijk Vlees	C15
Evy	de	Gier	VERREK foodrek - praktisch bewaren	G10
Quinty		Gijsberts	ATFD - De nieuwe droogtechniek	G19
Connor		Goldsmits	(H)Eerlijk Vlees	C15
Connor		Goldsmits	ZÓ - 250g groente op 1 eetmoment!	L10
Sjoerd	van der	Goot	Verwerking perskoek van walnoten	G07
Eileen	van	Gorp	Verwerking perskoek van walnoten	G07
Anne-Jeth de		Groot	Uk & Puk - Hallo Pinda! Hallo Ei!	L21
Nienke		Gundlach	Menu van de Toekomst	C14
Niek		Gunsing	Optimalisatie van premium oliën	G16
Bas	van	Gurp	ROETS - Stoere groentenconcepten	L01
Bas	van	Gurp	S'WEED - Tofu marinade	L25
Hicham		Hajji	Optimalisatie van premium oliën	G16
Liv		Hansen	De smaakjeswatertap	C05
Annabel		Hanssen	Fibre Tree - Supplier of Good Carbs	L19

L25	S'WEED - Tofu marinade	Annabel	Hanssen
C18	RedHotIntercrop - Agroforestry Chilli	Faye	Hartman
C32	Kwarki - Innovatief Zomers Banket	Karlijn	Heerkens
C32	Kwarki - Innovatief Zomers Banket	Marloes	Heida
G17	Modellering buizenwarmtewisselaar	Niels van der	Heijden
C35	Takeaway Georgies	Sjors	Heil
C32	Kwarki - Innovatief Zomers Banket	Anne	Hendriks
G06	SMUL - Samen tegen waste!	Esmee	Hendriks
C10	DOGtGO	Isa	Hendrix
C31	Plant-based cheese	Sven van	Herwijnen
C34	Premium Fresh Soup	Martijn van den	Heuvel
L15	Tastefulness - oven baked chips	Iris van den	Heuvel
L34	Tipsy's - Buffalo beetle snacks	Natasha	Hofman
C34	Premium Fresh Soup	Daan van	Hooft
L31	HupsaCake - Dé eiwitrijke lekkernij	Floor	Hoogeboom
C31	Plant-based cheese	Imke	Hoppenbrouwers
L27	Algrain-Het zoutloze broodproduct	Manouk van den	Hout
G15	Wijn(ig) Mengen	Timon	Houwers
L28	Binq - verantwoordere chocoladesnack	Isabel	Huijbers
C16	Sustainable cacao from São Tomé	Laura	Huiting
C16	Sustainable cacao from São Tomé	Kira	Ingenhoven
S05	Trouble Takers	Harmke	Ipema
S04	Alon Israeli - Impactvolle video's	Alon	Israeli
L39	Nuts About Coconuts	Tom	Jacobs
G07	Verwerking perskoek van walnoten	Demi	Jansen
C02	KORST aardappelen	Annemiek	Janssen
C07	Kook van Jou	Jessie	Janssen
L23	Smaak je water!	Jessie	Janssen
C19	Future Fit Olives from Algeria	Evi	Jeucken
G21	QUALITY AUDIT MEATS PRIORITIES	Lisanne de	Jong
S12	Diversituin - Tuinierspakketje	Janine de	Jong
L32	ProTwist - eiwitrijk koekje	Juulke	Jonkers
L33	UMI - Algen dumpling	Samantha	Joosten
L16	Frozen kefir - Het ijs dat bruist	Renske	Kanters
L14	Make Water Great Again	Margie	Kelders
G19	ATFD - De nieuwe droogtechniek	Niels van de	Kerkhof
L28	Binq - verantwoordere chocoladesnack	Vera van de	Kerkhof
G20	Hét hulpmiddel voor allergenen!	Susie	Ketelaars
S18	Paradijsjes - ijsjes voor ziekte	Maud	Ketelaars
L13	Tulsi - Energy by Nature	Maryse	Kipping
G18	Luchtige oplossing - sproeidroger	Julia	Klaren

Derk	de	Kleijn	Dutch milk in Saudi Arabia	C22
Sara		Klein	BUZZ - Feestelijke bubbels	C04
Sam		Klijberg	Think Global Act Local - Voedselbos	G32
Suzanne		Klompe	Dutch milk in Saudi Arabia	C22
Michiel	de	Kok	Sustainable Palm Oil in Colombia	G29
Martijn		Kool	The future of dairy in Myanmar	S02
Diede		Koppenol	ZON in je box - heathy kids lunch	L22
Jill		Koster	Kennis over groenten en fruit	S08
Annick	van de	Laak	Winky's groente pannenkoeken	L02
Bob		Lammers	Hap-Pea - protein transition	G24
Merel		Lancee	Kletsboek - koekjes voor ouderen	C28
Agnes		Landa	The Breakfast Ring	L09
Aimy		Lankheet	Think Global Act Local - Voedselbos	G32
Sjoukje		Lantinga	Hersluitbare rijstwafelverpakking	C09
Lisa		Leerkamp	Goede bodem van Hollandse bonen	L38
Charlotte		Lemmens	Kook van Jou	C07
Charlotte		Lemmens	Snackcube - het recyclebare chipspak	G27
Hannes		Lenhart	Sustainable Palm Oil in Colombia	G29
Vince		Leufkens	Faba bean ice cream – PULSE project	G25
Vince		Leufkens	Kneip je Groenterijk	L03
Iris	de	Ligt	Quiche jij maar - groente bodems	L05
Ilse		Lokerse	HupsaCake - Dé eiwitrijke lekkernij	L31
Ewoud		Loning	Modellering buizenwarmtewisselaar	G17
Lieke		Looman	Ra ra ra, waar blijft de chocola?	G12
Fieke		Maas	Ra ra ra, waar blijft de chocola?	G12
Jeske		Manschot	The Fifth Quarter	G01
Marijn		Mantel	The secret dinner	G28
Ella		Marshall	Sustainable Palm Oil in Colombia	G29
Matthew		Meeusen	Algrain-Het zoutloze broodproduct	L27
Rob	van	Meijl	Bakkie doen? - Koffie alternatief	S17
Stijn		Meulenbroek	UMI - Algen dumpling	L33
Noud		Meulenmeesters	Wijn(ig) Mengen	G15
Vivian		Michielsen	Fermentatie versnelling	G13
Joost		Millenaar van Herwijnen	GBM reductie in aardappelteelt	G31
Lars		Moerman	Ra ra ra, waar blijft de chocola?	G12
Charlotte		Mollema	KICKS - Alcoholvrije shotjes	C27
Charlotte		Mollema	Future Food Farming- 3D geprint ei	G22
Niels		Mommersteeg	Avocados - Future Accreditation	C17
Anne		Moors	Hét hulpmiddel voor allergenen!	G20
Dennis	van de	Mortel	JPM Fastfood - toekomst familiebedrijf	S14
Caya		Murre	Colour your day - veggie breakfast	L04

L25	S'WEED - Tofu marinade	Caya	Murre
G30	The future of palm oil	Brenda	Nabisubi
G24	Hap-Pea - protein transition	Celine	Nieboer
G02	Hollands Hoen - Heritage Poultry	Caroline van	Nierop
C18	RedHotIntercrop - Agroforestry Chilli	Vincit	Nkouka
C17	Avocados - Future Accreditation	Wes	Noland
L12	Volmaakt - Bijbelse kijk op gezondheid	Ankie van	Oort
S03	Fair to Dutch farmers chocolate	Yvonne van	Oosterhout
G30	The future of palm oil	Fenna	Oostrum
L30	Doorbreker- De gezondere snackreep	Kemmy	Osinowo
G04	SEAsoning - zeewier	Rosalinde den	Outer
C30	De Chocoladetuin - Natuurlijk Samen	Luc	Overeem
S12	Diversituin - Tuinierspakketje	Sebastiaan	Overheul
G23	Gerst happen	Maurice	Pals
C22	Dutch milk in Saudi Arabia	Emiel van	Pelt
C22	Dutch milk in Saudi Arabia	Piia	Pesola
G24	Hap-Pea - protein transition	Fleur	Peters
L34	Tipsy's - Buffalo beetle snacks	Johnny	Pham
G03	The Rib Hunter - Vegetarische ribs	Palm	Phonpornvithun
L35	Inge maakt: Pickled Seaweed	Inge	Poelman
G09	FanVino - Fantaptische Wijnen!	Fanny	Prins
G29	Sustainable Palm Oil in Colombia	Frank	Prinsen
S13	Foodsee - Do you see your food?	Femke van	Raaij
L24	BURST - Alcoholvrije soda	Jalta	Raaijmakers
C16	Sustainable cacao from São Tomé	Duncan	Ralston
C06	Revive! De ultieme gamedrank	Pien	Relou
L40	Fer & Wart - plantaardige meringues	Demi	Reppmann
L34	Tipsy's - Buffalo beetle snacks	Maarten	Reuvekamp
C19	Future Fit Olives from Algeria	Jessica	Rijnen
G17	Modellering buizenwarmtewisselaar	Niek van	Rooij
S01	Excargots - sustainable snail farming	Marijn	Roosen
G21	QUALITY AUDIT MEATS PRIORITIES	Nikki	Ros
G13	Fermentatie versnelling	Noortje van	Rossum
C34	Premium Fresh Soup	Coen de	Rouw
C20	Het verbeterde speciaalbierschap	Esther	Rozendaal
G30	The future of palm oil	Bram van de	Sanden
L32	ProTwist - eiwitrijk koekje	Claire van der	Sanden
G22	Future Food Farming- 3D geprint ei	Naomi	Sanders
L29	Verwennerijtjes - Bewust genieten	Naomi	Sanders
G08	Soetekoeke	Lotte	Schaap
S02	The future of dairy in Myanmar	Claudia	Schenk

Dave		Schilders	Avocados - Future Accreditation	C17
Lotte		Schoonus	The future of palm oil	G30
Marieke		Schouten	World Food Foundation	S07
Livinia		Schreurs	Melkvees - duurzamer rundvlees	C13
Nancy		Seuren	BetterBites - Nieuwe generatie snacks	L36
Janne		Simons	Wortelsap verrijkt met β -caroteen	G05
Tim	van der	Sluijs	Modellering buizenwarmtewisselaar	G17
Amei		Smeets	ATFD - De nieuwe droogtechniek	G19
Luuk		Smits	Verwerking perskoek van walnoten	G07
Maaïke		Snels	You've got Meal	C33
Rosa		Spruit	Future Food Farming- 3D geprint ei	G22
Maria		Stapel	Sustainable Palm Oil in Colombia	G29
Alexander		Steenis	Dabba diner	S15
Joris		Stok	Plant-based cheese	C31
Vanja		Stoops	Think Global Act Local - Voedselbos	G32
Romy		Struijk	Faba bean ice cream – PULSE project	G25
Romy		Struijk	POP: your daily boost of fibre	L20
Jelmer		Swart	Premium Fresh Soup	C34
Chiel		Swinkels	Dutch milk in Saudi Arabia	C22
Michiel		Swinkels	UMI - Algen dumpling	L33
Sanne	ten	Thije	Gerst happen	G23
Els		Tielen	Hap-Pea - protein transition	G24
Karlijn	van den	Tillaart	Fermentatie versnelling	G13
Daan		Tissink	Wijn(ig) Mengen	G15
Sergio		Toma	B-Kind	S11
Sterre	van de	Ven	DRUP - Wijn in een blikje	C12
Irene		Verbree	Fermentatie versnelling	G13
Roos		Vergeldt	Avocados - Future Accreditation	C17
Mees		Verhoeven	GBM reductie in aardappelteelt	G31
Marissa		Verhoeven	Think Global Act Local - Voedselbos	G32
Dominique		Villanueva	Cold Brew Coffee - Extractie	G14
Eline		Vlek	Marktintroductie Cascara thee	C21
Daphne		Vliegen	Future Fit Olives from Algeria	C19
Danielle		Vreeburg	Sprout Now - online 4 food startups	S10
Evien		Vrijmoeth	Napas - De Buitenborrelplank	C01
Marit	de	Waal	RAAP	L06
Emily		Wang	QUALITY AUDIT MEATS PRIORITIES	G21
Anoek		Wannet	ProTwist - eiwitrijk koekje	L32
Feline		Wiegiers	Gerst happen	G23
Jip		Wiers	Cold Brew Coffee - Extractie	G14
Sophie		Wijnen	Gerst happen	G23

G05	Wortelsap verrijkt met β -caroteen	Tomas	Willems
C15	(H)Eerlijk Vlees	Lisanne de	Wilt
L18	The City Bagel	Lidewij	Woltjes
G19	ATFD - De nieuwe droogtechniek	Joyce	Ypma
C36	FGF - herpositionering zuurkool	Ilaya	Zomerschoe
C31	Plant-based cheese	Simon van der	Zwan







COLOPHON

Editing

Mary van Hoek-Hendriks – HAS University of Applied Sciences
CumLingua Language Consultancy

Photography

Karin Jonkers – Yell & Yonkers
Ronnie Wijnhoven – HAS University of Applied Sciences

Texts

Students – HAS University of Applied Sciences
Mary van Hoek-Hendriks – HAS University of Applied Sciences
Florieke Koers – HAS University of Applied Sciences

Graphic design

Karin Jonkers – Yell & Yonkers
Mariël van den Oever -
MariëlMartinaMaria

Printing

ADC Nederland BV
2e druk

***HAS Food Experience 2020 ambassadors
AgriFood Capital, Albert Heijn, Appèl,
Marel, Rabobank, Royal Swinkels
Family Brewers, Vion Food Group***

www.hasfoodexperience.nl

With many thanks to all students, graduates and staff of the following study programmes: Food Innovation, Food Technology, Business Management in Agriculture & Food, International Food & Agribusiness, Environmental Innovation, Applied Biology and international partner universities.

Disclaimer

All projects presented during the HAS Food Experience are property of the student in question from HAS University of Applied Sciences. The intellectual property rights, such as rights on names, logos, design and texts of product descriptions, etc. are protected by copyright and other intellectual property rights HAS University of Applied Sciences supports its students in acting against any kind of infringement of their rights.

© 2020 HAS University of Applied Sciences

No part of this work covered by the publisher's copyright may be reproduced or copied in any form or by any means (graphic, electronic or mechanical, including photocopying, recording, recording taping, or information retrieval systems) without the written permission of HAS University of Applied Sciences.

HAS FOOD EXPERIENCE 2020 IS POWERED BY:

AMBASSADEURS



Rabobank



FOOD GROUP



Royal Swinkels
family brewers

SPONSOREN



SAVE THE DATE
HAS FOOD EXPERIENCE
2 FEBRUARY 2021

