

Algoritme aan tafel

Martin Heijnsbroek
zaterdag 12 maart 2016

Online cookies kopen is in 20 jaar een stuk gewoner geworden.

In 1997 bezocht ik, net aan het begin van de dotcom-explosie, een start-upconferentie in Silicon Valley. We wisten dat het internet groot ging worden, maar hoe, dat wist niemand. Met wat bluf, de letter 'e' voor je naam en een .com-extensie was je als start-up al snel 'hot' voor de durf-investeerders. Ik ontmoette bijvoorbeeld de 18-jarige Jack, die e-cookies.com wilde starten. Dat wil zeggen: hij wilde over het internet echte koekjes verkopen. Door er een 'e' voor te zetten, zouden klanten die koekjes sneller verkopen. Verder dan dat kwam hij niet in zijn pitch.

Ik moest weer aan Jack's e-cookies denken toen ik hoorde over 3D-food printing. In plaats van een 'e' zet je er nu gewoon '3D-printing' bij, en dan zijn je koekjes weer hot.

Maar toch: hoe meer ik erover nadenk, hoe enthousiaster ik word. Het idee van food printing speelt namelijk in op onze toenemende behoefte aan personalisatie. We willen producten hebben die niemand anders heeft, en die precies passen bij wie we zijn, of wie we willen zijn.

Zo kan ik nu al de kleurstelling van mijn nieuwe Nikes ontwerpen, bij Spotify naar mijn eigen playlists luisteren, bij Newnrm.com oordopjes bestellen op basis van een foto van mijn oor, en bij Ishuu schoenen kopen met elektronische inkt waarvan ik de kleur met een app kan aanpassen.

Het lijkt me dan ook logisch dat ook eten persoonlijker kan worden gemaakt met behulp van 3D-food printing. Bijvoorbeeld dat ik mijn dessert zelf ontwerp en laat uitprinten op de foodprinter, en zo mijn 'goede' smaak en identiteit kan tonen aan mijn vrienden. Of dat ik op het 3D-food platform kan kiezen voor het favoriete voorgerecht van Justin Bieber of Mark Rutte, of juist voor de loempia met de beste beoordeling.

Het lastige van die personalisatie is wel de overvloed aan opties waaruit ik straks natuurlijk niet kan kiezen. Het antwoord bestaat gelukkig al: personalisatie-algoritmes. Amazon laat mij bijvoorbeeld nu al een persoonlijke website zien als ik inlog, en geeft mij suggesties over andere boeken die ik echt moet lezen. Zo gaat de 3D-foodprinter mij straks ook helpen door met gerichte aanbevelingen tot een mooi samengesteld diner te komen.

Voor het creëren of kiezen van mijn persoonlijke gerecht heb ik dus straks geen serveerster of chefkok meer nodig, maar gebruik ik een algoritme in een mobiele app, die mijn smaak, persoonlijkheid en dieetwensen kent, en zo tot het beste menu kan komen. Wat ik vervolgens uitprint in mijn favoriete restaurant of op mijn thuisprinter.

Hoe raar het ook klinkt, het is een kwestie van tijd voordat het komt. Kijk maar eens op cookies.com. Op het internet je koekjes kopen: daar is bijna 20 jaar na Jack helemaal niks raars meer aan.

