



MBO CHALLENGE VOEDSELVERSPIJLING

Voedselverspilling in supermarkten



Lesbrief



Voedselverspilling in supermarkten

De bronnen bij deze lesbrief vind je op groenkennisnet.nl/dossier-voedselverspilling

Inleiding

Deze les maakt deel uit van de mbo Challenge Voedselverspilling. De challenge wordt ondersteund door 5 lesbrieven als wegwijzer door het dossier Voedselverspilling op Groen Kennisnet.

- 1 Wereldwijd de helft minder voedselverspilling
- 2 Agrarische sector en verwerkende industrie
- 3 Supermarkten**
- 4 Horeca en ziekenhuizen
- 5 Wij #verspillingsvrij

Inhoud

- A. Platform tegen verspilling 3
- B. Initiatieven in de branche 4
- C. Supersterke invloed 10
- D. Korting, selectiegedrag en dynamische prijzen 11
- E. Kansen voor de supermarkt 13

Leerdoelen

- Je weet hoeveel voedsel er door supermarkten wordt verspild.
- Je kunt uitleggen waar voedselverspilling in supermarkten ontstaat.
- Je kunt de machtige rol van supermarkten als spil in de keten verklaren.
- Je kunt supermarkten innovatieve oplossingen aanreiken om verspilling van voedsel terug te dringen.
- Je kunt uitleggen hoe supermarkten klantgedrag via communicatie-uitingen kunnen beïnvloeden.

A Platform tegen verspilling

De bronnen bij deze lesbrief vind je op groenkennisnet.nl/dossier-voedselverspilling

Opdracht 1 – Voorbeeld case Jumbo Monique

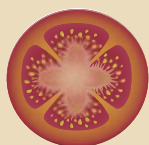
Bekijk de korte film met Monique Ravensteijn, supermarktondernemer.

- a In de film vertelt Monique over het platform Jeelink dat ze heeft opgericht: *“Wat mij nou heel interessant lijkt, dat is om het platform van mijn winkels te gebruiken, zodat we de consument bewust kunnen maken van wat er ook kan. Dus dat ze op een heel simpele en basale manier kunnen bijdragen aan het voorkomen van voedselverspilling. Zouden jullie me daarbij willen helpen?”*

Vind je het een goed idee dat de supermarkt zich inzet om consumenten bewust te maken van verspilling? Waarom wel/niet? Licht je antwoord toe.

- b Monique is vijfde generatie supermarktondernemer. Gaan familiebedrijven en duurzaamheid gemakkelijk samen, denk je? Leg uit waarom.

- c Monique vertelt dat ze met de supermarkt van een lineaire naar een circulaire gedachte wil gaan. Wat bedoelt ze daarmee?



Inspirerende voorbeelden in de branche

Monique Ravensteijn is op zoek naar goede ideeën en acties die haar helpen om voedselverspilling bij de klanten van haar supermarkten onder de aandacht te brengen.

Dossier Voedselverspilling op groenkennisnet.nl bevat informatie daarover en inspirerende voorbeelden. De opdrachten hierna loodsen je daar doorheen. Zodat je Jumbo Monique (of een winkel in de buurt) kunt helpen bij het aanpakken van voedselverspilling thuis en in de supermarkt samen met de klanten.

B

Initiatieven in de branche

De bronnen bij deze
lesbrief vind je op
[groenkennisnet.nl/
dossier-voedselverspilling](http://groenkennisnet.nl/dossier-voedselverspilling)

Opdracht 2 – Verpakkingen op maat

De meeste Nederlandse huishoudens (65%) bestaan uit 1 of 2 personen. Maar verpakkingen lijken vooral gemaakt voor grote gezinnen. Te veel kopen is een belangrijke oorzaak van voedselverspilling. Is daar iets aan doen met verpakkingen op maat?

- a Neem het rapport 'Verpakkingsgrootte & voedselverspilling' door. Wat vindt de klant? Vul de juiste woorden in.
- Het aanbieden van verschillende formaten verpakkingen is volgens Nederlanders de minst meest aansprekende mogelijkheid om voedselverspilling tegen te gaan.
 - Het goedkoper maken van kleine verpakkingen draagt veel niet bij aan het terugdringen van voedselverspilling.
- b Supermarkt Coop verkoopt losse eitjes. Uit het winkelpaneel van Coop kwam naar voren dat met name oudere mensen de doosjes met eieren te veel vinden.

Voor welke producten kan een kleinere verpakking ook bijdragen aan minder verspilling? Bedenk samen met een medestudent nog 2 acties die een supermarkt kan inzetten tegen voedselverspilling door te grote verpakkingen.

- c In het artikel 'De eierdoos van Columbus' pleit Corné van Dooren van het Voedingscentrum ervoor om gezinsverpakkingen voor lang houdbare producten aan te bieden voor 6 porties. Wat maakt 6 porties in 1 verpakking zo geschikt tegen voedselverspilling?



De bronnen bij deze lesbrief vind je op groenkennisnet.nl/dossier-voedselverspilling



Opdracht 3 – Online en offline

- a Supermarkten gebruiken verschillende kanalen om voedselverspilling binnen de organisatie en bij de klant thuis te verminderen. Noem 3 online- en 3 offline-kanalen die supermarkten kunnen inzetten om verspilling van voedsel terug te dringen.

Online kanalen
Offline kanalen

- b Verzamel de klantenmagazines van 3 of meer supermarkten. Onderzoek hoe daarin aandacht wordt besteed aan het voorkomen van voedselverspilling. Maak een collage met tekst en beeld van de stukjes over voedselverspilling uit de verschillende klantmagazines.

‘Gooi het niet weg, gooi het online’

- c Veel supermarkten maken gebruik van mobiele apps voor boodschappenlijstjes of bestellingen. Leg in het schema hieronder uit hoe die apps voedselverspilling kunnen tegengaan of veroorzaken.

Gebruik mobiele apps:	
Voorkomt voedselverspilling	Bevordert voedselverspilling

De bronnen bij deze lesbrief vind je op groenkennisnet.nl/dossier-voedselverspilling

Opdracht 4 – Blurring oplossingen

- a Gemiddeld wordt er in een supermarkt 1,5% van de consumentenomzet aan voedsel verspild. Deze supermarkt heeft een gemiddelde weekomzet van 146.295 euro per week. Bereken wat voedselverspilling deze supermarkt jaarlijks kost.

- b In het artikel 'Supermarkten kunnen 34,5 miljoen besparen door tegengaan verspilling' worden verbeterpunten genoemd om verspilling in supermarkten terug te dringen, onder andere het hergebruik van voedsel via blurring oplossingen.

Zoek op wat de term blurring betekent.

- c Noem 2 voorbeelden van blurring die je in supermarkten tegen kunt komen.

- d Hoe kan blurring in supermarkten bijdragen aan het terugdringen van voedselverspilling?

Opdracht 5 – Kwaliteitseisen aanpassen

Door de aanhoudende droogte en hitte heeft supermarkt PLUS besloten om de kwaliteitseisen voor groente en fruit aan te passen om producenten tegemoet te komen. De nieuwe en extreme situatie vroeg om aanpassing van de afspraken met leveranciers.

Het resultaat van deze actie is dat er kleinere kroppen sla, appels, peren en broccoli die minder mooi is in de winkels liggen.

Hoe kunnen supermarkten de consument verleiden om deze producten te kopen?





Spil in de keten

In Nederland vindt 5% tot 7% van de voedselverspilling plaats bij supermarkten. Dat lijkt mee te vallen. Maar de rol van supermarkten is cruciaal in de aanpak van verspilling in de keten 'van boer tot bord', want:

- supermarkten kopen producten in grote hoeveelheden in. Ze hebben daarmee invloed op hoe voedsel wordt geproduceerd. En ook op de kwaliteitseisen en op de afspraken over levering (of terugsturen) van producten.
- in het contact met klanten in de winkel of online kunnen consumentenkeuzes worden beïnvloed.
- in de eigen bedrijfsvoering draagt het aanpakken van voedselverspilling bij aan winst voor iedereen.

Supermarkten vormen dus een machtige spil in de keten van voedselproductie en -consumptie. Nederlandse landbouwproducten die hier in de supermarkten worden verkocht, nemen de volgende route naar de consument:



Bron: Bosatlas van het voedsel (2014)

Supermarkten beschikken ook over enorm veel acties die ze kunnen uitvoeren tegen voedselverspilling vanwege hun grote invloed in de keten. Die invloedssfeer geldt zowel richting producenten (omhoog in de keten) als richting consumenten (omlaag in de keten). Kort samengevat hebben supermarkten invloed op:

1. leveranciers, verwerkers, boeren, telers en vissers
2. klanten
3. de eigen bedrijfsvoering
4. samenwerking met verschillende ketenpartners.

Hoe kunnen supermarkten hun centrale rol in de voedselketen inzetten tegen verspilling?



Supermarkten tegen voedselverspilling

Actielijst tegen voedselverspilling in supermarkten

- 1 'Kromme' groenten en fruit met een iets andere vorm, maat of schil liggen gewoon in het schap.
- 2 Producten met langere houdbaarheid worden pas later in het schap gelegd.
- 3 Aantal porties per verpakking aanpassen en meer producten met kleine porties verpakt.
- 4 Slim bestelsysteem om te veel voorraad in de winkel te voorkomen.
- 5 Samenwerken met een restaurant dat voedselverspilling op de kaart zet.
- 6 Doneren aan voedselbanken.
- 7 Organisch afval laten omzetten in stroom of biogas.
- 8 Rechtstreeks inkopen bij lokale, duurzame producenten. In die korte ketens kunnen vraag en aanbod beter lokaal op elkaar worden afgestemd.
- 9 Met een mistinstallatie blijven groenten en fruit langer vers.
- 10 Kortingssticker op producten die de houdbaarheidsdatum naderen.
- 11 Dynamische prijzen via een zelflerend systeem dat producten automatisch afprijst. Hoe korter houdbaar, hoe te groter de korting.
- 12 Sinaasappelschillen en oud brood worden veevoer.
- 13 Apps om voedsel dat de houdbaarheidsdatum nadert met korting aan te bieden.
- 14 Afvalstromen scheiden als grondstof voor nieuwe producten, zoals afwasmiddel gemaakt van sinaasappelschillen.
- 15 Recepten voor restjesverwerking verzamelen op de website van de supermarkt.
- 16 Een kleine voorraad aanhouden en mogelijk 'nee' verkopen want op=op.

- 17 Alleen korting geven op enkele stuks, kwantumkorting (meer voor minder) afschaffen.
- 18 In de winkel soep koken van producten die 'op de datum' zijn, en die aan klanten laten proeven.
- 19 Een schap met producten van 'Verspilling is verrukkelijk' op een prominente plaats in de winkel plaatsen. Dit zijn producten die bijna waren verspild, maar die tot een product met langere houdbaarheid zijn verwerkt.
- 20 Een kleiner assortiment van producten, dus minder keuzes per productsoort. Want minder 'keuzestress' en producten van hogere kwaliteit in het schap leiden tot minder afval. Ook minder bewerkt voedsel in de schappen levert minder verspilling op.
- 21 Klanten informeren over het verschil tussen de THT- en TGT-datum. Producten met Tenminste Houdbaar Tot kun je na die datum nog houden. Ruik, proef, kijk zelf of dat kan. (Producten met een TGT-datum zijn mogelijk gevaarlijk na de datum, dus die doe je weg).
- 22 Leveranciers selecteren die tegengaan van voedselverspilling ook belangrijk vinden.
- 23 Investeren in data over verspilling (meten is weten) en kennisuitwisseling, zodat overal in de keten meer inzicht ontstaat in verliezen en reststromen.
- 24 Nieuwe bewaar technieken, zoals sensoren die de gasvorming in een versproduct meten, en op basis daarvan kunnen aangeven of het product nog vers is.
- 25 Een nieuw aanbod van maaltijdboxen, waarbij de samenstelling precies is afgestemd op het aantal personen in een huishouden.
- 26 Reken voor klanten uit hoeveel geld ze besparen door minder te verspillen. Maak het thema verspilling op een positieve wijze zichtbaar in de winkel.
- 27 Deel koelkast-bewaarstickers uit aan klanten, zodat ze weten wat in de koelkast goed blijft of juist daarbuiten.

Totaal: minder voedselverspilling!

C

Supersterke invloed

De bronnen bij deze lesbrief vind je op groenkennisnet.nl/dossier-voedselverspilling

Opdracht 6 – Nee-verkopen of niet-verkochte producten

- a Bekijk de korte film over wat Albert Heijn doet tegen voedselverspilling. Omcirkel de acties die in de film aan bod komen in de lijst op bladzijde 8 en 9.

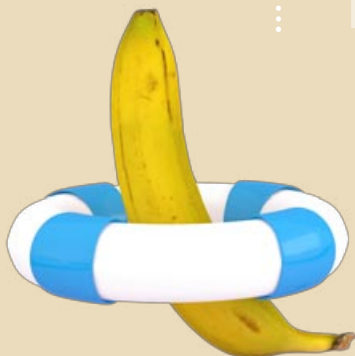
In de film zegt Anita Scholte op Reimer, hoofd kwaliteit en duurzaamheid: 'We vinden het heel belangrijk om alle producten tot aan sluitingstijd vers in de winkel te hebben liggen'.

Supermarkten kopen in op basis van de verwachte vraag. Echter, deze vraag zal onzeker blijven. Daarom bouwt de winkel bij de bestelling een veiligheidsmarge in: eerder iets te veel dan te weinig om een leeg schap te voorkomen.

- b Wat vind jij ervan dat de supermarkt altijd (te) veel voorraad heeft omdat ze geen 'nee' wil verkopen aan haar klanten?

- c Hoe zou jij het vinden als jouw supermarkt minder voorraad aanhoudt om verspilling tegen te gaan? Zou je dit initiatief ondersteunen of zou je naar een andere supermarkt gaan?

- d Broodreststromen betreffen op jaarbasis ongeveer 24.000 ton. Dagvers brood wordt alleen op die dag verkocht. Onverkocht brood van gisteren gaat meteen na de dagelijkse levering van het verse brood, retour naar de bakkerij. Op welke wijze kan oud brood een nieuwe bestemming krijgen? Noem voorbeelden voor menselijke consumptie.



Éénlingen

Van sommige producten blijven juist de eenlingen over. Koop jij bananen los? Of aan de tros? De meeste mensen kiezen voor een trosje. Daardoor blijven de losse banaantjes over. Omdat die wat langer liggen, zijn ze vaak smakelijker dan de nog groene trosbananen. Maar als toch niemand ze koopt, dan worden ze verspild. Behalve bij Laura van SUNT Food, zij ziet brood in losse bananen. Bananenbrood!

Een grote supermarkt levert de bijna verspilde bananen aan Laura, die daar bananenbrood van bakt, dat de supermarkt weer verkoopt.

D Korting, selectiegedrag en dynamische prijzen

De bronnen bij deze lesbrief vind je op groenkennisnet.nl/dossier-voedselverspilling

Prijs en houdbaarheid bepalen de keuze van klanten voor producten in de supermarkt. Zeker voor producten met een vergelijkbare kwaliteit. Maar wat zijn de effecten hiervan van op voedselverspilling?

Opdracht 7 – Kwantumkorting

‘Meer kopen, meer korting’ of ‘2 voor de prijs van 1’. Kwantumkortingen komen hier regelmatig voor. In Frankrijk zijn deze kortingen sinds enkele jaren verboden. En in Denemarken wordt alleen nog maar korting gegeven op enkele stuks van producten. Daar is het motto: ‘Ik ben single. Kies mij’.

- a Leg uit hoe kwantumkortingen voedselverspilling in de hand kunnen werken.

- b Met de actie ‘1 nu & 1 later’ gebruikt supermarkt Lidl actieprijzen juist tegen voedselverspilling. Kijk op de website lidl.nl bij ‘Verantwoordelijkheid’ en dan bij ‘Maatschappij’.

Hoe werkt de actie ‘1 nu & 1 later’ tegen voedselverspilling?



De bronnen bij deze lesbrief vind je op groenkennisnet.nl/dossier-voedselverspilling

Opdracht 8 – Selectiegedrag

In de supermarkt moeten producten regelmatig worden afgeboekt. Afboeken gebeurt om verschillende redenen, zoals breuk, diefstal of bederf. Er is dan sprake van derving. In een biologische supermarktketen werd de derving van producten verder onderzocht. In het rapport 'Derving in de supermarkt kan flink omlaag' lees je de uitkomsten van dit onderzoek.

- a Consumenten zijn geneigd het langst houdbare product achter uit het schap te pakken. Dit heeft als gevolg dat korter houdbare producten blijven liggen. Bij welke productgroep is dit selectiegedrag denk je het hoogst?

- b Wat zou de supermarkt hieraan kunnen doen?

Opdracht 9 – Dynamische prijzen

- a Bekijk de korte film over Wasteless. Leg uit hoe het principe van dynamische prijzen werkt.

- b Dynamische prijzen zijn effectief in het voorkomen van voedselverspilling. Wat zijn de voordelen voor de klant en voor de supermarkt?



E

Kansen voor de supermarkt

De bronnen bij deze lesbrief vind je op groenkennisnet.nl/dossier-voedselverspilling

Waarom is het voor supermarkten interessant om een aanpak tegen voedselverspilling uit te werken? De rapportage 'Verzet tegen voedselverspilling: noodzaak en kansen voor de supermarkt' bevat daarvoor argumenten, zoals:

- Bederf in supermarkten bedraagt gemiddeld 1,5% van de omzet. Het levert meteen winst op als er **minder bederf** voorkomt.
- 70% van de Nederlandse consumenten is bereid om voedselverspilling terug te dringen. **Consumenten willen zelf** daar ook iets aan kunnen doen. De supermarkt kan dat mee mogelijk maken. Dat levert **goodwill** op bij klanten.
- Het aantal initiatieven tegen voedselverspilling in de keten groeit.
- Als 10% van een markt achter nieuwe ideeën of producten staat, dan zal die markt blijvend veranderen. Anderen nemen die ideeën over en de markt gaat over een kantelpunt. Ondernemers die **op tijd** daarop zijn voorbereid, hebben **profijt** van de veranderingen in de markt.

Opdracht 10 – Stellingen

Bespreek met je groep de volgende stellingen:

'Wie nu vooroploopt, is straks de winnaar. Foodretailers moeten dan ook meer werk maken van hun verspillings- en duurzaamheidsstrategie.'

'Grote invloed gaat samen met een grote verantwoordelijkheid.'

Ben je het eens met de stellingen of niet? Licht je mening toe. Gebruik daarvoor de informatie eerder in deze lesbrief.



Opdracht 11 – Interview een supermarktondernemer

Hoe vaak kom je in de supermarkt in je buurt? Heb je de supermarktondernemer of -manager wel eens gesproken? Dit is je kans om daar het gesprek aan te gaan over het voorkomen van verspilling.

- a **Maak een afspraak voor een interview** bij een supermarkt in je buurt over de aanpak van voedselverspilling. Laat tijdens het interview de volgende aandachtspunten aan bod komen:
- Voert de supermarkt een strategie om voedselverspilling te voorkomen? Waarom wel/niet?
 - Wat levert de aanpak van voedselverspilling op? Wat voor kansen signaleert de ondernemer hier voor de supermarkt?
 - Welke initiatieven neemt de supermarkt zelf tegen voedselverspilling? Informeer zowel naar acties in de winkel, als in de samenwerking met partners in de keten.
 - Vindt de ondernemer het belangrijk om hierin een voortrekkersrol te vervullen? Zo ja, hoe?
 - Hoe communiceert de supermarkt over activiteiten tegen voedselverspilling?
 - Wat zijn de reacties van klanten op de aanpak om voedselverspilling tegen te gaan?
- b Lees de actielijst tegen voedselverspilling in supermarkten op bladzijden 8 en 9 door. Onderzoek welke acties van de lijst toegepast worden in jouw buurtsuper.
- c **Maak een verslag van je interview en onderzoek.** Dat kan een geschreven verslag zijn of een korte film. Wat zijn je bevindingen en conclusies over de aanpak van voedselverspilling in deze supermarkt?

Formuleer 3 aanbevelingen of mogelijke verbeterpunten, die gunstig zijn voor de supermarkt in de aanpak van voedselverspilling.

- d **Presenteer je verslag.**
Bespreek je conclusies en aanbevelingen met je groep.



Super Supermarkt

Als je als supermarkt maatschappelijk betrokken bent, dan kom je in aanmerking voor het Super Supermarkt Keurmerk (SSK). Het SSK heeft tal van activiteiten ontwikkeld om voedselverspilling bij supermarkten te verminderen.

Colofon

Deze les is ontwikkeld door ikcirculeer.nl voor de mbo Challenge Voedselverspilling in opdracht van het programma *Jong Leren Eten*. De challenge wordt ondersteund door 5 lesbrieven als wegwijzer door het dossier Voedselverspilling op Groen Kennisnet. Wil je de gratis poster bij de challenge aanvragen? Of heb je feedback op de lesbrief of docentenhandleiding? Laat het weten aan projectleider Nancy Boterblom per e-mail naar n.boterblom@clusius.nl.

©ikcirculeer, versie 2020-2021

ikcirculeer



www.groenkennisnet.nl

