

# 7 days no waste



Live Communicatie  
Happy No Waste

Suus Riemersma  
Esmee Kommerij  
Laura Weewer

# INHOUD

*live communicatie*

---

**01**

De opdracht

**02**

Deskresearch

**03**

Ideeën

**06**

Doelgroep  
onderzoek

**07**

Communicatie  
plan

**08**

Content

**10**

Planning

**12**

Draaiboek  
Instagram live

**13**

Het evenement

**14**

*Logboek live  
ontmoetingen*

**15**

*Begroting*

**16**

*Evaluatie*

# INLEIDING



Naar aanleiding van de opdracht vanuit Stichting Grien lees u dit rapport waarin wij het volgende project behandelen: 'Organiseer een workshop voor de online streekmarkt 'Happy No Waste' waarmee je zelfgekozen publieksgroepen verbonden en bewust maakt van een van de 6 thema's over verspilling.' Ons thema hierbij is FjildLeer, hiervoor maken we een kookboekje en staat communicatie en educatie centraal. In dit rapport wordt de uitwerking van onze ideeën en de aspecten van het opzetten van het (online) evenement behandeld.

Bij deze bedanken wij onze docenten Judith en Janet, en Stichting Grien voor alle hulp en ondersteuning bij het maken van dit project, en de feedback die wij tussentijds hebben gekregen om het geheel tot een mooi resultaat te brengen.

## De opdracht

Voor het vak live communicatie hebben wij de volgende opdracht gekregen: 'Organiseer een workshop voor de online streekmarkt 'Happy No Waste', waarmee je zelfgekozen publieksgroepen verbonden en bewust maakt van een van de 6 thema's over verspilling.'

Binnen de periode woensdag 6 januari t/m dinsdag 12 januari organiseer je met je team een activiteit op een zelfgekozen tijdstip. Doordat 6 groepen de gemaakte content delen op relevante sociale media platformen (naar eigen keuze), hoopt stichting Griem dat er een online 'Happy No Waste'-beweging ontstaat, waarmee verspilling een week lang onder de aandacht wordt gebracht. Op woensdag 13 januari presenteer je de uitvoering van je workshop aan je klasgenoten en de opdrachtgever en evalueer je de ervaringen en de impact. Ieder groepje heeft een eigen onderwerp, ons onderwerp is FjieldLeer. Hiervoor realiseren we een kookboekje en geven we aan de hand van dit boek een workshop. Communicatie en educatie staan hierbij centraal.





## Deskresearch

Om ons in het onderwerp en de opdrachtgever te verdiepen hebben we eerst zelf onderzoek gedaan naar recepten, verspilling en hoe je duurzamer met voedsel om kunt gaan. Er zijn een aantal websites en kookboeken die al veel gebruik maken van het koken met restjes en die tips geven. Daarbij zijn we de volgende websites tegengekomen:

### *Soephoofd*

Op deze website worden veel recepten van soep gedeeld. Maar naast deze recepten hebben ze ook 'klikjes recepten'. Bij deze recepten worden ingrediënten gebruikt die anders weg worden gegooid. Zoals: bananenbrood met overrijpe bananen. Soephoofd geeft zelf ook workshops.

### *Daisy Scholte (alldayeverydaisy)*

Daisy heeft haar eigen blog. Op dit blog deelt zij haar ervaringen op gebied van duurzaam reizen, eten en leven. Op haar blog heeft ze ook veel recepten staan die gericht zijn op het gebruiken van klikjes. Bijvoorbeeld: chips maken van aardappelschil.

### *Voedselverspilling*

Een gemiddeld Nederlands huishouden verspilt gemiddeld 34 kilo eten per persoon per jaar aan vast voedsel. Naast eten worden er ook veel vloeistoffen weggegooid, namelijk 45,5 liter per persoon per jaar. Brood, zuivel, groente, fruit en aardappelen worden het meest verspild.

Van al het voedsel dat supermarkten in Nederland aanbieden, wordt gemiddeld 98,3% verkocht. 1,7% van het voedsel dus niet. Dit is onderzocht bij de volgende supermarkten: Albert Heijn, Aldi, Jumbo, Lidl en PLUS. Deze supermarkten beslaan samen ongeveer 77,5% van de Nederlandse markt. De 1,7 procent bestaat uit de volgende producten: Aardappels, groenten en fruit: 34,5%, Brood, afbakbrood en banket: 31,5 %, Zuivel, eieren, kant-en-klaar gekoelde producten: 13,3%, Vers vlees en verse vis: 7,5% en Overige verse producten en houdbare producten: 13,2%

### **De opdrachtgever: Stichting Grien**

Stichting Grien is een stichting die zich bezighoudt met de verspilling van voedsel. Er wordt namelijk veel voedsel verspild in Nederland. Dit voedsel wordt weggegooid omdat het niet voldoet aan de wensen van de markt. De producten hebben bijvoorbeeld een afwijkende vorm, grootte, scheuren of vlekjes. Omdat dit een grote verspilling is wil Stichting Grien hier iets aan doen. Ze willen de markt inspireren, activeren, verbinden en ervoor zorgen dat er weinig tot geen verspilling is. Voedsel verbouwen waar het voor bestemd is: humane consumptie! Stichting Grien focust zich op AGF producten. Dit zijn dus de aardappelen, groenten en fruit. Dit zijn producten die afkomstig zijn uit de landbouw, akkerbouw en tuinbouw.

## Ideeën

Nadat we ons verdiept hadden in het onderwerp en de opdrachtgever zijn we begonnen met het verzinnen van verschillende ideeën voor ons onderwerp. We hebben met zijn allen gebrainstormd waar veel leuke ideeën uitkwamen. Vervolgens hebben we onze ideeën samengevoegd, hier kwamen de volgende concepten uit:

### *7 days no waste*

Ons eerste idee is om een kookboekje te maken waarin voor een week lang allemaal recepten staan. Denk hierbij aan: ontbijt, lunch, avondeten, tussendoortjes, borrelhapjes en lekkere drankjes. Deze recepten zijn allemaal vegetarisch en er worden alleen aardappelen, groenten en fruit in verwerkt.

### *kliekjes*

Ons tweede idee is om een kookboek te maken met kliekjes. Hierbij maken we recepten met ingrediënten die je meerdere keren kunt gebruiken. Als je bijvoorbeeld vandaag een gerecht maakt, kun je daar ingrediënten van bewaren en morgen weer verwerken in een ander gerecht.

### *buitenbeentjes*

Ons derde idee is om een workshop te gaan houden met buitenbeentjes. Dit zijn groenten en fruit die er anders uitzien dan we in Nederland gewend zijn. Denk bijvoorbeeld aan kromme komkommers, kleine paprika's of appels die onvoldoende zijn gekleurd. Er is geen verschil in kwaliteit en versheid, die is namelijk net zo goed als 'normale' groenten en fruit, ze zien er alleen anders uit. We willen dan door middel van een workshop laten zien dat je ook mooie en kwalitatieve gerechten kunt maken met buitenbeentjes.

## Doel: inspireren en informeren

Wij hebben uiteindelijk gekozen voor idee 1: 7 days no waste. Met ons kookboekje en onze workshop willen wij het publiek inspireren om meer te denken aan de producten die ze gebruiken bij het eten. Met ons evenement willen we laten zien dat het weggooien van eten op een makkelijke manier verminderd kan worden en dat je verschillende ingrediënten meerdere keren kunt gebruiken. Vervolgens houden we ook een winactie. Als mensen een gerecht uit ons kookboek maken en deze in hun Instagram story delen en ons taggen maken ze kans op een kookboek: de groentebijbel.

## Doelstelling

Ons doel is behaald als minimaal 1 persoon een recept uit ons kookboek heeft gemaakt en deze heeft gedeeld op Instagram om mee te doen met de winactie.

## Online workshops

In verband met het coronavirus is het erg lastig om een fysieke workshop/evenement te houden. Je moet je namelijk aan alle maatregelen houden. Gelukkig kunnen we ook nog voor een online versie van een workshop/evenement kiezen! Om inzicht te krijgen in hoe online evenementen in de deze tijd gegeven worden hebben we hier ook onderzoek naar gedaan. Hieronder staan een aantal voorbeelden:

### *open dag nhl stenden*

Ieder jaar zijn er weer nieuwe mensen die een studie willen volgen op het NHL Stenden. Maar voor dat je je aanmeldt voor een opleiding wil je wel zeker weten dat dit de beste keuze voor jou is. Daarom hebben ze in 2020 voor een online open-dag gekozen. Tijdens deze open-dag kun je studiekeuzeadvies krijgen, verhalen van ervaren studenten en je proeft een beetje de sfeer van de opleiding. Wanneer je deze online open-dag wilt volgen moet je je inschrijven. Wanneer je je hebt ingeschreven krijg je de tijden en de datum door. De eerstvolgende open-dag is op 9, 10 en 11 februari 2021.

### *rijksmuseum*

Door het corona virus kun je nu niet (minder) meer musea bezoeken. Daarom heeft het Rijksmuseum hier een idee op bedacht (net als meerdere musea). Wanneer je op de site van het Rijksmuseum kijkt kun je door de zalen van het museum heen lopen in een soort van Google Maps manier.

### *mtv ema's*

Zelf de grote Europese evenementen gingen niet op de 'normale' manier door dit jaar. Zoals de MTV EMA'S. Dit jaar was het een online award show. Je kan de show dus niet bezoeken maar je kan gewoon online meekijken. De optredens zijn van tevoren opgenomen. Op deze manier konden ze nog wel de optredens laten zien. De genomineerde keken ook online mee, en als ze hadden gewonnen konden ze live een praatje houden, maar dan via hun woonkamer.



### Hoe zorg je voor een goede online workshop/evenement?

Wanneer je een online meeting wilt organiseren wil je er wel voor zorgen dat alles goed verloopt. Er zijn een aantal goede tips en mogelijkheden om een goede online workshop/evenement te organiseren.

#### *weet wie je doelgroep is*

Wanneer je weet wie je doelgroep is kun je er ook goed op inspelen. Je gedraagt je namelijk anders bij een doelgroep van 50+ of een doelgroep van 13 tot 18.

*zoek een goede spreker*  
Als je meedoet aan een workshop wil je naar iemand luisteren met een duidelijke stem en een goed verhaal. Als de persoon die de workshop presenteert die niet goed over het onderwerp kan praten, dan is het ook niet fijn om ernaar te luisteren.

*inspireer*  
Wanneer je je 'gasten' meteen inspireert ben zijn ze gelijk geïnteresseerd is de kans groter dat ze langer blijven hangen.

*oefenen*  
Van tevoren is het belangrijk om goed te oefenen. Je moet je tekst oefenen maar ook de activiteiten die je gaat uitvoeren. Het is ook belangrijk of ervoor te zorgen dat alle technische apparatuur ook werkt en dus ook uittest.

## Doelgroep onderzoek

Wij gaan ons richten op de doelgroep vegetarische studenten van de NHL Stenden tussen de 18 en 30 jaar. Om een beeld te krijgen van onze doelgroep hebben we twee persona's gemaakt. Hierdoor komt de doelgroep als het ware 'tot leven' en weet je beter met wat voor soort mensen je te maken hebt.



## SUSAN JANSEN



Woonst in Leeuwarden in een studentenhuis met 3 vriendinnen.



Studeert Voedingstechnologie op aan de NHL Stenden Hogeschool.



Heeft geen relatie.



Werkt als serveerster bij Stek Leeuwarden.

### WIE IS SUSAN?

Susan is 22 jaar oud en zit in het tweede jaar van de studie Voedingstechnologie aan de NHL Stenden. Ze woont in een studentenhuis in Leeuwarden met 3 vriendinnen. In haar vrije tijd vindt ze het leuk om uit te gaan en leuke dingen te doen met vriendinnen. Daarnaast werkt ze als serveerster bij Stek, dit is een restaurant in Leeuwarden (waar ook veel vegan gerechten worden geserveerd). Ze vindt het belangrijk om goed op haar voeding te letten. Sinds 2018 is ze daarom vegetariër geworden. Ze kookt vaak vegetarische maaltijden voor zichzelf en haar huisgenoten, dit vindt ze erg leuk om te doen.

#### WAT WIL SUSAN VAN STICHTING GRIEN?

- Voorlichtingen krijgen over verspilling.
- Praktische informatie over verspilling.
- Weten hoe zij zelf duurzame, vegetarische gerechten kan maken.
- Benaderen: social media zoals Facebook en Instagram.



## JIP VAN VLIET



Geboren in Sneek, woont nog thuis bij zijn ouders



Studeert Commerciële Economie aan de NHL Stenden Hogeschool



In een relatie met Sanne



Werkt bij Vodafone in Sneek

### WIE IS JIP?

Jip is 18 jaar en zit in zijn eerste jaar van de studie Commerciële economie. Omdat zijn studie grotendeels online is woont hij nog thuis in Sneek. In zijn vrije tijd is hij graag met vrienden of tennist hij. Jip werkt bij de Vodafone en heeft sinds twee jaar een relatie met Sanne. Zijn vriendin is vegetarisch en dat lijkt hem erg lastig. Wel ziet hij in dat er veel redenen zijn om vegetarisch te eten. Hij is dus wel geïnteresseerd in het minder eten van vlees en probeert dit ook wel eens om rekening te houden met zijn vriendin.

#### WAT WIL JIP VAN STICHTING GRIEN?

- Inspiratie krijgen voor recepten zonder vlees.
- Voorlichtingen krijgen over verspilling
- Tips krijgen over hoe hij bewuster om kan gaan met verspilling
- Benaderen: social media zoals Facebook en Instagram.



## Communicatieplan

Ons originele idee voor de workshop was om in een professionele keuken te filmen. Dit konden wij bijvoorbeeld doen op school of bij het Kruidhof. Tijdens onze workshop was het de bedoeling dat er iemand ging koken die er veel verstand van had en het ook leuk vindt. We hadden hiervoor al een paar mensen op het oog.

Uiteindelijk kon dit allemaal helaas niet doorgaan door de vernieuwde maatregelen. Vandaar dat we een **plan B** hebben bedacht. De bedoeling is dat we alle 3 een recept uit het boek kiezen om uiteindelijk te maken. We gaan dit ook los van elkaar opnemen omdat we ons niet prettig voelen om gezamenlijk te filmen i.v.m. de coronamaatregelen. Voor de opening van de workshop gaan we via Teams een opname maken en daar leggen we uit wat de bedoeling is van de workshop. Uiteindelijk gaan we alle filmpjes aan elkaar vast plakken en daar maken we een IGTV van. Na afloop van de IGTV blijven wij op hetzelfde Instagram account en gaan we live. Op die manier kunnen we de mogelijke vragen van de kijkers beantwoorden.

### Wat is IGTV?

IGTV kun je het best vergelijken met Youtube video's. IGTV is verbonden met Instagram maar het is wel een aparte app. Wanneer je de app hebt gedownload kun je hem weer koppelen met Instagram (zodat je heb vanuit daar kunt gebruiken). Je kunt vanuit de IGTV app niet de video's opnemen. Het is de bedoeling dat je de video eerst opneemt en daarna (als het nodig is) gaat bewerken. De video's moeten verticaal zijn. Wanneer je de video uiteindelijk plaats zijn te zien op het volledige beeldscherm.

Wanneer je een IGTV aan het kijken bent kun je er ook op reageren. (Net zoals een normale Instagram post). Er is een mogelijkheid om je IGTV te koppelen aan je live-stream op insta. Je hebt bijvoorbeeld eerst je IGTV en daarna gaat hij door naar je livestream.

### Hoe bereiken we de doelgroep?

Onze doelgroep zijn studenten tussen de 18 en 25 jaar die vegetariër zijn en/of die geïnteresseerd zijn in minder vlees eten. Deze doelgroep is het beste te bereiken op social media zoals Instagram en Facebook. Omdat vooral Instagram onder deze leeftijdscategorie erg populair is, gaan we dit platform inzetten om onze doelgroep te bereiken. We hebben met de klas een gezamenlijk Instagram account aangemaakt waar iedereen zijn eigen workshop op kan promoten. Op dit account zal uiteindelijk ook het vooraf opgenomen IGTV filmpje komen te staan.



content

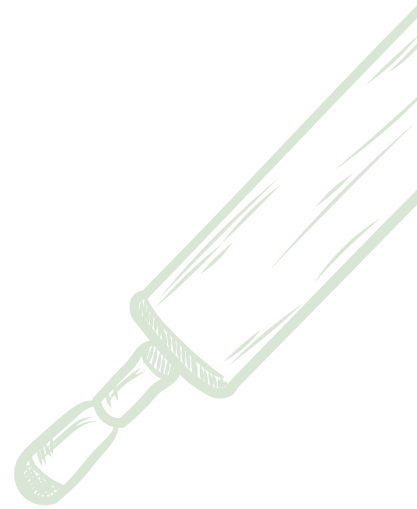
Om de doelgroep te informeren over de online streekmarkt en onze workshop hebben we content gemaakt die we op het gezamenlijke Instagram account @happy\_no\_waste gaan delen. Hieronder staan onze Instagram berichten.





## Contentkalender Instagram

Week	Wat	Wanneer
Week 51	No waste hack chips	16 december 2020
Week 53	No waste hack chocolademelk	2 januari 2021
Week 1	No waste hack bananensmoothie	4 januari 2021
Week 1	No waste cookies recept	5 januari 2021
Week 1	Crostini met tomatomaat recept	6 januari 2021
Week 1	Crostini met tomatomaat + TikTok	6 januari 2021
Week 1	Winactie	7 januari 2021
Week 1	Save the date - workshop vanavond!	8 januari 2021



## Planning

Week	Activiteit
Week 46	<ul style="list-style-type: none"><li>• Onderzoek doen naar opdrachtgever en doelgroep.</li><li>• Ideeën bedenken en uitwerken voor de workshop.</li><li>• Eerste (online) gesprek met de opdrachtgever.</li><li>• Persona's maken van de doelgroep.</li></ul>
Week 47	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fysiek gesprek met de opdrachtgever</li><li>• Ideeën verder uitwerken.</li><li>• Tussenpresentatie maken.</li></ul>
Week 48	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tussenpresentatie voorbereiden.</li><li>• Tussenpresentatie geven voor de opdrachtgever.</li></ul>
Week 49	<ul style="list-style-type: none"><li>• Concepten maken van recepten en begin ontwerpen kookboek.</li><li>• Recepten kookboek verzamelen.</li></ul>
Week 50	<ul style="list-style-type: none"><li>• Concepten kookboek klaarmaken.</li><li>• Sociale media content creëren.</li><li>• Communicatieplan maken.</li><li>• Ideeën pitchen voor opdrachtgever.</li></ul>
Week 51	<ul style="list-style-type: none"><li>• Weetjes en tips &amp; tricks voor in kookboek afmaken.</li><li>• Alle recepten in kookboek op volgorde zetten.</li></ul>
Week 52	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kookboek afmaken a.d.h.v. feedback opdrachtgever.</li><li>• Kookboek nakijken, puntjes op de i zetten.</li><li>• Draaiboek maken.</li></ul>
Week 53	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kookfilmpjes opnemen.</li><li>• Kookfilmpjes achter elkaar plakken en editen.</li><li>• Instagram berichten plaatsen.</li></ul>
Week 1	<ul style="list-style-type: none"><li>• Instagram berichten plaatsen.</li><li>• Draaiboek klaarmaken.</li><li>• Kookvideo op IGTV zetten.</li><li>• Live Q&amp;A van 17:00 tot 18:00.</li></ul>





# PLANNING 7 DAYS NO WASTE

**LAURA**

**SUUS**

**ESMEE**

**TAKEN**

**WEEK 50**

**WEEK 52**

**WEEK 53**

**WEEK 1**

**WEEK 2**

Content maken



Feedback kookboek vragen



Content posten



Kookvideo maken



Kookboek afronden



Video afronden



Portfolio feedback krijgen



Live voorbereiden



Reflecteren



Portfolio afronden



TIJD	WAT	WIE
17:00	<b>Opening</b> We gaan hier praten over de IGTV en hoe we deze hebben opgenomen.	Opening: Suus, Esmee, Laura. Opnames: Esmee.
17:03	<b>Recepten</b> We gaan hier praten over de IGTV en waarom we de bepaalde recepten hebben gekozen.	Rijstepap: Suus Appelchips: Laura Koekjes: Esmee
17:06	<b>Q&amp;A</b> Vragen over de workshop. Als niemand vragen heeft doorgaan met programma.	Suus.
17:07	<b>Kookboek</b> Hier leggen we uit waar het kookboek voor staat. De verspilling, vegetarisch en het 7 dagen concept.	Laura.
17:10	<b>Recept</b> We pakken een recept en daarbij leggen we uit waarom je hierbij weinig eten verspilt. (Oud brood quiche).	Esmee.
17:13	<b>Q&amp;A</b> Vragen over het kookboek. Als niemand vragen heeft doorgaan met programma.	Laura.
17:14	<b>Winactie</b> Uitleg over de winactie. Hoe kunnen mensen meedoen en wat kunnen ze winnen?	Suus.

**Contactgegevens betrokkenen:**

**Suus Riemersma**  
0681351049  
suus.riemersma@student.nhlstenden.com

**Esmee Kommerij**  
0645331860  
esmee.kommerij@student.nhlstenden.com

**Laura Weewer**  
0611270187  
laura.weewer@student.nhlstenden.com

**Benodigdheden:**

Telefoon + internet



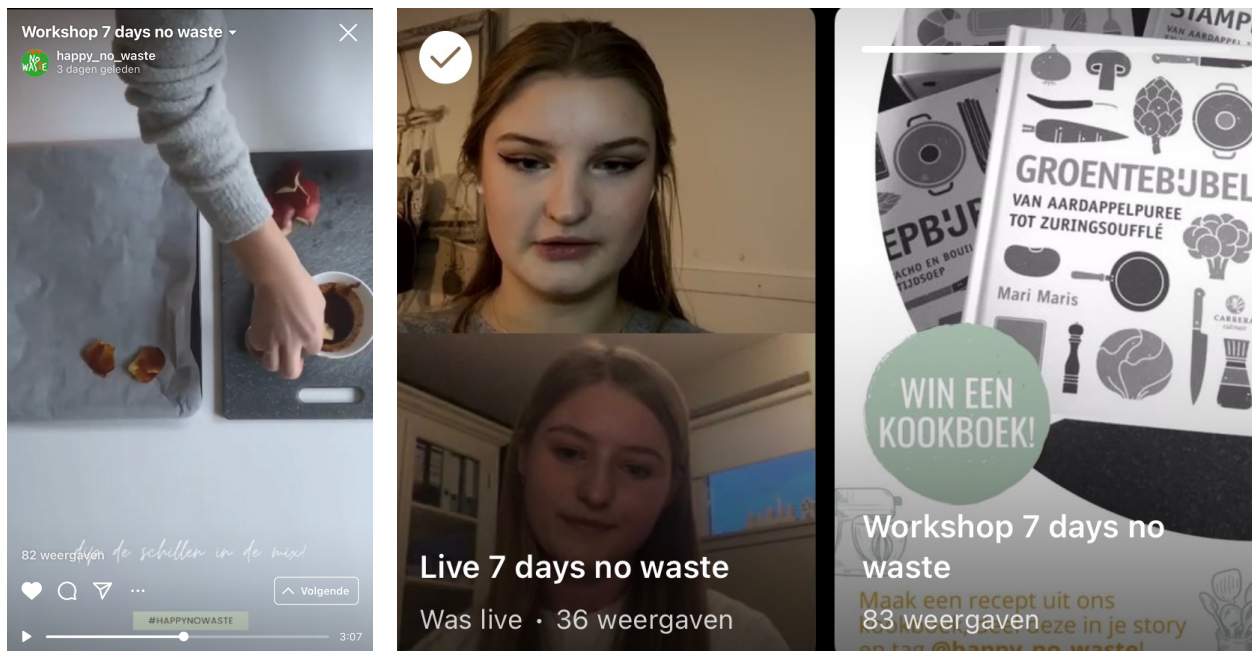
## Het evenement

Voor het evenement hebben we via Teams nog even kort met elkaar het draaiboek doorgenomen, zo wist iedereen wanneer wie aan de beurt was en wat er verteld moest worden.

## Instagram Live Q&A

Op 8 januari om 16:00 hebben we onze kookworkshop online gezet en om 17:00 vond onze live Q&A plaats. Kijkers konden tijdens deze uitzending vragen stellen over het kookboekje, voedselverspilling of de workshop. We hadden ongeveer 12 kijkers die live meekijken en vragen stelden. We kregen leuke vragen, bijvoorbeeld waarom we voor vegetarische gerechten hebben gekozen en wat ons favoriete gerecht was.

Iedereen wist tijdens de live precies wat haar rol was en wat er verteld moest worden, alles liep eigenlijk precies volgens het draaiboek. Omdat we niet met zijn drieën tegelijk deel konden nemen aan de live moesten Suus en Laura elkaar afwisselen met een eigen account. Ook dit verliep zonder problemen.



## Logboek live ontmoetingen opdrachtgever

### *woensdag 18 november*

Op woensdag 18 november zijn we naar Buitenpost gegaan om de opdrachtgever te bezoeken. We hebben onze ideeën verteld en de opdrachtgever heeft iets meer verteld over wat zij doen en waar ze voor staan. De opdrachtgever heeft meegedacht met onze ideeën en zijn wensen verteld. We kregen informatieboekjes mee en hebben het ook gehad over de fysieke markt die ze het jaar daarvoor hadden georganiseerd. Daarna kregen we nog een rondleiding door de Kruidhof.

### *woensdag 25 november*

Op woensdag 25 november hebben we via Teams een korte pitch gegeven over ons project. Theo en Shania waren hier ook bij aanwezig. We hebben verteld over onze opdracht, de ideeën die we tot nu toe hebben en hoe wij de uitwerking voor ons zien.

### *woensdag 9 december*

Op woensdag 9 december kwamen Theo en Shania naar NHL Stenden Hogeschool. Tijdens deze live ontmoeting hebben we kort verteld waar we mee bezig zijn en hoe we de communicatie van evenement voor ons zien. Theo heeft ons ook nog een aantal kookboekjes laten zien ter inspiratie.

### *woensdag 13 januari*

Op woensdag 13 januari mochten we via Teams onze eindpresentatie houden voor Theo en Shania. Wij hebben verteld over onze werkwijze, hoe we hebben gewerkt en waar we de afgelopen weken mee bezig zijn geweest, het kookboek, de workshop en de live, en de resultaten van onze kookworkshop.



## Begroting

Voor dit project hebben we weinig tot geen kosten gemaakt, toch hebben we een kleine begroting gemaakt met de producten die we hebben gebruikt.

Inkomsten:	Gekregen bedrag van opdrachtgever: €50,-
Benodigdheden:	<p>Ingrediënten: Dit hadden we in huis we hebben hier dus niks voor uitgegeven.</p> <p>Edit programma: We hebben hiervoor een app gebruikt en deze was gratis.</p> <p>Inspiratie kookboeken: Deze hebben we van Theo gekregen</p> <p>Kookboek om te winnen: Deze hebben we van Theo gekregen en kost normaal €25,-</p>
Uitgaven:	€0,-

Omdat het project helemaal thuis is gefilmd hebben we geen kosten voor een locatie en we hebben met onze telefoons gefilmd dus daar zitten ook geen kosten aan vast. Als er geen maatregelen zouden zijn was er een kans dat we dus die kosten er bij kregen. Hieronder staat dus nog een begroting voor plan A.

Benodigdheden:	<p>Filmproducten: Er was een mogelijkheid om gratis een aantal film attributen te lenen van school, zoals een camera, lichten en een statief.</p> <p>Locatie: Er was een optie om op school of op het Kruidhof te filmen, maar hier zaten dan geen kosten aan.</p>
Uitgaven:	€0,-



## Evaluatie

Bij het terug kijken en het reflecteren op het project van de afgelopen periode zien wij het als projectgroep als een leerzaam en geslaagd project. Wij hebben achteraf informatie verzameld om de waarde van het uiteindelijke resultaat en het proces te bepalen. Zo hebben wij ons zelf vragen gesteld als: "Hebben wij onze einddoelen bereikt?", "Wat waren onderdelen die goed zijn gelopen?" en "Zijn er punten voor verbetering?" Maar ook hebben wij enthousiaste reacties van kijkers mogen ontvangen, en een deel hiervan gevraagd wat zij van de uitvoering van het project vonden.

Allereerst zijn wij erg trots dat we alsnog tot dit eindresultaat zijn gekomen ondanks dat wij moesten overschakelen naar plan B wegens de Corona-maatregelen. Bij de evaluatie binnen de projectgroep waren wij dus ook tevreden met de einddoelen die wij alsnog hebben bereikt. Zo hebben wij door middel van content posten op het Instagram-account gezorgd voor een succesvolle werving voor zowel onze workshop als live-stream.

## Live-stream

Tijdens de live-stream waren de kijkers erg betrokken en actief. Hierdoor konden wij dus op een fijne manier informatie verspreiden over het hoofdonderwerp, en de kijkers inspireren. Achteraf hebben wij onderzoek gedaan naar de doelgroep die aanwezig was, en of dit overeen kwam met onze persona's. Het grootste deel was student of geïnteresseerd in koken/vegetarische gerechten dus dit zat op een lijn met onze verwachtingen.

## Kookboek

Een onderdeel waar wij positief op terug kijken is de uitwerking van het '7 days no waste' kookboek. We hebben de wensen en feedback van de opdrachtgever verwerkt in het kookboek waardoor beide partijen erg enthousiast zijn over het eindresultaat. Ook ging de communicatie binnen onze projectgroep soepel waardoor het overschakelen naar plan B ook met weinig moeite ging.

## Doelstelling

Onze doelstelling was dat minimaal 1 persoon mee zou doen met de winactie. Dit doel hebben we helaas niet behaald, er heeft niemand meegedaan aan de winactie.

## Verbeterpunten

Omdat wij vrij laat in het project nog zijn overgestapt op plan B zien we dit wel als een verbeteringspunt voor de toekomst. Als we eerder een plan B hadden gehad hadden we daar gemakkelijk op terug kunnen vallen.

## Reacties kijkers

Tevens gaven de deelnemers tijdens de live wel aan dat ze enthousiast waren over ons concept en enkelen waren ook van plan om een gerecht uit het kookboek te bereiden. Na deze uitzending hebben bekenden ons nog lovende berichten gestuurd over de workshop en het kookboek. Ze vonden het onder andere leerzaam en waren enthousiast over hoe wij dit onderwerp hebben aangepakt.

Terugkijkend op het evenement zouden wij dus weinig anders hebben aangepakt, en zijn wij zeer tevreden met de uitkomsten en wat we hebben neergezet!