



BLEND JE BEURS

Rapportage over de opzet en uitvoering van ons evenement.



Merle Houwink, Iris Hiemstra, Nina Garcia,
Hadassa Provoost en Myrthe Kingma



BLEND JE BEURS

Rapportage over de opzet en uitvoering van ons evenement.

Auteurs: Iris Hiemstra, Merle Houwink, Hadassa Provoost, Nina Garcia en Myrthe Kingma

Docenten: Meta Witkamp en Corine Zaal

Opdrachtgever: Theo Jansma van Stichting Fjild

School: NHL Stenden in Leeuwarden

Studie: Communicatie BA

Klas: 1C

Deadline: 16 januari 2023

Studentnummers:

Iris Hiemstra (5200997)

Merle Houwink (5139587)

Hadassa Provoost (5242614)

Nina Garcia (5123615)

Myrthe Kingma (5013070)



Inhoudsopgave

INLEIDING	4
1. ORIËTEREND ONDERZOEK	5
STICHTING FJILD	5
<i>Voedselverspilling</i>	5
<i>Happy No Waste Week</i>	5
<i>Magazine Fjild</i>	6
<i>Ambitie</i>	6
<i>Visie</i>	6
DOELGROEP	6
<i>Wie zijn de grootste voedselverspillers?</i>	6
<i>Kromkommer</i>	7
2. MOGELIJKE CONCEPTENIDEËN	8
CONCEPTIDEE 1: EEN SPEURTOCHT OVER VOEDSELVERSPLLING OP DE BASISCHOOL	8
CONCEPTIDEE 2: EEN QUIZ OVER VOEDSELVERSPLLING MET DE BOVENBOUW VAN DE BASISCHOOL.....	9
CONCEPTIDEE 3: SMOOTHIES MAKEN MET DE BOVENBOUW VAN DE BASISCHOOL	10
HET UITEINDELIJKE IDEE	11
3. ONDERBOUWING GEKOZEN CONCEPT	12
3.1 HET GEKOZEN CONCEPT	12
3.2 DE MEEST KANSRIJKE DOELGROEP.....	12
3.3 DE ONDERBOUWENDE THEORIE	12
3.4 EVENT STORYBOARD CANVAS	13
4. DRAAIBOEK, BEGROTING EN COMMUNICATIEMIDDELEN	14
DRAAIBOEK:	14
BEGROTING:	15
RESULTATENREKENING:	15
COMMUNICATIEMIDDELEN:	15
5. EVALUATIE	17
NA HET EVENEMENT.....	17
6. BIJLAGEN	18
I. BRONNENLIJST	19
II. SAMENVATTING.....	20
III. DEBRIEFING	21
IV. FIELDRESEARCH	23
V. BRIEF VOOR DE OUDERS	24
VI. FLYER VOOR DE OUDERS.....	25
VIII. PERSONA'S.....	26
IX. EMPATHY MAPS.....	28
X. PERSBERICHT	29
XI. HAND-OUT	30
XII. EVENT STORYBOARD CANVAS	31
XV. EVALUATIEBRIEFJES DEELNEMERS.....	32
<i>XV.1 Het lege evaluatieformulier</i>	32
.....	32
.....	32
<i>XV.2 Eén ingevuld evaluatieformulier</i>	32
XVI. MOODBOARD	33
XVII PDF-BESTAND	34



Inleiding

Per jaar verspillen we zo'n 34 kilo aan eten per persoon. Wie zijn de grootste verspillers en hoe zorgen we ervoor dat deze groep meer om de verspilling denkt? Wij zijn Appeltje Eitje en wij zijn tegen voedselverspilling. Ons team bestaat uit Merle Houwink, Hadassa Provoost, Myrthe Kingma, Iris Hiemstra en Nina Garcia.

Samen met Stichting Fjild organiseren we een evenement op om de mensen te informeren en te activeren. Stichting Fjild zet zich al een paar jaar in tegen voedselverspilling. Al het niet 'mooie', maar wel gezonde groente en fruit zou voor humane consumptie bestemd moeten zijn in plaats van dat het allemaal weggegooid wordt. Burgers verspillen vanuit hunzelf veel voedsel en daarom is het aan ons de taak om de burger bewust te maken van de hoeveel voedsel zij per jaar verspillen, want waarom zou je een appel met een bruine plek weggooien, als je er ook een lekkere smoothie van kan maken? En waarom zou je een kromme komkommer niet kunnen eten?

Het rapport begint met informatie over Stichting Fjild. Vervolgens worden drie ontwikkelde eventconcepten behandeld. Daarna staat de onderbouwing van het gekozen concept uitgewerkt met daarbij de onderbouwende theorie en het event storyboard canvas. Ook wordt er geëvalueerd op het verloop van het evenement. Ten slotte zijn er meerdere bijlagen toegevoegd aan het rapport zoals de debriefing, de evaluatie van de samenwerking en etc. Voedselverspilling tegengaan, appeltje eitje toch?



1. Oriënterend onderzoek

Stichting Fjild

Stichting Fjild zet zich in voor de ontwikkeling naar een circulair en duurzaam leven. De stichting neemt actie om duurzame vernieuwingen te stimuleren en daagt hiermee anderen uit tot een bijdrage en samenwerking. Fjild vraagt hiervoor een goede balans tussen 'People, Planet, Profit'. Een evenwicht van ecologische, sociale en economische doelen worden hiermee bereikt.

Fjild wil inspireren, activeren en verbinden om voedselverspilling tegen te gaan. Er wordt gestreefd naar een gesloten voedselomloop, namelijk het voedsel verbouwen waarvoor het bestemd is: humane consumptie.

Voedselverspilling

De reden waarom er zoveel groente en fruit wordt verspild, is omdat sommige producten niet voldoen aan de 'cosmetische' eisen van de markt. De producten komen van de landbouw, akkerbouw, tuinbouw en de visserij.

Door afwijkende vormen, vlekjes of scheurtjes wordt het product niet door de keuring gelaten, terwijl de kwaliteit van het product zelf goed is. Fjild wil dat deze afgekeurde producten niet zomaar de vuilnisbak ingaan, maar dat de producten een nieuwe bestemming krijgen. De stichting wil onderzoek doen naar reststromen, zijstromen en welke nieuwe producten er gemaakt kunnen worden met deze 'resten'.

Fjild is ook bezig met het voedselverspillingsprobleem onder aandacht te brengen bij studenten, deze mensen zijn namelijk de consumenten van de toekomst.

Op de website van Fjild staan ook recepten die gemaakt kunnen worden met de 'minder mooie' producten die normaal afgekeurd zouden worden.

Ten slotte is Fjild bezig met een platform. Op dit platform worden vraag en aanbod van voedselverspillingsproducten weergegeven. Fjild wil boeren verbinden met ondernemers om de voedselverspilling tegen te gaan.

Happy No Waste Week

Eerstejaars communicatie studenten van NHL Stenden organiseren jaarlijks een VerspillingsMarkt met Fjild. De markt heeft als thema: 'Happy no Waste' en trok zo'n 250 bezoekers aan. Er waren verschillende creatieve uitingen om de voedselverspilling tegen te gaan:

Snert kraam

De snert die bij deze kraam werd uitgedeeld was gemaakt door de wereldkampioen snert Menthe Groefsma. De soep werd gemaakt in de keuken van cateringbedrijf Tasttoe. De ingrediënten waren uiteraard allemaal restproducten en regionale producten.

Bodem, besmetting en gezonde grond

Bij dit kraampje werden bezoekers geïnformeerd en geactiveerd door ze te laten kiezen tussen grond met kunstmest en grond met vitamines/mineralen. De gekozen grond werd meegegeven in papieren zakjes met komkommerzaadjes en een uitlegkaartje.



Feel, guess and taste

Bij dit kraampje konden bezoekers proeven van twee soorten soepen; een van de soepen kwam uit de supermarkt en de andere soep was gemaakt van de reststromen van wortelen. Dit om te laten zien dat de soep met de niet cosmetische ingrediënten ook lekker kan smaken.

Magazine Fjild

Via het Foodmagazine 'Smakelijk' wordt er aandacht gevraagd voor eerlijk, lekker en gezond eten van dichtbij met als hoofdthema regioproducten. Het blad legt de identiteit van de provincie en de regioproducten uit en laat zien dat Friesland op culinair en innovatief gebied veel te bieden heeft.

De doelgroep wordt geïnformeerd over het grote aanbod wat Friesland te bieden heeft in de foodinnovatie, steekproducten, productontwikkeling en kringomloop. Het blad is een uitgave van Wetter bv samen met Stichting Grien en LWD Smaakstad met als opdrachtgever provincie Friesland.

Ambitie

De ambitie van de stichting, is om het kenniscentrum van Noord-Nederland te worden op het gebied van voedselverspilling met het richtpunt op de AGF. Fjild wil actief voedselverspilling onder de aandacht brengen door het delen van kennis en ervaringen. Ook wordt er gewerkt aan her creëren van samenwerkingsbanden met andere bedrijven en wordt er werkgelegenheid aangeboden voor mensen met een achterstand tot de arbeidsmarkt.

Visie

Stichting Fjild wil inzicht in de hoeveelheid producten die onder de 'niet mooie' producten vallen. Ze streven voor een nieuw kwaliteitscriteria, waardoor minder producten worden afgekeurd door cosmetische redenen. Ten slotte moeten er nieuwe producten gecreëerd worden met het restafval.

(Verspillingsmarkt | Wat beweegt ons, z.d.)

Doelgroep

Wie zijn de grootste voedselverspillers?

Gezinnen met jonge kinderen.

Gezinnen met jonge kinderen gooien veel voedsel weg. Kinderen eten vaak hun bord niet leeg, waardoor het eten al snel in de vuilnisbak belandt.

Eenpersoonshuishoudens.

De verpakkingen in de supermarkt zijn niet ingericht voor mensen die alleen wonen. Het zijn vaak grote verpakkingen die zijn ingericht voor gezinnen. Hierdoor beland er bij een eenpersoonshuishouden snel wat in de vuilnisbak.

Jongeren onder de 25 jaar.

De meeste jongeren studeren nog, algemeen bekend is dat studenten het niet al te breed hebben. Hierdoor hebben ze sneller de neiging om actie producten te kopen en kopen ze meer voedsel dan ze nodig zijn. Ook zijn grote verpakking vaak goedkoper dan kleine verpakkingen. Bij jongeren onder de 25 jaar speelt het budget dus een grote rol.

(NU.nl, 2015)



In 2019 wordt de verspilling van vast voedsel in huishoudens geschat op 34,4 kilo per persoon per jaar. Dat betekent dat consumenten een aandeel hebben van zo'n 23 tot 32% van de totale verspilling in deze keten. Daarmee is de consument de grootste verspiller. Brood, zuivel, groente, fruit en aardappelen worden het meest verspild door de consument. Toch blijkt de voedselverspilling, onder de Nederlandse consumenten, al wel een aantal jaren te dalen. In 2019 was de daling 17% ten opzichte van 2016 en 29% ten opzichte van 2010. Brood, zuivel, groente en fruit werden in deze periode minder verspild. Het verminderen van voedselverspilling draagt bij aan meerdere zaken. Zo zorgt het voor het verminderen van uitstoot van broeikasgassen en het behalen van de klimaatdoelstellingen. Ook zorgt minder voedselverspilling voor minder landgebruik en het behoud van biodiversiteit.

(🍎 Voedselverspilling feiten en cijfers | Samen tegen voedselverspilling, 2022)

Jong geleerd is oud gedaan. Daarom is school dé plek om kinderen bewust te maken van voedselverspilling. Er bestaan al veel verschillende lespakketten die deze bewustwording stimuleren. Twee lespakketten die gebruikt worden in het primair onderwijs zijn Kromkommer en smaaklessen.

Kromkommer

Met het lespakket Kromkommer gaan de kinderen van groep 5 en 6 op onderzoek uit met "Red de krommies!". In een spannende race gaan de leerlingen in groepjes samenwerken om Meneer Tweebeenpeen, Karel Appel, Keesje Krom en Thea Tomatenhart te redden van de afvalbak. In twee uur tijd leren de kinderen met behulp van video, lesmaterialen en digitale tools over de oorzaak van het probleem en bedenken ze op een spelende manier oplossingen tegen voedselverspilling.

(Kromkommer, z.d.)

Smaaklessen

Smaaklessen is een lesprogramma waarbij de kinderen van de basisschool leren over eten en verschillende smaken. Bij dit lesprogramma staat het beleven centraal; door te proeven, ruiken, voelen, horen en kijken verkennen de kinderen het eten. Hiermee kunnen kinderen vanuit hun eigen interesse en nieuwsgierigheid leren bewuste en gezonde voedselkeuzes te maken. Niet het hele lesprogramma gaat over voedselverspilling. Dit thema komt wel voor in het lespakket voor groep 5 en voor groep 7 en 8.

(Smaaklessen, 2022)





2. Mogelijke conceptenideeën

Conceptidee 1: Een speurtocht over voedselverspilling op de basisschool

Waarom een speurtocht op de basisschool?

Je brengt kinderen de informatie over voedselverspilling op een leuke manier over. Op deze manier blijft het vaak beter bij de kinderen hangen.

De kinderen doen het op school en zijn hier waarschijnlijk enthousiast over, dus zij vertellen dit aan hun ouders waardoor de informatie ook weer bij hen terecht komt.

De locatie van de speurtocht:

In en om de basisschool.

Hoe wordt dit idee vormgegeven?

We gaan verschillende vragen bedenken over voedselverspilling die wij gaan stellen op verschillende plekken in en om de basisschool. Als ze de gestelde vraag goed hebben krijgen ze een letter.

Alle verzamelde letters vormen uiteindelijk ook weer een woord dat te maken heeft met voedselverspilling.

Degene die als eerste het complete woord heeft wint een prijs.

Waar halen we eventuele middelen weg?

Groente en Fruit bij Theo. Dit kunnen wij aan de kinderen laten zien.

Na het evenement:

De kinderen krijgen een flyer mee met daarop een QR-code met meer informatie.



Conceptidee 2: Een quiz over voedselverspilling met de bovenbouw van de basisschool.

Waarom een quiz met de bovenbouw op de basisschool?

Je brengt de kinderen informatie over voedselverspilling op een leuke manier over. Informatie in vorm van een spel blijft vaak langer bij kinderen hangen.

Ook willen kinderen graag winnen en met de leuke prijzen die zij met onze quiz kunnen winnen gaan ze natuurlijk een beetje beter hun best doen.

Locatie van de quiz:

In een lokaal op de school.

Hoe gaan we het vorm geven?

Wij gaan vooraf vragen bedenken over voedselverspilling. Deze vragen worden klassikaal gesteld via een PowerPoint.

De kinderen krijgen elk een briefje waar de nummers van de vragen gestaan die op het bord gesteld worden. Bij elke vraag kunnen ze of de letter van de meerkeuzevraag omcirkelen of ze schrijven de zin of het woord op van een open vraag.

Degene met de meeste goede antwoorden wint een prijs. De quiz zal meerdere rondes bevatten zodat er meer kansen op prijzen zijn.

Na het evenement:

Een boekje met de vragen en antwoorden van de quiz.

Een flyer met daarin meer informatie over voedselverspilling.

Voor de winnaars een leuke prijs die wederom iets te maken heeft met voedselverspilling.



Conceptidee 3: smoothies maken met de bovenbouw van de basisschool

Waarom basisscholen?

Gezinnen met jonge kinderen verspillen het meeste voedsel. Kinderen eten hun bord niet leeg waardoor heel veel voedsel in de vuilnisbak beland. Ook laten kinderen fruit met een andere vorm of met plekjes vaak liggen.

Locatie van het maken van de smoothies:

Op de betreffende basisschool.

Hoe gaan we het vorm geven:

We gaan een les geven met het doel om bewustwording over voedselverspilling te stimuleren. Denk aan een kookles met lelijke groentes. Het kan mogelijk zijn dat we daar een foodtruck voor nodig hebben. Ook hebben we daar groentes voor nodig.

Van tevoren bekend maken:

Communicatie met de school. Ook kunnen we het schoolplatform gebruiken om te communiceren met ouders.

Waar haal je de middelen weg?

Fruit bij Theo.

Foodtruck (als die nodig is) bij een derde

Achteraf

Boekje met tips (QR-code)

Recepten met reststroom (QR-code)



Het uiteindelijke idee

Locatie:

Koningin Wilhelminaschool
Bij groep 8

Fruit regelen:

Hadassa regelt dit met Theo Jansma

Hoe gaan we het vormgeven?

We beginnen met het geven van een les met informatie over voedselverspilling. Tijdens deze les gaan we in gesprek met de kinderen over dit thema. Ook vertellen wij over de misvormde groeten en fruit en stellen wij hier vragen over.

Na de les spelen wij een Kahoot zodat wij kunnen kijken of de kinderen goed opgelet hebben en of zij nog veel weten van wat er tijdens de les gezegd is. Ook blijft het langer hangen en herhalen ze de geleerde stof nog een keer.

Na het doen van de Kahoot is het tijd voor het snijden van het fruit voor in de blender.

Vervolgens worden de smoothies gemaakt.

Aan het einde van de ochtend is het tijd voor een stukje evaluatie en geven we ons glas met logo en QR-code als aandenken mee aan de kinderen.

Als communicatie voor het event maken wij een flyer voor in de nieuwskrant voor de ouders van groep 8 en de leerlingen zelf. Zo krijgen ze alvast door wat we gaan doen en waar we het over gaan hebben. Door het op de hoogte stellen van de ouders en kinderen heb je gelijk je doelgroep, gezinnen met jonge kinderen.

Als communicatie tijdens het event gebruiken we mondelinge communicatie en een PowerPoint waar de informatie op geschreven staat.

Als communicatie na het event geven we de bekertjes met ons logo en een QR-code naar een pdf-bestand met informatie en tips tegen voedselverspilling mee. (Wederkerigheid)



3. Onderbouwing gekozen concept

3.1 Het gekozen concept

Op woensdag 23 november hebben wij de drie ontwikkelde concepten gepitched voor de twee klassen en de opdrachtgever. Na onze pitch, is ons favoriete idee uitgekozen om uit te werken, namelijk smoothies maken met groep 8. De feedback van onze opdrachtgever was dat dit concept het meest haalbaar en speciaal is. Wij zijn enthousiast over dit concept, omdat de kinderen hier echt oog in oog komen te staan met het beurse fruit waar wij het over gaan hebben. Om de les een goede opstart te geven, hebben we meerdere ideeën met elkaar gemixt. Aan het begin van de les wordt er verteld over voedselverspilling. Daarna spelen we een Kahoot over wat er daarvoor allemaal verteld is. Vervolgens gaan de kinderen het fruit snijden en maken we hier smoothies van. Aan het einde van de les vragen we feedback aan de kinderen om te zien of hen iets is bijgebleven. Als mediaproduct wordt er een collage/moodboard gemaakt en deze wordt op groot formaat uitgeprint bij D 'lab in Leeuwarden. Zelf zorgen wij voor bekertjes, de snijplanken, mesjes, blenders en de camera.

3.2 De meest kansrijke doelgroep

Bij het ontwikkelen van de drie concepten hebben wij de (volgens ons) meest kansrijke doelgroep vastgesteld. Uit deskresearch blijkt namelijk dat gezinnen met jonge kinderen de grootste voedselverspillers zijn. Niet alleen brood en zuivel worden veel verspild door hen, maar ook fruit. Eén van de grootste oorzaken hiervan zijn fruitstukken met plekje erop. Kinderen krijgen namelijk elke dag fruit mee naar school. Niet al het fruit wat ze meekrijgen van hun ouders ziet er mooi uit; er zit wel eens een bruine banaan tussen of een appel met een bruin plekje. Wanneer het kind dit opmerkt, is hij/zij gelijk van mening dat dit fruitstuk niet lekker is en dat het weggegooid kan worden.

Wij zijn van mening dat wij deze gedachte van het kind bij dit soort stukken fruit kunnen veranderen doormiddel van ons evenement. Het doel van ons evenement is dat de kinderen er bewust van worden dat fruitstukken met plekjes en andere mankementen gewoon eetbaar zijn en meestal zelfs lekker in, in dit geval, een smoothie!

Om een nog beter beeld te krijgen van onze doelgroep verwijzen wij u naar bijlage VIII voor onze persona's.

3.3 De onderbouwende theorie

Wij zijn van mening dat Cialdini's beïnvloedingsprincipe wederkerigheid goed aansluit bij ons evenement. Bij dit beïnvloedingsprincipe gaat het over het proces van geven en nemen. Volgens Cialdini is het namelijk zo dat wanneer je iets geeft van waarde, je daar ook iets van terug mag verwachten. Het is daarbij wel belangrijk dat je iets geeft wat ook daadwerkelijk waardevol is voor de ontvanger.

(Backer, 2022)

Aan het einde van ons evenement hebben wij een hand-out meegegeven aan de deelnemers (ook wel de leerlingen en de meester). Deze hand-out is een glas met een sticker erop. Zie bijlage XI voor de hand-out. Op deze sticker staat het logo van Blend je Beurs en een QR-code die verwijst naar het pdf-bestand met tips en informatie voor het tegengaan van voedselverspilling. Deze hand-out dient als wederkerigheid; wij geven de deelnemers het glas



mee in de hoop dat ze thuis nog vaker herinnerd worden aan het evenement en het doel ervan, namelijk het tegengaan van voedselverspilling. Niet alleen de deelnemers krijgen dan een herinnering aan deze belangrijke boodschap, maar ook de ouders.

Wij gaan er namelijk vanuit dat de ouders deze QR-code scannen en vervolgens aan de slag gaan met de tips die wij hen geven. Het proces van de herinnering in combinatie met scannen van de QR-code door de ouders is wat wij terugkrijgen binnen de wederkerigheid. Om deze reden onderbouwd de theorie van Cialdini onze keuzes binnen het organiseren van het evenement heel goed.

3.4 Event storyboard canvas

Een event storyboard canvas wordt gebruikt om de doelgroep tot leven te laten komen. Bij punt één wordt gevraagd wat het doel is van het evenement. De tweede vraag gaat over wanneer het team tevreden is. Bij punt drie wordt de empathy map vóór het event weergegeven en bij punt vijf staat de empathy map ná het evenement. Bij punt vier staat de customer journey. Een customer journey is een storyboard over hoe het evenement er in ons gedachten eruitziet.

Zie bijlage XII voor het event storyboard canvas.



4. Draaiboek, begroting en communicatiemiddelen

Draaiboek:

Afkortingen:

- BJB: Blend je beurs
- KWS: Koningin Wilhelmina school

Tijd	Wat	Wie	Benodigdheden	Bijzonderheden
Gehele les	Foto's maken. Zit achter in klaslokaal.	Nina Corine	Camera.	Letten op AVG.
10:00	BJB verzamelen bij KWS.	BJB		Corine is dan ook aanwezig, en neemt het fruit mee.
10:00 - 10:30	Ontmoeting Ivo, klas klaarzetten, programma doornemen.	BJB	Snijplankjes, mesjes, blenders, draaiboek online, kahoot ready op laptop, plateau/mand met fruit.	Materialen tactisch neerzetten zodat Myrthe en Hadassa dit later in de les z.s.m. uit kunnen delen.
10:30 – 10:35	Ontvangst kinderen.	Merle		Rest van BJB zit achter in het klaslokaal.
10:35 – 10:50	Informatieve les over voedselverspilling.	Merle		Rest van BJB zit achter in het klaslokaal. Kinderen krijgen tijdens Kahoot materiaal uitgedeeld, dit mogen zij nog niet aanraken.
10:50 – 11:05	Kahoot.	Iris	Laptop met Kahoot al opgestart, digibord, kinderen met tablets.	Rest van BJB zit achter in het klaslokaal.
	Materialen uitdelen. (11:00)	Myrthe & Hadassa	Snijplankjes, mesjes, blenders, gft-afvalbakjes, fruit, bekertjes.	Rest van BJB zit achter in het klaslokaal. Blenders en mesjes nog niet op tafel, afgeleid met scherpe dingen spelen is gevaarlijk.
11:05 – 11:30	Smoothies maken met kinderen.	BJB	Snijplankjes, mesjes, blenders, gft-afvalbakjes, fruit, wegwerpbekertjes.	Iedereen van BJB staat bij één tafelgroepje voor toezicht en vragen.
11:30 – 11:40	Opruimen.	BJB & kinderen	Prullenbakken, tissues/tork & spray o.i.d.	BJB leidt het opruimen en geven kinderen instructies.
11:40 – 11:50	Uitdelen van evaluatiebriefjes, toelichting evaluatie, invullen van evaluatie door kinderen.	Myrthe	Evaluatiebriefjes, pennen van kinderen.	Myrthe staat vooraan de klas om eventuele vragen te beantwoorden. Rest BJB zit achter in de klas.
10:50 – 12:00	Innemen evaluatiebriefjes, uitdelen hand-out, kinderen en Ivo bedanken, eventueel nog even na kletsen.	Myrthe, Hadassa & Merle	Hand-out en bedankje Ivo.	Myrthe: Innemen evaluatiebriefjes Hadassa: Uitdelen hand-out Merle: Bedanken kinderen en Ivo Rest van BJB zit achter in het klaslokaal.
12:00	Kinderen gaan met pauze, BJB opruimen en afsluiten.	BJB		Ontvangst bedankje Pieter ter plekke regelen.



Begroting:

Product	Kosten
Witte wegwerpbekers Voor tijdens de les	€3,-
Blend je beurs stickers Voor hand-out	€15,-
Bekers Als hand-out	€25,-
Bedankje Ivo en Pieter Contactpersonen school	€5,-
Totaal	€48,-

Resultatenrekening:

Product	Kosten
Witte wegwerpbekers Voor tijdens de les	€1,79
Blend je beurs stickers Voor hand-out	Gratis
Bekers Als hand-out	€14,95
Bedankje Ivo en Pieter Contactpersonen school	€2,53
Bananen Extra fruit voor in smoothie	€4,58
Totaal	€23,85

Communicatiemiddelen:

Brief en enquête ouders: (zie bijlage V)

Om de ouders vroegtijdig op de hoogte te stellen van de les die aan hun kind gegeven zou gaan worden, is er een brief inclusief enquête verstuurd naar alle ouders van groep 8. In de brief stond kort wat informatie over de les en de vraag of men de enquête in wilde vullen. Deze enquête was meegestuurd om een beter beeld te krijgen van de doelgroep en obstakels die ze tegenkomen.

Flyer in nieuwsbrief: (zie bijlage VI)

Door een flyer in de nieuwsbrief te zetten zijn de ouders op de hoogte van waar hun kind mee bezig is op school. Ook zorgt dit ervoor dat we ouders inlichten over voedselverspilling.

Pdf-informatie: (zie bijlage XVII)

Voor de extra informatie aan de ouders is er een pdf-bestand gemaakt. In dit pdf-bestand beginnen we met een introductie van wie wij zijn en waarom wij eigenlijk een smoothie gaan maken met de kinderen. Ook leggen wij uit waarom er zoveel voedsel wordt weggegooid en dat we veel groente en fruit niet kunnen eten omdat het simpelweg niet door de keuring komt.

Op de tweede pagina van het pdf-bestand staan weetjes over voedselverspilling. Vaak als je grote stukken tekst ziet staan heb je al minder zin om te lezen.

Om deze reden hebben wij de weetjes over voedselverspilling simpel en kort gehouden, maar toch zo verwoord dat het hopelijk impact maakt op de lezer.



Op de derde pagina van het pdf-bestand staan nog tips om voedselverspilling tegen te gaan. Onze doelgroep zijn gezinnen met jonge kinderen. De tips zijn daarom ook gericht aan die doelgroep. De tips spelen in op het feit dat er veel voedsel verspild wordt in die jonge gezinnen. Dit komt doordat kinderen vaak hun eten niet opeten omdat ze het bijvoorbeeld niet lekker vinden. Er staan tips bij hoe je je kinderen makkelijker groente kunt laten eten maar ook hoe je groente aantrekkelijker kunt maken zodat het er makkelijker bij de gezinnen wordt gegeten en dat er op die manier minder groente wordt verspild.

Hand-out: (zie bijlage XI)

Het doel van het evenement was bewustwording van zowel de ouders als kinderen, daarom was het natuurlijk niet de bedoeling dat de informatie het ene oor in en het andere uit zou gaan. Daarom is er een hand-out, een drinkglas met sticker, gemaakt voor de kinderen. Als leuk bedankje voor het meedoen tijdens de les, en als reminder van de vertelde informatie. Op de drinkglazen waren stickers geplakt met het logo van Blend Je Beurs en een QR-code erbij. Na het scannen verwijst deze QR door naar een PDF-pagina met meer informatie over voedselverspilling en tips om dit tegen te gaan. Zie kopje 'PDF-informatie' voor meer uitleg over dit Pdf-bestand.

Persbericht: (zie bijlage X)

Het persbericht is geschreven om meer aandacht te krijgen voor de Happy No Wast Week. Ook zorgt het pers bericht ervoor dat mensen op de hoogte zijn dat er evenementen aan komen waar ze aan kunnen deelnemen.



5. Evaluatie

Na het evenement

Tijdens de organisatie van het evenement zijn er evaluatiebriefjes opgesteld voor aan het einde van de ochtend. Deze briefjes zijn ingevuld door de deelnemers. De meester van groep 8 heeft apart een korte evaluatie voor ons uitgetypt. Beide evaluaties helpen ons om inzicht te krijgen over of het doel van het evenement bereikt is en wat de kinderen en de meester van het evenement vonden.

In bijlage XIX staat een leeg evaluatieformulier, één voorbeeld van een ingevuld evaluatieformulier.



6. Bijlagen



I. Bronnenlijst

-  Voedselverspilling feiten en cijfers | Samen tegen voedselverspilling. (2022, 21 april). Samen Tegen Voedselverspilling. <https://samentegenvoedselverspilling.nl/voedselverspilling-feiten-en-cijfers/>
- Backer, G. de. (2022, 1 december). *Cialdini Principes: 7 Beïnvloedingstechnieken (+ Voorbeelden)*. Gust de Backer. <https://gustdebacker.com/nl/cialdini-principes/>
- Klaassen, L. (2018). *Effectief eventmanagement, 5e editie met MyLab NL toegangscode: Zakelijke en publieksevenementen* (1ste editie). Pearson Benelux B.V.
- Kromkommer. (z.d.). <https://www.kromkommer.com/>
- NU.nl. (2015, 7 april). *Dit zijn de grootste voedselverspillers van ons land*. NU - Het laatste nieuws het eerst op NU.nl. <https://www.nu.nl/advertorial/advertorial-sire-voedselverspilling/4026046/grootste-voedselverspillers-van-land.html>
- Smaaklessen. (2022). *Smaaklessen*. <https://www.smaaklessen.nl/nl/smaaklessen/ons-aanbod/smaaklessen.htm>. <https://www.smaaklessen.nl/nl/smaaklessen/ons-aanbod/smaaklessen.htm>
- Verspillingsmarkt | *Wat beweegt ons*. (z.d.). <https://www.verspillingsmarkt.nl/wat-beweegt-ons/>



II. Samenvatting

De aftrap van de periode Live Communicatie was op 7 november. Tijdens deze presentatie maakten we kennis met het project en de nieuwe opdrachtgever: Theo Jansma van stichting Fjild. Aan de hand van een persoonlijkheidstest werden we die woensdag in groepjes gezet. Tijdens deze les hebben wij de rollen verdeeld en een samenwerkingscontract opgesteld. Tijdens de atelierlessen bedachten we drie verschillende concepten met de doelgroep gezinnen met jonge kinderen. Al snel hadden we contact gezocht door te mailen en te bellen met een basisschool die Merle kent. De meester en de directeur waren direct enthousiast. De school heeft voor ons een informatiebrief doorgestuurd aan de ouders (zie bijlage V) om deze op de hoogte te stellen.

Woensdag 23 november hebben we de drie ontwikkelde conceptideeën gepitched. Theo vond ook ons favoriete idee het beste, dus mochten we deze uitwerken: Smoothies maken met groep 8. 2 december hebben we een dag en datum vastgesteld: dinsdag 13 december 10:00 tot 12:00.

In ons event zitten vier delen. Het event begint met een informatieve les over voedselverspilling. Vervolgens hebben we ervoor gekozen om een Kahoot te spelen met de kinderen over dit thema. Kinderen vinden het spelen van een Kahoots namelijk heel leuk. Na het spelen van de Kahoot beginnen de kinderen met het snijden van het fruit wat wij gekregen hebben van Stichting Fjild. Ten slotte maken wij smoothies van dit fruit en vragen wij wat de kinderen van de les en de smoothie vinden.

Tijdens de samenwerking hebben we meerdere keren op elkaar gereflecteerd en is er bijgehouden wat we allemaal kunnen afvinken op ons to-do list. Nadat we weer nieuwe opdrachten hebben gekregen zijn er weer nieuwe taakverdelingen gemaakt.

Het idee is dat we allemaal aanwezig zijn bij het evenement en we hebben allemaal onze eigen taak die dag.

Na het evenement, wordt een moodboard/collage gemaakt. Deze wordt op groot formaat geprint bij D 'lab Leeuwarden op 19 december. Dit wordt opgehangen tijdens de gezamenlijke markt in de week van 21 december als bewijsmateriaal van het evenement.

III. Debriefing



Appeltje eitje
Postbus 1080
8900CB Leeuwarden

Stichting Grien
De heer Theo Jansma
Schoolstraat 29c
9285 NE Buitenpost

Leeuwarden, 11 november 2022
Betreft: debriefing opdracht voedselverspilling

Geachte heer Theo Jansma,

Naar aanleiding van de briefing op maandag 7 november hebben wij een debriefing geschreven om er zeker van te zijn dat wij de opdracht goed hebben begrepen. Allereerst wil ik u bedanken voor de briefing en de gegeven opdracht.

Wij hebben de debriefing meegestuurd als bijlage. Hierin vindt u de gemaakte afspraken, de opdracht en de data. Wij willen u vragen om deze debriefing door te lezen. Mocht het blijken dat er onvolledigheden in vermeld staan, dan passen wij dit aan.

Wij hopen u zo voldoende geïnformeerd te hebben, mocht er iets vergeten zijn in onze debriefing horen wij het graag van u.

Met vriendelijke groet,
Appeltje Eitje



Bijlage:

- Opdrachtgever: Stichting Grien
- Contactpersoon: Theo Jansma
- Aanleiding: er wordt veel voedsel verspild, de verspilling van voedsel begint bij de akkerbouw. Alle groenten die niet goed van vorm zijn of lelijke plekjes hebben worden eruit gehaald en weggegooid. Ook zijn mensen voedselverspillers, denk aan restaurants, supermarkten, gezinnen met jonge kinderen, etc.
- Het doel: mensen bewust maken van de voedselverspilling.
- Communicatie adviesvraag: één bepaald doelgroep bewust maken van voedselverspilling, doormiddel van communicatie tijdens het evenement door te informeren en activeren.
- Randvoorwaarden:
- Het eindrapport/draaiboek bevat een beschrijving van het evenement en een onderzoek waarom dit een passend evenement is.
- Alle uitingen worden geschreven in begrijpelijke taal (B1 niveau).
- Alle uitingen zijn inclusief en toegankelijk voor iedereen.
- Acties en verantwoordelijkheden:
- Opdrachtnemer:
- Een evenement organiseren die de bewustwording om de mensen stimuleert.
- Het rapport/draaiboek bevat verschillende onderzoeken, testen en resultaten die wij hebben verzameld.
- Wij gaan professioneel en vertrouwelijk om met gekregen informatie.
- In de week van 12 tot 16 december organiseren wij ons evenement in teken van de 'happy no waste week'.
- Het individuele portfolio en het rapport/draaiboek wordt ingeleverd op 16 januari voor 17.00.
- Opdrachtgever: Theo Jansma
- Nodige informatie aanleveren bij de opdrachtnemers.
- Beantwoorden van dringende vragen van de opdrachtnemers.
- Budget van 50 euro voor de opdrachtnemers.
- Eventuele groenten en fruit regelen voor de opdrachtnemers.



IV. Fieldresearch

Aan de hand van de deskresearch zijn wij tot een kansrijke doelgroep gekomen. Namelijk gezinnen met jonge kinderen. Om nog meer informatie te krijgen over deze doelgroep zijn wij fieldresearch gaan doen. Wij hebben een enquête gemaakt en verstuurd naar ouders.

De vragen in de enquête zijn:

1. Ondernemen jullie actie tegen voedselverspilling, zo ja welke?
2. Vind u het belangrijk dat uw kind op de hoogte is van voedselverspilling?
3. Wat voor voedsel wordt erbij jullie thuis vooral weggegooid?
4. Bewaart u uw kliekjes of gooit u deze weg?
5. Vind u het lastig om bewust bezig te zijn met voedselverspilling?
6. Wat gebeurt er met het fruit dat uw kind niet op eet op school?
7. In hoeverre hecht u waarde aan het uiterlijk van AGF?
8. Gooit u vaak voedsel weg?
9. Verzint u voor beurse AGF-producten een ander doeleinde (bijvoorbeeld smoothie) of gooit u deze weg?
10. Bent u begaan met tegen gaan van voedselverspilling of bent u hier niet zo mee bezig?

Door het versturen van deze brief en daarbij de enquête hebben wij antwoorden gekregen van gezinnen met jonge kinderen. 12 Mensen hebben de vragenlijst beantwoord.

De eerste vraag is: gooit u vaak voedsel weg? 41% van de ondervraagden zeggen dat ze niet vaak voedsel verspillen. De volgende vraag is of de ondervraagden bezig is met voedselverspilling, alle ondervraagden zeiden allemaal van wel. Ook zei 41% dat ze geen moeite ervaren met bewust bezig zijn.

91,7% van de ondervraagden, zeggen dat ze het belangrijk vinden dat hun kinderen op de hoogte zijn van de voedselverspilling. De resterende 8,3% zegt dat ze belangrijk vinden tot een bepaalde hoogte. Het eten wat vooral wordt weggegooid in de huishoudens, zijn fruit en warm eten.

50% bewaard de kliekjes in de vriezer, 33% eet de kliekjes later in de week. 33.3% doet het fruit wat niet door hun kind wordt opgegeten, de volgende dag weer in de broodtrommel. Het op een na meest beantwoorde optie (%16,7) is dat het fruit weggegooid wordt.

Verzinnen de mensen andere doeleinden voor het beurse fruit (zoals smoothies) of wordt het fruit gewoon weggegooid? Het grootste deel snijdt het niet cosmetische gedeelte weg en gebruikt het dan alsnog. De meeste mensen nemen zelf acties om de verspilling tegen te gaan, zo kopen ze TooGoodToGo boxen en ze letten goed op bij het inkopen van hun voedsel.

De laatste vraag gaat over het uiterlijk van de groente en fruit, hoe erg hechten de mensen zich hieraan? 41.7% van de ondervraagden gaven een 2 als antwoord (1= weinig en 5= veel) het laagste percentage was nummer 1 (weinig) dus kan er geconcludeerd worden dat mensen zich wel hechten aan hoe het product erbij ligt.



V. Brief voor de ouders

Wij hebben Koningin Wilhelmina School geïnformeerd over of wij deze enquête onder de ouders van de kinderen mogen verspreiden, dit was geen probleem. We hebben een brief geschreven voor de ouder(s) en verzorger(s) van de leerlingen van de KWS. Hieronder staat deze brief uitgewerkt.

Beste ouder(s)/verzorger(s),

Wilt u ons helpen met informatie verzamelen over het onderwerp voedselverspilling?



Wij zijn studenten van de NHL Stenden in Leeuwarden. Op het moment zijn wij bezig met het opzetten van een evenement om mensen bewuster te maken van het probleem: voedselverspilling. Als doelgroep voor ons evenement hebben wij 'gezinnen met jonge kinderen' gekozen, daar valt u dus ook onder. Voorafgaand aan de organisatie van het evenement willen wij meer informatie vergaren zodat het evenement goed kan aansluiten op de doelgroep. Hiervoor is een enquête gemaakt die aan het eind van dit bericht, via een link, te vinden is.

Onze vraag aan u is of u een klein moment zou willen vrijmaken om deze enquête in te vullen. De enquête bevat elf vragen, bestaande uit open en gesloten vragen. U zult vijf tot tien minuten kwijt zijn aan het beantwoorden hiervan.

Mocht u vragen hebben mag u Hadassa Provoost contacteren, één van de studenten die werken aan dit project. E-mail: hadassa.provoost@student.nhlstenden.nl

Link naar enquête:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfcaSCLVgduqKIX4hdmlymaK-3H608Ptty3WaYewBdKkT30vg/viewform?usp=sf_link

Met vriendelijke groet,

Nina Garcia

Merle Houwink

Myrthe Kingma

Iris Hiemstra

Hadassa Provoost



VI. Flyer voor de ouders

BLEND JE BEURS

WIE ZIJN WIJ?

Wij zijn Blend Je Beurs en wij houden ons bezig met voedselverspilling.



WAT GAAN WE DOEN?

Wij willen bewustwording onder leerlingen stimuleren over voedselverspilling.

In het kader van de #happy-no-waste-week

Wij gaan samen met de leerlingen smoothies maken van overrijp fruit.



WAT IS HET DOEL?

Na het bijwonen van de les weten de leerlingen wat voedselverspilling is en weten ze wat ze kunnen maken met overrijp fruit.



WANNEER VINDT HET PLAATS?

Wij komen op dinsdag 13 december om half 11 op de KWS.



BLEND JE BEURS



Merle Houwink
Hadassa Provoost
Nina Garcia
Iris Hiemstra
Myrthe Kingma

VIII. Persona's

Aan de hand van de antwoorden van de enquête hebben wij persona's opgesteld om een nog beter beeld te krijgen van de doelgroep en van wat de behoeften en verlangens zijn. De persona's zijn gemaakt op basis van de gemiddelde antwoorden.

LINDA LINDEBOOM

Leeftijd: 33 jaar
Woonplaats: Leeuwarden
Werk: Project leider
Gezinssituatie: woont samen met haar man en dochter

HOBBY'S : wandelen, tekenen, verven, sporten
INTERESSE : architectuur, kunst, klimaat
FRUSTRATIE : mensen die haar producten willen aansmeren

BIO:
Linda Lindeboom is al een paar jaar werkzaam als project leider. Ze heeft het onwijs naar haar zin, ze kan haar creativiteit kwijt in haar werk. Ze woont samen met haar man en dochter, in een vrijstaande woning, in Leeuwarden. Haar dochter is 8 jaar en een onwijs moeilijke eter. Vaak eet ze haar bordje niet leeg en ze eet geen fruit wat een plekje heeft. Linda vindt het onwijs zonde om eten weg te gooien en wil ook graag dat haar dochter hier wat bewuster van wordt. Ze heeft alleen niet zo veel tijd om uit te zoeken wat ze hier zelf aan kan doen.



ABBIE SMITHS

Leeftijd: 12 jaar

Woonplaats: Leeuwarden

School: Groep 8

Gezinssituatie: woont samen met mama, papa en haar broertje Ticho

HOBBY'S : tekenen, knutselen, voetballen, piano spelen

INTERESSE : muziek, kunst, voetbal

FRUSTRATIE : ze vindt het niet leuk om te rekenen

BIO:

Abbie Smiths is 12 jaar en zit in groep 8. Ze vindt het heel erg leuk om naar school te gaan, alleen rekenen vindt ze niet zo leuk. Ze vindt het erg leuk als ze mag knutselen. Papa kan onwijs lekker koken en Abbie eet graag het klaargemaakte eten van haar vader. Vaak komt Abbie toch thuis met een vol bakje fruit. Ze vindt het vreselijk als ze haar fruitbakje open doet en ziet dat haar appel of banaan bruin is. Ze mag het van meester niet weg gooien dus laat ze het maar in haar bakje zitten. Papa en mama zijn hier niet zo blij mee want zo word er veel fruit weg gegooid.

IX. Empathy Maps

Voor het evenement:



Na het evenement:





X. Persbericht

Onze klas heeft tijdens de Happy No Waste Week de taak gekregen om alle events te promoten. Ons groepje kreeg binnen deze opdracht de taak om een persbericht te plaatsen op het Instagram account @happy_no_waste. Hieronder staat de post die dient als persbericht.



XI. Hand-out

De doelgroep van het project zijn ouders met jonge kinderen. De ouders waren uiteraard niet bij de les, maar om ze toch te kunnen bereiken hebben de kinderen een glas mee naar huis gekregen met een QR-code erop. Wanneer de ouder de QR-code scant, wordt hij/zij doorgestuurd naar een PDF met informatie over voedselverspilling. In dit Pdf-bestand staan een aantal tips voor het zuiniger omgaan met voedsel. Het is namelijk belangrijk dat de boodschap ná de les op langer termijn onthouden wordt. Met behulp van de bekertjes wordt het huishouden er dagelijks aan herinnert aan het tegengaan van voedselverspilling. Als bedankje voor de tijd en gastvrijheid hebben de meester van groep 8 en de directeur een gelijksoortig glas ontvangen met snoep en een blikje drinken.



XII. Event storyboard canvas

EVENT STORYBOARD CANVAS, #ESB

Designer name(s): _____

Client: _____

Event name: _____

Date: _____

Version: _____

1 What are your goals

Mensen informeren en activeren of mee te doen tegen het verspillen van voedsel (met name groente en fruit)

2 When are you satisfied

Wanneer het kind de ouder kan aanspreken op het verspillen van voedsel, door de informatie die ze bij de les hebben meegekregen

4 Customer Journey StoryBoard

3 Who is your customer

5 What does your event achieve (ROI)

STORYBOARD CANVAS

Event Storyboard Canvas (ESB) by Martijn Timmermans & Tim Corporaal. Is licensed under a Creative Commons Attribution-NonDerivatives 4.0 International License. For permissions beyond the scope of this license please visit www.storyboard-events.com

Storyboard events

Version: 041115_0.1



XV. Evaluatiebriefjes deelnemers

XV.1 Het lege evaluatieformulier

Naam: 

1. Wat voor smiley geef je deze les? Omcirkel!


  

2. Noem 1 feitje die je hebt geleerd over voedselverspilling!




3. Wat doe je de volgende keer met je fruit als er een bruin plekje op zit?

4. Hoeveel sterren geef je je smoothie? Kleur ze in!

XV.2 Eén ingevuld evaluatieformulier

Naam: *Liesemeis* 

1. Wat voor smiley geef je deze les? Omcirkel!

2. Noem 1 feitje die je hebt geleerd over voedselverspilling!

400.000 broden per dag weg

3. Wat doe je de volgende keer met je fruit als er een bruin plekje op zit?

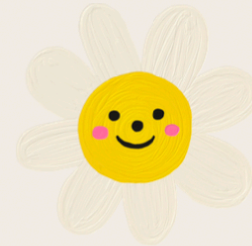
Smoothie van maken

4. Hoeveel sterren geef je je smoothie? Kleur ze in!

XVI. Moodboard



BLEND JE BEURS



**BIJ VOEDSELVERSPILLING ZIJN ER VEEL
VERSCHILLENDE PRODUCTEN DIE OM
'COSMETISCHE' REDEN NIET AANSLUITEN
BIJ DE WENSEN VAN DE MARKT. DEZE
PRODUCTEN WORDEN VANWEGE EEN
AFWIJKENDE VORM, GROOTTE, SCHEUREN
OF VLEKJES NIET VOOR DIRECTE
CONSUMPTIE GEBRUIKT. DE PRODUCTEN
SLUITEN NIET AAN OP DE WENSEN VAN DE
MARKT, MAAR ZIJN GEWOON BRUIKBAAR
VOOR MENSELIJKE CONSUMPTIE.**

**WIJ ALS BLEND JE BEURS WILLEN DIT
TEGENGAAN DOOR OP EEN LEUKE MANIER
DIT FRUIT TOCH BRUIKBAAR TE MAKEN.
MAAR WAT KUN JE MAKEN VAN NIET
'COSMETISCH' FRUIT? EEN SMOOTHIE
NATUURLIJK!**





WEETJES

Één derde van ons eten dat jaarlijks wordt geproduceerd, belandt in de prullenbak. Dat is 1,3 miljoen ton in totaal!



Nederlanders gooien elk jaar voor ongeveer 12,5 miljard euro aan voedsel weg. Per huishouden is dat 340 euro en 150 euro per persoon.

Gezinnen verspillen meer dan 17 miljard KG verse groenten en fruit per jaar. 35,3 KG per persoon per jaar. Waarvan 14,2 KG vermijdbaar is. Gemiddeld worden 29% van de door gezinnen aangekochte groente en fruit verspild.



Ieder jaar wordt er in Europa naar schatting 50 miljoen ton aan geteelde groenten en fruit weggegooid omdat ze de verkeerde afmetingen of vorm hebben. Dit heeft tot gevolg dat maar liefst één derde van alle geogste producten de supermarkt niet bereiken.

TIPS

"Twee stuks groente, twee stuks fruit, zo hou je het een stuk langer uit."

1. Geef groentes een leuke naam.
Een simpel trucje met een bewezen effect: verander de naam van de groentes en je kind lust het ineens wel.



2. De ogen willen ook wat.
Uit onderzoek blijkt dat kinderen hun eten het liefst op het onderste deel van hun bord zien en bij voorkeur neergelegd in een leuke vorm.

3. Andere bereidingswijze.
Soms kan een kind een groentesoort opeens wel lekker vinden als het op een andere manier wordt bereid. Kook voor de verandering je spruitjes niet maar gooi ze in de wokpan.



4. Samen boodschappen doen en koken.
Betrek je kind bij het voorbereiden van het avondeten. Kies samen verschillende groentes in de winkel. Het is ook leuk om het gerecht samen te maken, want wat je zelf maakt is natuurlijk het lekkerst!