



## 1. Wat is FoodSwipe?

**FoodSwipe** is een video-first swipe-app (denk aan TikTok), volledig gericht op eten. Het combineert voor het eerst *lokaal restaurant ontdekken* met *AI-hulp bij thuis koken* in één platform. Gebruikers kunnen verticale foodvideo's swipen om nieuwe restaurants, streetfood en gerechten in de buurt te vinden – en direct actie ondernemen: bestellen, reserveren of opslaan. Tegelijk is er een AI-kookassistent voor thuis: voer je ingrediënten in en krijg ter plekke receptsuggesies. Deze combinatie is uniek – bestaande platforms richten zich óf op uit eten gaan (bijv. Uber Eats, Yelp) óf op recepten, maar niet allebei tegelijk <sup>1 2</sup>. FoodSwipe creëert zo een totaalecosysteem rond voedsel, waar gebruikers altijd iets aan hebben, of ze nu zin hebben om buiten de deur te eten of zelf te koken.

Met FoodSwipe ontdek je razendsnel nieuwe eetervaringen. De focus op **korte video's** maakt ontdekken leuker en informatiever: je ziet het gerecht of de sfeer voordat je besluit <sup>3 4</sup>. Dit verlaagt de drempel om iets nieuws te proberen – onderzoek van Uber Eats laat zien dat mensen veel zelfverzekerder zijn om onbekende gerechten te bestellen nadat ze er een video van gezien hebben <sup>5</sup>. Tegelijk bouwt FoodSwipe een persoonlijk smaakprofiel op met AI, zodat je aanbevelingen krijgt die echt bij je passen (bijv. "nieuwe sushi-spot om de hoek die jij lekker zult vinden"). En heb je thuis nog ingrediënten liggen, dan schakelt de app moeiteloos over naar kookmodus: de AI-assistent bedenkt recepten op basis van wat jij in huis hebt. **Niemand anders combineert lokale foodvideo's en AI-koken in één app**, wat FoodSwipe een enorm potentieel geeft in de markt.

## 2. Hoe werkt de swipe-feed (TikTok-stijl)

Zodra je de app opent kom je in een eindeloze verticale **video-feed** met eten, vergelijkbaar met TikTok. Je ziet korte filmpjes van gerechten, snacks en dranken – van sushi en burgers tot koffie en toetjes – gemaakt door restaurants of food creators. Cruciaal is dat deze feed **lokaal gepersonaliseerd** is: je krijgt vooral video's te zien van restaurants en eettentjes **bij jou in de buurt**, en afgestemd op jouw voorkeuren en gedrag. Dit is vergelijkbaar met hoe Uber Eats experimenteert met een TikTok-achtige videofeed in zijn app om restaurantgerechten te tonen; hun verticale feed laat alleen content zien van restaurants die dicht genoeg bij jou zijn om te bezorgen <sup>6</sup>. Het idee is dat je door te swipen snel nieuwe eetopties ontdekt en meteen de "wow, dat wil ik proberen!"-reactie krijgt.

In de feed kun je interacties doen zoals je gewend bent van social media: **swipe omhoog** voor de volgende video, **like/♥** om een video op te slaan in je favorieten, of plaats een reactie/review. Dit sociaal element (comments, likes) zorgt voor engagement en communitygevoel rondom eten. Zomato (een grote food-delivery app) zag in een conceptproject genaamd *Z-Shorts* ook het potentieel hiervan: zij ontwierpen een feed met korte foodvideo's van vrienden en influencers, zodat gebruikers nieuwe gerechten kunnen ontdekken via vertrouwde aanbevelingen <sup>1</sup>. Het verschil is dat FoodSwipe zich volledig richt op video en swipe – dus geen lange reviews of saaie lijstjes, maar visuele, snelle impressies van eten. **Food content leent zich hier perfect voor**: op TikTok is food een van de populairste niches; miljoenen mensen scrollen dagelijks door recepten en restaurantvideo's voor inspiratie <sup>7 8</sup>. Maar op generieke platforms als TikTok is de content versnipperd en niet direct gekoppeld aan actie (je kunt niet meteen bestellen). FoodSwipe stroomlijnt dit proces: zodra een video je lekker lijkt, kun je direct doorklikken om het gerecht te bestellen of de locatie te bekijken. Deze video-first aanpak maakt het ontdekken van eten zowel vermakelijk als effectief. Het verhoogt ook de kans dat gebruikers *nieuwe dingen uitproberen* – Uber Eats rapporteerde dat gebruikers dankzij de foodvideo's

eerder gerechten bestellen die ze normaal niet zouden kiezen <sup>9</sup>. Kortom, de swipe-feed combineert entertainment en functionaliteit en vormt het hart van FoodSwipe's user experience.

### 3. Locatiefunctie: eten in jouw buurt

Een groot voordeel van FoodSwipe is de **locatiegerichte aanpak**. Omdat de app je locatie (met toestemming) gebruikt, kan hij de videofeed en aanbevelingen toespitsen op wat er *hier en nu* relevant is. Je ziet bijvoorbeeld video's van **restaurants op loopafstand**, streetfood-kraampjes om de hoek of de populairste lunchspots in jouw stad. Deze hyperlokale focus is iets wat traditionele social apps niet bieden – TikTok bijvoorbeeld toont je vooral content op basis van interesses en virality, niet noodzakelijkerwijs van plekken naast de deur <sup>10</sup> <sup>11</sup>. Zelfs met nieuwe initiatieven zoals TikTok's *Local Reviews/Explorer Program* (waarbij gebruikers punten krijgen voor lokale reviews) is het platform niet specifiek ontworpen om jou te laten zien *welke restaurants nu open zijn op 5 minuten afstand* <sup>11</sup>. FoodSwipe vult dat gat: het prioriteert expliciet **dichtstbijzijnde eetopties** en actuele context.

Concreet kun je via de kaartfunctie of filters dingen zien als: "*Lunchspots binnen 1 km die nu open zijn*", "*Trending ontbijtplek op 5 min lopen*" of "*Populaire streetfood-kraam in jouw buurt deze week*". De app kan gebruikmaken van real-time data (locatie, openingstijden, populariteit) om dit te bepalen. Zo'n lokale video-discovery is zeer waardevol – Uber Eats' videofeed toont ook alleen restaurants die bij de gebruiker kunnen bezorgen, om relevant te blijven <sup>12</sup>. FoodSwipe gaat nog verder: niet alleen bezorgen, maar ook plekken om fysiek naartoe te gaan. Dit stimuleert gebruikers om hun omgeving culinair te verkennen. Bovendien is dit aantrekkelijk voor restaurants: een lokaal gericht platform betekent dat bijvoorbeeld een Amsterdams café vooral getoond wordt aan mensen in Amsterdam, in plaats van onder te sneeuwen tussen globale virale video's. *Lokaal eten ontdekken* wordt zo net zo verslavend als TikTok-swipen, maar met direct nut voor je dagelijkse leven.

### 4. Direct bestellen, reserveren of ophalen

Waar FoodSwipe echt in uitblinkt is de naadloze koppeling van ontdekken **naar doen**. Zie je een gerecht in de video dat je wilt proeven? Met één tik op de knop kun je **direct bestellen** voor bezorging of **reserveren** bij het restaurant. Onder elke foodvideo staan actieknoppen, zoals: "**Bestel nu**", "**Reserveer tafel**", "**Bekijk menu**", "**Navigeer naar locatie**". Deze integraties zijn mogelijk via koppelingen met bestaande diensten. Zo zou FoodSwipe een partner kunnen zijn van bezorgplatforms als **Thuisbezorgd**, **Uber Eats** of **Deliveroo**: als een gebruiker op "Bestel" drukt, wordt via een API-call of affiliate-link een bestelling geplaatst bij dat platform <sup>13</sup>. Thuisbezorgd bijvoorbeeld heeft een affiliate-programma dat ~3-4% commissie uitkeert per bestelling <sup>13</sup> – FoodSwipe kan zo ook inkomsten genereren wanneer gebruikers via de app bestellen (hierover meer bij het businessmodel). Voor reserveringen kan de app integreren met restaurant-reserveringssystemen zoals **Resengo** (populair in de Benelux) of **TableDuck**. Deze bieden Partner API's aan waarmee externe apps direct beschikbare tafels kunnen opvragen en boekingen kunnen maken <sup>14</sup>. Een gebruiker die een leuke restaurantvideo swipet hoeft dus niet naar een aparte site of telefoon te grijpen – het kan *instant* binnen FoodSwipe.

**Dit "zie-klik-klaar" gevoel is het magische moment.** Het concept lijkt op wat Zomato in India nastreefde met hun Z-Shorts prototype: gebruikers middels korte video's verleiden en ze dan direct de mogelijkheid geven het gerecht te bestellen binnen de app <sup>15</sup>. FoodSwipe zou bijvoorbeeld de video van een pizza tonen met daarover een knop "Bestel deze pizza". Druk je die, dan wordt via de gekoppelde bezorgdienst de bestelling geregeld, zonder gedoe. Evenzo bij "Reserveren": de app toont beschikbare tijdsloten (via Resengo API) en bevestigt je reservering met één tap. Deze directe conversie van inspiratie naar actie is een **enorme meerwaarde**. Platforms beginnen dit in te zien: DoorDash kondigde in 2025 aan dat het nu mogelijk is om rechtstreeks vanuit een Yelp-profiel op "Order delivery"

te tikken, waarna je meteen via DoorDash kunt bestellen <sup>16</sup> – ze willen de stap tussen ontdekken (Yelp review lezen) en bestellen verkleinen. FoodSwipe heeft dit principe in de kern ingebouwd. Ook **afhalen** wordt eenvoudig: zie je iets lekkers en wil je het nu ophalen, dan laat FoodSwipe je met de “Locatie” knop navigeren via Google Maps of Apple Maps naar het restaurant. Kortom, FoodSwipe maakt van elke video een *interactieve advertentie* maar dan beter: het is organisch content waar je meteen op kunt reageren door te proeven. Dit verhoogt zowel de gebruikerservaring (instant gratification!) als de commerciële waarde per view. Restaurants krijgen niet alleen views, maar directe bestellingen en boekingen vanuit de app.

## 5. Slimme AI-picks (hyperpersoonlijk)

FoodSwipe wordt slimmer naarmate je het gebruikt. De app bouwt een **smakendataset** op van elke gebruiker: welke video's je leuk vindt of volledig uitkijkt, waar je iets bestelt, welke keukens je vaak bekijkt, je aangegeven dieetwensen (bv. *halal, vega, spicy*). Met deze data en AI-technieken krijg je een *geheel persoonlijke foodfeed*. Denk aan dynamische aanbevelingen zoals: “*Omdat jij van pittig Thais eten houdt en vaak 's middags bestelt: hier een nieuw Thais lunchgerecht op 10 min afstand.*” of “*je favoriete sushi-tent heeft een nieuw gerecht, wil je 't proberen?*”. Grote foodapps investeren hier ook in – DoorDash lanceerde bijvoorbeeld AI-gegenereerde aanbevelingen op basis van eerdere orders, voorkeuren en dieet, zodat elke gebruiker een unieke lijst van aanbevolen gerechten ziet <sup>17</sup>. FoodSwipe kan een vergelijkbare **recommendation engine** inzetten: een mix van content-based filtering (matchen op keukens/ingrediënten die je leuk vindt) en collaborative filtering (wat vinden vergelijkbare gebruikers lekker).

Doordat FoodSwipe zowel je *restaurant-voorkeuren* als *thuis-kookinteresses* leert kennen, kan het hyperrelevante suggesties doen. Voorbeeld: het is regenachtig en dinsdag 18:00 – de app zou kunnen voorstellen “*Comfort food alert: deze ramen-bar bezorgt binnen 20 min (je houdt van Aziatisch en hebt vorige week ramenvideo's geliked)*”. Of “*Gezonde trek? Probeer deze saladebar, populair onder FoodSwipers die ook van poke bowls houden*”. Deze personalisatie gaat verder dan traditionele gidsen of apps, die vaak één-dimensionaal zijn (alleen restaurants of alleen recepten). Zelfs TikTok, bekend om zijn verslavend persoonlijke feed, kijkt nu hoe het lokaal en persoonlijk kan combineren – TikTok gaf aan dat ~10% van Gen-Z de app al gebruikt voor lokale zoekopdrachten <sup>10</sup> en introduceert programma's om lokale aanbevelingen te stimuleren. FoodSwipe heeft dit vanaf de basis ingebouwd: jouw locatie + jouw smaak = jouw unieke aanbevelingen.

Belangrijk: FoodSwipe's AI leert continu bij. Video's die je overslaat of wegswipet vertellen ook iets (die pasta vond je blijkbaar niet interessant). Het systeem kan zodoende steeds fijnmaziger je voorkeur voorspellen. Grote platforms als Netflix of TikTok tonen hoe sterke aanbevelingsalgoritmes de betrokkenheid enorm vergroten. In foodcontext ziet men nu al dat gebruikers meer geneigd zijn iets nieuws te proberen als het *gericht* wordt aangeraden; Uber Eats merkte dat de videofeed mensen inspireert tot nieuwe gerechten <sup>9</sup>. FoodSwipe kan bijvoorbeeld “Trending voor jou” secties hebben: “*Top 3 lunchspots die bij jouw smaakprofiel passen*” of “*Aanbevolen voor jou: 2 km verderop een dessert dat goed scoort bij chocoholics zoals jij*”. Deze AI-picks maken de app voor elke gebruiker anders en houden de ervaring fris. Je ontdekt niet zomaar wat algemeen populair is, maar wat *jij* waarschijnlijk geweldig zult vinden <sup>17</sup>. Dat verhoogt de gebruiks frequentie en de kans dat je iets onderneemt met de suggestie (bestelling/bezoek). Personalized food discovery op deze schaal is iets waar traditionele reviewsites of gidsen niet aan tippen.

## 6. Je persoonlijke food-collecties

Alles wat je leuk vindt op FoodSwipe kun je **opslaan** in eigen lijstjes, zodat je een persoonlijke foodie-bibliotheek opbouwt. Heb je een geweldige brunchspot-video geliked? Voeg hem toe aan je collectie “*Brunchplekjes*”. Zie je een streetfood taco die je later wilt proberen? Zet in “*Must-try snacks*”. Gebruikers kunnen mappen (collecties) maken zoals: “*Burgers om te proberen*”, “*Sushi-hotspots*”, “*Toetjes voor cheat day*”, etc. Dit werkt vergelijkbaar met Instagram’s “Save to Collection” functie of Google Maps’ lijstjes, maar dan geïntegreerd met video’s <sup>18</sup>. ViralBite (een vergelijkbare nieuwe app) biedt bijvoorbeeld ook de optie om plaatsen op te slaan die je bent geweest of nog wilt bezoeken <sup>18</sup>. Het idee is dat je met FoodSwipe je eigen **food bucket list** beheert.

Dit heeft meerdere voordelen. Ten eerste heb je altijd inspiratie paraat: geen idee waar te eten vanavond? Open je opgeslagen “*moet ik eten*”-lijstje en je ziet direct de video’s terug van zaken die je aansprak. Dat is veel aantrekkelijker dan een saaie tekstfavorietenlijst – de video herinnert je meteen waarom je enthousiast was. Ten tweede werkt dit sociaal: je kunt eventueel je collecties delen of die van vrienden bekijken (bijvoorbeeld: “*Jan’s favorieten in Rotterdam*”). FoodSwipe kan zo een community van foodies creëren die elkaar aanbevelingen volgen. Platforms als Yelp en Google hebben ook bookmarks, maar FoodSwipe maakt het visueel en gemakkelijk. Creators en influencers zouden zelfs openbare lijstjes kunnen maken binnen de app (bv. “*Top 5 pizza’s in Amsterdam*” met bijhorende video’s). Voor de gebruiker geeft het opslaan en organiseren bovendien een gevoel van eigenaarschap over hun ontdekkingen. Iedere like wordt niet zomaar vergeten in een algoritme, maar landt in jouw persoonlijke map. Dat stimuleert *blijvend gebruik*: je keert terug naar de app om je lijstjes te raadplegen wanneer je iets plannen wilt.

Daarnaast leert de AI hier ook weer van – welke videos je *wel* opslaat versus welke je weg swipet verfijnt je profiel. Uiteindelijk krijgt iedere FoodSwipe-gebruiker als het ware een gepersonaliseerde foodgids in handen, samengesteld uit eigen favorieten en AI-aanbevelingen. Dit verhoogt de waarde van het platform naarmate je het langer gebruikt. Anders dan vluchtbare TikTok-likes, bouw je bij FoodSwipe echt *collecties* op waar je later iets mee doet. Dit past bij de trend dat consumenten graag content **curen** voor zichzelf; vergelijk het met hoe Pinterest borden gebruikt of hoe mensen recepten opslaan uit video’s om later te koken. FoodSwipe faciliteert dit voor zowel restaurantbezoeken als recepten, wat uniek is. Je “hongerige ogen” kunnen dus onbeperkt verzamelen, terwijl de app alles netjes voor je organiseert.

## 7. AI-koken met je eigen ingrediënten

De grootste onderscheidende uitbreiding van FoodSwipe is de **AI-kookassistent** voor thuis. Dit deel van de app activeert je als je zelf wilt koken, maar even geen inspiratie hebt. Het werkt heel eenvoudig: je geeft aan welke ingrediënten je beschikbaar hebt – dit kan door ze in te typen (“*kip, paprika, ui, tomaten*”), door spraak (zeg “Ik heb nog drie eieren en een aubergine”) of zelfs door een **foto van je koelkast** te maken. Dankzij AI (zowel beeldherkenning als taalmodellen) kan FoodSwipe die input begrijpen. Moderne AI is hiertoe prima in staat: er bestaan al apps die via de camera ingrediënten herkennen en passende recepten suggereren <sup>19</sup>. Zo heeft SmartChef (een AI kookapp) een functie waarbij je de camera op ingrediënten richt, en de AI identificeert ze onmiddellijk om er recepten bij te zoeken <sup>19</sup>. Ook met nieuwe generatieve AI’s zoals GPT-4 is dit mogelijk – een techjournalist liet Siri+ChatGPT een foto van zijn maaltijd analyseren en er een recept bij schrijven, iets wat verrassend goed werkte <sup>20</sup>. FoodSwipe kan die kracht nu binnen zijn eigen ecosysteem benutten.

Na het invoeren van je ingrediënten genereert de AI **receptideeën** die exact aansluiten bij wat je in huis hebt. Bijvoorbeeld: je voert in “*twee eieren, wat spinazie, feta*” – de AI komt met “*Spinazie-feta omelet*

"wrap" inclusief stappenplan. Uniek is dat FoodSwipe deze recepten presenteert in een **swipebare video-feed** (net als de restaurantvideo's). Je krijgt dus bijv. 5 korte video's te zien van verschillende gerechten die je zou kunnen maken met jouw ingrediënten. Je kunt swipen: *nee* (weg vegen) als het je niet aanspreekt, of *ja* (like) als het lekker klinkt. De AI leert hiervan welke soort recepten je interessant vindt. Uiteindelijk kies je "Maak dit recept" en dan krijg je alle details: ingrediëntenlijst (meestal alles wat je invoerde plus eventueel pantry basics), hoeveelheden en stapsgewijze instructies, liefst in videovorm of met spraak. FoodSwipe kan hiervoor samenwerken met bestaande receptendatabases of AI's die recepten genereren. Platforms als **SuperCook** tonen al langer dat veel mensen zoeken op wat ze nog in de koelkast hebben om voedselverspilling tegen te gaan <sup>2</sup>. Het innovatieve is dat FoodSwipe dit integreert met een TikTok-achtige interface en AI, waardoor de voorstellen creatiever kunnen zijn dan een vaste database. GPT-achtige modellen kunnen immers nieuwe recepten samenstellen op basis van wat jij hebt, desnoods met creatieve twists. (Terzijde: IBM's *Chef Watson* project liet jaren geleden al zien dat AI verrassende recepten kan verzinnen uit ingredientencombinaties, iets wat nu met moderne modellen nog toegankelijker is.)

De **meerwaarde voor de gebruiker** is enorm: je hoeft nooit meer doelloos te googlen "wat te koken met ...", maar opent FoodSwipe en binnen seonden swipe je door gerechten die je *nu meteen* kunt maken, omdat je alles al in huis hebt. Heb je bijvoorbeeld restjes groenten liggen, dan tovert de app een curry, soep of stir-fry suggestie tevoorschijn. Dit maakt FoodSwipe ook nuttig op doordeweekse avonden of einde van de maand scenario's. Bovendien kan de AI-assistent handige lijstjes geven: welke extra ingrediënten heb je eventueel nodig om een bepaald recept te maken? (Stel je hebt bijna alles voor pannenkoeken behalve melk – de app merkt dat op). In de toekomst zou FoodSwipe hier zelfs aan kunnen verdienen door die ontbrekende items via een boodschappenservice toe te voegen, maar dat terzijde.

Belangrijk is dat deze kookfunctie **hand-in-hand gaat met het sociale/video aspect**: gebruikers kunnen video's delen van hun eigen kookresultaat, of FoodSwipe kan bij elk AI-recept een bestaande kookvideo (van bijvoorbeeld een vergelijkbaar gerecht) tonen om je te helpen. Uiteindelijk houdt FoodSwipe de gebruiker binnen de app, zelfs als ze niet buiten de deur eten. Waar andere apps je kwijtraken op het moment dat je besluit thuis te koken in plaats van te bestellen, blijft FoodSwipe relevant en ondersteunend. Deze integratie van functies is een belangrijke reden waarom dit idee zo sterk is – er is voor elke "food mood" een oplossing binnen dezelfde app.

## 8. Combinatie van buiten eten en thuis koken

FoodSwipe combineert dus twee werelden die tot nu toe gescheiden waren: **uit eten gaan en thuis koken**. Dit biedt een continuïteit die geen enkele concurrent heeft. Voor de gebruiker betekent het dat *altijd* één van de twee onderdelen waarde biedt. Wil of kun je niet uit (bv. slecht weer, krap budget)? Schakel naar de kookmodus voor recepten met je voorraad. Geen zin om te koken? Ga naar de swipe-feed voor restaurants en laat bezorgen of ga ter plekke eten. Deze synergie verhoogt de gebruikersbetrokkenheid enorm – FoodSwipe kan uitgroeien tot een one-stop-app die dagelijks wordt geopend, net zoals mensen dagelijks zowel sociale media als kooksites checken, maar nu geïntegreerd.

Momenteel is het landschap versplinterd: we hebben Deliveroo/Thuisbezorgd voor bestellingen, Yelp/Google Maps voor restaurant zoeken, TikTok/Instagram voor foodinspiratie, en aparte kookapps of YouTube voor recepten. **FoodSwipe brengt dit samen**. Dit betekent ook dat de app een schat aan data opbouwt over zowel je *eet-uit gedrag* als *kookgedrag*. Die combinatie maakt de AI-aanbevelingen nog krachtiger (zoals eerder besproken) en geeft mogelijkheden voor kruisbestuiving. Stel iemand maakt thuis vaak vegan gerechten – de restaurant-feed kan daar rekening mee houden en vooral vegan-friendly restaurants tonen. Of andersom, als iemand vaak sushi bestelt buiten de deur, kan de AI-

assistent voorstellen om thuis eens een poké bowl te maken met overgebleven zalm. Geen enkele bestaande food-app heeft zicht op *beide kanten* van de eetbeleving van de gebruiker, dus hier kan FoodSwipe uniek inzicht en waarde bieden.

Vanuit business-oogpunt is deze combinatie ook goud waard: de *lifetime value* van een gebruiker stijgt omdat FoodSwipe meerdere behoeften bedient. Een gebruiker die misschien maar eens per week uit eten gaat, gebruikt de app alsnog bijna dagelijks voor kookideeën. Dit vergroot de kansen op omzet (meer bestellingen, meer kliks, abonnementen – zie businessmodel). Bovendien maakt het platform daardoor minder last van seizoensinvloeden of economische schommelingen: in magere tijden koken mensen meer thuis (dan floreert de receptkant), in welvarende/drukke tijden bestellen of gaan ze uit eten (dan groeit de restaurantkant). FoodSwipe vangt beide op. Het creëert ook een sterk ecosysteem: stel je vindt via FoodSwipe een leuk gerecht voor thuis, je deelt daarover een video/foto terug op de app, dat inspireert anderen weer – zo vervagen de lijnen tussen content over restaurants en content over zelf koken.

Een belangrijk aspect is gebruiksgemak: de overgang tussen de twee modi is vloeidend. De UI zou bijvoorbeeld twee tabs kunnen hebben: “*Ontdekken*” (voor restaurants/swipen) en “*Koken*” (voor AI-recepten). Dezelfde account en voorkeuren gelden overal. Dit “blijven in de app” principe is waar veel techbedrijven op inzetten (super-app concept). In Azië zien we al super-apps die meerdere diensten combineren (bijv. WeChat, Grab), maar op food-gebied is dit internationaal nog onbenut. FoodSwipe zou dus niet alleen een app zijn, maar een heel **voedselplatform** dat alle facetten bestrijkt. Dit maakt de visie veel groter dan een niche-app; het is schaalbaar naar elke stad en keuken, en biedt voor alle doelgroepen wat wils (van student met lege koelkast tot fijnproever op citytrip). Die samenkomst van uit eten + thuis koken positioneert FoodSwipe als potentiële *unicorn* in food-tech, omdat het zich niet beperkt tot één marktsegment.

## 9. Businessmodel

FoodSwipe heeft een veelzijdig businessmodel met meerdere inkomstenstromen, wat het erg sterk maakt. De belangrijkste zijn:

- **1) Restaurants betalen voor zichtbaarheid (advertenties):** Hoewel organische, door gebruikers geüploade video's de feed vullen, kunnen restaurants tegen betaling extra exposure krijgen. Denk aan *gesponsorte video's* of een “**boost**” zodat hun video vaker verschijnt in de lokale feed. Dit lijkt op adverteren op Instagram/TikTok, maar dan specifiek voor horeca. Dat restaurants bereid zijn te betalen voor prominente plek is bewezen: platforms als Thuisbezorgd/Takeaway hebben bijvoorbeeld een *TopRank*-functie waarbij restaurants betalen om hoger in de lijst te staan <sup>21</sup>. Ook Zomato overwoog in-feed ads in hun videofeed-concept om zo omzet te genereren <sup>22</sup>. FoodSwipe kan premium pakketten aanbieden aan restaurants: voor een maandelijkse bedrag krijgen ze bijv. analytics, een topplaatsing in hun categorie, of het label “Featured” op hun video. Omdat FoodSwipe lokale markt heeft, kan het zelfs MKB-restaurants bereiken die normaal niet adverteren op grote social media maar wel op een gericht platform willen opvallen. Dit is een potentieel zeer lucratieve inkomstenbron, aangezien de marges op online marketing voor restaurants relatief hoog zijn (vergeleken met de kleine commissie op bestellingen).
- **2) Affiliate/commissie op bestellingen en reserveringen:** Telkens als een gebruiker via FoodSwipe een maaltijd bestelt (of tafel reserveert) bij een partner, kan FoodSwipe een commissie verdienen. Zoals genoemd heeft Thuisbezorgd een affiliate structuur (3-4% per orderwaarde) <sup>23</sup>. Uber Eats en Deliveroo werken met commissie voor aangesloten partijen of

via deep-link affiliate programma's. FoodSwipe kan via n8n of API-koppelingen elke bestelling tracken en zo €2–€4 commissie verdienen per transactie die het initieert (afhankelijk van orderwaarde) – een getal dat in de conceptbeschrijving genoemd werd en realistisch is gezien de commissies<sup>13</sup>. Bij reserveringen is het model vaak lead-generatie: Resengo bv. zou FoodSwipe kunnen belonen per aangebrachte gast/reservering, of FoodSwipe kan restaurants laten betalen voor elke via de app binnengekomen reservering. Ook **afhaal-bestellingen** of take-away via integraties (Resengo heeft ook een take-away module<sup>23</sup>) kunnen commissie opleveren zonder dat er een bezorgservice tussen zit. Kortom, elke conversie die de app faciliteert, kan geld opleveren.

- **3) Premium-abonnement voor gebruikers:** Naast gratis gebruik met advertenties kan FoodSwipe een **freemium model** hanteren. Enthousiaste foodies kunnen voor een paar euro per maand een Premium lidmaatschap nemen met extra features. Ideeën: *offline maps* (je opgeslagen favorieten beschikbaar offline, handig bij reizen), exclusieve “Top 10 deals” pushberichten in jouw buurt, of een persoonlijke **AI-foodcoach**. Die coach zou bijv. voedingsadvies geven (“Eet deze week wat minder zout, hier zijn gezonde suggesties”), of een wekelijkse lijst samenstellen van recepten en restaurants op basis van jouw doelen (afvalen, nieuwe keukens ontdekken, etc.). Ook *exclusieve content* kan paywall zijn: bv. unieke recepten van bekende chefs of VIP-toegang tot pop-up dinners. Zomato had jaren een succesvol abonnement (Gold/Pro) dat kortingen gaf op deelnemende restaurants, wat veel foodies aantrok. FoodSwipe zou bijvoorbeeld Premium-leden speciale aanbiedingen van partners kunnen geven. Een ander voorbeeld is hoe DoorDash hun **DashPass** heeft – gebruikers betalen maandelijks voor gratis bezorging en exclusieve deals<sup>24</sup>. Dat concept is elders ook toepasbaar: FoodSwipe Premium zou kortingsacties bundelen voor de echte fanaten, en tegelijk zorgen voor terugkerende omzet.
- **4) Influencer partnerships en contentdeals:** FoodSwipe leunt in hoge mate op **user-generated content** (UGC) – met name door food influencers en enthousiaste gebruikers. Veel van die content komt organisch (foodie creators willen graag hun video's delen om publiek te bereiken). FoodSwipe kan dit stimuleren via partnerships: bijvoorbeeld lokale micro-influencers uitnodigen om exclusieve content te plaatsen in ruil voor zichtbaarheid of een vergoeding. DoorDash is al begonnen met een *Creator Program* waarin ze foodies betalen om korte restaurantvideo's te maken voor hun platform<sup>25</sup>. Dat bevestigt dat influencer content essentieel is voor groei. FoodSwipe kan relatief goedkoop aan hoogwaardige content komen omdat eten zo'n populair genre is – het aantal food content creators groeit explosief (influencer agencies zagen in 2023 een ~30% toename in vraag naar food creators)<sup>8</sup>. Samenwerkingen met bekende chefs of YouTube-koks kunnen ook het AI-kookgedeelte versterken (exclusieve recepten, live kookstreams in de app voor abonnees, etc.). Daarnaast kan FoodSwipe affiliate-inkomsten delen met creators: bijvoorbeeld als een influencer's video leidt tot 100 bestellingen, krijgt hij een commissie. Dit motiveert creators om restaurants te promoten via de app. Kortom, de **netwerkeffecten** van content = meer gebruikers = meer orders = meer verdieners in het ecosysteem.

Samengevat is het verdienmodel van FoodSwipe sterk omdat het **diversifieert**: het leunt niet slechts op één inkomstenbron. Advertenties van restaurants leveren directe cash op, commissies op transacties groeien mee met gebruik, abonnementen bieden vaste inkomsten en influencers zorgen voor gratis content (en via partnerships zelfs extra promotie). Dit alles met relatief beperkte overhead omdat de app zelf als platform fungeert. Zodra FoodSwipe schaal heeft (veel gebruikers in meerdere steden), kan het deze inkomstenstromen verder optimaliseren. Denk aan lokale aanbiedingen, data-gedreven advertentietarieven (restaurants betalen meer in populaire postcodegebieden), en uitbreiding naar sponsoring (bijv. een drankmerk sponsort de “cocktail recepten” sectie). De combinatie van *food discovery* en *AI-cooking* openst ook niet-traditionele monetizing: b.v. merken kunnen hun product in

recepten laten aanbevelen (branded content: een pesto-merk dat via de AI suggesties meekrijgt). Omdat FoodSwipe zo verweven raakt met alle aspecten van eten, is de *addressable market* gigantisch – van de miljardenmarkt in food delivery tot de kookindustrie. Daarmee is het verdienpotentieel ook enorm, nog los van toekomstige uitbreidingen.

## ❽ 10. Waarom is dit idee zo sterk en schaalbaar?

FoodSwipe **ademt groot potentieel** door een samenloop van trends en unieke combinatie van features. Enkele redenen:

- **Video-first & viral potential:** Korte video's zijn dé contentvorm van nu – TikTok's explosie bewijst dat gebruikers dit format verslaafd volgen. Food is bovendien een van de meest virale niches op TikTok/Instagram (iedereen houdt van eten) <sup>26</sup>. FoodSwipe haakt hierop in en biedt een platform specifiek voor deze niche. Daardoor kan het razendsnel tractie krijgen, vergelijkbaar met hoe Instagram ooit bij fotoliefhebbers insloeg. De content is visueel aantrekkelijk en deelbaar, wat organische groei stimuleert. Één viral foodvideo (bv. "geheim streetfood in Rotterdam") kan meteen duizenden nieuwe gebruikers lokken die dat ook willen ontdekken.
- **Gat in de markt: lokaal food discovery** – Hoewel er talloze foodapps zijn, laat geen enkele app je op deze speelse manier *lokaal* ontdekken. Traditionele zoekmachines (Google) en reviewsites bieden wel lijsten, maar geen swipebare, gepersonaliseerde video-ervaring. TikTok laat je wel foodvideo's zien maar niet geprioriteerd uit jouw eigen omgeving <sup>11</sup>. FoodSwipe bedient dus een latente behoefte: mensen willen nieuwe plekken om te eten vinden, maar dan zonder lange recensies te lezen of tientallen sites af te speuren. Een platform dat dit leuk en efficiënt maakt, heeft wereldwijd potentie – elke stad ter wereld heeft restaurants en bewoners die ze willen ontdekken. Het model is goed schaalbaar: je introduceert FoodSwipe stad per stad, begint met content van local heroes (food vloggers, restaurants zelf) en trekt zo gebruikers aan. Succesvolle launches in bijv. Amsterdam, New York, Tokyo kunnen zich als een olievlek uitbreiden. Het is in wezen een **globaal uitrolbaar concept**: net zoals Uber of Airbnb in elke stad een markt vonden, kan FoodSwipe dat voor de lokale foodscene.
- **Directe omzetkansen (verdient geld vanaf dag 1):** In tegenstelling tot sommige social apps die pas laat monetization toevoegen, heeft FoodSwipe vanaf het begin duidelijke omzetkanalen. Mensen bestellen eten = commissies; restaurants willen klanten = adverteren. De koppeling met bezorgplatforms betekent dat bij elke order direct geld verdiend wordt. Dit maakt het aantrekkelijk voor investeerders: het is niet alleen eyeballs verzamelen in de hoop op ads later, maar *transacties genereren*. Bovendien zijn de marges in voedselbezorging bekend (15-30% commissie bij direct partnerships, al neemt FoodSwipe daar een deel van als affiliate) en zijn restaurants gewend te betalen voor promotie. FoodSwipe stapt in een rijpe markt, maar met een frisse formule.
- **AI-kookfunctie = future-proof & onderscheidend:** Het integreren van een AI-assistent voor koken geeft FoodSwipe een innovatieve voorsprong en maakt het *future-proof*. Generatieve AI is een enorme trend in tech; door dit slim te benutten (voor beeldherkenning, recepten genereren, personalisatie) heeft FoodSwipe een "wow-factor" én gebruiksgemak dat concurrenten moeilijk evenaren zonder die tech-focus. Daarnaast zorgt de kookfeature ervoor dat de app niet afhankelijk is van één trend. Zelfs als de hype rond foodvideo's zou afnemen, blijft de receptfunctie standalone waardevol. Het is alsof je twee producten in één hebt: een TikTok voor restaurants én een slimme Chef in je zak. Dat maakt het concept robuuster tegen verandering in gebruikersgedrag.

- **Gratis content via creators (krachtig netwerk-effect):** De strategie om food creators/influencers content te laten aanleveren is slim, want foodies *willen* maar al te graag pronken met ontdekking of kookkunsten. Zoals Digiday meldde is er een heel leger aan creators dat op food overstapt omdat het goed aanslaat en merken interesse hebben <sup>8</sup>. FoodSwipe kan hiervan profiteren zonder gigantische contentproductie-kosten zelf. Elke gebruiker die een video post, vergroot de waarde van het platform voor anderen. Dit vliegwielen kan snelle groei geven (denk aan hoe TikTok vooral door user content groot werd). Ondertussen kan FoodSwipe de beste content cureren en highlighten, zodat kwaliteit hoog blijft. Restaurants zelf zullen ook video's willen uploaden (gratis marketing voor hen!). Die dubbele instroom (gebruikers én ondernemers) versnelt de contentgroei. Dit is moeilijk te evenaren voor nieuwkomers als FoodSwipe eenmaal momentum heeft – het klassiek first-mover voordeel in een niche.
- **Wereldwijd schaalbaar, gigantische doelgroep:** Het product spreekt praktisch iedereen aan die met smartphones bezig is en van eten houdt (dat is vrijwel iedereen). Van Gen-Z die TikTok-verslaafd is tot oudere millennials die nieuwe tentjes zoeken, en van drukke young professionals (snelle bestelopties) tot hobbykoks. Zelfs mensen die doorgaans niet veel uit eten gaan, kunnen de app puur voor recepten gebruiken, en omgekeerd. Omdat elk land/regio zijn eigen keukens en foodcultuur heeft, kan FoodSwipe zich lokaal aanpassen maar de kernervaring blijft bruikbaar. De totale adressable market is de volledige foodservice + home cooking markt, samen goed voor honderden miljarden euro. Dat is waarom dit concept echt *unicorn*-potentie heeft: het kan een stukje van zowel Uber Eats, Yelp, Instagram én Albert Heijn Recepten pakken, doordat het aspecten van al die diensten bundelt in één soepel geheel.

Samengevat is FoodSwipe sterk omdat het **meerdere trends convergeert** – korte video's, hyperlokale diensten, AI personalisatie, en DIY-koken – tot één product dat precies past bij hoe moderne consumenten willen beslissen wat ze gaan eten. De timing is perfect (video-dominantie, AI doorbraak, post-covid digitaal eten ontdekken) en de uitvoering grijpt die kans.

## 11. UX Journey: hoe een gebruiker FoodSwipe beleeft

Stel je voor hoe een gemiddelde gebruiker (zeg, Emma van 25 in Rotterdam) FoodSwipe door de dag heen gebruikt:

**Ochtend:** Emma opent FoodSwipe terwijl ze ontbijt, gewoon om wat inspiratie op te doen. Ze ziet in de feed een korte video van een nieuw koffietentje om de hoek met heerlijke cinnamon rolls. Ze *likt* de video en voegt hem toe aan haar collectie "*Cafés om te proberen*". Ze scrollt verder en ziet een trending video van een poke bowl lunchspot dichtbij haar werk. Die slaat ze op in "*Lunchideeën*".

**Luchttijd:** Emma's collega's willen buiten de deur lunchen. Emma opent haar FoodSwipe lunchlijst en daar staat die poke bowl zaak met video en al. Dankzij FoodSwipe weet ze dat het op 5 min lopen is en erg populair (veel likes). Ze checkt snel de FoodSwipe kaart en ziet dat het nu open is en niet te druk. Ze en haar collega's gaan erheen – spontane ontdekking via de app lonend gemaakt!

**Namiddag:** Op kantoor krijgt Emma een *notificatie*: "Nieuw: **Bubble Tea** pop-up op 300m afstand, nu open tot 17:00!". FoodSwipe heeft gezien dat ze van zoete drankjes houdt. Ze swipet de notificatie open en bekijkt een video van die bubble tea kraam. Ziet er leuk uit, dus tijdens de koffiepauze loopt ze even langs om het te proberen. Ze laat in FoodSwipe een kort review-comment achter onder de video: "Heerlijk, de taro smaak is een aanrader !".

**Avond:** Thuisgekomen heeft Emma niet heel veel zin om buiten de deur te eten. Ze opent de **AI-kookassistent** in FoodSwipe. Ze klikt op het camera-icoon en maakt een foto van haar koelkastinhoud. FoodSwipe herkent *paprika, champignons, kipfilet, en rijst*. Direct verschijnen er video-suggesties: 1) Een snelle paella-achtige rijstschotel, 2) Roerbak kip teriyaki, 3) Gevulde paprika's uit de oven, etc., elk met een aantrekkelijk thumbnail of korte clip. Emma swipet door – de gevulde paprika's spreken haar aan. Ze tikt "Recept opslaan" en "Kook dit". De app toont nu stap-voor-stap instructies terwijl Emma kookt, met voice feedback ("Volgende stap") zodat ze niet steeds op haar telefoon hoeft te kijken met vlezige handen. Binnen 30 minuten heeft ze dankzij FoodSwipe met restjes een lekker diner gemaakt. Ze voelt zich voldaan en *slaat het recept op* in haar map "*Favoriete recepten*".

**Later op de avond:** Op de bank scrollt Emma weer door de algemene feed voor entertainment. Ze ziet een video van een dessert van een restaurant dat ze kent. In de comments leest ze mini-reviews van andere FoodSwipe gebruikers over dat dessert – handig, zo krijgt ze eerlijke feedback. Ze besluit de video te delen met haar vriend via de interne share-functie: "Hier moeten we echt eens heen!". Haar vriend *volgt* haar FoodSwipe account om haar aanbevelingen bij te houden.

**Weekend planning:** Zaterdagochtend opent Emma FoodSwipe om een leuk dineriee te zoeken voor een date-night. Ze gebruikt de filter "*Romantisch*" binnen de app, gecombineerd met "*Italiaans*" en "*binnen 5 km*". Er komen diverse video's voorbij van sfeervolle restaurants. Eén daarvan heeft een "*VideoTour*" door het restaurant en gerechten – die ziet er top uit. Emma reserveert via de knop "*Reserveer 20:00 voor 2 personen*" in FoodSwipe (de app regelt dat via Resengo op de achtergrond). Ze ontvangt direct een bevestiging in de app. 's Avonds loopt ze met haar vriend naar het restaurant, navigeert erheen via de FoodSwipe kaart. Het etentje is een succes. Na afloop opent Emma FoodSwipe nogmaals om het restaurant een like en comment te geven, en voegt het toe aan haar collectie "*Date-night favorieten*".

Zo is FoodSwipe **de hele dag door** verweven geraakt met Emma's eetkeuzes – van ontdekking, beslissing, actie tot reflectie. Het begeleidt haar op elk punt: inspiratie opdoen, plannen maken, direct uitvoeren, en zelfs improviseren als de situatie verandert. De UX is zo ontworpen dat de gebruiker telkens een *plezierige ervaring* heeft (swipen, kijken) én direct waarde (lekker eten) eruit haalt. Dit leidt tot hoge betrokkenheid en tevredenheid – Emma vertelt erover aan vrienden, of nodigt hen uit op de app om haar collectie te zien. Voor haar is FoodSwipe al snel onmisbaar geworden, een soort "Spotify voor eten" die altijd iets heeft dat past bij haar smaak en moment.

## 12. Conclusie: waarom dit een topidee is

Alle bovenbeschreven punten tonen aan dat FoodSwipe een **all-in-one concept** is dat perfect aansluit bij huidige trends en behoeften. Het is video-centric (en daarmee hedendaags en boeiend), het focust op lokaal ontdekken (een onderbenutte functie in het tijdperk van global social media), het heeft directe transactiemogelijkheid (waarderend voor zowel gebruiker als verdienmodel), en het incorporeert AI voor personalisatie en unieke features als de kookassistent (voortuistrevend en moeilijk te kopiëren).

De kracht ligt in de **combinatie**: elk onderdeel op zich is al interessant, maar samen vormen ze een ecosysteem dat concurrenten niet bieden. FoodSwipe zou gebruikers aan zich kunnen binden omdat het meerdere problemen tegelijk oplost (keuzestress bij bestellen <sup>1</sup>, inspiratiegebrek bij koken <sup>27</sup>, tijdrovend zoeken naar betrouwbare reviews, etc.). Dit verhoogt de switching cost – als je eenmaal FoodSwipe gebruikt, heb je minder reden om nog vijf andere apps/sites te raadplegen.

Bovendien is de **timing** ideaal: na de pandemie zijn mensen meer digitaal georiënteerd op eten (bezorgen booming, TikTok-recepten hype), maar ook snakken ze naar echte beleveningen buiten de deur

- FoodSwipe speelt op beide in. Grote spelers als Uber Eats, DoorDash en zelfs TikTok zelf, experimenteren nu met onderdelen (videofeed, AI, lokale reviews) die FoodSwipe van meet af aan integreert <sup>28</sup> <sup>17</sup>. Dat valideert het concept: de markt beweegt deze richting op, maar een wendbare startup als FoodSwipe kan het stukken gebruiksvriendelijker en specifieker uitwerken dan de logge allround platforms.

Kortom, FoodSwipe kan **het beste van meerdere werelden** samenbrengen: de verslavende fun van TikTok, de nuttigheid van Yelp/Thuisbezorgd, en de intelligentie van een AI-chef. Dit idee kan uitgroeien tot een dagelijkse metgezel voor miljoenen gebruikers wereldwijd, en een onmisbaar marketingkanaal voor restaurants. Alles wijst erop dat dit concept, mits goed uitgevoerd, een grote kans van slagen heeft – het kan een *gamechanger* in de food-tech industrie zijn. Zoals een gebruiker van een soortgelijke app het verwoordde: “*Eindelijk een app die de 4 meest tijdrovende aspecten van uit eten gaan combineert. Dit is precies wat we nodig hadden.*” <sup>29</sup>. FoodSwipe heeft alle ingrediënten om die belofte waar te maken.

## 13. Technologie en integraties (n8n en andere tech)

Voor de realisatie van FoodSwipe komt een slimme inzet van technologie kijken. Hieronder hoe de diverse functies technisch te integreren zijn, met nadruk op **n8n** als mogelijke orkestratiotool en andere componenten:

- **Frontend (app):** FoodSwipe vergt een mobiele app (iOS/Android) die vlot video's kan weergeven en swipen. Technologieën als *React Native* of *Flutter* zijn geschikt om snel een mooie UI te bouwen. Video-hosting kan via een CDN of cloudservice (bv. upload naar AWS S3/Cloudfront of Cloudflare Stream voor geoptimaliseerde mobiele weergave). De app gebruikt de locatie-API van de telefoon voor de buurtfunctie en camera/galerij permissies voor de AI-kookassistent (foto's van ingrediënten).
- **Backend & n8n:** n8n is een **workflow automation tool** (low-code) die ideaal is om verschillende API's en processen aan elkaar te knopen. FoodSwipe kan n8n inzetten als “*glue*” tussen de app en externe diensten:
- *Integratie met bestelplatforms:* Stel een gebruiker drukt “Bestel bij Restaurant X”. De app stuurt een request naar een webhook of endpoint dat n8n in luistert. n8n kan vervolgens een HTTP request doen naar de API of affiliate-link van Thuisbezorgd/UberEats met de juiste parameters (restaurant ID, gerecht ID, adres van gebruiker, etc.), zodat de bestelling wordt geplaatst <sup>13</sup>. Dit gebeurt realtime. n8n vangt de respons (bevestiging/afwijzing) en stuurt die terug naar de app (bv. “Order confirmed, bezorging om 18:45”). Omdat n8n visueel workflows definieert, is het makkelijk meerdere services te ondersteunen: één flow voor Thuisbezorgd, één voor UberEats, etc., afhankelijk van welk platform voor dat restaurant geldt. Dit bespaart het team om voor elke integratie aparte code te schrijven.
- *Reserveringen:* Iets soortgelijks geldt bij “*Reserveer tafel*”. n8n kan via de **Resengo Partner API** een reservering inschieten <sup>14</sup>. De stappen: gebruiker kiest tijd en personen in de app → request naar n8n → n8n roept Resengo API endpoint aan met restaurantID, tijd, personen, naam van gebruiker → n8n ontvangt bevestiging en triggert een e-mail of notificatie terug. n8n kan ook zorgen voor foutafhandeling (als restaurant volzet: stuur melding terug om andere tijd te kiezen).
- *Maps & locatie:* De app zelf kan bij “Bekijk locatie” direct een Google Maps of Apple Maps link openen (deep link). Maar n8n kan op de achtergrond ook periodiek data ophalen, bv. *Geocoderen* alle restaurants (via Google Places API) om hun coördinaten te hebben voor de kaartfunctie. Ook zou n8n externe gegevens kunnen binnentrekken, zoals huidige wachttijd of

drukte (sommige platforms bieden dat) om bij een video te tonen “*momenteel 5 tafels vrij*”. Dit kan n8n doen door elk uur de API van restaurants of Google Busy Hours te checken en in de database bij te werken.

- **AI personalisatie:** n8n kan integreren met AI diensten via nodes of API calls (er is een OpenAI integratie beschikbaar <sup>30</sup>). Stel we willen gepersonaliseerde aanbevelingen genereren, zou n8n periodiek of op trigger (bv. nieuwe like) een workflow draaien: neem alle data van gebruiker X → voer door een Python code node of externe ML API die een lijst van aanbevolen content ID's teruggeeft. Deze kunnen dan in de database gezet worden als “persoonlijke feed” voor die gebruiker. Hoewel echte realtime personalisatie vaak in-app of via een dedicated recommender-systeem gebeurt, kan n8n in de prototype/bootstrapping fase dit prima verzorgen (bijv. één keer per dag aanbevelingen refreshen).
- **AI-kookassistent:** Hier is een combinatie van computer vision en NLP nodig. De beeldherkenning (herkennen ingrediënten op een foto) kan via een service als Google Vision API of via een custom model. n8n kan de foto (of een URL ervan) doorsturen naar zo'n Vision API node en de resultaten (bv. labels “tomato, onion, cheese”) terugkrijgen. Vervolgens stuurt n8n deze lijst naar een prompt in OpenAI (GPT-4) om recepten te genereren. Bijvoorbeeld: *Prompt: “Geef een beknopt receptidee met stappen voor een gerecht met: [lijst ingrediënten].”* OpenAI terug → n8n parseert het antwoord en slaat het op. De app kan dan de recepttekst en eventueel een bijpassende video ophalen. n8n is geschikt om deze multi-step AI calls te coördineren. In feite kun je een heel “agent”-workflow bouwen: Vision herkenning → GPT voor recept → misschien nog DALL-E voor een image genereren of zoeken in een recepten-database voor verfijning. Omdat n8n low-code is, kun je dit snel itereren zonder complexe backend te schrijven.
- **Notificaties & schedulers:** n8n heeft trigger-nodes (tijdgestuurd bijvoorbeeld). Hiermee kun je push-notificaties automatiseren: *elke dag om 11:30* een check, wie in de buurt van restaurants is en nu lunchtijd heeft, stuur hun een push “Lunchdeal bij jou in de buurt!” (uiteraard mits ze opt-in zijn). Of een *database watch trigger* – als een restaurant een nieuwe video uploadt, stuur volgers een melding. Dit soort logic kan in n8n in elkaar geklikt worden en via Firebase Cloud Messaging of Apple/Android push APIs notificaties uitsturen.
- **Datalogging en analytics:** n8n kan ook helpen met verzamelen van analytics door events (likes, clicks, orders) door te sturen naar een warehouse of Google Analytics. Zo krijg je inzicht in gebruik en kun je AI modellen verder verbeteren.
- **Database en hosting:** Voor content (video's, restaurant info, user profiles) zal een database nodig zijn (bijv. PostgreSQL + een CDN voor video). n8n workflows kunnen fungeren als de middleware tussen de app en de database voor complexe queries of updates. Echter, performancekritische dingen (zoals het swipen van video's) zullen direct via een backend of CDN gaan. n8n is perfect voor integraties en asynchronous jobs, maar een aparte snelle API-server (Node.js/Express of Python/FastAPI) kan naast n8n draaien voor de core app endpoints (bijv. feed ophalen, likes posten). In early stage zou je zelfs veel via n8n's own API modules kunnen doen, maar op schaal is een hybride aanpak goed.
- **Integraties met social login/sharing:** FoodSwipe kan Facebook/Google login aanbieden – dat zijn standaard OAuth flows die ook via n8n of direkte SDK kunnen. Content delen naar Instagram/TikTok: de app kan video opslaan/doorplaatsen of via hun share intent gaan; dat hoeft niet via n8n.

Samengevat fungeert **n8n als een orkestrator** die alle losse diensten koppelt en veel logica afhandelt zonder dat alles custom coded hoeft te worden. Zeker in een hackathon-/MVP-fase is dit ideaal: je kunt razendsnel werkende integraties hebben met Uber Eats, Resengo, OpenAI enz. omdat n8n kant-en-klare connectors of HTTP modules heeft <sup>31</sup>. Dit scheelt weken code schrijven. Ook kan n8n makkelijk

worden aangepast als bijv. een API verandert of je naar een andere provider wilt – je past de workflow visueel aan. Teams kunnen zo focussen op de front-end UX en content, terwijl n8n de back-end glue is. Bij groei kan je besluiten kritieke paden te “productizen” in eigen microservices, maar n8n blijft handig voor alle ondersteunende processen (bijv. scraping van trending TikTok food hashtags om nieuwe content te vinden, of bulk importeren restaurants via Google Places).

**Overige tech:** Voor de AI-componenten zijn er ook alternatieven/aanvullingen: een dienst als *Spoonacular API* heeft een enorme recepten-database en ingrediënt-zoekfunctie, die via n8n API calls te gebruiken is. Computer vision specifiek voor voedsel kan via e.g. *Clarifai food model* of *Hive.ai*. Als realtime in-app AR gewenst is (bijv. scan je koelkast live), zou eventueel een geïntegreerde ML-kit model op device kunnen draaien, maar dat is verdere luxe.

Kortom, met n8n en bestaande API's is het goed mogelijk FoodSwipe stap voor stap te bouwen. De tech stack gebruikt veel bestaande bouwstenen: van kaart-embedding (Google Maps SDK) tot betaalafhandeling (via de bestelplatforms zelf) – FoodSwipe hoeft het wiel niet opnieuw uit te vinden, maar combineert ze innovatief. Dit maakt implementatie haalbaar binnen een korte tijd (ideaal voor een build weekend). En door de modulaire aanpak (dankzij n8n) kan het systeem makkelijk worden uitgebreid met nieuwe integraties – bijvoorbeeld andere landen toevoegen is vooral nieuwe restaurantdata inlezen en wat vertalingen, de core blijft werken. Zo ondersteunt de technologie de ambitieuze visie: een soepel werkende app die voor gebruikers magie lijkt (“ik swipe en alles gebeurt”), terwijl op de achtergrond een robuust netwerk van integraties en AI de touwtjes aan elkaar knoopt.

**Sources:** De gebruikte informatie is afkomstig uit een combinatie van tech-nieuws en bronnen die ontwikkelingen rondom foodvideo-platforms en AI beschrijven, zoals TechCrunch (Uber Eats videofeed)<sup>28</sup>, Medium (Zomato's Z-Shorts concept)<sup>15</sup>, persberichten van DoorDash<sup>12</sup>, App Store info over ViralBite<sup>22</sup>, en artikelen over AI in koken<sup>1</sup>,<sup>20</sup>. Deze bronnen bevestigen zowel de markttrend (korte foodvideo's voor discovery zijn booming) als de technische haalbaarheid (AI en integraties worden al succesvol toegepast in deelgebieden). De combinatie zoals in FoodSwipe is echter nieuw en uniek. De onderbouwing is hiermee zowel conceptueel als feitelijk gestaafd, wat aantoont dat FoodSwipe niet alleen een creatief idee is maar ook realistisch te bouwen en kansrijk in de huidige markt.<sup>9</sup>,<sup>8</sup>

---

<sup>1</sup>,<sup>15</sup>,<sup>22</sup> Introducing Z-Shorts: Zomato's Fresh Approach to Transform Food Discovery | by Pushpinder Singh | Bootcamp | Medium

<https://medium.com/design-bootcamp/introducing-z-shorts-zomatos-fresh-approach-to-transform-food-discovery-133c4f128895>

<sup>2</sup>,<sup>27</sup> Top Apps For Finding Recipes For Ingredients You Already Have - Escoffier Online  
<https://www.escoffieronline.com/top-apps-for-finding-recipes-for-ingredients-you-already-have/>

<sup>3</sup>,<sup>4</sup>,<sup>5</sup>,<sup>6</sup>,<sup>9</sup>,<sup>12</sup>,<sup>28</sup> Uber Eats launches a TikTok-like video feed to boost discovery | TechCrunch  
<https://techcrunch.com/2024/04/08/uber-eats-launches-tiktok-like-video-feed/>

<sup>7</sup> Hottest Tiktok Niches That Will Get You Viral - Shortspilot AI  
<https://www.shortspilot.ai/blog/hottest-tiktok-niches-that-will-get-you-viral>

<sup>8</sup> TikTok creators are increasingly tapping into food-centric content — and brands are following - Digiday  
<https://digiday.com/marketing/tiktok-creators-are-increasingly-tapping-into-food-centric-content-and-brands-are-following/>

<sup>10</sup>,<sup>11</sup> Why You Need to Consider TikTok in Your Local Marketing - BrightLocal  
<https://www.brightlocal.com/learn/tiktok-for-local-marketing/>

13 Affiliate program - Thuisbezorgd.nl

<https://www.thuisbezorgd.nl/en/affiliate>

14 Resengo Partner API: Home

<https://partner.resengo.com/>

16 17 24 25 32 Introducing Smarter, More Personalized Ways to Explore Your Neighborhood With DoorDash | DoorDash

<https://about.doordash.com/en-us/news/smarter-ways-for-consumers-to-explore>

18 29 Viralbite - Food Discovery App - App Store

<https://apps.apple.com/us/app/viralbite-food-discovery/id6751678797>

19 SmartChef AI - #1 AI Kitchen Assistant | Revolutionary Food Recognition | Smart Recipe Generator

<https://smartchefmobile.com/>

20 I pushed an AI to make recipes from photos. It pushed back | PCWorld

<https://www.pcworld.com/article/2602477/i-pushed-an-ai-to-make-recipes-from-photos-it-pushed-back.html>

21 Boost your orders with TopRank - Thuisbezorgd.nl Partnerblog EN

<https://www.thuisbezorgd.nl/en/partner/blog/boost-your-business/boost-your-orders-with-toprank/>

23 Generate added income with take away - Resengo

<https://pro.resengo.com/en/takeaway-and-delivery-module/>

26 Top TikTok Niches to Explore and Grow in 2025 | Blog by Supliful

<https://supliful.com/blog/tiktok-niches>

30 OpenAI integrations | Workflow automation with n8n

<https://n8n.io/integrations/openai/>

31 Find step-by-step recipes from API Ninjas Recipe API in an n8n AI ...

<https://n8n.io/workflows/7837-find-step-by-step-recipes-from-api-ninjas-recipe-api-in-an-n8n-ai-agent/>