

has
hogeschool



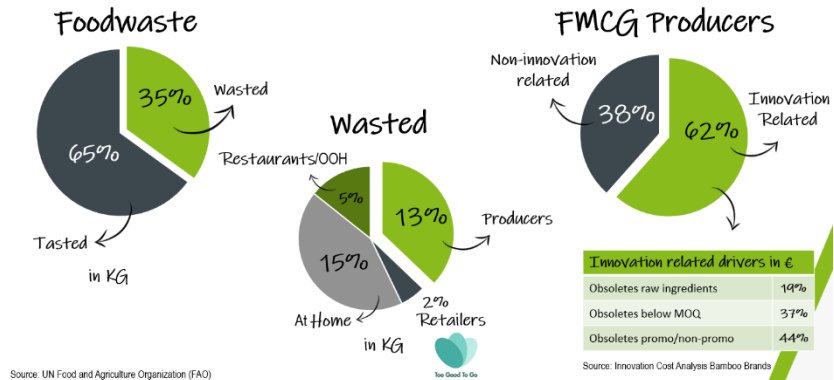
**BRABANTSE
HBO VOEDSELVERSPELLINGS
CHALLENGE 2021**

Bamboo Brands - Theo Toering

- Bamboo Brands heeft jarenlange ervaring binnen consumer marketing. Bamboo Brands heeft empirisch in-store onderzoek helemaal uitontwikkeld en kan A-merken sneller helpen groeien en de ROI (return on investment) van innovaties significant verbeteren.
- 80% van de food innovaties is binnen een jaar na introductie van het schap. Bovendien blijkt circa 67% van alle verloren kosten bij innovaties te bestaan uit zogenoemde obsoletes (verpakking en product wat wordt weggegooid als producten uit de markt worden gehaald of als acties zijn geweest en restpartijen overblijven)
- Bamboo Brands denkt dat de Cost of Innovation (COI) met 20% te reduceren is door die food waste aan te pakken.

Challenge: kunnen we onze kennis vrij beschikbaar maken voor bedrijven zodat zij de incentive hebben om de food waste die bij innovaties komt kijken te reduceren?

Empirical test center for FMCG food innovation Impact innovation on world foodwaste problem is very high



BeefyGreen – Frank Nouwens

Doel BeefyGreen: Het hoogwaardig inzetten van het voetje van de oesterzwam in vleesvervangers en hybride producten

Challenge: concept en productontwikkeling met de oesterzwamvoetjes in vleesvervangers en hybride producten met zo hoog mogelijk % oesterzwamvoetjes. Mogelijkheden om Oesterzwam voetjes gesneden weer onder omstandigheden aan elkaar te laten groeien (regeneratieve groei)



Care Culinaire i.s.m. MenuSurplus – Marc Duijzer en Frank Aarnoudse



Care Culinaire is een consultancy bedrijf dat zorgorganisaties ondersteunt om goede voedingsconcepten te realiseren. Een onderdeel van de consultancy richt op het verminderen van voedselverspilling in kleinschalige zorg. Hiermee kunnen kosten worden gereduceerd die op een andere manier weer geïnvesteerd kunnen worden in bijvoorbeeld betere voeding.

Care Culinaire heeft een app ontwikkeld WasteWijzer die ingevuld kan worden door een lokale zorgmedewerker. De app moet echter nog wel gebruiksvriendelijker worden.

De challenge: Test de ontwikkelde meet-app testen met zorgmedewerkers en het verder optimaliseren voor kleinschalige zorginstellingen. In deze challenge zal worden samengewerkt met twee afdelingen van MenuSurplus, die heel graag gaan werken aan hun voedselverspilling en mogelijkheden zien voor deze app.

HAS nulmeting Food Waste – Elseline Schouten & Antien Zuidberg



As a stakeholder in the foundation “Samen Tegen Voedselverspilling”, the HAS has formulated the following goal, following SDG 12.3:

“Our intention is to reduce our Food waste at HAS UAS with 50% within a time scale of 5 years (2021-2026).

Two ways (amongst other ways) to reach that goal is to

1. **Define the level of food waste @ HAS** at this moment. We know we have several food flows: catering/ private lunch /food growing in the KAS and food production in the labs and Technische hal; we would like to know the level of food waste at those food hotspots, from entry to exit. The measurement can be set up as a monitoring over the coming years, in order to monitor our reduction 2021-2026.
2. We would like to set up a list of interventions to **prevent, reduce food waste of find circular solutions for our Food waste**. The solutions can vary from technical, logistical or by changing the awareness of HAS students and employees.

HAS gedrags- verandering studenten en docenten - Elseline Schouten & Antien Zuidberg



The HAS University of Applied Science has formulated the following goal, following SDG 12.3:

“Our intention is to reduce our Food waste at HAS UAS with 50% within a time scale of 5 years (2021-2026).

One ways (amongst other ways) to reach that goal is to

- 1. To set up a campaign to increase awareness** in a positive way and change food waste behaviour of HAS students and HAS employees

The HAS UAS would like you to achieve:

- Research concerning the food waste behaviour of HAS students and personnel
- Finding out the most important restraints in food waste issues and delving into possible behaviour interventions in combination with the Seduction Model
- Designing a positive behaviour change campaign for HAS Hogeschool

Stichting Het Eetschap – Dalila Sayd



Stichting Het Eetschap gelooft dat iedereen op zijn/haar eigen manier een bijdrage kan leveren aan de voedseltransitie. Als het specifiek gaat om het thema voedselverspilling worden er allerlei (met name technologische) innovatieve oplossingen voor bedacht. Met Het Eetschap zetten wij in op sociale innovaties.

Veel mensen die in armoede leven of praktisch opgeleiden beschikken over veel praktische kennis om het weggooien van eten tegen te gaan. Zij kunnen het zich immers niet veroorloven om eten weg te gooien en moeten vaak elk dubbeltje omdraaien.

Challenge: Voedselverspilling vanuit een ander perspectief

In plaats van mensen voor te lichten over waarom en hoe ze thuis minder voedsel moeten verspillen, gaan studenten op zoek naar waardevolle kennis bij mensen uit verschillende lagen van de Brabantse samenleving.

Alle kennis en informatie wordt door studenten opgehaald en op een creatieve manier in beeld gebracht. Deze bundeling van kennis en informatie wordt dan gedeeld met beleidsmakers uit de agro-foodwereld om hen meer bewust te maken van kennis dat nu nog niet benut wordt.

Peel pioneers- Harold Bink

Peelpioneers is een 21e eeuwse schillenboer: zij verwerken sinaasappelschillen die overblijven na te persen van sinaasappelsap in de retail en foodservice. Zij maken er oliën, vezels en gekonfijte sinaasappelschil van. Voor deze B2B producten is het van groot belang deze goed in de markt te zetten, met een goed verhaal.

De oliën worden o.a verwerkt worden in bier, muffins,. De vezels worden verwerkt in zuivel, mayonaise etc .

De functionele vezel is een belangrijk ingrediënt voor Peel Pioneers.

De challenge is om te onderzoeken in welke markten en applicaties de functionele vezel bepaalde E-nummers outperformed. Vind een E-nummer waartegen Peel Pioneers zijn vezel concurrerend kan positioneren. In welke applicaties wordt dit E-nummer gebruikt, wat zijn de USP's van de functionele vezel tov dit E nummer, en hoe groot is de markt van de applicaties waarin dit E-nummer wordt gebruikt.



PhoodFarm - Tim Elphring

Phood Farm produceert, verkoopt én bezorgt gezonde, verse producten op een duurzame en eco-vriendelijke manier door middel van Aquaponic farming.

Wij doen dit voor een lokale afzetmarkt en bieden daarbij een educatieve werkplek voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Voor alles en iedereen gaan we voor groei!

Producten: slasoorten, microgroenten, paddestoelen, zeebanaan, kombucha

Een goede manier om sillyum (waar de paddestoelen op groeien, ook wel substraat genoemd) te gebruiken. Nu wordt het vaak gewoon weg gegooid. Heeft niet direct met voedselverspilling te maken, want het is niet per se eetbaar (is een aanname), maar kan zeker wel goed hergebruikt worden.

Challenge:

Soms kunnen de shii-take doorschieten en zijn ze niet verkoopbaar meer voor onze klanten in de supermarkten/farm shops. Een inventieve manier om paddestoelen die bijna 'off' gaan toch goed te kunnen gebruiken.



Renewable Molecules - Xandra Weinbeck

- Opwaarderen van afvalstromen uit de wijnindustrie: dit zijn productstromen die te verkrijgen zijn via Nederlandse wijnboeren. Dit zijn o.a. pitjes/schilletjes, filtreerkoek waarin gist zit en snoeifafval



De challenges:

- **reststroom verwaarding in applicaties**
- **technische extractie van waardevolle moleculen**
- **marktonderzoek**



Watrestje.nu - Paula Huismans

Per jaar verspilt de Nederlandse consument nog gemiddeld 34 kg goed bruikbaar voedsel per persoon. Dat is jammer, want van overgebleven groenten of een restje in je koelkast kun je nog lekker eten maken. Het motto van het Brabantse initiatief Watrestje.nu is dan ook: kijk eens wat vaker in je koelkast en maak iets lekkers van je restjes!

Zie voor meer info over Watrestje.nu het recent verschenen artikel bij de BMF: <https://www.brabantsemilieufederatie.nl/blog/watrestje-nu-nooit-meer-voedsel-naar-de-kliko/>

Zelf leren we steeds meer variatie aan te brengen in wat je met restjes kunt doen, hoe je slim inkoopt en goed overzicht houdt op je koelkast. Graag willen we ook andere mensen inspireren om iets lekkers met restjes te maken. Of te voorkomen dat restjes ontstaan door goed in te kopen, op maat te koken en goed te bewaren. Tips, ervaringen en recepten worden gedeeld op Facebook en Instagram.

Soms krijgen we vragen van gemeenten die activiteiten zoeken om hun burgers minder voedsel te laten verspillen. Daarom is onze **challenge**:

Hoe kan watrestje.nu een gemeente helpen haar burgers te bereiken, om hen te motiveren minder voedsel te verspillen en te inspireren er iets lekkers van te maken...

Dus: Waar zitten de 'drivers' om een brede groep inwoners te bereiken en welke kanalen moeten we daarvoor inzetten?

Voedingscentrum – Eva de Groot

Er wordt al veel gedaan rondom voedselverspilling. Voor jonge gezinnen, scholen en consumenten in het algemeen. Het Voedingscentrum wil nu een andere doelgroep (ook) bereiken; jongvolwassenen die in de overgangsfase van middelbare scholier naar vervolgonderwijs zitten. Duurzaamheid en klimaat zijn topics onder deze groep. De link met voedselverspilling wordt echter nog niet altijd gemaakt. Het Voedingscentrum wil hier verandering in brengen!

Het Voedingscentrum heeft al veel middelen ontwikkeld om informatie te verspreiden en tools om mensen specifiek minder voedsel te laten verspillen.

Challenge:

Maak een opzet hoe deze huidige tools en informatie-verspreiding het beste in gezet kunnen worden bij de genoemde doelgroep, zodat deze groep meer gemotiveerd wordt om hun voedselverspilling te verminderen?