

# Multidisciplinary Food Innovation - consumers, product and communication

WURKS-project Siet Sijtsema, Dora Lakner en Hariëtte Snoek

Onderdeel MBO Productontwikkeling 2018

# Doel en inhoud van dit document

- Dit document maakt deel uit van Multidisciplinary Food Innovation.
- Uitwerking en toelichting op productontwikkelingsmodel.

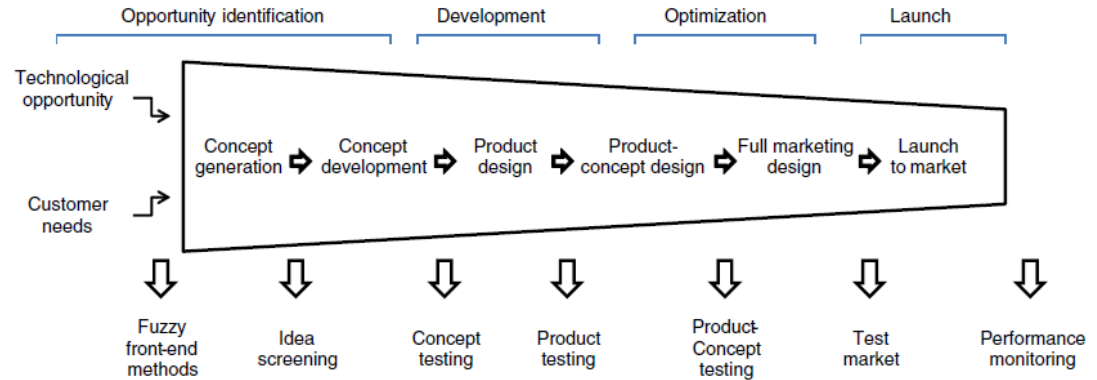
- Overzicht is deels gebaseerd op werk gedaan in EU-project Connect4Action.

# Consument centraal bij foodinnovaties

- Om tot een duurzamer voedselsysteem en een gezonder en duurzamer eetpatroon van de consument te komen is innovatie nodig waarin de consument centraal staat.
- Denk aan innovaties die zich richten op het niet halen van de aanbevelingen, de eiwittransitie en efficiënter voedsel produceren.
- Dit document presenteert een productontwikkelingsmodel dat helpt om de consument in te passen bij innovaties van voedsel. Daarbij is het inzicht in de consument en haar belevingswereld en gedrag een eerste vereiste. Ook de gehele keten van productie tot aan consumptie zal daarbij meegenomen worden als ook de verschillende disciplines die hiervoor nodig zijn, zoals levensmiddelentechnologie, marketing, kwaliteitskunde, microbiologie, economie en psychologie.
- Dit document biedt handvaten voor studenten om structuur te zien in productontwikkelingsprocessen als ze gaan bijdragen aan innovaties bij bedrijven.
- In het hoofddocument wordt een toelichting gegeven op de verschillende modellen en theorieën, aangevuld met interessante bevindingen, referenties en daar waar mogelijk een opdracht zodat studenten kunnen oefenen met het materiaal.

# Productontwikkelingsmodel Formal gateway process (Grunert & Van Trijp, 2014)

- Dit model presenteert de verschillende fasen in consumentgeïntereerde productontwikkeling. Dit model laat zien dat in elke fase inzichten van consumenten en klantenwensen en -eisen gecombineerd moeten worden met technologische mogelijkheden.
- Onder de tunnel worden verschillende methoden weergegeven waarmee verkend en getest kan worden of het idee, concept of product voldoet aan de consumentenbehoeften.
- Dit model laat het belang zien van een multidisciplinaire benadering waarbij inzichten uit consumentenonderzoek gecombineerd worden met technologische mogelijkheden.



# Product development – model – Formal gateway model (Grunert & Van Trijp, 2015)

## Toelichting

### Hoe het doel te begrijpen:

- Het model definieert 4 fasen in productontwikkeling en start met opportunity identification, development, optimization en launch.
- Er worden 6 fasen onderscheiden waarin de technologische inzichten en consumenten- en klantenbehoeften worden gecombineerd om ideeën te genereren, concepten te ontwikkelen.
- Bij elke fase worden onderzoeksmethoden weergegeven.

## Bronnen

- Grunert, K. G., & van Trijp, H. C. M. (2014). Consumer-Oriented New Product Development. In: Encyclopedia of Agriculture and Food Systems (pp. 375-386).

## Voorbeelden en of opdracht

- **Opdracht:** Neem een nieuw product in gedachte. Welke vragen zijn er en bij welke fase van het ontwikkelingstraject horen die?

# Voorbeeld

Uitleg aan de hand van vragen bij de verschillende stadia van productontwikkeling:



Gebaseerd op werk in EU ISAFRUIT

Jesionkowska, K., S.J. Sijtsema, D. Konopacka and R. Symoneaux (2009) Dried fruit and its functional properties from a consumer's point of view. *Journal of Horticultural Science & Biotechnology* (2009) ISAFRUIT Special Issue 85-88

# Voorbeeld gedroogd fruit

## In het oogstseizoen zijn er veel bessen beschikbaar

- Hoe dit beter te verwaarden?
- Is gedroogd fruit een optie?
- Zo ja, hoe dan?

## Gedroogd interessant omdat:

- Draagt bij aan het verhogen van fruitconsumptie
- Gemakkelijker dan vers fruit bijvoorbeeld vanwege houdbaarheid en meenemen

# Opportunity identification

## Vragen?

- Hoe kijken mensen aan tegen fruit in het algemeen en gedroogd fruit in het bijzonder?
- Welke barrières ervaren ze bij het eten van fruit?
- Hoe eten ze gedroogd fruit, puur of verwerkt in andere producten?
- Welke technologie is er beschikbaar om fruit te drogen? Conventioneel en vriesdrogen en wat zijn de eigenschappen van deze producten?
- Literatuur, apparatuur, testen

## Hoe krijg je antwoorden?

- Literatuur
- Consumentenonderzoek: Focusgroep of interviews om perceptie van gedroogd fruit te meten

### Voorbeelden van onderzoeksresultaten:

- Gedroogd fruit als oubollig gezien in Nederland en meer traditioneel in Polen

## Wat doe je met antwoorden?

### Productontwikkelingsteam overleg, samen keuzes maken

- Wat zijn de mogelijkheden?
- Welke technologie past beter?
- Welke producten zijn het meest geschikt voor ons?
  
- Verschillende bessen drogen
- Verschillende droogtechnologieën uitproberen
- Gedroogd fruitproduct ontwikkelen



# Development

## Vragen?

- Hoe is de consumptie van gedroogd fruit?
- In combinatie met welke producten?
- Wanneer eten ze dat?
- Wat is een ander geschikt moment om het te eten?
- Welk type fruit is meer of juist minder geschikt qua smaak?
- Welk type fruit is meer of minder geschikt qua gezondheid?

## Hoe krijg je antwoorden?

- Vragenlijstonderzoek
- Sensorische testen
- Onderzoek naar voedingswaarde

## Wat doe je met antwoorden?

- Keuze maken voor type fruit waarmee je gaat werken
- Keuze maken voor mogelijke combinaties met andere producten (voorbeeld koekjes of cruesli met gedroogd fruit)
- Keuze voor optimaliseren technologie?
- Keuze voor eventuele suikeroplossingen voor droogproces

# Optimization

## Vragen?

- Welke doelgroep van consument ga je je op richten?
- Welke voorkeuren hebben mensen?
- Welke procestechnologische eigenschappen leveren kwalitatief beter product?
- Welke ingrediënten?

## Hoe krijg je antwoord?

- Consumentenwaardering van het product al dan niet met gezondheidsclaims
- Voorkeuren van consumenten
- Kwaliteitstesten
- Smaaktesten

## Wat doe je met antwoorden?

- Met welke gezondheidsaspecten ga je verder?
- Met welke smaken ga je verder?
- Met welk type fruit ga je verder?
- Optimaliseren van proces
- Optimaliseren van ingrediënten
- Optimaliseren van kwaliteit

# Launch

## Vragen?

- Welke verpakking?
- Waar verkopen?
- Welke plek in het schap?

## Hoe krijg je antwoorden?

- Onderzoek naar:
  - Consumentenvoorkeuren zowel product als verpakking
  - Welke verpakking heeft de voorkeur?
  - Welke verpakking bij wel verkoopkanaal?
- Kwaliteitscheck
- Sensorisch onderzoek

## Wat doe je met antwoorden?

- Claims formuleren (let op wet- en regelgeving)
- Verpakking aanpassen
- Positie in schap bepalen

# Meer informatie

Klik hier voor de volledige rapportage '[Multidisciplinary Food Innovation – consumers, product and communication](#)'.

Siet Sijtsema

[siet.sijtsema@wur.nl](mailto:siet.sijtsema@wur.nl)

+31 (0)317 484 791

Wageningen University & Research

Postbus 35

6700 AA WAGENINGEN

[www.wur.nl/economic-research](http://www.wur.nl/economic-research)

Dit onderzoek is uitgevoerd door Wageningen University & Research in opdracht van en gefinancierd door het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

2018-076b

Projectcode 2282100276

Fotografie: Shutterstock

