Virtual Kitchens: The Attitudes & Opinions of Dutch Young Adults

Zoë van Essen (1048095)

Abstract

The current study aimed to explore the attitudes and opinions of Dutch young adults towards the concept of virtual kitchens. This was achieved by organizing focus group sessions and performing a thematic analysis based on their contents. As a result, several overarching themes were identified that were of importance to the participants. These included aspects such as food quality, food safety, accountability, and transparency. While the attitudes of the participants towards the concept was predominantly negative, they thought virtual kitchens could exist if they would work on improving their transparency, accountability, and inspection. Such improvements could be mandated through legislation or by initiatives of delivery platforms and virtual kitchens themselves. Specific suggestions for improvement included displaying informative labels on delivery platforms and launching an awareness campaign to increase public knowledge.

Table of Contents

1. Introduction 4
1.1 Background 4
1.1.1 Problem situation 5
1.1.2. Current literature 5
1.2 Research Aim & Questions 6
2. Demarcation 7
2.1 Virtual Kitchens 7
2.2 Food Delivery and Type of Order 7
3. Literature Review 8
3.1 Legal Framework 8
3.2 The Consumer 9
3.2.1 Consumers and Food Delivery 9
3.2.2 Consumers and Virtual Kitchens 9
3.2.3 The Dutch Food Delivery Consumer 10
4. Methodology 11
4.1 Data Collection 11
4.1.1. Participants & Recruitment 11
4.1.2. Focus group procedure 11
4.2 Data Analysis 12
5. Results 13
5.1 Participant Overview 13
5.2 Focus Group Discussions 13
5.2.1 Before reading the definition 14
5.2.2 After reading the definition 14
5.2.3 Idea-generation 21
6. Discussion & Conclusion 24
6.1 Attitudes and Opinions 24
6.1.1 The concept 24
6.1.2 The food 25
6.1.3 Personal factors 26
6.2 Proposed Improvements 27
6.3 Conclusion 28
6.3.1 Attitudes and opinions towards the concept 28
6.3.2 How can the concept of virtual kitchens be improved? 28
7. Limitations & Future Research 29
References 30
Appendices 33
Appendix A. Focus Group Guide 34

Appendix B. Focus Group Description Virtual Kitchens 37
Appendix C. Focus Group Description of Advantages and Disadvantages Virtual Kitchens 37
Appendix D. Transcript Focus Group 1 38
Appendix E. Transcript Focus Group 2 70
Appendix F. Inducive Codes 144
Appendix G. Deductive Codes 144
Appendix H. Conversation Reports 147

1. Introduction

1.1 Background

With an expected global revenue of $436.50 billion in 2024, the meal delivery industry is experiencing significant success (Statista, 2024). Often motivated by convenience, a growing number of consumers choose to order food, with 60% of U.S. customers placing orders weekly (Kantar, 2023; Tacitcorp, 2022). It is no surprise entrepreneurs are eager to capitalize on this industry, as it is projected to grow even further in the coming years. Innovative business models are developed, challenging the current restaurant landscape using digital technologies. Several of these 'disrupting' concepts are predicted by the National Restaurant Association (2019) in their report on the restaurant industry in 2030. Alongside a decrease in foot traffic passing physical restaurants due to a decline of brick-and-mortar retail, a new business concept is expected to surface. Focusing solely on delivery, virtual kitchens could potentially be the next big thing in this industry, effectively responding to the consumer's increasing demand for convenience and variability (Deloitte, 2023; Jiang et al., 2024; Kantar, 2023; National Restaurant Association, 2019).

Virtual kitchens, also known as 'dark kitchens', 'cloud kitchens', or 'ghost kitchens', are a relatively new concept, only gaining popularity in recent years. The growth of these delivery-only restaurants was propelled by the COVID-19 pandemic, catering to a rising demand for food delivery during periods of safety measures and restaurant closures (Cai et al., 2022; Nigro et al., 2022; Rivera, 2019). In addition, it offered restaurants a way to continue making profit despite not being open for customers.

According to a projection from market research group Euromonitor, delivery-only restaurants are estimated to generate $1 trillion in revenue by 2030, suggesting that virtual kitchens are here to stay even after the pandemic (Ahuja et al., 2021; Hawley, 2020). Due to their efficient nature, virtual kitchens offer advantages to both entrepreneurs and consumers. For instance, as they lack a physical dine-in space, virtual kitchens have reduced operational costs, enabling them to prepare food at lower prices (Hakim et al., 2022; Nigro et al., 2023). In addition, as virtual kitchens are not to be visited by customers, their location does not need to be as accessible as conventional restaurants. This allows them to operate in areas with lower rental costs, such as industrial sites or office buildings outside the city center (Hakim et al., 2023; Panse et al., 2019; Talamini et al., 2022). Being able to sell items at lower prices is beneficial, as this positively impacts consumers' intention to order from virtual kitchens (Hakim et al., 2022).

Another benefit of virtual kitchens is their possibility to harbor multiple digital 'brands' at the same time, allowing them to offer a wide range of food to consumers using the same resources (kitchen, staff, ingredients, etc.) (see Figure 1). Finally, by renting virtual kitchens, entrepreneurs can experiment with new foods and concepts without the investment costs associated with opening a traditional restaurant (Cai et al., 2022).

Figure 1: Schematic example of a virtual kitchen preparing and selling food from one location for their separate digital 'brands' (here: Bill's Ribs and Snackz Woerden) on an online delivery platform.

1.1.1 Problem situation

While it seems like a promising business model, virtual kitchens have recently sparked criticism, raising concerns on food safety, market competition, and consumer confusion (Associação Nacional de Restaurantes, 2023; Lazar, 2022; NACS, 2023; Young, 2023). For instance, health inspectors highlight the fact that virtual kitchens are frequently hard to locate, rendering it challenging to conduct inspections and trace foodborne illnesses (Associação Nacional de Restaurantes, 2023; Lazar, 2022; NVWA, personal communication, September 27, 2024). In addition, there is an increased risk of cross-contamination, as separate brands could be working with different allergens in the same kitchen (Lazar, 2022). Another issue is that virtual kitchen businesses can dominate the delivery market by launching a large number of virtual 'brands'. These brands often lack a genuine identity, only existing digitally to act as a storefront for different foods. While operators can cater to a larger audience by setting up these different brands, they undermine local businesses, potentially driving them out of the market. This is reinforced by the fact that virtual kitchens can determine their own price points, as they often sell the same items across multiple virtual brands. Moreover, missing out on front-of-house costs, virtual kitchens can offer their products for a lower price than their traditional competitors. This race to the bottom can be difficult to keep up with for local restaurants, as they often do have front-of-house costs that need to be covered.

Running multiple brands from one kitchen can also cause disgruntled customers. This frequently happens in the United States, where existing franchises such as iHop and Chili's launch virtual brands to expand their reach. This can lead to customer confusion, as many of them are under the impression that they are supporting local businesses (Dodds, 2022). Instead, the food they order is prepared in the same kitchen and sometimes even delivered in the same packaging as the established restaurant. This happened to a customer of 'It's just wings', a virtual brand run by franchise Chili's. Upon delivery, the customer found out that the wings were the exact same as those offered by Chili's. Describing his experience in a news article, he states the following: "*I hate Chili's. I know Chili's wings are awful. I would never knowingly order from Chili's. And yet, while fully convinced I was shopping elsewhere, I ordered from Chili's. To me, it's a clearly deceptive, disgusting business practice.*" (Dodds, 2022).

This often confusing nature of virtual kitchens can also induce safety concerns for consumers. As they are unable to physically access the locations where these businesses operate, consumers can become skeptical of the safety of the prepared foods (Cai et al., 2022; Hakim et al., 2022; Pookulangara et al., 2022). In a qualitative study by Jiang et al. (2024), for instance, a consumer expressed their thoughts on the safety of virtual kitchens: *"As [virtual kitchen] does not have a physical storefront, food safety is definitely one of the first things to consider. My main consideration is whether the ingredients are fresh and whether the food preparation environment is clean."* (Jiang et al., 2024, p. 9). The importance of food safety was underscored by another participant, stating the following: *"When I ordered food from [virtual kitchen], my primary concern was whether there were any safety risks in the food. Food safety is important to me as it relates to my health."* (Jiang et al., 2024, p. 9).

However, the opinions of consumers vary. Another participant of the same study explained their thought process: *"For me, the most important consideration when ordering food is whether it tastes good."* (Jiang et al., 2024, p. 10). The sentiment of food safety being less of a priority was echoed by another participant: *"For me, ordering food from the ghost kitchen is all about convenience and efficiency."* (Jiang et al., 2024, p. 10). These different perspectives highlight the diversity in consumer attitudes towards ordering from virtual kitchens, each having their personal priorities. This variety underscores the importance of exploring these ranging opinions through scientific research.

1.1.2. Current literature

Several previous studies have explored the relationship between virtual kitchens and consumers. These mainly covered topics such as consumers' behavioral intention towards virtual kitchens and their willingness to pay (e.g. Cai et al. 2022; Hakim et al., 2022; Jiang et al., 2024; Nigro et al., 2023). While these studies are valuable for gaining an understanding of consumers' attitudes towards virtual kitchens, they are limited to their own geographical contexts. Cai et al. (2022) acknowledged this in their report, recommending others to explore their findings in different cultures. Jiang et al. (2024) also emphasized this, calling for more research in other geographical areas. The current report will respond to this demand, focusing on investigating the attitudes and

opinions of consumers in the Netherlands, geographically expanding the limited research on virtual kitchens. As young adults (18-30 years old) represent a large share of food delivery platform users, these will be particularly focused on in this study (FSIN, 2021b; Thuisbezorgd.nl. 2022). A qualitative approach will be taken, offering a more detailed and personal account of their attitudes and opinions.

1.2 Research Aim & Questions

The aim of this research is to explore the attitudes and opinions of Dutch young adults towards virtual kitchens and to potentially improve the business concept to better serve the interests of consumers by using consumer input. Employing a qualitative approach, a rich exploration of the attitudes and opinions towards this innovative concept will be conducted. This will be a valuable addition to the existing literature on virtual kitchens, as the relationship between consumers and virtual kitchens is currently understudied, often only investigated through quantitative approaches. This report will therefore respond to the call for more research on this topic, both geographically and in general (Cai et al., 2022; Jiang et al., 2024).

Two research questions guide this research. These are as follows:

RQ1: What are Dutch young adults' attitudes and opinions towards the concept of virtual kitchens?

RQ2: How can the concept of virtual kitchens be improved to better serve the interests of the consumer using consumer input?

The data gained from this study can be used to inform policy makers and optimize regulation for this industry, prioritizing the interests and rights of consumers.

2. Demarcation

2.1 Virtual Kitchens

While virtual kitchens lack a legal definition, the current report adopts the definition provided by Hakim et al. (2022). In their report, virtual kitchens are described as "food establishments that focus solely on meal delivery and do not have physical storefronts or areas for local consumption" (Hakim et al., 2022, p. 2). Virtual kitchens can take various forms, operating from different types of locations. Hakim et al. (2023) identified six distinct virtual kitchen models, ranging from independent virtual kitchens to home-based virtual kitchens (see Table 1). As this report defines virtual kitchens as establishments that lack a physical storefront, the virtual kitchens included in this research are those inaccessible to the consumer and where multiple different 'brands' are sold from one single kitchen. Since this definition does not align with the specific models outlined by Hakim et al. (2023), these are not considered in the current report.

Table 1
Virtual kitchen models (Hakim et al., 2023)

Model	Description
(1) Independent dark kitchen	Kitchens rented by a brand exclusively for its own use, which may or may not have a storefront.
(2) Shell-type	Premises are shared by more than one kitchen/restaurant. A physical space rented by multiple restaurant owners.
(3) Franchise	Dark kitchens that have more than one outlet, with well-established social networks that can indicate the presence of this restaurant in different cities
(4) Virtual kitchen in a standard restaurant (different menu)	Virtual kitchen is set up at the same address as a storefront restaurant but with a different name and service than the standard restaurant
(5) Virtual kitchen in a standard restaurant (similar menu but different restaurant name)	Virtual kitchen is set up at the same address as a storefront restaurant, with similar service (i.e. same type of menu) as the standard restaurant, but with a different name
(6) Home-based dark kitchen	Kitchens in residential buildings, which may be in houses, condominiums or flats.

2.2 Food Delivery and Type of Order

For the purpose of this report, food delivery is defined as "the service of delivering ready-to-eat food to a consumer directly from the location where it was prepared." This definition thus excludes ordering food in the context of online grocery shopping. Placing an order for food can be done in two ways. First, consumers can order directly from a business, leading to so-called restaurant-to-consumer delivery. The second method is platform-to-consumer delivery, in which consumers use digital platforms such as UberEats or Takeaway.com to browse and order from a range of restaurants that collaborate with the platform (Zhao & Bacao, 2020). As virtual kitchens are often not visible from the outside, consumers are more likely to be exposed to virtual kitchens on delivery platforms rather than ordering from them directly (Hakim et al., 2023). Therefore, the current report will focus solely on platform-to-consumer delivery, disregarding restaurant-to-consumer delivery.

3. Literature Review

3.1 Legal Framework

While the process differs per country, starting a restaurant or café in the Netherlands is relatively simple. The first step is to register the business in the trade register of the Dutch Chamber of Commerce (KvK). The KvK will then provide the entrepreneur with their own unique KvK-number and tax identification number. Depending on the municipality the business is located in, the entrepreneur will need an operating permit. In the municipality of Rotterdam, for instance, there is a distinction between hospitality businesses that are licensed and those that are exempted from licensing. If a business is exempted from licensing, they do not need an operating permit. This difference was introduced to lower the entrance barrier for entrepreneurs to enter the hospitality industry, encouraging them to start businesses. In neighboring municipality Capelle aan den IJssel, such a distinction does not exist. Here, all restaurants must possess an operating permit, illustrating the variety in policy across municipalities (Gemeente Rotterdam, personal communication, November 7, 2024).

While an operating permit is not always mandatory, other permits could still be necessary, such as those for serving alcohol or running a terrace. Furthermore, the establishment must always adhere to the zoning plan of the municipality, which outlines requirements regarding opening hours and noise and light nuisance, for instance (KvK, n.d.; Netherlands Enterprise Agency, n.d.). If these requirements are met, the establishment can be opened for business.

Starting a virtual kitchen is slightly different. While registration with the KvK is still mandatory, virtual kitchens often do not require an operating permit like traditional restaurants. Hospitality businesses, by definition, must be accessible to customers, which virtual kitchens are not. This distinction excludes them from the hospitality industry, making an operating permit unnecessary (Gemeente Amsterdam, personal communication, November 15, 2024; Gemeente Rotterdam, personal communication, November 7, 2024; Gemeente Utrecht, personal communication, November 13, 2024).

Whether classified as hospitality or not, food business operators are mandated by law to handle their food in a responsible manner, paying attention to hygiene and safety. This is dictated by Regulation (EC) No. 852/2004, which specifies the requirements and obligations food business operators must adhere to. One such requirement is the implementation of a Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) plan, which helps to minimize the risk of food safety issues (KvK, 2024). The kitchen the food is prepared in is also subjected to certain requirements. For instance, its design and equipment should facilitate proper maintenance and cleaning. It must also feature an adequate number of handwashing facilities and waste bins relative to its size. A business's compliance with these rules is monitored by the Netherlands Food and Consumer Product Safety Authority (NVWA), which performs independent inspections of the food businesses registered with the KvK (NVWA, 2024; NVWA, personal communication, September 27, 2024). During their visits, inspectors pay attention to elements such as the handling of ingredients, hygiene, allergens, and pest control. If a business fails to meet the requirements, another inspection will be held shortly after to see if the identified issues have been resolved. If not, the NVWA can decide to close the business.

Performing inspections of certain food businesses can, however, pose a challenge to authorities such as the NVWA, as they are sometimes difficult to locate. Some food businesses are, for example, only registered on the address of an office building, complicating the inspection of the actual premises where the food is prepared. While the NVWA cannot inspect all restaurants because of this, they can conduct targeted inspections if there are indications of potential food safety violations or in response to complaints from local residents (Gemeente Rotterdam, personal communication, November 7, 2024; NVWA, personal communication, September 27, 2024).

3.2 The Consumer

3.2.1 Consumers and Food Delivery

Food delivery has become increasingly popular amongst consumers, enabling them to order their favorite foods without leaving the house. Research has uncovered many motivators influencing consumers to order food. Convenience is often a key driver, as found by many in the past (e.g. Chandrasekhar et al., 2019; Cho et al., 2018; Grunert & Ramus, 2005; Keeble et al., 2022; Yeo et al., 2016). Ordering food can allow consumers to save both time and energy, as they do not have to do groceries or prepare food themselves (Ding et al., 2007; Kantar, 2023; Kaur et al., 2021; Yeo et al., 2016). Hedonic factors such as celebration and relaxation are other important motivators, with consumers often ordering food as a way of treating themselves (Kantar, 2023; Keeble et al., 2022). In addition to convenience and enjoyment, consumers can also be encouraged by financial considerations, with special promotions such as temporary discounts, cash-backs, and combo-deals further stimulating consumers to place an order (Keeble et al., 2022; Ray et al., 2019; Tandon et al., 2021).

While a larger share of consumers prefers to order food from restaurants directly, a substantial portion uses food delivery platforms to place their order (Deloitte, 2023; National Restaurant Association, 2019). Ordering food through a delivery platform provides several benefits. One key advantage is that it gives the user the ability to browse different options, enabling them to compare menus, prices, and customer reviews across different restaurants, all on one platform (Alalwan, 2019; He et al., 2018; Gunden et al., 2020; Kapoor & Vij, 2018; Keeble et al., 2022). Another reason why consumers use delivery platforms is because they store the user's personal preferences, such as payment method, delivery address, and previously placed orders. (Keeble et al., 2023). This makes the ordering process easier and more accessible to the consumer. In addition, platforms allow users to save their favorite restaurants, making it easier to navigate the different options offered by the platform (Keeble et al., 2022).

There are several aspects consumers can pay attention to when choosing which restaurant to order from. The delivery is often a crucial consideration, with consumers valuing timely delivery (Cheng et al., 2021; Kedah et al., 2015). Moreover, delivery fees may deter consumers from ordering at a certain restaurant (Cheng et al., 2021). Pricing in general is another key motivator (Chandrasekhar et al., 2019; Cho et al., 2018; Saad, 2020). In addition, food quality is also often observed as important (Kedah et al., 2015; Liu et al., 2016). Reviews written by previous customers can also influence restaurant choice, as they have the ability to lower an individual's perceived risks and uncertainty (Cao et al., 2010; Gharib et al., 2019; Grewal & Stephen, 2019; Vajjhala & Ghosh, 2021).

When considering young adults in particular, previous studies present similar findings. As young adults commonly experience time constraints, food delivery offers them a convenient way to save time on cooking at home or buying groceries (Buettner et al., 2023; Pelletier & Laska, 2012; Tham et al., 2023). Food delivery is also appreciated by young adults because it allows them to stay indoors, offering the benefit of both comfort and saving time (Tham et al., 2023). A perceived lack of cooking competence can also encourage young adults to order food (Buettner et al., 2023; Tham et al., 2023). As limited financial resources dictate their options, price is a crucial decision factor for young adults (Pelletier & Laska, 2012; Tham et al., 2023). Although ordering food, thus, provides many benefits to young adults, the cost of ordering food could possibly discourage them from doing so.

3.2.2 Consumers and Virtual Kitchens

Although virtual kitchens are relatively new in the landscape of food delivery, several studies have already been conducted to explore the relationship between consumers and virtual kitchens. One such study was performed by Cai et al. (2022), aiming to uncover the behavioral intentions of American consumers towards virtual kitchens. Here, focus groups were conducted to inform a survey, measuring concepts such as perceived benefits and perceived risks. They found that personal benefits such as convenience and variety of food options had a positive effect on trust. Societal benefits also positively contributed to trust, such as job creation and food waste reduction. Societal risk like food safety and employee welfare had a negative influence on the intention to order from virtual kitchens. Educating consumers on virtual kitchens was expected to increase their perceived benefits and reduce their perceived risks, positively influencing their intention to order from virtual kitchens. Jiang et al. (2024) also focused their study on American consumers, investigating the cultivation of trust in virtual kitchens using a mixed-

methods approach. Based on their findings, they recommend virtual kitchen operators to invest in food safety, food authenticity, personalization and economic value to build consumer trust, as these were found to be key considerations of consumers. Another study on virtual kitchens was performed by Hakim et al. (2022), wishing to explore the factors affecting the Brazilian consumer's willingness to pay and purchase intention. To do so, they developed certain hypotheses, considering elements such as perceived food safety, quality control, and trust in health authorities. These were then tested by subjecting individuals to a survey discussing these factors. In addition to finding that a significant portion of the sample was unaware of virtual kitchens, they also uncovered that solidarity with the foodservice sector, perceived food safety, quality control, consumer experience, and trust in health authorities positively influenced the participant's willingness to pay and intention to order from a virtual kitchen. Hakim et al. (2022) suggest that operators should focus on these factors while also investing in expanding consumer awareness of the business concept. Nigro et al. (2023) also used a survey in their approach, investigating the purchase intention of Italian consumers towards food delivery and virtual kitchens. They predicted that virtual kitchens would become even more popular in the future as they successfully cater to evolving consumer preferences of variety, convenience, and time saving. To the author's knowledge, there has been no research on the relationship between virtual kitchens and young adults in particular at the time of writing. This further underscores the relevance of the current study.

3.2.3 The Dutch Food Delivery Consumer

Food delivery is a major industry in the Netherlands, with the sector's revenue growing by 43.6% in 2020 (FSIN, 2021a). A survey by Ipsos (2021) also revealed that over 60% of the adult Dutch population ordered food at least once in 2021. While these observations could be partly attributed to the COVID-19 pandemic, food delivery is expected to stay, growing larger each year (FSIN, 2021a; Nederlandse Arbeidsinspectie, 2022). In Europe, the Netherlands is the leading country in ordering groceries and meals online (De Reuver, 2021). According to consumer research, this has several reasons. Firstly, the Netherlands is a relatively densely populated country, rendering it logistically efficient to set up and maintain a delivery network. Furthermore, the Dutch population tends to regard food as something practical. Being less interested in where it is prepared or who delivers it, the Dutch consumer may be more inclined to order food (De Reuver, 2021). Lastly, people in the Netherlands are exceptionally proficient in using digital technology, allowing them to successfully navigate the internet and order food online (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2020).

According to market research by Ipsos (2021), price is the main motivator driving Dutch consumers' choice between delivery platforms, followed by quality. The most popular Dutch delivery platform is Thuisbezorgd.nl, with 87% of participants reporting familiarity with this brand. In a report using internal data, Thuisbezorgd.nl revealed a characterization of their users (Thuisbezorgd.nl, 2022). Being 53% female and 46% male, the users are distributed by gender quite evenly. Almost half of them (46%) have children. Users mainly order when they are with their partner, children, or by themselves. A lack of motivation to cook was mentioned most often as a reason to order food. This is particularly relevant to Dutch young adults, as they have shown a significant decrease in motivation to cook over time (FSIN, 2021b). Craving something tasty and the need to relax after a long day were also important drivers.

4. Methodology

4.1 Data Collection

The attitude and opinions of consumers can be measured using multiple approaches. Most commonly applied in the field of food science are interviews and focus groups (Barrios & Costell, 2004). While interviews allow for a more in-depth and personal account of experiences and beliefs, focus groups are characterized by their ability to generate a broad range of data based on interaction (Barrios & Costell, 2004; McLafferty, 2004). This interaction between participants can yield valuable insights into their beliefs, attitudes, and opinions, discussing different ideas and perspectives (Barrios et al., 2008; McLafferty, 2004). The current report adopted a similar approach, using focus groups to probe for the attitudes and opinions of the participants towards virtual kitchens.

Another benefit that focus groups provide is their ability to generate and develop new ideas, which can help in shaping improvements (Breen, 2006). This benefit was also leveraged in the current report, using consumer input to generate potential improvements to the concept of virtual kitchens to better serve the needs of consumers.

4.1.1. Participants & Recruitment

As the most popular Dutch food delivery platforms require their users to be 18 years or older (Thuisbezorgd.nl, n.d.; Uber, n.d.), participants had to be at least 18 years old. To capture the attitudes and opinions of young adults, individuals older than 30 were excluded from the sample. The participants were also required to be born and raised in the Netherlands in order to fully understand the national food culture. They were also required to have Dutch as their main language to ensure that they could actively contribute to the focus group conversations.

Upon completion of the focus group guide, rooms were booked in the Axis building on the Wageningen University & Research campus to facilitate the focus groups. In total, four sessions were scheduled between the 4th and 17th of December, each starting at 19:30 and ending at 20:30. The focus group participants were approached through a database provided by Wageningen University. Potential participants received an email stating general information about the project, describing the topic as a 'new hospitality concept'. Attached to the email was a Qualtrics link which individuals could use to fill in their availability and personal details. Participants who met the criteria would be assigned to a focus group session. Around 520 individuals were approached through this database. Another 383 potential participants were approached through WhatsApp. Due to a lack of response, convenience sampling was ultimately deployed to organize the focus group sessions.

The grouping of the participants in the focus groups was intentionally heterogenous, not discriminating based on age, educational background, income level, and occupation within the set requirements. According to Calder (1977), this distribution is the most suitable for exploratory research as it allows for a rich collection of data. In addition, heterogeneous groups mimic the diversity of consumers ordering food in everyday life, producing a broad range of perspectives, insights, and ideas. To ensure that all focus group data could be handled with the appropriate amount of care and rigor within the timeframe of the study, four focus groups would be ideal. The size of the group should be between four and eight participants each (Kitzinger, 1995).

4.1.2. Focus group procedure

Based on the existing literature on virtual kitchens, a focus group guide was constructed (See Appendix A). This guide was subjected to a pilot focus group, which allowed for corrections in both formulation and content. The guide was then used to conduct the focus group sessions.

Upon entrance, the participants were asked to read and sign a consent form, agreeing to have their contribution to the focus group session recorded, analyzed, and reported. Then, the audio recordings started and the ground rules were explained to them. The focus group meetings were divided into two sections separated by a short break. In the first part, the participants were exposed to the concept of virtual kitchens and asked for their reactions and opinions. During this part, participants were also handed out pieces of paper on two separate

instances during the session. On here, they could first read the definition of virtual kitchens and later several advantages and disadvantages. In the second part of the session, the participants were tasked with generating potential improvements that could be used to optimize the concept of virtual kitchens in the interest of the consumer. The focus group procedure is depicted visually in Figure 2.

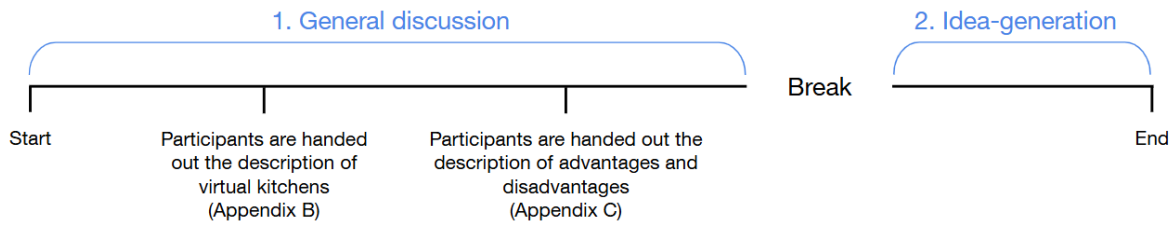


Figure 2 Focus group timeline

4.2 Data Analysis

Upon completion of the focus group sessions, the recorded audio was manually transcribed in Dutch (See Appendix D & E). To interpret the data obtained from the focus groups, a thematic approach was deployed, coding and categorizing the observed sentiments and ideas. This was achieved by using the coding software provided by Quirkos, highlighting parts of the conversations in accordance with the themes they described. These themes were identified by 'codes', which were constructed both inductively based on literature and deductively during the transcription and coding of the actual content of the discussions (See Appendix F & G). Inductive codes included themes such as food safety and quality, while deductive codes described cooking at home and supporting businesses, for instance. Both the inductive and deductive codes were merged into a codebook which was used to code the discussions of both groups. The codes were defined in English, allowing for a more accessible way of reporting the data. The thematic analysis allowed for an overarching interpretation of the data, which was ultimately used to describe the attitudes and opinions of the sample towards virtual kitchens and to formulate potential improvements to the concept.

5. Results

5.1 Participant Overview

In total, two focus groups consisting of 8 participants each were held. The first focus group took place on the 14th of December 2024 and lasted around 1,5 hours. The second session was held on the 16th of December 2024 and lasted 2 hours and 15 minutes. Both sessions took place in a home setting, with group 1 taking place in the home of one of the participants and group 2 taking place in the home of the moderator. The majority of the participants had not visited these locations prior to the focus groups. An overview of the participants' characteristics is displayed in Table 2.

Table 2
Participant Characteristics

Group	Participant	Gender	Age	City of residence	Relevant notes
1	R1	Male	22	Vleuten	
	R2	Female	23	Leiden	
	R3	Male	23	Harmelen	
	R4	Female	23	Nijmegen	Has a gluten allergy
	R5	Female	21	Linschoten	
	R6	Male	22	Amsterdam	
	R7	Female	22	Leiden	
	R8	Female	23	Dordrecht	
2	R9	Male	26	Woerden	Works in the kitchen of a café
	R10	Female	21	Utrecht	Works in the kitchen of a café
	R11	Female	22	Utrecht	
	R12	Female	23	Woerden	Works in the kitchen of a café, vegan
	R13	Female	19	Woerden	
	R14	Female	23	Woerden	Works in hospitality
	R15	Female	19	Woerden	
	R16	Female	19	Woerden	

5.2 Focus Group Discussions

While the focus group conversations addressed many different topics, several overarching themes emerged. As the participants received information on virtual kitchens throughout the conversation (see Figure 2), the data is reported chronologically to illustrate how their knowledge, perceptions, and attitudes evolved over time. First, it is discussed to what extent the participants were already familiar with the concept of virtual kitchens before reading the definition. Then, the themes addressed after reading the definition are categorized into *before* and *after* reading the advantages and disadvantages to assess if they are different. This includes the participants' response to whether they would order from a virtual kitchen or not. As some themes were also discussed during the *idea-generation phase,* these are included as well. Not all themes were mentioned in every phase of the conversation, which is reported accordingly. Finally, the suggestions proposed in the idea-generation phase are discussed. An extensive report of the conversations is included in Appendix H. Direct quotes were translated to English.

5.2.1 Before reading the definition

To gain an understanding of the participants' knowledge of virtual kitchens prior to providing it to them, the participants were asked if they were familiar with them. Many appeared to have no knowledge of them. Some, however, already seemed to have an idea about what they are. In group 1, for instance, R7 claimed that she was familiar with them, explaining that she knows it through a YouTube video. She tried to recall the definition: *"That's when there's one kitchen in a location where you can takeaway food but there are also other… well, 'brands' that also prepare the food there, so it often looks like a random building on an industrial site" (R7).* R8 responded to her, asking if its factory-like. R7 replied, saying that it is not factory-like per se: *"It does have a kitchen, but it is not a restaurant or whatever" (R7).* R3 joined in on the conversation by explaining that he thinks virtual kitchens are characterized by one cook preparing food for two separate brands. R2 also seems to remember something: *"Wasn't it that thing where there's multiple kitchens registered on one address but is located somewhere else?" (R2).* R1 corrected her, saying that she's mistaken for 'ghost kitchens'. R5 called virtual kitchens *"a kind of Zalando for… food" (R5)* based on the descriptions given by the others.

In the other group, less participants appeared to be familiar with virtual kitchens. Here, only R9 seemed to vaguely remember something: *"Yes…yes…yes… when you mention it… aren't those- that's when they… ehm… have a food delivery company where you order something, and then they have it made somewhere else to have it delivered to you, right? So then- the restaurant itself doesn't actually exist, because they…" (R9).* Other participants did not recognize the concept.

5.2.2 After reading the definition

Food Quality & Authenticity

Before reading advantages & disadvantages	Food quality was a major theme across the focus group conversations. Both groups, for instance, questioned the quality of the food due to the apparent lack of specialization. They also both wondered how many cooks work in the kitchen, and whether they all have a different area of expertise to cover the variety of food. While the participants believed that the quality of delivery food in general will always remain a gamble, they did agree that the quality of the food prepared in virtual kitchens does not necessarily have to be bad. Nevertheless, they still expressed some concerns. One participant, for instance, felt as though it could easily go wrong because it is not mandatory to be qualified in order to prepare and sell food. Another participant was skeptical about whether many different types of food could be prepared in the same kitchen without sacrificing quality*: "How can you have good sushi at the same place… they make pizzas?" (R10).* This lower perceived quality of food was believed to be a reason for virtual kitchens to run separate brands instead of offering all the different foods under one name. According to the participants, virtual kitchens seem to be driven more by commercial interests rather than a genuine passion for food. While the food could still be good, *"It's just that there's not much love in it" (R14).* Virtual kitchens were also associated with being less authentic, imagined to source ingredients from wholesalers rather than sourcing them locally, for instance.
After reading advantages & disadvantages	In the conversation after reading the advantages and disadvantages, food quality was discussed less. Some participants did associate virtual kitchens with lesser food quality. One participant explained that if she would have a bad experience with ordering food in the future, she will suspect that it could possibly be prepared in a virtual kitchen. Another participant noted she would rather order from a good restaurant if she wanted good food. The participants concluded that the type of food mattered for the eventual quality, as some foods are easier to prepare than others. A participant also stated that if someone recommended a restaurant because the food was good, she would try it out, regardless of whether it was a virtual kitchen. It was also agreed on that it is very personal whether an individual prioritizes quality or price. This also depends on their financial situation. A participant thought that people who have less money to spend might be less critical about where they order from. Authenticity was discussed more in detail during this phase of the conversation. Several participants regarded food as an

	art form, for instance. According to them, a share of authenticity and passion gets lost with virtual kitchens. Many prefer restaurants that are specialized in a specific cuisine and are motivated by a certain passion or knowledge. To one participant, however, authenticity was less important for 'standard' food such as fries, as those will always remain of comparable quality across restaurants.
Idea-generation	The participants reiterated that the food sold by virtual kitchens must be of good quality. Safeguarding authenticity is also mentioned by a participant, who felt that virtual kitchens should avoid preparing foods that are extremely different from each other such as pizza and sushi. In doing so, quality will also be sustained. Additionally, it was concluded that it would be rare for a food business to close down because their food tastes unacceptable, especially considering that food items such as fried foods are not difficult to prepare. Therefore, food quality cannot always be inferred based on the taste alone.

Marketing & Transparency

Before reading advantages & disadvantages	Marketing and transparency were also discussed in both groups, questioning the reliability of restaurant communication. While participants believed that the information provided by restaurants is not always reliable to begin with, the information provided by virtual kitchens was considered to be even less trustworthy. As consumers cannot access virtual kitchens, they are left to rely on customer reviews. The way virtual kitchens present themselves was considered misleading, as it generates the impression that they are a 'real' place. This was not appreciated by the participants: *"Even if the quality isn't bad per se, you're of course still lying to people, because apparently, we like it when something's personal, and that personability is being flat out lied about. So even if the quality is not bad, you just lied to your own customers." (R1*). Group 2 had a disagreement about the marketing of virtual kitchens. While several called it disingenuous, others described it as 'just marketing', not hurting the consumer in the process. In general, the participants agreed the concept undermines transparency, with many sharing feeling uneasy due to the apparent lack of honesty.
After reading advantages & disadvantages	While marketing was not discussed any further, transparency was. Participants in group 1 were still skeptical about virtual kitchens because they were unsure what to expect from them. Although this could also be said about regular delivery franchises, participants felt this was different because those have a public image to maintain and are therefore more accountable. A participant mentioned once more that virtual kitchens should be more transparent about them preparing different foods. One participant compared the concept to a dystopian tv-series, using the term 'dehumanizing'. She expressed feeling very uneasy due to the lack of transparency. Several other participants agreed with her, stating it felt commercial. *"It's just really sketchy, you don't know what you'll get, you don't know where it's from. (R1).*

Idea-generation	Naming was discussed again in the idea-generation phase. Perhaps the brands of virtual kitchens can use names that indicate that they are prepared in a virtual kitchen. This was, however, regarded as possibly susceptible to evasion. The general concept of virtual kitchens also did not evoke many positive associations, with participants referring to it as vague, anonymous, and commercial. The participants wondered why virtual kitchens do not seem to demonstrate transparency, as according to them, this negatively affects the public image of the concept. Nevertheless, not everyone was against their existence as long as they would be more open. This would allow consumers to make informed decisions about whether to order from them or not. However, if consumers would be informed something is a virtual kitchen, they might not understand the implications of that if they are unfamiliar with the term. Therefore, transparency towards the NVWA is prioritized over transparency towards consumers, as the consumer cannot always rely on their own judgment of information. Several participants felt that shifting the responsibility of doing research onto consumers is an outdated belief, as food businesses themselves can also work on improving transparency. Furthermore, increased physical visibility could improve consumer trust in the quality and safety of the food served by virtual kitchens.

Food Safety & Inspection

Before reading advantages & disadvantages	While food safety was discussed more in group 1, inspection was a more prominent theme in group 2. Participants felt that certain foods such as raw fish and chicken were more risky to order as they are more difficult to prepare correctly. Furthermore, virtual kitchens were seen to pose a risk to individuals with food allergies, as it would be unrealistic for them to check the addresses of all restaurants to determine which ones are operating from the same location in order to make an assessment of the cross-contamination risks. One participant voiced their trust in the NVWA, stating that she would consider virtual kitchens to be safe because she believed the NVWA inspects them. In the other group, the participants were confused upon learning that the NVWA does not always perform inspections, as the restaurant may be on a different address than the address registered with the KvK. One participant even questioned whether this was legal, and another considered this as a disadvantage. The lack of physical accessibility was also considered odd, with one participant describing it as sketchy for not being able to see where the food comes from. Physical accessibility was not mentioned in group 1.
After reading advantages & disadvantages	While food safety and inspection were barely discussed in group 2, the participants did agree that foods such as fries are less risky to consume because frying them will kill all harmful bacteria. Where and by whom they are prepared is therefore less important. In contrast to group 2, group 1 extensively discussed inspection. They speculated how inspections take place, and whether virtual kitchens always keep their address hidden from the authorities. When they were informed of the approach of the NVWA, the participants had many follow-up questions. They mainly wondered why the NVWA was struggling to locate virtual kitchens. In their eyes, their approach was not thorough enough, suggesting they should receive more authority. Removing brands that received complaints was also mentioned as a way for virtual kitchens to possibly evade inspection, although the NWVA was expected to eventually track down the owner of the virtual kitchens if such complaints persisted.

Idea-generation	Many felt the food being safe to consume was important, particularly to individuals with food allergies. Some even believed that virtual kitchens should not be able to operate unless they have been inspected, even if this would mean that they would have to wait a long time before opening for business. Another participant mentioned she would not order from a virtual kitchen as she knows the NVWA cannot inspect them. In line with her statement, almost all participants expressed being dissatisfied by the current approach of the NVWA. If the NVWA properly monitors compliance, consumers will not need to do their own research anymore. The seemingly unbalanced approach of inspection was considered as an unfair double standard towards regular restaurants. The proposed improvements to better facilitate inspection are discussed more in detail in Section 5.2.3.

Multiple brands & Market Forces

Before reading advantages & disadvantages	While group 2 did not discuss the multiple brand mechanic of virtual kitchens, group 1 did. They could see virtual kitchens potentially removing unsuccessful brands and launching new brands to start over, especially if they got negative reviews. Supply and demand were also mentioned frequently in group 1. Discussing the local economy, they wondered whether virtual kitchens could force local restaurants out of the market, and if so, whether this would be necessarily bad as the supply tends to follow the wishes of the consumer. One participant voiced a concern about potential monopoly creation, envisioning one single large virtual kitchen preparing all the food for a certain area. The group, however, agreed that traditional restaurants would always continue to exist because of the experience associated with eating at a restaurant. One participant stated that virtual kitchens remove the consumer's choice to decide whether to support the local economy because virtual kitchens seem to present themselves as family-owned businesses and therefore unjustly appear to be a part of the local economy.
After reading advantages & disadvantages	Group 1 again discussed the multiple brand mechanic. If a virtual kitchen receives a lot of complaints about food safety issues, they can just remove the old brand and start a new one. While this does require them to register their new business with the KvK again, this is not very expensive. Although Group 2 did not discuss the multiple brand mechanic, they did share their thoughts on supporting the local economy. Virtual kitchens could also be regarded as a part of the local economy rather than something separate from it, so we mustn't solely think of them as money stealing corporate entities. She did add later that she prefers local restaurants over franchises. Competition was also discussed among group 2, recognizing that virtual kitchens pose a bigger threat to the local economy than a regular restaurant as they sell a wider array of food items for possibly lower prices.
Idea-generation	Several participants tend to dislike virtual kitchens selling food through different brands. It was acknowledged that virtual kitchens could easily launch new brands if their previous ones failed. The brands receiving separate customer reviews contributes to this, as new brands will start with a clean slate. Multiple brands are further discussed in Section 5.2.3. Several scenarios involving supply and demand were also explored. If virtual kitchens would lose customers due to restrictions, for example, both groups believed this would indicate that there is no reason for them to exist. Furthermore, the participants did not believe that market forces will eliminate all the bad options on delivery platforms, as consumers might not consider that food can still come from an inappropriate environment even though it tastes good. The free market does not solve all issues, as businesses will always find ways to outsmart the system. Virtual kitchens, for instance, can just launch a new brand if the previous one is disliked by consumers. Some participants emphasized the local economy, encouraging virtual kitchens to be more engaged with the area surrounding them. Measures restricting virtual kitchens should also be tailored to the area they are located to prevent fundamentally disrupting the local economy. This is further detailed in Section 5.2.3. Virtual kitchens were expected to potentially dominate the delivery

	market in the future. This could possibly cause local restaurants to lose a part of their revenue or even shut down completely if they are driven out of the market by virtual kitchens.

Accountability & Own Research

Before reading advantages & disadvantages	Group 1 extensively discussed the accountability of virtual kitchens, questioning whether they could be reached if a customer would experience a problem with their order. According to them, traditional restaurants and delivery franchises are more accountable than virtual kitchens because they are physically accessible and have to maintain a positive public image. Furthermore, one participant suggested there could be an increased mental distance between the cooks and the end consumer due to the lack of accountability, potentially leading to the food being prepared less carefully. The other group also briefly touched on accountability, wondering whether virtual kitchens can be contacted as they appear difficult to reach. They discussed consumers performing their own research, disagreeing about the extent to which a consumer can find out they are ordering from a virtual kitchen. Some, for instance, thought it was up to the consumer to do research if it was really that important to them to know where the food is made. Others went against this, stating that the consumer cannot always find out if something is a virtual kitchen. In addition, group 1 expressed not feeling inclined to do research when they want to order food, as they are often driven by emotions when ordering.
After reading advantages & disadvantages	Many participants of group 1 agreed they are not particularly motivated to do their own research. This was partially attributed to ordering at emotionally vulnerable times. While one participant does look up new restaurants online, others don't bother doing research when the food is good. Also, when ordering together with friends, the participants do not see themselves doing extensive research. Doing research is also the responsibility of the NVWA, not just of the consumer. *"Why do we still have the NVWA, if in reality you must do everything yourself?" (R1).* In group 2, several participants shared that while they had never considered checking a restaurant's address, they would now. Franchises and delivery platforms were again regarded as more accountable by consumers than virtual kitchens.
Idea-generation	While franchises were regarded as being easier to hold accountable, the accountability of virtual kitchens was currently regarded as unclear. Virtual kitchens should also be held accountable in case of an issue. This includes allergen issues as well as food quality issues in general. Participants believed it was too naive to assume consumers are capable and willing to do their own research. In addition, as virtual kitchens sometimes offer a large number of brands, it would take too much time and effort to go through all of them, which is especially unfavorable for people with food allergies. Several also agreed that it is not the responsibility of the consumer to identify virtual kitchens and assess their trustworthiness. If the NVWA were to ensure that all virtual kitchens are operated appropriately, consumers would not have to do research at all as they can then rely on the judgment of the NVWA. While some participants were aware they could look up the inspection results of the NWVA online, others were not.

Advantages

Before reading advantages & disadvantages	When asked to come up with advantages provided by virtual kitchens, both groups listed similar things. For the business owner, it mainly saves money, as they have to spend less on staff, energy bills, rent, permits, and upkeep. Furthermore, they also avoid spending time and energy on tending to guests. In addition to being less expensive to operate, the participants also believed that virtual kitchens generate more revenue compared to traditional (delivery) restaurants. According to them, this was due to virtual kitchens offering a wider range of foods, allowing them to cater to a larger audience. Moreover, group 1 thought it would work best in smaller cities, as the markets there are less saturated. Participants of group 2 thought of factors driving an individual to start a virtual kitchen. While many believed it was mainly out of

	commercial interest, others saw it as an opportunity for people who are passionate about cooking and selling food to start their business and cater to the consumer's wishes. Identifying advantages for consumers, both groups gave similar answers again. Participants from both groups believed that virtual kitchens could offer their food for lower prices, for instance, as they have fewer operating costs. However, they recognized that this would not always result in lower prices for consumers, as entrepreneurs could still decide to price their items similar to other businesses while having less costs than them. Group 1 added that virtual kitchens increase the likelihood for consumers to be able to order what they desire within a reasonable delivery time, especially in smaller towns. Group 2 also suspected that virtual kitchens prepare food faster than traditional restaurants because they only focus on delivery.
After reading advantages & disadvantages	In group 2, it was acknowledged that virtual kitchens help to facilitate food delivery to people who have limited financial means or cannot cook for themselves. This includes people who are mentally or physically impaired.
Idea-generation	It was reiterated that virtual kitchens do not have to spend as much on rent as they do not have to be accessible to consumers. Furthermore, virtual kitchens are again expected to do especially well in areas that are less populated. Virtual kitchens can also help individuals receive restaurant-grade food for a lower price.

Measures & Legislation

After reading advantages & disadvantages	Group 1 already theorized several measures to restrict virtual kitchens prior to the idea-generation phase. One participant suggested prohibiting food businesses from offering multiple different brands from one location on delivery platforms. Another participant does not necessarily think it has to be illegal. The food delivery platform enforcing such a rule is also pitched as a possibility. Another participant is, however, skeptical, as the platform itself also profits from virtual kitchens, potentially discouraging them from restricting them. Virtual kitchens having the possibility to 'evade' inspection as a result of having different addresses was again described as odd *"But that's a strange loophole, right? That a restaurant can indeed avoid that?" (R7).*
Idea-generation	Legislation was often referred to during the idea-generation phase. Suggestions addressed the multiple brand structure and the location of virtual kitchens, as well as inspections. Participants varied in the extent to which they believed virtual kitchens should be restricted. The proposed measures are further discussed in Section 5.2.3.

Societal trends

After reading advantages & disadvantages	Group 2 commented on current societal trends. They diagnosed society as being consumption-centered, with consumers constantly looking for the faster and cheaper option. One participant shared that they also observed this trend in their job, where restaurant guests sometimes inquire about their food after waiting only 20 minutes.

Idea-generation	An increase in delivery-only establishments was observed, which was expected to continue in the future. Drivers of this trend could be young people, busy life schedules, digitalization, and modernization. While it is regarded as a logical development, participants question whether it's a desirable one. Could they, for instance, harm local restaurants, or are they more likely to replace cooking at home? Many agreed an increase of delivery would result in a decrease of cooking at home. This is viewed as a negative development, as preparing meals at home teaches us to be more considerate towards food. In addition, it could be detrimental to our health, as delivery food could contain many hidden salts, sugars, and fats. A trend of buying lunch instead of bringing one's own is also observed, with people increasingly relying on food outlets outside of the workplace. Furthermore, people place higher expectations on their food, requiring every product to be luxurious and every meal to be special. As a result, people are more willing to spend their money on food. Restaurants and cafes seem to be taking over local shopping districts, alongside a decline in brick-and-mortar stores.

Awareness

Idea-generation	Participants discussed their awareness of virtual kitchens. One participant believed that even if 'regular' consumers would be informed that they are ordering from a virtual kitchen, they would not fully understand the implications of that because they are not familiar with them. They could, for instance, disregard the fact that food can still be from an unhygienic environment despite it tasting good. Therefore, it is important to educate the public on the existence of virtual kitchens. The proposed awareness campaign is further discussed in Section 5.2.3.

Retrieving food

After reading advantages & disadvantages	While this theme was not discussed in group 1, participants of group 2 addressed the physical retrieval of food. One participant, for instance, mentioned she liked leaving the house to obtain food, as receiving food as one pleases feels unnatural to her. Another participant agreed that it is easy to pick up food yourselves if you already have to leave the house every day. Others did in fact appreciate that they could stay inside if they would opt for delivery.

Delivery platform

Idea-generation	The role of the delivery platform was also discussed extensively during the idea-generation phase. This is further elaborated in Section 5.2.3. The platform was generally regarded as an entity driven by commercial interest, presumably lacking accountability. The participants did not feel sympathy towards platforms potentially receiving restrictions, as they believed they still make a large margin on all sales. In addition, it is fundamental that the consumer is protected.

Food waste

After reading advantages & disadvantages	Food waste was only discussed upon the participants reading about it in the text that was handed out to them. In group 1, participants questioned whether virtual kitchens are able to reduce food waste as their wide array of foods also means they need more ingredients on hand. One participant did believe scaling up helps to reduce food waste. Group 2 thought the possibility to reduce food waste was a valuable advantage of virtual kitchens.

Familiarity

Before reading advantages & disadvantages	Both groups frequently order from places they have already ordered from in the past.

After reading advantages & disadvantages	Similar sentiments were echoed after reading the disadvantages and advantages. One participant mentioned she sometimes orders based on recommendations of others. She wouldn't mind if then it came from a virtual kitchen if the food was good.

Would you order from a virtual kitchen?

Before reading advantages & disadvantages	When asked if they would order from a virtual kitchen before reading the advantages and disadvantages, the majority of participants emphasized the importance of familiarity, stating that they mainly order from places they have previously ordered from. The price to quality ratio was also a significant decision factor: *"If the food was alright and it wasn't too expensive, I would probably order again" (R2).* One participant voiced her trust in the NVWA, stating that she would consider virtual kitchens to be safe because she believed the NVWA inspects them. To some, the type of food is also important in their considerations, as some foods are easier to prepare than others.
After reading advantages & disadvantages	After reading the advantages and disadvantages, however, two participants agreed that if the choice was transparent, they would not order from a virtual kitchen. Another participant would not care as much, stating that he would just order again if the food was good. This view was confirmed by others as well. Some preferred more reliable and familiar options such as franchises, but admitted they were unlikely to do extensive research when ordering food, especially if they were low on energy or together with friends. The type of food was again mentioned as an influence. The apparent lack of inspection and an individual's personal financial situation were also pointed out as key decision factors. In the idea-generation phase, a participant mentioned that she might hesitate to order from a virtual kitchen because she knows they are not guaranteed to be inspected by the NVWA. It appears the decision to order from a virtual kitchen is predominantly personal.

5.2.3 Idea-generation

During the idea-generation phase, the participants made several suggestions for improving virtual kitchens. These can be categorized into inspection, legislation, platform measures, and an awareness campaign.

Inspection

As many participants considered food safety to be a key priority, they proposed several improvements to ensure its enforcement. Almost all participants agreed the NVWA must sharpen their approach and should more actively pursue inspecting virtual kitchens, as the current reactive approach of the NVWA was not appreciated. To facilitate this, they should be granted more authority. Our society relies on the expectation of food establishments being safe, and we hold the NVWA responsible for ensuring this. This also includes looking into the address issue, as virtual kitchens could potentially be secretive about their address to avoid having to adhere to the rules and regulations regular restaurants are required to meet. This might indicate an even greater urgency of performing thorough inspections. To accommodate individuals with food allergies, virtual kitchens should be considerate of declaring possible risks of cross-contamination rather than leaving it up to the consumer to look it up themselves. This will allow consumers to make their own well-informed risk-assessment.

Legislation

Although one participant believed the entire concept should be banned, others proposed ways of limiting virtual kitchens. While formulating specific measures was sometimes challenging, the participants listed various suggestions for legislation. Many agreed that virtual kitchens should be restricted in deleting and relaunching new brands by law. Several even believed that running multiple different brands from one kitchen should be limited or even banned. Such a measure was, however, expected to possibly undermine entrepreneurs that share the same kitchen but sell food independent of each other. Therefore, the legal definition of 'virtual kitchen' must be delineated meticulously to prevent hurting 'genuine' entrepreneurs. If the allowed number of brands offered were to be limited, the participants believed this should be tailored to the local economy to prevent disrupting the local

market. Such a measure could be formulated relative to, for example, the population density or the number of local competitors to ensure proportionality.

Measures regarding the location of virtual kitchens were also included in the suggestions for legislation. Some, for instance, believed that the address of the kitchen should be in line with the address of the KvK registration by law. This could contribute to findability, which helps to facilitate inspection. Other suggestions also mentioned inspection, as additional legislation for virtual kitchens could help to alleviate the tasks of the NVWA. Some participants even argued that virtual kitchens should not be allowed to sell food prior to being inspected. In general, there was a consensus that the legislation regarding inspection should be sharpened. This includes eliminating the address-issue, for instance. Being able to hold virtual kitchens accountable in case of an issue was also deemed as important. Next to implementing legislation to prevent the formation of monopolies, enforcing legislation that requires virtual kitchens to be more transparent about preparing different types of food in the same kitchen was also frequently mentioned as a proposed improvement.

Suitable measures to address the identified flaws can only be formulated if society and the NVWA are open to the idea of welcoming virtual kitchens into the landscape of hospitality. Otherwise, virtual kitchens will continue to operate without restrictions. Such legislation would help to improve consumer trust towards the concept. Lastly, the ultimate aim when designing legislation should be to empower consumers to make responsible and well-informed decisions. An overview of the legislation suggestions is captured in Table 3.

Table 2
Proposed legislation

Measure	Remarks
● Limit or ban virtual kitchens from excessively deleting and launching brands	
● Limit or ban the possibility to run multiple brands from a single kitchen	○ Could undermine 'genuine' entrepreneurs that share a kitchen but sell food separate from each other. ○ Perhaps customize to be relative to the local economy (i.e. number of competitors, population density, etc.)
● Require virtual kitchen owners to prepare their food on the same address as the KvK-registered address	
● Sharpen the legislation for inspections	○ Includes addressing the address-issue to facilitate inspection
● Prevent the formation of monopolies	
● Require virtual kitchens to be more transparent about preparing different brands in the same kitchen.	

Platform measures

In addition to legislation, the participants also considered the role of the delivery platforms in improving the concept. While some did not think the platform was responsible for monitoring virtual kitchens, others believed platforms should force virtual kitchens to offer all their food under a single brand. Another participant felt that platforms should not feature brands on their website that are prepared in uninspected kitchens. They could verify this by looking up the brands in the public inspection result database of the NVWA. Others believed it was unrealistic to rely on the platform for enforcement, as they themselves also profit from virtual kitchens. Therefore, legislation could play a role to ensure compliance. Specific ideas frequently included a visual element such as a logo that would help to improve transparency by distinguishing virtual kitchens from regular listings. One suggestion was for virtual kitchen brands to display the name of their owner, allowing consumers to identify which brands were connected. Another idea would be to give the consumer an indication of how long a brand has been

selling food by featuring the date it was established or how long they have been in business. This would also help to counter virtual kitchens excessively launching new brands. Platforms could additionally inform consumers by highlighting the date of last inspection for each brand. This could be formulated in accordance with a brand's specific state of inspection, reading, for instance 'never inspected', 'inspection not possible', or 'last inspected 3 months ago'. As some consumers might not be able to judge the date of last inspection, the platform should clarify the average rate food establishments are inspected by (for example: *"please note: food businesses are inspected about once every two years"*). This could also work effectively in combination with displaying the opening date, as this would allow consumers to assess whether a restaurant should have already been inspected according to how long they have been in business. To ensure fairness and consistency, the same measures should apply across all food delivery platforms.

Awareness campaign

In addition to formal measures, participants also felt consumers would benefit from an awareness campaign. Aimed at educating the public on the existence of virtual kitchens, an awareness campaign could take various forms. Next to spreading awareness through social media, it was proposed to cover the concept on consumer-centered television programs such as Keuringsdienst van Waarde or Radar. In doing so, the public would be exposed to a critical yet nuanced exploration of the concept of virtual kitchens in an accessible format. Discussing the concept in such a television program was regarded as more effective than covering it on the news, for example, as it was believed to be more suitable for initiating public discourse. Raising awareness should be a priority of the government, as this could trigger a certain sense of social control, pressuring virtual kitchens and governmental instances to acknowledge and address the flaws of the concept. Such increased scrutiny could also discourage 'malicious' entrepreneurs from setting up virtual kitchens. An awareness campaign is seen as a valuable investment, as knowledge will empower consumers to rely on their own judgment whenever legislation fails to protect them. This would be an important step, as participants were convinced the public would appreciate being made aware of the existence of virtual kitchens. One participant effectively summarized the discussion by stating that it is not about warning people, it is about educating people, and as a result, allowing them to make their own decisions.

The participants believed that their proposed improvements would be valuable additions to the government's health campaigns, given the potential health implications of an increased intake of delivery food. Lastly, participants believed virtual kitchens would be more successful if they would work on improving their reputation.

6. Discussion & Conclusion

6.1 Attitudes and Opinions

The concept of virtual kitchens proved to be a very multifaceted subject, with conversation topics ranging from streetscape to supply and demand. As both groups were eager to contribute, the necessity for additional probing was limited. Before reading the advantages and disadvantages handed out by the moderator, the participants already addressed the majority of them spontaneously. Therefore, their attitudes and opinions mainly stayed the same throughout the conversations. The only exception was a decreasing level of trust in the NVWA, which was triggered by the participants becoming aware of the approach of the NVWA. In addition, transparency seemed to become increasingly more important to the participants as the conversations proceeded. Overall, the participants mainly discussed the concept itself, the food, and personal factors.

6.1.1 The concept

The majority of participants was unaware of virtual kitchens. Those who did report familiarity with the concept mainly recalled it as having to do with addresses or multiple brands operating from one kitchen. Upon learning the actual definition of virtual kitchens, the participants seemed confused and had many questions. Their associations with the concept were predominantly negative, repeatedly referring to it as commercial. Other terms that were used to describe the concept included 'weird', 'strange', 'vague', 'anonymous', 'sketchy', and 'dehumanizing'. Instead of being driven by a genuine passion for food, participants felt that virtual kitchens are driven by commercial interests. While not all consumers have them, such negative associations with virtual kitchens are not uncommon. Dodds (2022) and Hakim et al. (2022), for instance, also show individuals describing virtual kitchens as 'clandestine', 'unfair', and 'false advertising'.

In general, virtual kitchens were considered to lack transparency, leaving participants feeling uneasy and unsure what to expect from them. The lack of physical accessibility and visibility was also not appreciated, as this undermined the perceived quality and safety of the food prepared in the kitchens. This negative effect was also observed in previous literature on virtual kitchens (Cai et al., 2022; Hakim et al., 2022; Pookulangara et al., 2022). Throughout the conversation, several comparisons were drawn with food delivery franchises. Those were namely regarded as more accountable than virtual kitchens, as they can be accessed by consumers who experience a problem with their food. In addition, franchises have to maintain a certain public image, whereas virtual kitchens can remove and launch new brands as they please. Participants questioned whether virtual kitchens could be contacted, as they appear difficult to reach. Furthermore, some noted that while franchises feel less local than virtual kitchens, they do feel more genuine than them.

Integrity was a major theme across the discussions, with participants questioning the reliability of information provided by virtual kitchens. This predominantly referred to the names of the brands, which were regarded as suggestive, generating an illusion of sincerity. They believed that virtual kitchens purposefully 'pretend' to be authentic, as they know consumers prefer restaurants that are specialized in a specific cuisine and are motivated by a certain passion or knowledge. This was also mentioned in an article by Dodds (2022), where someone who had ordered from a virtual kitchen described their presentation: *"The fake restaurant names, menu items, and even websites are all kitschy and unique, which give the impression of a small mom-and-pop operation"* (Dodds, 2022). Despite these negative associations, not all participants were necessarily against the existence of virtual kitchens. Others had a more nuanced opinion, stating that virtual kitchens simply leverage the power of marketing without the intention to mislead consumers. Some could indeed recognize that virtual kitchens are probably not inherently malicious. Across both groups, many participants agreed that virtual kitchens could continue to stay if they would be open about preparing different foods in one kitchen. Participants were also able to identify many benefits provided by virtual kitchens before reading the advantages and disadvantages. These included reduced prices and faster delivery times. The participants also noted that the concept can support entrepreneurs who want to start preparing and selling food while avoiding the financial risks involved with a regular restaurant. In addition, virtual kitchens improve the accessibility of food to those who are mentally or physically disabled. It could also contribute to individuals being able to receive food at home that is comparable to restaurant quality but for a lower

price. While a study by (Cai et al., 2022) found that consumers value the contribution of virtual kitchens to job creation and food waste reduction, the participants in the current study did not seem to consider these. Upon learning that virtual kitchens could help to reduce food waste, however, some participants considered this as a valuable advantage. Others questioned the effectiveness of virtual kitchens in battling food waste. According to the participants, the benefits of virtual kitchens are not lost by being more transparent about their operations. In fact, secrecy only contributes to the suspicions of questionable integrity.

Many participants were very surprised to learn about the approach of the NVWA towards virtual kitchens. They described the 'evasion' of inspection due to misaligned addresses as a strange loophole that should not be possible. This apparent lack of inspection was considered as a major disadvantage of virtual kitchens, potentially deterring the participants from placing an order with them. The participants deemed the apparent disbalance of inspection as an unfair double standard, as regular restaurants do get subjected to a lot of scrutiny. At one point in the conversation, the moderator even had to clarify that not all virtual kitchens are ran from a 'secret' location, as the participants' views appeared to be dominated by this belief.

The relation of virtual kitchens towards the local economy was also considered frequently. The participants realized that virtual kitchens could create more competition than regular restaurants as they offer a wider variety of foods. If a virtual kitchen selling both pizza and sushi would be introduced to an area, not only would it compete with local pizza restaurants, it would simultaneously compete with local sushi restaurants. Being able to offer their food at lower prices could also function as a competitive edge. Participants expressed concerns towards local restaurants, fearing they could lose a share of their revenue or be forced out of the market due to virtual kitchens. Monopoly formation was also mentioned as a risk. It was, however, agreed that traditional restaurants will always continue to exist to some extent, as visiting a restaurant will remain a unique experience. One participant even regarded virtual kitchens as a part of the local economy rather than something separate from it. According to her, we mustn't think of virtual kitchens as commercial entities as they are just another business ran by hardworking people. Another participant agreed and encouraged virtual kitchens to be more engaged with the local community.

Participants recognized the cleverness of virtual kitchens removing and launching brands. This tool was particularly useful if a brand were to receive bad reviews, allowing them to start over with a clean slate. Several participants did, however, express a disliking towards virtual kitchens selling food through different brands.
It was concluded that consumers cannot rely on the forces of supply and demand to eliminate the virtual kitchen brands that do not meet the needs of the consumer. Firstly, because virtual kitchens can just launch new brands without improving their approach, and secondly because consumers also desire food to be prepared in a safe environment, which they cannot infer by tasting the food alone. Therefore, the demand is not fully rational and will not automatically eradicate brands of inadequate quality from the food delivery market.

The participants thought virtual kitchens were a logical response to the current economic trends of digitalization and convenience, which was also concluded by Nigro et al. (2023) in their study on the future of virtual kitchens. In addition, the participants felt the concept could help to satisfy the increasing demand for luxury and exclusiveness. When looking into the future, some participants were reluctant to admit they could see virtual kitchens dominating the delivery market, demonstrating their aversion towards this development. According to the participants, virtual kitchens could be detrimental to the public health and disrupt the streetscape of cities, for instance. In addition, virtual kitchens partially replacing cooking at home would be regarded as a negative development, as cooking at home teaches us to be considerate of what we eat. Others had a more positive image of the future of virtual kitchens, believing they could be a valuable addition to our food landscape.

6.1.2 The food

In line with literature (Kedah et al., 2015; Liu et al., 2016), food quality was considered as highly important to the participants. Although they continuously associated the food prepared in virtual kitchens with a reduced quality, they realized this would not necessarily always be the case. Ordering 'good' food was, however, still associated with regular (delivery) restaurants. In addition, a negative delivery experience could trigger the suspicion that the order could come from a virtual kitchen in the future, illustrating a predominantly skeptical attitude towards the quality. Doubting the quality of the food was partially attributed to the apparent lack of specialization and

authenticity. The participants questioned the competence of the cooks and were unsure if they were qualified to prepare such a wide range of foods. The perceived credibility of the kitchen staff was also discovered by Jiang et al. (2024) as a factor influencing consumer trust towards virtual kitchens. The participants were negatively surprised upon learning that individuals are not required to possess any certification in order to start preparing and selling food. This was regarded as disturbing, especially considering the fact that virtual kitchens are not always inspected. While offering such an extensive array of foods also raised suspicions towards the quality of the food, the participants agreed that the quality of delivery food is never guaranteed in general. As a result, participants felt that consumers should lower their expectations when ordering food, especially when ordering from a virtual kitchen. This again highlights a seemingly reduced trust towards the quality of the food provided by virtual kitchens. Furthermore, it was acknowledged that foods such as fries will always remain of comparable quality and safety, regardless of where and by whom they are prepared. Therefore, authenticity and cooking competence would be less important when ordering such foods. Despite this conclusion, several still believed virtual kitchens contribute to a loss of authenticity and passion. This was unfortunate, as they considered food as a true form of art.

The importance of food quality was emphasized even further by the majority of participants agreeing that they would not mind ordering from a virtual kitchen if the quality was good, especially if the price-quality ratio was satisfactory. Food safety was also regarded as a priority, which is confirmed in literature to be a key metric for consumers when assessing food quality (Liu & Jang, 2008). Several participants expressed that they would feel less confident ordering foods containing ingredients such as raw fish and chicken, as those could potentially be unsafe if prepared incorrectly. The participants having varying priorities aligns with a study by Jiang et al. (2024), who found that consumers can personally find certain factors more important than others when ordering from a virtual kitchen. The participants also noted that the increased mental distance between the cooks and the end consumer could also potentially negatively affect the quality and safety of the food. Virtual kitchens can additionally pose a risk to individuals with food allergies, as it may be difficult to determine what other types of food are prepared in the same kitchen, therefore undermining their risk-assessment. The preparation of different foods in the same kitchen could also contribute to an increased risk of cross-contamination. As some participants were initially convinced virtual kitchens are subjected to the same scrutiny as regular restaurants, they were surprised to learn that their inspection is not guaranteed. This was a significant violation of their trust, as the participants were initially convinced that all food businesses are inspected properly.

6.1.3 Personal factors

Ordering food was regarded as very personal, with many aspects depending on an individual's personal priorities, financial means, and upbringing. This was in line with literature, as research has shown there are many different factors that influence ordering food (Cheng et al., 2021; Kantar, 2023; Tham et al., 2023). Familiarity was also a significant factor, as many participants noted that they predominantly order from places they are already familiar with. This was also found for traditional restaurants, with familiarity positively influencing the intention to revisit (Gulertekin & Genc, 2021; Söderlund, 2002). Participants also often mentioned convenience as a driver, which was found in literature as one of the key motivators for ordering food as well (Cai et al., 2022; Kaur et al., 2021).

The role of consumers performing their own research was frequently addressed. Some felt that if consumers really cared about where their food was prepared, it is up to them to investigate that. Many, however, disagreed, as they felt it was a stereotypical and outdated belief to have consumers be fully responsible for doing their own research. The consumer cannot always be expected to be capable and willing to do this, given that, according to the participants, people often order food in a state driven by emotions. This is supported by a report published by Kantar (2023), which shows that convenience and enjoyment are the most common motivators for ordering food. Consumers doing their own research can also not be assumed in a practical sense, as it would be unrealistic for consumers to check the address of all listings featured on a delivery platform. Participants also do not see themselves doing research when ordering with friends. While one participant did state to look up new restaurants online, others would not bother doing research if they ordered somewhere for the first time and the food is good. Some felt that doing research and assessing the trustworthiness of virtual kitchens should not be the sole responsibility of the consumer, as it is mainly regarded as the duty of the NVWA.

Another aspect that evoked mixed opinions was the act of retrieving food. While some valued stepping outside of the house to obtain food, others appreciated not having to leave the house when ordering food. This difference was also found in literature, with some young adults not minding to obtain food outside of the home while others preferred to stay indoors (Tham et al., 2023). Although this commonly gets attributed to laziness or convenience, mental and physical disabilities were also brought up as possible arguments preventing individuals from leaving their house. An individual's proximity to food outlets was also deemed as a decision-factor when ordering food, which was also observed by Buettner et al. (2023) in their study on young adults.

6.2 Proposed Improvements

The participants proposed a wide array of improvements for the concept. Firstly, they wanted the NVWA to be more thorough and transparent in their approach towards virtual kitchens. This suggestion is supported by research of Hakim et al. (2022), as they found that consumer trust towards virtual kitchens could be improved if the health authorities would be more open about how they help to enforce food safety. The suggestions of distinguishing virtual kitchens on delivery platforms were also useful, as this currently rarely occurs (Hakim et al., 2023). The demand to be more open about the structure of virtual kitchens was also echoed in an article by Dodds (2022), in which disgruntled American customers stated that brands ran from virtual kitchens should be clearly indicated as such to avoid deception. Possible interpretations of the visual elements proposed by the participants are displayed in Figures 3, 4, and 5.

The idea of the participants to launch an awareness campaign was also in line with literature, as an increased knowledge of virtual kitchens was expected to have a positive influence on consumers' perceived benefits and risks towards the concept (Cai et al., 2022; Hakim et al., 2022). Such a campaign could be incorporated into a government health initiative like the National Prevention Agreement, which focuses on addressing alcohol and tobacco abuse, as well as obesity (Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, 2018). Overall, virtual kitchens were recommended to improve their public image, which is suggested in literature as well (Cai et al., 2022)

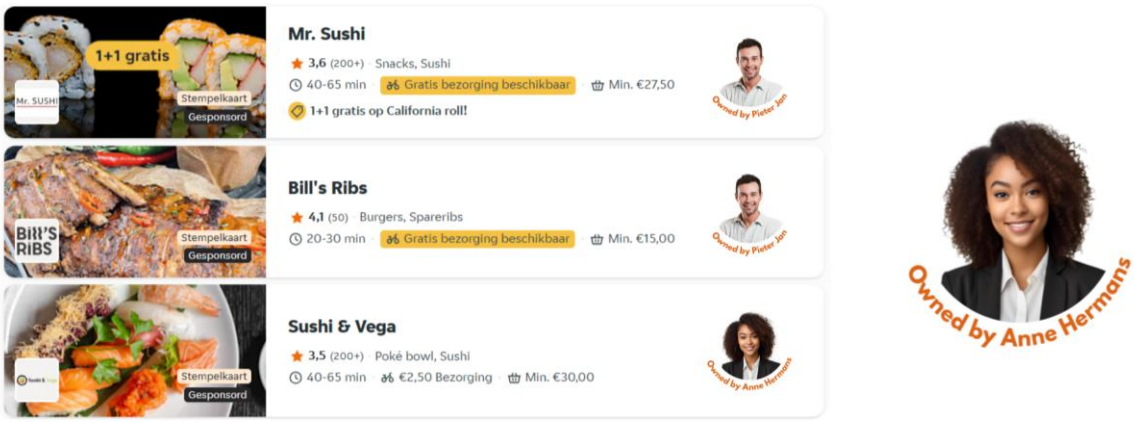


Figure 3 Owned-by label

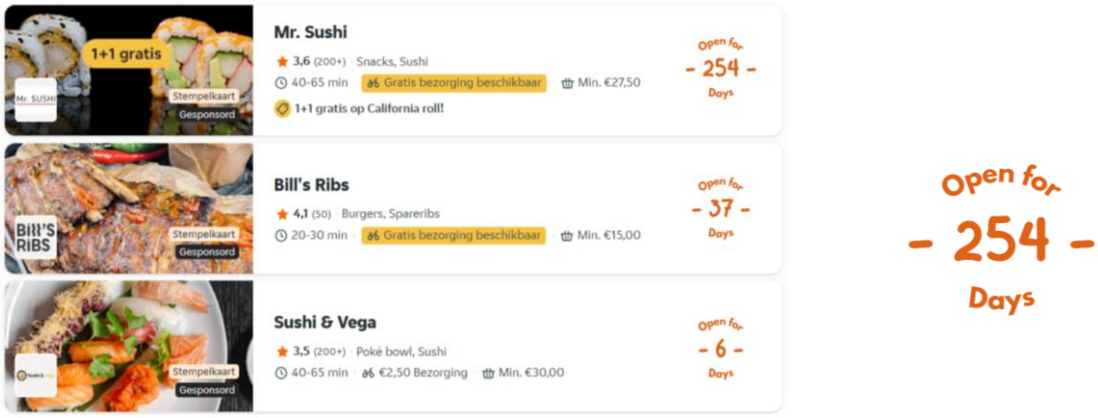


Figure 4 Open for X days-label

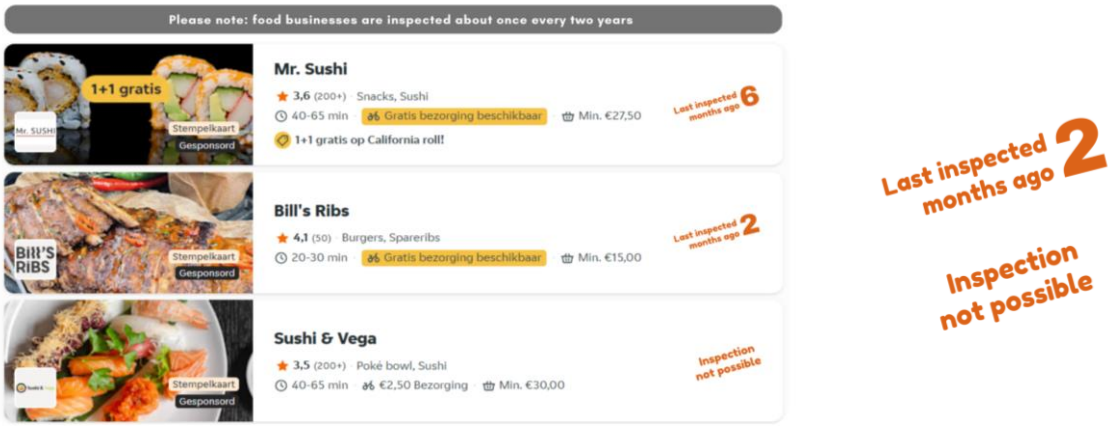


Figure 5 Last inspected-label

6.3 Conclusion

6.3.1 Attitudes and opinions towards the concept

Participants expressed mixed opinions towards virtual kitchens, frequently associating them with negative characteristics like commercialism, a lack of transparency, and reduced accountability. While many could recognize the benefits they can provide, food quality and safety remained absolute priorities, which were questioned due to obstructed inspections and the apparent absence of restrictions.

Personal considerations like convenience, price-to-quality ratio, and familiarity greatly impacted the participants' choices when it came to placing orders from virtual kitchens. Some thought that instead of consumers being responsible for doing research, the NVWA should ensure the safety and reliability of virtual kitchens. The decision to place an order from a virtual kitchen was ultimately very dependent on personal and contextual factors.

6.3.2 How can the concept of virtual kitchens be improved?

During the discussions, the participants identified many flaws in the concept. The proposed improvements took various shapes, emphasizing the importance of inspection, legislation, platform measures, and raising awareness. The NVWA should be more thorough and proactive in their approach, while policymakers are urged to develop and sharpen rules and regulations. Legislation should include measures to limit the freedom of virtual kitchens and facilitate inspection. Delivery platforms should help to address the challenges that emerge from virtual

kitchens, potentially using visual cues to contribute to improved transparency and informed decision-making. An awareness campaign could be a valuable investment to promote confidence in the consumer whenever they feel like they are insufficiently protected by the law. Virtual kitchens themselves would also benefit from improving their public image.

In conclusion, while many participants had negative associations with the concept of virtual kitchens, their existence would be generally regarded as acceptable if they would improve their transparency, accountability, and inspection. These can be addresses through both legislation and initiatives of delivery platforms and virtual kitchens themselves.

7. Limitations & Future Research

The current study had several limitations. First, as the recruitment did not proceed as expected, the focus group design deviated from the original format. As a result, two focus groups of eight were conducted instead of four groups of four. The participants knowing each other was also not ideal, although it did not appear to limit their freedom of speech. On the contrary, the participants seemed eager and comfortable to share their thoughts, which is a common observation among participants who know each other (Kitzinger, 1995). Another limitation was that some participants were already familiar with virtual kitchens prior to the focus groups, as the author had discussed the topic with them in private settings. This was, however, months before the focus groups, and the term 'virtual kitchen' was new to the participants as it was previously called 'ghost kitchen'. This appeared to remove prior associations with the term, as the participants did not seem to connect the two. One participant did comment that another participant was mistaken for ghost kitchens when she was attempting to define virtual kitchens, as according to him that was a different thing. Although an effort was made by the moderator to use neutral terms when answering questions during the focus groups, some responses could have been more neutral in retrospect. It would have also been more appropriate to ask the participants to write down their suggestions instead of having them think of them, as this would have prevented them from possibly adapting their answer based on the ongoing conversation. While the participants already spontaneously discussed certain topics before these were handed out to them, it is still a powerful tool to ensure the group is on the same page. Therefore, I would still recommend this method for future studies. Lastly, the ability of virtual kitchens to reduce food waste was questioned by several participants, which reflected negatively on the credibility of the text provided to them. Nevertheless, it inspired them to think about the relationship between virtual kitchens and food waste, which was a valuable addition to the conversation.

Several suggestions can be formulated for future research. Foremost, it is recommended to further explore the attitudes and opinions towards virtual kitchens across other geographical areas and age groups. It would also be interesting to discriminate between different structures of virtual kitchens such as those described in Table 1 to see if the results change. During such research, perhaps it is valuable to show participants a video of the inside of a virtual kitchen to help them visualize the concept. Lastly, there should be more research on ordering food in a broader sense, as it is currently understudied. This includes investigating the drivers that motivate consumers to order food in general, since many tend to only investigate why consumers prefer a certain delivery platform over another. Instead, more research should be focused on identifying the reasons why consumers order food in the first place. Such research would contribute to our understanding of consumers' motivations, decision-making processes, and attitude towards ordering food in a broader sense, helping us to further explain their attitudes and opinions towards virtual kitchens.

References

Ahuja, K., Chandra, V., Lord, V., & Peens, C. (2021). Ordering in: The rapid evolution of food delivery. *Technology, Media & Telecommunications Practice*. https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/technology%20media%20and%20telecommunications/high%20tech/our%20insights/ordering%20in%20the%20rapid%20evolution%20of%20food%20delivery/ordering-in-the-rapid-evolution-of-food-delivery_vf.pdf

Alalwan, A. A. (2019). Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse. *International Journal of Information Management*, *50*, 28–44. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.04.008

Associação Nacional de Restaurantes. (2023, December 15). *Delivery e Dark Kitchen: novas oportunidades, mas com atenção*. ANR | Associação Nacional De Restaurantes. Retrieved September 12, 2024, from https://anrbrasil.org.br/delivery-e-dark-kitchen-novas-oportunidades-mas-com-atencao/

Austin Community College. (n.d.). *Content Farms: What is a Content Farm?* Retrieved January 17, 2025, from https://researchguides.austincc.edu/contentfarmsBanović, M., Krystallis, A., Guerrero, L., & Reinders, M. J. (2016). Consumers as co-creators of new product ideas: An application of projective and creative research techniques. *Food Research International*, *87*, 211–223. https://doi.org/10.1016/j.foodres.2016.07.010

Barrios, E. X., Bayarri, S., Carbonell, I., Izquierdo, L., & Costell, E. (2008). Consumer Attitudes and Opinions Toward Functional Foods: A Focus Group Study. *Journal of Sensory Studies*, *23*(4), 514–525. https://doi.org/10.1111/j.1745-459x.2008.00169.x

Barrios, E. X., & Costell, E. (2004). Review: Use of Methods of Research into Consumers' Opinions and Attitudes in Food Research. *Food Science and Technology International*, *10*(6), 359–371. https://doi.org/10.1177/1082013204049386

Buettner, S. A., Pasch, K. E., & Poulos, N. S. (2023). Factors Associated with Food Delivery App use Among Young Adults. *Journal of Community Health, 48(5),* 840–846. https://doi.org/10.1007/s10900-023-01229-1

Breen, R. L. (2006). A Practical Guide to Focus-Group Research. *Journal of Geography in Higher Education*, *30*(3), 463–475. https://doi.org/10.1080/03098260600927575

Calder, B. J. (1977). Focus groups and the nature of qualitative marketing research. *Journal of Marketing Research*, *14*(3), 353. https://doi.org/10.2307/3150774

Cao, Q., Duan, W., & Gan, Q. (2010). Exploring determinants of voting for the "helpfulness" of online user reviews: A text mining approach. *Decision Support Systems*, *50*(2), 511–521. https://doi.org/10.1016/j.dss.2010.11.009

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2020, February 13). Nederlanders in Europese kopgroep digitale vaardigheden. *Centraal Bureau Voor De Statistiek*. https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/07/nederlanders-in-europese-kopgroep-digitale-vaardigheden

Chandrasekhar, N., Gupta, S., & Nanda, N. (2019). Food delivery Services and Customer Preference: A Comparative analysis. *Journal of Foodservice Business Research*, *22*(4), 375–386. https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1626208

Cheng, C., Chang, Y., & Chen, C. (2021). Construction of a service quality scale for the online food delivery industry. *International Journal of Hospitality Management*, *95*, 102938. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102938

Cho, M., Bonn, M. A., & Li, J. (2018). Differences in perceptions about food delivery apps between single-person and multi-person households. *International Journal of Hospitality Management*, *77*, 108–116. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.06.019

Deloitte. (2023). *The future of restaurants: The new normal and beyond*. Retrieved November 14, 2024, from https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/the-future-of-restaurants-2023.pdf

De Reuver, M. (2021, December 17). *Nederland koploper in online boodschappen en maaltijden bestellen*. Food Inspiration. Retrieved September 17, 2024, from https://www.foodinspiration.com/nl/nederlandse-consument-koploper-in-online-eten-bestellen/#:~:text=De%20Nederlandse%20consument%20is%20binnen,opvallende%20uitkomsten%20van%20het%20onderzoe.

Ding, X., Verma, R., & Iqbal, Z. (2007). Self-service technology and online financial service choice. *International Journal of Service Industry Management*, *18*(3), 246–268. https://doi.org/10.1108/09564230710751479

Dodds, I. (2022, November 3). 'It's a bait and switch': Behind the 'fake' Uber Eats and DoorDash restaurants that are making customers furious. *The Independent*. https://www.independent.co.uk/news/world/americas/doordash-uber-eats-ghost-kitchens-virtual-restaurants-b2215680.html

FSIN. (2021a, July 29). *Extreme groei Fooddelivery Nederland*. Retrieved September 17, 2024, from https://fsin.nl/actueel/nieuws/683/extreme-groei-fooddelivery-nederland

FSIN. (2021b, May 10). 'Ontkoking' jongeren luidt einde in van oer-Hollandse eetgewoonte. FoodService Instituut. Retrieved January 25, 2025, from https://fsin.nl/nieuws/ontkoking-jongeren-luidt-einde-in-van-oer-hollandse-eetgewoonteGharib, R. K.,

Garcia-Perez, A., Dibb, S., & Iskoujina, Z. (2019). Trust and reciprocity effect on electronic word-of-mouth in online review communities. *Journal of Enterprise Information Management*, *33*(1), 120–138. https://doi.org/10.1108/jeim-03-2019-0079

Grewal, L., & Stephen, A. T. (2019). In Mobile we trust: The Effects of Mobile versus Nonmobile Reviews on Consumer Purchase Intentions. *Journal of Marketing Research*, *56*(5), 791–808. https://doi.org/10.1177/0022243719834514

Gulertekin, S., & Genc, V. (2021). The effect of Servicescape on revisit intention in restaurants: The mediating effect of brand familiarity. *Journal of Tourism Leisure and Hospitality*, *3*(1), 18–25. https://doi.org/10.48119/toleho.850803

Gunden, N., Morosan, C., & DeFranco, A. (2020). Consumers' intentions to use online food delivery systems in the USA. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *32*(3), 1325–1345. https://doi.org/10.1108/ijchm-06-2019-0595

Hakim, M. P., Libera, V. M. D., Zanetta, L. D., Nascimento, L. G. P., & Da Cunha, D. T. (2022). What is a dark kitchen? A study of consumer's perceptions of deliver-only restaurants using food delivery apps in Brazil. *Food Research International*, *161*, 111768. https://doi.org/10.1016/j.foodres.2022.111768

Hakim, M. P., Libera, V. M. D., Zanetta, L. D., Stedefeldt, E., Zanin, L. M., Soon-Sinclair, J. M., Wiśniewska, M. Z., & Da Cunha, D. T. (2023). Exploring dark kitchens in Brazilian urban centres: A study of delivery-only restaurants with food delivery apps. *Food Research International*, *170*, 112969. https://doi.org/10.1016/j.foodres.2023.112969

Hawley, K. (2020, November 9). Ghost kitchens are the wave of the future. Is that good for restaurants? *Eater*. https://www.eater.com/21540765/ghost-kitchens-virtual-restaurants-covid-19-industry-impact

He, Z., Han, G., Cheng, T., Fan, B., & Dong, J. (2018). Evolutionary food quality and location strategies for restaurants in competitive online-to-offline food ordering and delivery markets: An agent-based approach. *International Journal of Production Economics*, *215*, 61–72. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2018.05.008

Ipsos. (2021, December 13). *Platforms voor maaltijdbezorging in 2021 het populairst in de Nederlandse platformeconomie*. Retrieved September 17, 2024, from https://www.ipsos.com/nl-nl/platforms-voor-maaltijdbezorging-2021-het-populairst-de-nederlandse-platformeconomie

Jiang, Y., Balaji, & Lyu, C. (2024). Cultivating initial trust in ghost kitchens: A mixed-methods investigation of antecedents and consequences. *International Journal of Hospitality Management*, *119*, 103727. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103727

Kantar. (2023). *Dining out at home*. Retrieved September 11, 2024, from https://kantar.turtl.co/story/foodservice-2022-p/page/5

Kapoor, A. P., & Vij, M. (2018). Technology at the dinner table: Ordering food online through mobile apps. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *43*, 342–351. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.04.001

Kaur, P., Dhir, A., Talwar, S., & Ghuman, K. (2021). The value proposition of food delivery apps from the perspective of theory of consumption value. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *33*(4), 1129–1159. https://doi.org/10.1108/ijchm-05-2020-0477

Kedah, Z., Ismail, Y., Haque, A., & Ahmed, S. (2015). Key success factors of online food ordering services: an empirical study. *Malaysian Management Review*, *50*(2). http://ur.aeu.edu.my/529/1/Key%20Success%20Factors%20of%20Online%20Food%20Ordering%20Services-2-19.pdf

Kitzinger, J. (1995). Qualitative Research: Introducing focus groups. *BMJ, 311(7000),* 299–302. https://doi.org/10.1136/bmj.311.7000.299

Krueger, R. A. (2000). *Focus groups: A Practical Guide for Applied Research*. Sage.

KvK. (2024, September 25). *Voedselveiligheid in de horeca: alles over HACCP*. Retrieved October 31, 2024, from https://www.kvk.nl/wetten-en-regels/voedselveiligheid-in-de-horeca-alles-over-haccp/

KvK. (n.d.). *Stappenplan horecabedrijf starten*. ondernemersplein.kvk.nl. Retrieved October 31, 2024, from https://ondernemersplein.kvk.nl/stappenplan-horecabedrijf-starten/#artikel-1-schrijf-uw-horecabedrijf-in-bij-kvk

Lalor, F., Madden, C., McKenzie, K., & Wall, P. G. (2011). Health claims on foodstuffs: A focus group study of consumer attitudes. *Journal of Functional Foods*, *3*(1), 56–59. https://doi.org/10.1016/j.jff.2011.02.001

Lazar, K. (2022, June 27). Do you know where your chicken wings come from? Explosion of virtual restaurants fuels health concerns. *BostonGlobe.com*. https://www.bostonglobe.com/2022/06/26/metro/do-you-know-where-your-chicken-wings-came-rise-virtual-restaurants-creates-heartburn-health-inspectors/

Liu, W., Lee, Y., & Hung, L. (2016). The interrelationships among service quality, customer satisfaction, and customer loyalty: Examination of the fast-food industry. *Journal of Foodservice Business Research*, *20*(2), 146–162. https://doi.org/10.1080/15378020.2016.1201644

Liu, Y., & Jang, S. (2008). Perceptions of Chinese restaurants in the U.S.: What affects customer satisfaction and behavioral intentions? *International Journal of Hospitality Management*, *28*(3), 338–348. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.10.008

McLafferty, I. (2004). Focus group interviews as a data collecting strategy. *Journal of Advanced Nursing*, *48*(2), 187–194. https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2004.03186.x

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (2018). *Nationaal Preventieakkoord*. Retrieved February 8, 2025, from https://open.overheid.nl/documenten/ronl-1f7b7558-4628-477d-8542-9508d913ab2c/pdf

NACS. (2023, March 2). Investigative Report Raises Questions About Ghost Kitchens. *NACS*. https://www.convenience.org/Media/Daily/2023/March/2/4-Ghost-Kitchens_Foodservice

National Restaurant Association. (2019). *Restaurant Industry 2030*. Retrieved September 11, 2024, from https://restaurant.org/research-and-media/research/research-reports/restaurant-industry-2030/

Nederlandse Arbeidsinspectie. (2022). *Themarapportage maaltijd- en flitsbezorging*. Retrieved September 17, 2024, from https://www.nlarbeidsinspectie.nl/binaries/nlarbeidsinspectie/documenten/rapporten/2022/05/04/rapportage-maaltijd-en-flitsbezorging/Themarapportage+maaltijd-+en+flitsbezorging.pdf

Netherlands Enterprise Agency. (n.d.). *Operating permit for a catering establishment*. business.gov.nl. Retrieved October 31, 2024, from https://business.gov.nl/regulation/operating-permit-catering-establishment/

Nigro, C., Iannuzzi, E., Di Santo, N., & Sisto, R. (2022). Food delivery, ghost kitchens and virtual restaurants: temporary or long-lasting game changers? *British Food Journal*, *125*(6), 2217–2233. https://doi.org/10.1108/bfj-02-2022-0095

NVWA. (2024, July 26). *Inspectieresultaten horeca, ambacht en retail*. Retrieved October 31, 2024, from https://www.nvwa.nl/onderwerpen/inspectieresultaten-horecagelegenheden

Panse, C., Rastogi, S., Sharma, A., & Dorji, N. (2019). Understanding consumer behaviour towards utilization of online food delivery platforms. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, *97*(16).

Pelletier, J. E., & Laska, M. N. (2012). Balancing Healthy Meals and Busy Lives: Associations between Work, School, and Family Responsibilities and Perceived Time Constraints among Young Adults. *Journal of Nutrition Education and Behavior, 44(6),* 481–489. https://doi.org/10.1016/j.jneb.2012.04.001

Pookulangara, S., Wen, H., & Bharath, J. (2022). Consumer attitudes toward ordering from cloud kitchens: a gender and marital status perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *35*(5), 1859–1879. https://doi.org/10.1108/ijchm-03-2022-0310

Ramus, K., & Nielsen, N. A. (2005). Online grocery retailing: what do consumers think? *Internet Research*, *15*(3), 335–352. https://doi.org/10.1108/10662240510602726

Ray, A., Dhir, A., Bala, P. K., & Kaur, P. (2019). Why do people use food delivery apps (FDA)? A uses and gratification theory perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *51*, 221–230. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.025

Regulation (EC) No 852/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on the Hygiene of Foodstuffs. (2004, April 29). EUR-Lex. Retrieved October 31, 2024, from https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=CELEX%3A02004R0852%2D20210324&qid=1684231441500

Rivera, M. (2019). Online Delivery Provider (ODP) services: Who is getting what from food deliveries? *International Journal of Hospitality Management*, *80*, A1–A2. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.05.008

Saad, A. T. (2020). Factors affecting online food delivery service in Bangladesh: an empirical study. *British Food Journal*, *123*(2), 535–550. https://doi.org/10.1108/bfj-05-2020-0449

Statista. (2024). *Meal delivery - worldwide | Statista market forecast*. Retrieved September 11, 2024, from https://www.statista.com/outlook/dmo/online-food-delivery/meal-delivery/worldwide

Söderlund, M. (2002). Customer familiarity and its effects on satisfaction and behavioral intentions. *Psychology and Marketing*, *19*(10), 861–879. https://doi.org/10.1002/mar.10041

Tacitcorp. (2022, June 28). *20 Online food ordering statistics that reveal the power of digital ordering and delivery*. Digital Ordering Done Right. Retrieved September 11, 2024, from https://tacitcorporation.com/online-food-ordering-statistics/

Talamini, G., Li, W., & Li, X. (2022). From brick-and-mortar to location-less restaurant: The spatial fixing of on-demand food delivery platformization. *Cities*, *128*, 103820. https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103820

Tandon, A., Kaur, P., Bhatt, Y., Mäntymäki, M., & Dhir, A. (2021). Why do people purchase from food delivery apps? A consumer value perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services, 63,* 102667. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102667

Tham, X. C., Whitton, C., Müller-Riemenschneider, F., & Petrunoff, N. A. (2023). Young adults' use of mobile food delivery apps and the potential impacts on diet during the COVID-19 pandemic: Mixed Methods study. *JMIR Formative Research, 7, e38959.* https://doi.org/10.2196/38959

Thuisbezorgd.nl. (n.d.). *Algemene voorwaarden*. Retrieved September 30, 2024, from https://www.thuisbezorgd.nl/terms-and-conditions

Thuisbezorgd.nl. (2022). *Food Trend Rapport 2022*. Retrieved September 17, 2024, from https://takeaway-landing-pages.k.elnino-production.com/storage/zips/274/images/Food_Trends_Report_Netherlands_2022.pdf

Uber. (n.d.). *Uber's community guidelines*. https://www.uber.com/us/en/safety/uber-community-guidelines/keep-safe/

Vajjhala, V., & Ghosh, M. (2021). Decoding the effect of restaurant reviews on Customer choice: Insights from Zomato. *Journal of Foodservice Business Research*, *25*(5), 533–560. https://doi.org/10.1080/15378020.2021.1964417

Yeo, V. C. S., Goh, S., & Rezaei, S. (2016). Consumer experiences, attitude and behavioral intention toward online food delivery (OFD) services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *35*, 150–162. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.12.013

Young, C. (2023, June 23). Rise of "dark kitchens" mean customers unsure where their food is from. *Bradford Telegraph and Argus*. https://thetelegraphandargus.co.uk/news/23608065.rise-dark-kitchens-mean-customers-unsure-food/

Appendices

Appendix A. Focus Group Guide

List of focus group equipment
For the participants:

- Printed out definition of virtual kitchens (8x) (Appendix B)
- Printed out pros and cons of virtual kitchens (8x) (Appendix C)

For the moderator:

- Focus group guide
- Printed out definition of virtual kitchens
- Printed out pros and cons of virtual kitchens

To collect data:

- A phone to record audio
- A laptop to record back-up audio

Focus Group Guide

The focus group guide was constructed based on the instructions detailed by Krueger (2000) in his book on focus groups.

Welcome
"Welkom allemaal en bedankt dat jullie de tijd hebben genomen om hier vandaag aanwezig te zijn. Ik zal mijzelf even voorstellen. Mijn naam is Zoë en ik ben momenteel bezig met mijn master scriptie voor de opleiding Food Quality Management aan de universiteit van Wageningen."

Topic & rules
"Vandaag gaan we het hebben over een nieuw concept in de wereld van het maaltijdbezorgen. Ik ben voornamelijk benieuwd naar jullie reacties, meningen en ideeën dus ik wil graag benadrukken dat er geen goede of foute antwoorden zijn. Jullie input zal worden gebruikt om een beeld te krijgen van wat Nederlandse consumenten van het concept vinden en hoe het verbeterd kan worden om het belang van de consument te waarborgen. Dit onderzoek is volledig onafhankelijk, dus ik ben geïnteresseerd in zowel jullie positieve als negatieve ingevingen en ervaringen.

De reden dat ik voor focus groups heb gekozen is omdat we door in gesprek te gaan met elkaar nieuwe inzichten en ideeën kunnen opdoen. Het is dan ook belangrijk dat jullie vooral het gesprek met elkaar aangaan en op elkaar inhaken. Ik zal er voornamelijk voor zorgen dat we binnen de tijd blijven en alle punten bespreken, en zal dus niet mijn eigen mening of input inbrengen. Als jullie een vraag opnieuw willen horen, mogen jullie dit altijd vragen. Ook zou ik jullie willen vragen om jullie telefoons op stil te zetten zodat we ons volledig kunnen richten op het gesprek. Voor jullie hebben jullie naambordjes op tafel dus gebruik die ook zeker om elkaar aan te spreken."

Recording
"Ik zal ons gesprek opnemen om er zeker van te zijn dat ik al jullie opmerkingen achteraf goed kan terughalen omdat ik niet altijd alles kan bijhouden op papier. Ook wordt het beeld opgenomen om nuances in lichaamstaal op te vangen. Probeer vooral duidelijk te spreken zonder elkaar al te veel te onderbreken. Jullie antwoorden kunnen niet tot jullie persoonlijk herleid worden, dus jullie kunnen gewoon vrij spreken.

Laten we beginnen met een korte voorstelronde om kennis te maken met elkaar."

Opening questions

- Hoe heet je en waar woon je?
- Wat voor eten bestellen jullie?
- Welke platforms gebruiken jullie?
- In welke gelegenheid bestellen jullie? Alleen of met anderen? Na werk of in het weekend?

Introductory questions

- Waar letten jullie op bij het plaatsen van een bestelling?
    - Wat vinden jullie het belangrijkst?
    - Kijken jullie naar reviews van anderen

Transition questions

- Zijn jullie bekend met het concept van virtual kitchens?
    - Wat zijn jullie ervaringen hiermee?

[Deel definitie van virtual kitchens uit en laat elk persoon het individueel lezen (Appendix C)]

- Is de uitleg duidelijk? Hebben jullie vragen over de uitleg?
- Hebben jullie ervaring met virtual kitchens nu jullie de uitleg hebben gelezen?

Key questions

- **RQ1: What are the Dutch consumer's attitudes and opinions towards the concept of virtual kitchens?**

- Wat is jullie eerste reactie? Wat vinden jullie van het concept?
- Zouden jullie zelf bestellen bij een virtual kitchen?
    - Welke factoren nemen jullie mee in je afweging?
- Wat vinden jullie van het idee dat verschillende merken vanuit één keuken worden aangeboden?
- Welke voordelen kunnen jullie bedenken bij dit concept?
- Welke nadelen kunnen jullie bedenken bij dit concept?

[Deel voor- en nadelen van virtual kitchens uit en laat elk persoon het individueel lezen (Appendix D)]

- Wat is jullie eerste reactie? Zijn er dingen waar jullie op in willen haken?
    - Wat zijn voor jullie zelf de belangrijkste voordelen van virtual kitchens?
    - Wat zijn voor jullie zelf de belangrijkste nadelen van virtual kitchens?
    - Hoe belangrijk vinden jullie het om te weten waar je eten bereid wordt?
- Als jullie alles zouden afwegen wat we besproken hebben, zouden jullie dan nu wel/niet zelf bestellen bij een virtual kitchen?
    - Welke factoren nemen jullie mee in je afweging?

[BREAK]

- Hebben jullie nog nieuwe ingevingen of gedachtes gehad tijdens de pauze?

Idea generation

- **RQ2: How can the concept of virtual kitchens be improved to better serve the interests of the consumer using consumer input?**

"Ik ben ook erg benieuwd naar of jullie denken dat het concept verbeterd kan worden om jullie belangen beter te behartigen."

- Vinden jullie dat het concept van virtual kitchens verbeterd kan worden ten opzichte van de consument?
    - Zo ja: schijf op wat er beter kan
    - Zo nee: schrijf op waarom niet
      → [Bespreken in de groep]
- Momenteel is het niet verplicht dat platforms aangeven dat eten wordt bereid in een virtual kitchen. Vinden jullie dat dit wel zou moeten?
    - Hoe zou dit vormgegeven kunnen worden?
- Hoe kan wetgeving een rol spelen bij het verbeteren van dit concept in het belang van de consument, dus in jullie belang?
- Hoe kunnen controlerende instanties zoals de NVWA een rol spelen bij het verbeteren van dit concept in jullie belang?

Ending questions

- Zien jullie een toekomst in het concept van virtual kitchens?
- Van alles wat vandaag besproken is, wat was naar jouw mening het belangrijkste?
- Wat voor advies zou je geven aan beleidsmakers?

Summary

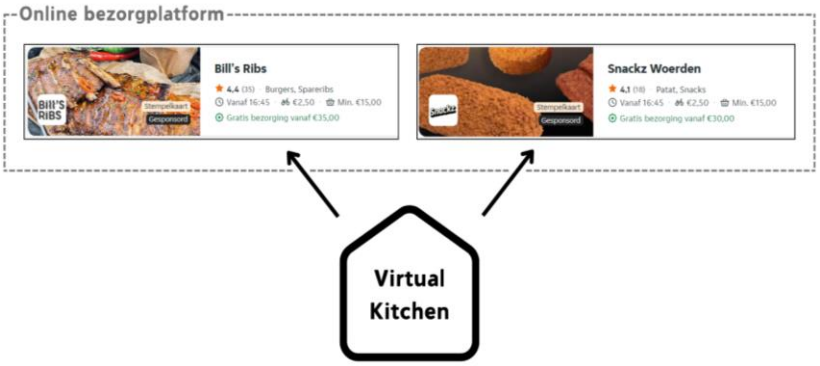
- Als ik het goed samenvat… [samenvatting van het gesprek]
    - Klopt deze samenvatting?
    - Is er nog iets wat we gemist hebben?
    - Wil iemand nog iets corrigeren of toevoegen?

“Ik wil jullie graag bedanken voor jullie tijd en deelname. Ik heb erg veel interessante dingen gehoord en ik kan niet wachten om ermee aan de slag te gaan. Mochten jullie nog opmerkingen of vragen hebben naderhand kunnen jullie me altijd bereiken via het email adres dat aan de binnenkant van jullie naambordjes staat. Nog een fijne dag!”

Appendix B. Focus Group Description Virtual Kitchens

Wat zijn virtual kitchens?

Virtual kitchens zijn ruimtes waarin eten wordt bereid wat uitsluitend bedoeld is voor bezorging. Ze hebben geen fysieke eetruimte en zijn dan ook niet openbaar toegankelijk voor consumenten. Virtual kitchens bieden hun eten online aan via bezorgingsplatforms zoals Thuisbezorgd.nl en Uber Eats. Vaak bereiden zij meerdere soorten gerechten op één locatie, zoals pizza, sushi en hamburgers. Hoewel deze verschillende opties worden bereid in dezelfde keuken, worden deze op bezorgplatforms apart aangeboden met hun eigen merknaam en klantbeoordelingen (zie afbeelding als voorbeeld). Zo kunnen zij de verschillende wensen van consumenten opvangen terwijl ze gebruik maken van slechts één keuken.



Appendix C. Focus Group Description of Advantages and Disadvantages Virtual Kitchens

Virtual kitchens geven ondernemers de mogelijkheid om makkelijker en met lagere kosten de bezorgmarkt te betreden. Omdat ze geen plek bieden voor gasten om te eten zijn ze geen geld kwijt aan het bedienen en schoonmaken van een eetruimte. Daarnaast betalen ze vaak minder huur dan traditionele restaurants, omdat ze niet op een locatie hoeven te zitten die toegankelijk is voor klanten, zoals een winkelstraat of een plein. Naast het verlagen van de instapbarriere voor beginnende ondernemers kunnen virtual kitchens voedselverspilling tegengaan door dezelfde ingrediënten te gebruiken voor het bereiden van eten voor hun verschillende 'merken' (bijvoorbeeld: *Bill's Ribs* gebruikt dezelfde patat als *Snackz*). Verder zorgt het uiteenlopende aanbod van opties voor meer keuzevrijheid bij de consument.

Toch maken sommigen zich zorgen over dit concept. Doordat het adres van virtual kitchens niet altijd duidelijk is, kan het voor controlerende instanties als de Nederlandse Voedsel- en Waren Autoriteit (NVWA) lastig worden om inspecties uit te voeren in deze keukens. Daarnaast bestaat er kans op kruisbesmetting van allergenen doordat verschillende ingrediënten door elkaar heen worden gebruikt. Ook zou het kunnen leiden tot oneerlijke concurrentie met lokale restaurants, die het aanbod van virtual kitchens niet kunnen bijhouden, zowel in de diversiteit van gerechten als in de prijs.

Appendix D. Transcript Focus Group 1

Focus Group 1
14 december 2024
1u 27m

Zoë	Welkom allemaal en bedankt dat jullie de tijd hebben genomen om hier vandaag aanwezig te zijn. Ik doe mijn master scriptie over Food Quality Management aan de universiteit van Wageningen. En vandaag gaan we het hebben over een nieuw concept in de wereld van het maaltijdbezorgen. Ik ben voornamelijk benieuwd naar jullie reacties, meningen en ideeën dus ik wil graag benadrukken dat er geen goede of foute antwoorden zijn. Jullie input zal worden gebruikt om een beeld te krijgen van de Nederlandse consument en hoe die tegenover het concept staat en of het nog verbeterd kan worden. Het is volledig onafhankelijk dus je mag alles zeggen, je mag alle bedrijven zwartmaken… ik ben gewoon geinteresseerd in zowel jullie positieve als negatieve ingevingen en ervaringen. Ja. De reden dat ik voor focus groups heb gekozen ten opzichte van bijvoorbeeld interviews is omdat ik denk dat we door in gesprek te gaan met elkaar nieuwe inzichten kunnen krijgen en misschien wel ideeën bij elkaar kunnen oproepen. Het is dan ook belangrijk dat jullie vooral het gesprek met elkaar aangaan en dus niet per se met mij praten, dus niet per se op mijn antwoorden maar meer elkaar aankijken. Als jullie een vraag opnieuw willen horen of dat soort dingen kunnen jullie dit altijd vragen. Ik wil ook graag vragen of jullie je telefoons op stil willen zetten. Ik zal het gesprek dus opnemen zodat ik zeker weet dat ik alles goed kan transcriberen achteraf. En probeer vooral duidelijk te spreken zodat het mooi op de band staat. Jullie zullen anoniem worden gemaakt in het eindverslag, dus wees niet bang om eerlijk te zijn. Laten we beginnen. **Bestellen jullie vaak eten?**
R6	Nee
R1	Ja
R7	Eén keer in de maand denk ik wel
R4	Wat is vaak?
R6	Meermaals per week?
Allen	Nee…
R6	Eén keer per week gemiddeld?
R5	Nou ja… toen ik op mezelf woonde denk ik wel één keer per week
Zoë	**En wat voor eten bestellen jullie zoal?**
R7	Oe, sushi
R4	Sushi

R5	Ja ik ook sushi, maar als het geld op is wordt het toch burgers
R2	Ik rouleer eigenlijk meestal tussen pizza, sushi of cafetaria ofzo. Eén keer per week meestal, soms twee omdat ik dan laat thuis ben van werk om 19:00 of 19:30 ofzo.
Zoe	**En hoe bestellen jullie dan eten? Gebruik je dan een app of een website?**
R1	Thuisbezorgd
Allen	Ja Thuisbezorgd
R7	Ik ga meestal naar de website van het restaurant
R1	Thuisbezorgd, Uber Eats, en als er echt geen andere optie is Deliveroo
R5	Meestal kijk ik op Thuisbezorgd en dan omdat dan Thuisbezorgd er ook wat aan verdient enzo dan ga ik daarna, dus dan ga ik kijken van wat is er open enzo, en dan ga ik daarna naar de website van het restaurant
R7	Ik doe *precies* hetzelfde
R2	Dat is ook vaak goedkoper want dan heb je minder bezorgkosten
R7	Minder bezorgkosten vaak
R5	Ja en het gaat allemaal naar het bedrijf
R2 & R7	Ja…
R3	Ik doe wel vaak via Uber Eats
Zoë	**In wat voor gelegenheden In wat voor gelegenheden bestellen jullie? Bijvoorbeeld met vrienden of familie, of juist alleen?**
R5	Alleen maar met vrienden
R6	Ja ik ook
R2	Ik eigenlijk altijd alleen
R7	Soms wel met- ik heb laatst sushi besteld bijvoorbeeld met m'n zus ofzo. Maar vaak doe ik het wel inderdaad… Ik doe het meestal op zondag, want dan heb ik gehockeyd en dan denk ik 'ah beentjes omhoog', ik ga nu bestellen.
R5	Bij mij was het niet altijd een bewuste keuze zovan 'ah lekker', maar was het meer: 'ik heb geen zin meer om te koken enzo' en dan toch… toch… Ja ik ben eigenlijk zelden, als ik dan op mezelf was, dat ik echt blij was, achteraf, met het feit dat ik had besteld of zo. Het is wel altijd dat ik dan dacht 'oe…, ik had ook wel gewoon een lekker pastaatje kunnen maken, ofzo ja…'
R4	Ja, dat ken ik wel. Dan is het achteraf zo van, het is echt veel geld en…
R7	…en ik had eigenlijk gewoon eten

R4 & R5	Ja dat!
R5	Ik had ergens gewoon nog iets van pasta en dan had ik echt alleen nog maar iets van courgette en rode saus hoeven kopen en dan was het echt gewoon klaar. Ja en het is duur, want je hebt altijd nog die 'ja maar je moet minimaal 12,50 en dan…' ja
R4 & R7	Ja
R1	Het is bij mij vaak dat als je gewoon tot 18:30 werkt, maar mijn moeder gaat dan naar de sportschool om 19:00 en m'n zus heeft dan voetbaltraining om 19:30 dus dan ben ik echt lang niet op tijd thuis om daar te eten, dan moet ik- formeel gezien ben ik dan aan mezelf overgeleverd om te eten, en dan gebeurt het *wel eens* dat ik wat bestel omdat, gewoon ja, lui inderdaad ook. Maar ja bestellen is wel gewoon makkelijk
R6	Ja maar ik persoonlijk vind dus… ik heb ook wel eens die momenten dat je gewoon geen tijd hebt of echt geen zin heb, maar dan ga ik altijd langs de supermarkt voor een magnetronmaaltijd ofzo.
R7	Dat doe ik ook vaak hoor
R8	[afkeurend] Ik vind dat echt de definitie van…
R5	Ik heb dat ook. Ik vind magnetronmaaltijden misschien nog wel deprimerender
R8	Ja
R1	Eens
R7	Ik niet
R6	Nou vind ik ook niet
R8	Ik vind het ook een beetje een speciaal momentje als ik echt niet lekker in m'n vel zit en ik denk ik ga nu sushi bestellen
R5	Ja, precies
R6	Maar dan is het echt iets speciaals, dus, maar niet als ik gewoon even geen tijd heb, dan doe ik gewoon zo'n magnetronmaaltijd
R2	Ja, dat, dat doe ik dus ook. Ik haal dan gewoon zo'n maaltijd die je in de pan kan gooien of zo'n salade ofzo
R6	Ja precies
R4	Sterker nog, als je geen tijd heb is bestellen echt een hele slechte optie want het duurt zo lang
R6	… duurt eigenlijk langer
R2	Ja
R3	Ligt eraan hoe ver de supermarkt is…
R4	Nou, meestal in één uur ben je al heen en terug. En het koken…

Zoë	En als jullie dan terugdenken aan het plaatsen van zo'n bestelling wat zijn dan de dingen waar je naar kijkt?
R8	De prijs. Ook wel de kosten van bezorgen enzo
R7	Ja
R2, R5, R8	Naar het minimum bestelbedrag
R3	De deals die ze hebben
R6	Ja, dat is wel een goeie
R8	Ik kijk ook wel naar hoeveel reviews ze hebben
R5	Ja
R8	Of als het bijvoorbeeld heel hoog is qua reviews en het zijn maar vijf reviews dan denk ik eerder van hmm…
R2 & R3	Ja
R5	Maar in Enschede heb je die luxe niet hoor, dan mag je blij zijn als er één van de drie dingen open zijn
R7	Ik vergelijk het ook meestal met restaurants. Ik heb wel een paar vaste stekkies maar dan ga ik toch even kijken van 'hmmm heeft deze misschien nog een actie, of…'. Ik heb letterlijk lopen hoofdrekenen met hoeveel stukken sushi je kan krijgen voor dezelfde prijs, van 'oh dit is meer nou dan ga ik daarbij'
R1	Waar ik bestel dat is dan ook echt al meer dan 10 jaar. Dus dan weet je op een gegeven moment dat het goed is van ervaring
Zoë	Oké dankjewel. Dan gaan we gaan iets met de materie in duiken. Zijn jullie bekend met het concept van virtual kitchens?
R7	Ik heb er een YouTube filmpje over gekeken, met Mr Beast. Ja want hij had dus van die virtual kitchens in van die gekke panden waar dan gewoon 30 verschillende virtual kitchens inzaten
R6	Ooh, is dat het?
R5 & R6	Wat is het dan?
R7	Als ik het goed heb, en zeg vooral als het niet zo is want jij [Zoë] bent de expert, maar dat is dan dat er een keuken is op een plek en daar kan je dan eten halen maar er zijn dan ook andere, soort, eh… ja, 'merken' die daar ook het eten laten maken, dus het ziet er ook vaak uit als een random gebouw op een industrieterrein
R8	Is het dan een beetje fabriekachtig?
R7	Nou dat niet per se, het heeft wel een keuken maar het is geen restaurant ofzo
R3	Volgens mij is het dat dezelfde kok dan bijvoorbeeld én voor de McDonalds én voor de TacoBell…

R7	Maar dan niet voor zulke grote merken
R3	Nee, nee
R2	Was het niet datgene dat je dan meerdere keukens op één adres had ingeschreven maar dat ze dan ergens anderszaten?
R1	Nee dat zijn die ghost kitchens
R2	Oh oké dan haal ik dat door elkaar
R7	Oh misschien haal ik dat dan ook door elkaar
R5	Een soort Zalando voor… eten
R1	Een soort sweatshop
R5	Das toch gewoon een site waar allemaal verschillende bedrijven…?
Zoë	**Ik heb hier de definitie zodat we allemaal op één lijn zitten**
	[Iedere participant krijgt een papiertje met de geprinte definitie]
R3	[Tijdens het lezen] Ooh!
R1	[Tijdens het lezen] O ja! Op zich zaten we best wel dichtbij
R2	Volgens mij had je toen ook, eh… oh wacht nee dit zijn natuurlijk verschillende restaurants en niet één ding
R7	Ja dus één keuken inderdaad en dan
R2	Maar ze maken verschillende aanbieders zogenaamd?
R7	Ja
R2	Ja oké…
R5	Maar is het dan één chef en die maakt én burgers én sushi?
R4, R6, R7	Eén *keuken*
R1	Het is niet één gast
R5	Oké prima, maar één keuken, maar daar maken ze dus én sushi én shoarma?
Zoë	Bijvoorbeeld
R6	Ja, als de efficientie dat toelaat denk ik
R2	Dan heb je alsnog een ander- dan heb je als je scrollt door Thuisbezorgd heb je één dingetje van sushi en één dingetje wat shaorma is

R5	Ja, hmmhmm
R3	Dus je weet niet dat het dezelfde keuken is
R8	Maar eh, wordt het nog meer toegelicht of mag ik een vraag stellen?
Zoë	Nee je mag een vraag stellen
R8	Want sowieso, wie bepaalt dan wie de kok is qua dat ie zo'n uitgrebreide expertise heeft: sushi, pizza, burgers…
R2	Je hoeft geen expertise te hebben om te mogen koken
Zoë	Ja, er zit geen…
R6	… geen keurmerk aan
Zoë	Ja je hebt geen diploma nodig
R8	En hoe kiest 'ie zeg maar wie dan van hem mogen…gebruiken?
Zoë	Dat ligt helemaal bij het bedrijf zelf, eigen verantwoordelijkheid
R2	In principe mag ik ook volgens mij gewoon nu zo iets oprichten en dan gewoon random beginnen met koken
R8	Dus het is eigenlijk heel onpersoonlijk
R6	Dat sowieso. Nou het grappige is, het heeft eigenlijk de pretentie van persoonlijkheid… omdat mensen die gaan bestellen vaak zin hebben in iets en daardoor naar een bepaald bedrijf gaan, bijvoorbeeld… nou laten we zeggen… Domino's omdat ze zin hebben in pizza- nou Domino's is geen goed voorbeeld want dat heeft echt z'n eigen keten. Maar Bill's Pizza Hut ofzo want ze willen pizza, en daarom komen ze daar terecht en gaan ze daar bestellen, maarja het kan dus wel allemaal uit dezelfde keuken komen, alleen waren ze daar misschien niet terecht gekomen als ze naar een soort algemeen bedrijf waren gegaan omdat ze juist op zoek zijn naar dat ene merk dat voldoet aan hun persoonlijke voorkeur.
R1	Dat gewoon, Tinneke's Taco's is dan eigenlijk gewoon… Alfred die in een keuken ook nog… Jort's…
R6	Ja het is een soort dorp waar je in zit met Tinneke's Taco's en Peter's Pizza's en Harry's Hamburgers
R1	Daarom, alleen Harry en Tinneke… die bestaan zeg maar niet
R6	Nee
R1	Die zijn nep
R8	Maar voor afhalen vind ik het minder een probleem dan voor een restaurant zelf
R6	Anders had het ook niet gewerkt. Stel dat je het met een echt restaurant zou doen, dan zou je zeggen 'oké ik heb zin in pizza, ik ga naar een pizza plek' en dan kom je daar terecht en dan zie je mensen hamburgers eten, sushi eten, pannekoeken eten
R8	Ja dan denk je 'waar ben ik'
R6	Ja dat kan niet want het werkt ook *alleen* virtueel

R5	Maar, dats niet helemaal waar want je hebt ook van die…ehh… foodhallen, en dan heb je-
R2	Maar dan wordt het ook geadverteerd op die manier
R6	Ja maar dan weet je het
R5	Ja dat weet ik, maar dan zit je nog steeds in een restaurant waar mensen om je heen allemaal verschillende dingen aan het eten zijn
R2	Nee maar dan weet je het toch
R7	Maar dan weet je dat je naar een foodhall gaat
R2	Hier zullen mensen het niet weten want-
R5	Nee oké maar als het gaat om als het wel in een echt restaurant zou zijn, dat het dan misschien wel, opzich wel zou kunnen werken
R7	Nou dat lijkt me niet want als je naar een restaurant gaat om pizza's te eten dan verwacht je een pizzarestaurant, terwijl als je naar een *foodhall* gaat-
R5	Ooh op die manier, oh maar je bedoelt dan exact hetzelfde, met je gaat naar dat hele kleine bedrijf en dan kom je erachter dat- ooh zo…
R6	Je hebt zin in pizza, je gaat naar een pizzatent en je ziet daar opeens mensen hamburgers, sushi eten
R5	Oh oké… nevermind…
Zoë	**En als jullie nu zo de definitie gelezen hebben, denk je dan wel van 'oh ja, wacht eens, dat heb ik wel een keer meegemaakt of dat ben ik wel eens tegengekomen'?**
R4	Meegemaakt denk ik niet
R8	Misschien maarja stel ik bestel ergens en het was gewoon lekker, ja als ik het lekker vind, bestel ik het de volgende keer gewoon weer, ookal zit dit er misschien achter, dat houdt me dan niet tegen ofzo…
R5	Wordt het dan gezien als iets negatiefs?
R8	Dat weet ik niet
R6	Nee maar ik denk dus dat, ik kan me voorstellen dat consumenten, als ze dit zouden weten, dus ze gaan naar die tent omdat ze daar heel graag pizza willen en ze denken ook 'die tent is goed in pizza want dat is hun ding' en ze weten dat er in die keuken ook allemaal andere dingen worden gemaakt, dat ze dan denken van 'oh, *zijn* ze dan wel zo goed daarin?', snap je?
R7	Ja, gekke combinatie inderdaad, want we gebruiken de hele tijd als hypothese sushi en pizza, ik zou dat niet zo snel vertrouwen
R6	Nee extact, dus als je het weet is het opeens-
R7	Qua voedselveiligheid enzo, rauwe vis, enzo… nee…

R1	Zelfs als de kwaliteit niet per se slechter is, je liegt mensen natuurlijk wel voor, want kennelijk vinden wij het fijn als iets persoonlijk is, en dat persoonlijke daar wordt dus gewoon glashard over gelogen. Dus zelfs als de kwaliteit niet slecht is, je hebt wel gewoon je eigen klanten voorgelogen
R5	Maar wacht even want de bedrijfsnaam 'Papa's pannekoeken', dat wekt bij mij niet de illusie op dat mijn papa die pannekoeken aan het maken is. Het is natuurlijk niet zo dat elke naam die op een restaurant geplakt wordt dat ik dan heilig erin geloof dat die naam ook echt is wat daar in het restaurant is.
R6	Nee want-
R1	Nee want je creëert wel een soort sfeertje wat dus eigenlijk gewoon gelul is
R5	Nee oké
R7	Nee maar ik denk dat dat persoonlijke, niet, is, van 'oh… dit is echt die persoon'
R5	Nee dat snap ik wel, maar dat je te horen krijgt dat het papa's pannekoeken is en dat je dan denkt huh maar ze maken ook sushi dus hoe kan dat dan…
R4	Nou ik moet ook zeggen, ik vind het wel, als je… ik heb dan een ernstige glutenallergie en als ik dan denk- als ik sushi bestel dan ga ik er vaak vanuit dat de enige dingen die ik daar niet mag, zijn dingen uit de frituur en die gebakken uitjes en de rest is in principe allemaal prima… Maar als ik weet dat daar in diezelfde keuken ook pizza's en pannekoeken worden gemaakt en burgers en dat ze misschien door elkaar heen lopen… krijg ik het daar toch wel een beetje benauwd van want daar ga je eigenlijk niet echt vanuit
R7	En ik vraag me ook af hoe aansprakelijk zij dan ook zijn weetjewel, ik weet niet…
R2	Ja
R7	Ik vraag me of zij dan te benaderen zijn van 'hey ik had een probleem met gluten en sushi', huh, hoe en…? Ik weet niet of ze een telefoonnummer hebben
R8	Maar ik vind het ook… Stel je gaat naar een all-you-can-eat restaurant, dan verwacht je ook niet een bepaalde kwailteit of iets dergelijks dan bij een anders soort restaurant-
R2	Maar ik denk dat het een belangrijk verschil is dat dit bezorgen is en dat restaurants… toch al anders worden-
R8	Ja maar daar vergelijk ik het een beetje mee, maar ja… je weet ook wel een beetje *wat* je bestelt, zeg maar
R1	Maar daarin is denk ik het moeilijke ook, een restaurant kan je heel makkelijk verantwoordelijk houden. Dat is gewoon *daar* gevestigd *daar* heb je een of andere manager lopen… terwijl in zo'n virtual kitchen staat er waarschijnlijk gewoon een of andere gast allerlei- van alles en nog wat te bereiden. Maar wie is daar de baas, als in: bij wie kan je terecht? Stel er is echt een probleem, bij wie klaag je als het misgaat?
R8	Ja je kan niet letterlijk binnenlopen zoals als je bij een restaurant gaat afhalen die in de stad zit ofzo, denk ik
R1	Ja
R3	Sowieso het grootste probleem bij bestellen is dat je de kwaliteit niet weet, het is altijd een gok

R1	Nee maar het wordt er alleen maar sketchier van als dit soort dingen gebeuren
R3	Nee precies ja, dus dan vertrouw je op de namen en de foto's, maar daar kun je dus minder op vertrouwen
R8	Maar wat is eigenlijk- Waarom doen ze dit, zeg maar? Is het zoveel meer winstgevend?... Of is het lekker makkelijk, of…
R1	Is gewoon schaalvergroting
R2	Je bespaart er ook heel veel geld mee denk ik
R6	Ja… efficiëntie. Ik denk dat je een keuken met personeel met energiekosten enzo, dat dat veel goedkoper is als je daar én die hamburgers én die pannenkoeken én die pizza's vanuit kan verkopen dan maar één van die
R2	En het is ook alleen maar de keuken hè, en voor de rest niks
R1	En er moeten ook genoeg mensen zin hebben in sushi als je alleen maar sushi verkoopt
R6	Precies, ja
R1	Terwijl als je echt *letterlijk* alles verkoopt dan… dan heb je altijd wel volle avond denk ik
R6	Ja in Amsterdam kan het misschien wel, kan het wel echt alleen sushi zijn die je bezorgt maar als je in Woerden [50.000 inwoners] zit is het inderdaad echt een stuk andere afzetmarkt. Als je het dan hebt over single bestellers op alleen één avond is het dan rendabel voor zo'n keuken? Dat is de vraag natuurlijk…
R1	Is het niet ook zo dat je soms gewoon niet weet dat je- Kijk, we kunnen wel allemaal zeggen 'we hebben hier geen ervaring mee', maar we *weten* het toch niet. Als je ergens bestelt waar je niet woont ofzo, voor hetzelfde geld…
R2	Tenzij je alleen maar bij ketens bestelt want-
R1	Ja oke maar als je gewoon ergens bestelt, ja je weet niet of je erin wordt geluisd want kennelijk zijn ze dus goed in… je foppen
Zoë	Ja… Want op thuisbezorgd kan je bijvoorbeeld checken waar staat het bedrijf ingeschreven? Doen jullie dat weleens bijvoorbeeld als je bij een nieuw restaurant gaat bestellen?
Allen	Nee
R7	Ik wist niet dat dat kon
Allen	Nee [gelach]
Zoë	En als jullie er zo een beetje over praten, denk je dan 'ik zou hier bestellen'? Als je het zou weten, zou je bij zo'n virtual kitchen 'bestellen'?
R1	Nee
R7	Nee, minder snel

R8	Niet bewust maar ik kan niet zeggen dat ik als ik echt ooit weer, wat ik niet vaak doe, ga bestellen, weet ik niet of ik *echt* de tijd zou nemen om alles te gaan lezen enzo… dus dat is wel de vraag
R6	Ja, maar je kan wel de vraag stellen: nu je dit weet, dat dit bestaat, ga je de volgende keer dan voor een tentje- of gewoon een merk die je niet per se kent dus 'Papa's Pizza Hut' ofzo, versus de Domino's, omdat je van de Domino's zeker weet 'het komt daar vandaan'?
R8	[Twijfelt] Ja... Ja… ik weet niet- maar dat is niet m'n hoofdreden, denk ik, waarom ik het zou bestellen. Want wat ik zei meestal is het al of sushi of iets wat ik al ken, of ergens waar ik al ooit heb besteld, maar…
R2	Voor mij is het gewoon prijs-kwaliteit. Als het eten gewoon goed was en het was niet al te duur, dan ga ik het waarschijnlijk opnieuw bestellen
R5	Nee, ja precies
R3	Naja mee eens inderdaad
R6	Ja tuurlijk maar als je het nog niet kent, dus je bent gewoon toevallig een keer bij…
R3	…je bent verhuisd
R6	of verhuisd, in een nieuwe stad woon je… en je kent de zaken daar nog niet. Dan zou je dus of kunnen kiezen voor die Papa's Pizza's om de hoek of voor de Domino's
R2	Ja… ja het ligt er voor mij gewoon aan wat goedkoper is, dan ga ik gewoon kijken naar prijzen en als ik er dan achter komen dat het zoiets is dan weet ik alsnog van 'ze zitten ergens, de NVWA kan nog steeds gewoon langskomen, het kan nog gecontroleerd worden allemaal…' ja, weetje dan kan ik het best een keer uitproberen
R3	De eerste keer zou ik wel Papa's Pizza's proberen, en als ik dan de prijs-kwaliteit goed vind ga ik daar weer bestellen, als ik het niet goed vind ga ik weer verder zoeken. Negen van de tien keer als ik bestel is het bij iets wat ik al eerder besteld heb
R2	Exact
R6	Ja precies en als je het eenmaal kent dan is het… logisch… ja…
R7	Ik denk dat het voor mij ook afhankelijk is van wat er wordt besteld. Inderdaad een pizza dat vertrouw ik eerder, dat is gewoon gebakken, dat komt wel goed, ik heb geen voedselallergieën weetjewel- nou ja, ui, maar dat kan ik er af laten halen, maar that's it, maar zoals ik al zei iets van sushi ofzo… *dat* vind ik toch wel wat…
R6	Ja dats wel spannend
R8	Rauwe vis vind ik ook wel-
R7	Rauwe vis, dat soort dingen, dus ik denk dat het ook heel erg afhankelijk is van de keuken zelf. En misschien zou ik ook minder snel een burger… of iets met kip ofzo bestellen
R2	Ligt echt aan het soort eten inderdaad… ja…
R8	Misschien zou ik het wel- dat ik er meer over nadenk omdat ik heb ook op verschillende horecaplekken gewerkt, en ik moet zeggen: over het algemeen door mijn ervaring ben ik juist *meer* wantrouwend

	voor restaurants… dan voorheen. Dus ja, het is niet dat het bij een normaal restaurant per se beter is, maar in dit geval is het *nog* moeilijker om er iets aan te doen of eh…
R5	Ja want je gaat er wel van uit dat dan een *ander* sushi restaurant *wel* goed met die verse, rauwe vis omgaat, terwijl… ja tenzij als je een soort Keuringsdienst van Waarde-iets hebt gekeken weet je dat eigenlijk ook niet altijd zeker
R7	Ja precies, nou ja in dit geval- ik probeer altijd wel gewoon naar de websites te kijken, maar dat is gewoon heel specifiek voor *dat* voorbeeld, inderdaad reviews enzo, en zijn ze een beetje 'established' in de stad enzo
R5	Als het echt- als ik echt zeg maar wat jij [R8] zegt, me echt even down voel en ik heb sushi nodig, dan ga ik niet nog een heel soort waarde-onderzoek doen met wie d'r waar dan- nee, [lacht] ik haal gewoon sushi en dan is het echt prima weetjewel, niet te duur en, eh, ja…
Zoë	**Oké, en als je zo naar het concept kijkt, ik hoor net al een beetje die allergieën, kruisbesmetting. Wat zijn nou echt *voordelen* die jullie kunnen bedenken voor zo'n bedrijf, zowel voor de consument als voor het bedrijf zelf?**
R1	Het is wel echt veel makkelijker, denk ik. Stel je voor: je wil gewoon een… een bedrijfje beginnen… je wil gewoon eten gaan maken en Thuisbezorgd-... Tegen de tijd dat je echt een restaurant hebt met echt stoelen en met… een hele zaak... Tegen de tijd dat jij gewoon een conventioneel restaurant voor elkaar hebt getoverd ben je echt al heel veel geld verder, terwijl dit ziet er wel een stuk 'kost-effectiever' uit, dus je zou wel in bijvoorbeeld dunbevolktere gebieden… het is wel makkelijker om het op te zetten omdat je hebt gewoon minder het risico, en in de tijd waarin, denk ik, bedrijven vaker misgaan dan goed gaan is het misschien wel een toevoeging.
R6	Ja en het voordeel voor de consument is denk ik- want inderdaad voor bedrijven is het gewoon veel kost-effectiever- en voor de consument is het voordeel, denk ik, zeker in dunbevolkte gebieden, de kans groter als je iets bestelt waar je zin in hebt, het dichterbij is.
R1	Dat het er überhaupt is
R5	Ja en *dat* het er is, ja precies
R6	Want als je dan een sushi wil maar die zit op een superverre afstand zodat ze bij jou niet meer bezorgen omdat het superlang duurt, is het natuurlijk fijn dat je zo'n keukentje hebt dat eigenlijk *alles* aanbiedt
R5	Naja of zelfs gewoon de volgende… Weetje je hebt toch eerst gewoon alles 'bij jou', zeg maar, in de buurt, en dan daarna krijg je, nou bijvoorbeeld dan vanaf Enschede is het dan Hengelo en Alemlo enzo… ja… maar dat… dat bestel je echt niet, dat is *echt echt* heel ver weg zeg maar
R6	Ja en als één zo'n keuken het dan voor jou mogelijk maakt in Enschede om zowel sushi als pizza, als pannekoeken te bestellen allemaal: super chill
R5	Ja best wel chill, ja… zeker…
R3	En voor de consument… zou het ook goedkoper kunnen zijn als het voor het bedrijf goedkoper is. Als het bedrijf minder kosten maakt zou het voor de consument ook goedkoper kunnen zijn
R5	Ja…
R2	Maar het *hoeft* niet

R3	Dat weet je niet nee…
R6	Er zullen wel graaiers tussenzitten
R5	Ik zat gewoon een beetje te denken, ik zie ook wel beetje snel zo'n 'BOOS-aflevering' voor me over zo'n soort toko, kan me ook wel voorstellen dat er omdat het allemaal een beetje vaag is en omdat het allemaal… ja… het mag allemaal, je mag gewoon zomaar gaan koken voor mensen en je hoeft niet zoveel ervaring te hebben, het kan ook wel snel fout gaan denk ik
R2	Maar dat is sowieso toch zo met koken. Iedereen mag een restaurant beginnen en beginnen met koken
R6	Maar je hebt minder sociale controle. Als jij de keuken achter hebt en je stuurt een bord met echt *haren* erop bij wijze van spreken naar de klant, ja die kan *dan* boos worden. Maar ik denk dat het gewoon alleen al de *fysieke* afstand mentaal voor mensen die daar werken, gewoon maakt dat ze het misschien net iets slordiger neerleggen ofzo.
R5	Je kan gewoon de telefoon niet opnemen
R2	Maar dat kan je toch ook nog wel zeggen-
R6	Maar uiteindelijk heb je daar wel problemen mee met de Voedsel- en Warenautoriteit denk ik, dat heb je wel, maar toch
R2	Maar dat kan je toch ook zeggen voor…eh… een keten als Spare Rib Express ofzo? Dat zijn toch ook alleen maar bezorgketens?
R6	Ja, dat is dus an sich gewoon een- maar met die met die virtual kitchens zit het er natuurlijk per definitie in dat het bezorgd wordt. Dat heeft ook echt niks- geen fysieke-
R5	Je kan ook niet er heen gaan… ofzo, je kan niet even zeggen 'yo'
R6	Dus dat is voor die mensen die daar werken wel veilig, in de zin van 'oh, het is niet heel netjes, oh, er ligt een haar op.' Ja… wat willen ze…
R7	Ze komen je toch niet halen
R6	Ze komen nu toch niet aankloppen bij onze keuken vanuit het restaurantgedeelte
R3	Maar goed dat is überhaupt dus een probleem met bezorgen
R6	[Is het eens met R3] Maar dat geldt eigenlijk voor alle bezorgmaatschappijen
R5	Nee maar bij Spare Rib Expres ofzo, dan kan je dus, ik zou het niet per se doen, maar je zou dus met je eten dr heen kunnen gaan en zeggen 'ja sorry maar wat ik nu heb binnengekregen dat kan niet'
R6	Ja dat is wel waar… bij de Domino's kun je inderdaad- als je daar bestelt kan je daar gewoon naartoe, terwijl als je inderdaad *via* een plek bestelt waar bij een andere plek wordt gekook, ja probeer dan maar eens naar *die* plek te gaan als het daar wordt gekookt.
R3	Maar goed, hoeveel mensen gaan dat doen als ze een haar vinden helemaal naar het restaurant toe
R6	Ja natuurlijk maar-

R5	Ligt er een beetje aan hoe, hoe, hoe fout het allemaal is, maar ik kan me wel voorstellen als ik bijvoorbeeld iets verkeerds heb besteld ofzo
R3	Nou dan bel je toch
R1	Als je echt twee weken ziek bent geweest van wat je hebt gevroten, dan zou ik wel willen weten wie jouw eh, hallo?
R6	'Wie heeft het gemaakt?' Ja…
R1	Moeten deze mensen KvK-geregistreerd zijn? Want het zijn gewoon nog bedrijven toch?
Zoë	KvK wel, ja. Maar dat is heel makkelijk geregeld
R1	Ja dat heb je echt zo
R6	Dat kan iedereen zo'n beetje…
Zoë	**En kunnen jullie nog andere nadelen verzinnen?**
R8	Ja het is gewoon stom
Allen	[Gelach]
R8	Het is toch hartstikke leuk om naar een restaurant te gaan die er al jaren zit die met liefde- ik was afgelopen week met iemand in een restaurant in de Meern, beetje middle of nowhere, supergoeie reviews, die man komt dan helemaal naar je tafel, handje geven enzo, dat vind ik heel leuk aan restaurants, en als dit zo doorzet dan… ja haalt het wel dat stukje persoonlijkheid weg…
Zoë	**We hebben het wel over bezorgen, hè?**
R1	Ja dat is inherent aan bezorgen
R5	Ja precies, ik wou net zeggen
R1	Ik schud zelden de hand van de bezorger
Allen	[Gelach]
R8	[Grapt] Ik ben het even kwijt
R6	Je zou wel kunnen zeggen omdat het bezorgen dus financieel voordelig is voor restaurants, en dus daardoor ook beter in de markt liggen, worden misschien van die oprechte restaurants waar je naartoe kan-
R1	-gewoon eruit geconcurreerd
R6	Ja, weggeconcurreerd
R1	De lokale economie wordt wel naar de galemiezen geholpen
R2	Ja maar dan is er dus blijkbaar wel ruimte voor.
R6	Ja er is wel vraag voor vanuit de consument, dus ja
R2	Dus aan de ene kant is dat dan echt een nadeel als het gewoon vraag en aanbod is?

R3	Ja dan zijn de klanten blijkbaar tevreden
R5	En ik denk ook niet dat dat snel gaat gebeuren want uit eten gaan is ook een ding
R1	Maar die klanten weten dus niet dat zij bij niet iets echts- je hebt niet eens meer de keuze om de lokale economie te steunen want ze doen alsof het normale familiezaken zijn.
R3	Ik denk dat zulke dingen alleen succes kan hebben als het een goede prijs-kwaliteit heeft en mensen d'r blijven bestellen. Als iedereen er maar één keer bestelt, dan blijft het niet bestaan.
R2	Nee dus het hangt ook af van de kwaliteit
R3	Precies
R7	Maar dan kunnen ze een nieuwe keuken introduceren, toch? Gaan ze gewoon weer een nieuw… eh…nieuw soort merk proberen, nieuw soort eten, of dat nog mogelijk is. Of onder een andere naam misschien maar met hetzelfde product. Dus dan kunnen ze het zo ook in stand houden. Maar ik denk dat het ook een nadeel is dat het, als er zoveel keukens, zeg maar, worden bereid in één keuken, ehm… ja… gaat de kwaliteit van het voedsel er dan op vooruit? Want als één restaurant, zeg maar, eh… 15 verschillende producten aanbiedt, denk taco's, quesadilla's… wat het ook is, burrito's, en dan ook nog van twee andere keukens 10 verschillende producten aanbiedt, als het gaat om de kwaliteit van het eten, dan vraag ik me toch ook af van, hè…
R1	Maar dan zou je dus zeggen vraag en aanbod dan koopt niemand het meer
R7	Ja dat is ook zo, maar het is wel balen want als zo'n keuken dat eigenlijk niet aankan maar ze wel minstens x-aantal producten moet aanbieden, dan-
R2	Maar dat is dan meer een probleem voor het bedrijfje zelf toch
R7	Ja
R8	Wordt het dan ook niet op een gegeven moment een soort grote monopolie van één mega virtual kitchen? En dan- ja…
R6	Daar wordt alles in de wereld bereid
Allen	[Gelach]
R3	[Grapt] er zijn geen restaurants meer die gaan bezorgen
R2	Ik denk dat je de al bestaande restaurants niet zo maar wegkrijgt
R5	Nee dat denk ik ook niet want het uit eten gaan zelf is *ook* een ding, zeg maar
R8	Ja
R5	Het uitje er naar toe, enzo… dat…
R1	Ja maar dat doe je dus per definitie al niet als je eten bestelt
R3	Nee precies
Zoë	**Maar ik hoor [R8] net zeggen 'ik heb besteld, het was lekker, dus waarom zou ik niet nog een keer bestellen?', zouden jullie dat ook doen?**

R1, R3, R5	Ja
R1	Dus als jij achteraf hoort- nu even volledig buiten de virtual kitchens - je hebt iets besteld en achteraf, belt de chef jou en die zegt daar heb ik echt 40 keer in getuft, maar het was nog steeds lekker, zou ik niet nog een keer bestellen
R3	Maar dat is niet hetzelfde
R7	Dat is *niet* een hele goede vergelijking nee, want dan zeg je dus dat virtual kitchen gelijk is aan 40 keer in je eten getuft, en ik weet niet of dat helemaal opgaat
R3	Een virtual kitchen staat niet gelijk aan slechte kwaliteit
R1	Weet je niet
R3	Wat ook een nadeel kan zijn is als het een slechte review heeft, dat ze gewoon die van de site afhalen en onder een nieuwe naam weer hetzelfde gaan doen, zodat de reviews niet blijven
R6	Ja daar zat ik ook aan te denken, ja…
R5	Ja maar dan krijg je dus van die BOOS-taferelen, weetjewel, van die, van die scams die maar door blijven gaan maar dan onder andere namen
R7	Eerst Bill's Kitchen, dan Billy's Kitchen, dan Will's Kitchen, William's Kitchen…
R3	[Sarcastisch] Gaat *niemand* doorhebben
R7	Nee maar het kan gewoon inderdaad, ja…
Zoë	**Dan ga ik weer even wat uitdelen…**
	[Deelnemers krijgen een papiertje met uitgeprint enkele voor- en nadelen van virtual kitchens]
Zoë	Hier staan dus een aantal voor- en nadelen op…
R6	[Grapt] Oh, het wordt voorgezegd
R3	[Grapt] We hebben dingen gemist
	[Deelnemers zijn klaar met lezen]
Zoë	Jullie hebben het nu gelezen, wat is jullie eerste reactie als je het zo leest?
R1	Dit zeiden wij ook
R2	Dat wij hier op zich best wel ver waren
R1	We hadden voedselverspilling-
R6	-voedselverspilling hadden we nog niet, dat vond ik op zich nog wel een leuk argument
R2	Ja ik weet niet in hoeverre verspilling is, ik bedoel, dat ze dan allebei dezelfe patat gebruiken, stel het zouden echt twee verschillende restaurant zijn, dan gebruiken ze nog steeds allebei die patat toch die ze hebben, dus hoe is dat dan… hoe wordt dat dan verspilt?

R1	[Grapt] Hoe groot is ook de kans dat een serieus restaurant niet een hele zak patat in een avond opkrijgt?
Zoë	Stel je gebruikt bijvoorbeeld komkommer voor zowel kapsalon als sushi, dan heb je zeg maar twee stromen, terwijl als je te weinig sushi maakt gooi je die komkommer misschien weg
R2	Ja oké dat zijn reststukjes, maar die kunnen ze toch alsnog hebben dan?
Zoë	Dat klopt, maar als je meer eten maakt heb je ook minder-
R2	Persoonlijk denk ik dat voedselverspilling hier niet echt een positief of negatief gevolg op gaat hebben, want als jij bijvoorbeeld én kapsalon én suhsi moet maken, kan je alsnog een halve komkommer overhouden en dat kan bij een sushi restaurant aan het einde van de avond ook
R5	Ja en denk je niet ook dat ze ook *meer* in gaan kopen omdat ze *meer* verschillende soorten eten maken, dus dan gaan ze meer komkommers kopen want ze weten 'oh ik moet ze én voor dat én voor dat gebruiken' en dan-
R2	Dus ik zie zelf niet helemaal in hoe voedselverspilling wordt tegengegaan hiermee, ik denk dat voedselverspilling hier neutraal in staat
R6	Ja je zou zelfs kunnen zeggen omdat je dus meerdere producten maakt, heb je ook meerdere soorten producten nodig, stel je maakt alleen maar pannekoeken heb je een heel select hoeveelheid producten die je nodig hebt. Ik denk dus dat je best zou kunnen zeggen: als je heel veel verschillende producten hebt, moet je dus heel veel individuele… nou ja… levensproducten inkopen en dan heb je misschien juist meer…ja… voedselverspilling
R2	Ja dat je gewoon zoveel verschillende producten moet maken en zoveel verschillende groenten en fruit moet openmaken-
R6	-ja er moet heel veel klaarstaan
R2	-dat er gewoon heel veel weggegooid moet worden aan het einde van de avond, ja dat kan ook nog inderdaad…Dus ik denk zelf dat het, ja, eerder neutraal of negatief zal zijn, in plaats van positief
R6	[Grapt] we zijn het niet eens met het kaartje
Zoë	Ligt er denk ik aan hoe je je [menu]kaart indeelt, als je heel veel producten met dezelfde ingrediënten gebruikt, kan je het mooi voor alles gebruiken
R7	Je kan het heel effectief maken
R3	En over het algemeen is het wel zo: als je aan schaalvergroting doet dan heb je minder verspilling
R2	Maar zouden ze, zouden die virtual kitchens daar rekening mee houden?
Zoë	Als ze slim met hun geld omgaan misschien…
R2	Maar dan moet je dus vanuit gaan dat hoeft niet zo te zijn
Zoë	Nou ja, het *kan* in sommige gevallen voedselverspilling tegengaan maar dat hoeft natuurlijk inderdaad niet altijd zo te zijn
R2	Oké

	[R8 steekt hand op, Zoë geeft haar de beurt]
R8	Nou, is het een soort van een ding dat de virtual kitchens hun adres geheim houden?
Zoë	Hoeft niet per se maar komt wel vaker voor
R8	Want… ja oke maar… want het is ook het werk van de NVWA om ze op te sporen. Nederland is niet *zo* groot…
R1	Nou, 17 miljoen mensen
R6	[Grapt] Huiszoekiningen wil jij?
Allen	[Gelach]
R2	Ik ken iemand die nu sinds een jaar werkt bij de NVWA als inspecteur, en zij is wel gewoon de hele dag non-stop bezig met gewoon naar plekken toerijden voor inspecties
R8	Maar moeten ze dan ook… eh… ze opsporen en dergelijke? Want dat-
R2	-nee in principe krijgt zij dan gewoon van tevoren op zo'n tablet of op een telefoon zo'n lijstje van plekken waar ze heen moet, ik denk dat dan een andere afdeling dat opspoort, zij is ook een keer bij een politie-inval geweest en dat soort dingen
R8	Want ik denk dat als een virtual kitchen echt zo groot is dan wordt ie toch wel op een gegeven moment gevonden en-
R6	Nou ja op een gegeven moment gevonden, ik-
R2	-het kan ook gewoon bij iemand thuis zijn in principe
R6	Maar ik denk eigenlijk dat als je dus daadwerkelijk veel organisaties die blijkbaar op elkaar aangesloten zitten omdat ze daar hun eten laten maken, dan kan het toch haast niet anders dan dat het ergens, ja, vaststaat dat de NVWA met een simpele klik daar achter komt.
R8	Dat lijkt me ook…dus…
R6	Dat *kan* haast niet anders
R2	Je hebt dus in Woerden een bezorgrestaurant, dat heet ook Bezorgrestaurant Woerden, en daar kan je super veel verschillende eten bestellen, maar als je dat opzoekt welk adres dat is, is dat gewoon een of ander willekeurig pand op een industrieterrein wat gewoon leeg staat, er is daar gewoon niks als je d'r langs fietst
R6	Dat is gewoon een soort schaduwadres dus, zeg jij?
R2	Dat denk ik wel want d'r is daar geen spoor van leven te bekennen in dat hele gebouw, als je door de ruiten kijkt is het gewoon leeg van binnen
R5	Ga dan maar eens opzoeken-
R2	-dus ga dan maar eens kijken waar het zit-
R5	-waar het dan *wel* zit

R6	Ja oké, dus, dus ik denk dat die kans klein, maar zelfs al is die kans er dan lijkt me alsnog dat ja, aangezien dat de plek is waar al je eten dat je, dat je geeft vandaan komt dan moet het toch te traceren zijn vanuit de NVWA
R5	Ja je kan toch de *bezorgers* traceren, want die moeten het eten toch halen?
R6	Ja precies. Ik kan me haast niet voorstellen dat dit een groot probleem is
R2	Ik werk niet bij de NVWA, hè? Dus….
R5	Nee dat snap ik maar ik denk dat je een bezorger kan traceren-
R2	Ik weet wel dat voor Bezorgrestaurant Woerden, dat er vaak bij ehh… ergens bij een parkeerplaats waar ik langsfiets voor werk staat heel vaak een soort van uh… trailertje van hun, 't lijkt alsof ze vanuit zo'n trailer- in zo'n trailer een keukentje hebben.
R3	En bij de KvK staat toch wel gewoon het goeie adres?
Zoë	Zal ik uitleggen hoe het werkt met de NVWA?
R3, R7	Ja
Zoë	Je schrijft je dus inderdaad in bij de KvK, dan sta je in het register, dan sta je ook automatisch bij de NVWA. Dus zij komen inderdaad bij het adres waar je KvK staat ingeschreven, maarja als jouw KvK op een kantoorpand staat, komen ze dus naar het kantoorpand. En de NVWA zegt dan aan de voordeur: 'oké het is hier niet, *maar* we gaan ook niet verder zoeken'. Tenzij er dus klachten binnenkomen echt via de gemeente van geluidsoverlast, geuroverlast, scooteroverlast dat soort dingen. Maar ze gaan niet actief erachteraan tenzij erover geklaagd wordt door…
R6	Dus die inspectie is daadwerkelijk moeilijker als je je kantoorpand op een andere locatie hebt dan de daadwerkelijke kitchen
Zoë	Ja want ze gaan naar je KvK-adres
R3	Maar waarom vragen ze dan niet 'wat is het goeie adres'?
R7	Ja waarom vragen ze niet door?
Zoë	Aan wie?
R1	Je bent niet verplicht om te antwoorden, het zijn geen politieagenten
R6	Maar ze moeten toch in staat zijn om hun inspectie uit te voeren toch?
R1	Ja maar je bent niet verplicht om te antwoorden
R5	[Eens met R1] Ja maar, jij hoeft niet te zeggen- nee…
R3	Heeft een restaurant niet de plicht om inspectie toe te laten?
R2	Maar dan moeten ze eerst bij je *zijn*
R7	Maar dat is toch een gekke loophole, dat een restaurant er inderdaad onderuit kan komen?
R5	Ja

R2	Typisch Nederlands
R5	Maar er zijn heel veel van dat soort loopholes, je kan gewoon de deurbel van je huis afhalen dan weet de deurwaarder niet meer waar je woont
Allen	[Gelach]
R8	Maar ja in de eerste instantie snap ik dat het niet kan maar stel dat ze wel heel veel klachten krijgen van echt salmonella bijvoorbeeld, en dan komt dat ergens terecht, dan moet toch wel een bedrijf er op af? En dan is er toch vrij- dan is het niet alsof we een of ander drugslab op moeten zoeken ofzo?
R4	Maar kunnen ze dan niet gewoon het bedrijf, zeg maar, verwijderen en dan in plaats van Bill's Ribs Patrick's Ribs ervan maken enzo?
R5	Ik denk dat ze op een gegeven moment ook naar de eigenaar van, van… van dinges op zoek gaan
R2	Maar dan moeten ze een nieuwe KvK aanvragen
R1	KvK registratie kost nog geen 25,- ofzo?
R6	Nee wel meer, 50,- zoiets?
Zoë	**En nu we alles zo een beetje besproken hebben, zou je dan nog steeds bestellen of juist niet of juist wel?**
R1	Het is gewoon mega sketchy, je weet niet wat je krijgt, je weet niet waar het vandaan komt
R2	Weet je ook niet als je voor het eerst in een random stad ergens iets bestelt
R5	Nee precies
R1	Nee, ja, maar…dan kan je… dan… ja dus dan zeg je ja dat maakt franchise ketens wel aantrekkelijker omdat je wel een soort van weet wat je krijgt, en je weet gewoon ook dat die mensen die het maken ook nog een soort van verantwoordelijk worden gehouden voor wat ze doen
R6	Ja en die hebben een naam hoog te houden ook wel
R7	Ja dat, het moet een bepaalde kwaliteit zijn want het is wel hun imago
R6	*Omdat* je Domino's of *omdat* je Burger King bent
R3	Als ik een transparante keuze had zou ik er niet voor kiezen-
R7	-ja eens-
R3	-maar ik zou er ook niet heel veel onderzoek voor doen, en uiteindelijk gewoon wat ik lekker vind kiezen, en daarbij terugkomen
R2	Ja… op het moment dat ik ga bestellen heb ik al helemaal geen zin om uit te gaan zoeken hoe of wat
R3	Nee precies
R2	Dus is het dan maar gewoon zo, als het dan niet bevalt dan bestel ik er niet meer
R3	Als het lekker is kom ik terug, als het niet lekker is dan ga ik ergens anders bestellen

R7	Helaas ben ik als consument daarin soms vrij lui, ja. Waarom zou ik helemaal uit gaan zoeken inderdaad of iets een virtual kitchen is- ook wat je zegt het is dus best wel moeilijk om dat dan-
R1	Volgens mij hebben we allemaal geconstateerd dat we alleen bestellen op onze zwakste momenten
Allen	[Gelach]
R1	Als je zin had gehad om te kijken of iets een virtual kitchen was, had je zin om te koken
R4	[Bevestigend] dan was je wel naar de supermarkt gegaan
R5	Of met vrienden maar dan ga je dat *ook* niet doen
R1	[Grapt] 'Sorry, jongens kunnen een kwartiertje wachten met bestellen, want dan kan ik even gaan checken waar alles is'
R1 & R6	Het KvK-adres
R2	[Grapt] 'Als iedereen even een blokje van 5 restaurants neemt en kijkt wat virtual kitchens zijn alsjeblieft'
R1	[Grapt] 'We gaan even een rondje rijden, we gaan even alles langs'
R6	[Lacht]
Zoë	**En zelfs niet als je er nu zo over gediscussieerd hebt met z'n allen, dat je denkt 'nou volgende keer ga ik misschien toch even kijken' of als je heel eerlijk bent toch niet?**
R7	Ik ben wel iemand die bestelt bij plekjes waarvan ik al weet dat ze echt bestaan, maar dat is omdat ik al 4 jaar in dezelfde stad woon en ik ken het al zo langzamerhand ook wel. Soms inderdaad komen er dan nieuwe restaurants bij en dan check ik ook wel vaak even Google Maps van 'oké, hoe ziet het eruit?' en dat soort dingen dus dat doe ik vaak al wel, dus… ik… ja… Ik denk inderdaad dat ik eigenlijk alleen bij een virtual kitchen *misschien* heb besteld als ik in een andere stad was ofzo, maar als ik gewoon op m'n vaste plekkie zit dan… ja… dan overkomt me dat niet
R5	Ik denk dat ik het meer andersom zou hebben, dus ik denk dat als ik misschien een slechte ervaring met een plek zou hebben, dat ik dan misschien zou ik denken van, oh, misschien is dat wel zo'n… zo'n virtual kitchen, zeg maar, dat ik dan denk van, 'oh ja, oh, dat bewijst maar' en dan dat ik het misschien wel niet doe. Maar ja, heel eerlijk, Als ik gewoon elke keer lekkere sushi krijg, dan denk ik… dan denk ik niet dat ik daar heel veel onderzoek naar ga doen ofzo.
R2	Ik denk ook niet dat het helemaal bij de consument ligt om dat helemaal uit te gaan zoeken
R1	Ja waarom hebben we de NVWA nog, als je eigenlijk alles zelf moet doen?
R7	Ja die loophole is wel gek ja
R1, R4	Ja…
R3	Het zou niet moeten kunnen
R1	We zouden het bij de politie ook niet oké vinden als je zegt 'ja er is een inbraak in m'n huis geweest, hier heb je de foto van de crimineel' en dat ze zeggen 'ja… we gaan hem nu niet helemaal *zoeken'*

R7	Nee misschien moet de NVWA wat meer bevoegdheden krijgen
R2	Of verbieden dat één adres meerdere soorten eten kan aanbieden op Thuisbezorgd
R7	Ja of dat uit het adres moet blijken dat het dezelfde keuken is ofzo
R3	Het hoeft niet per se verboden te worden
R2	Dat mag Thuisbezorgd toch zelf doen, dat hoeft geen wet te worden
R3	Nee das waar, das waar
R2	Dat kan je als aanbieder gewoon zelf doen
R6	Maar, Thuisbezorgd spint hier natuurlijk ook garen bij, toch
R2	Ja tuurlijk
R1	Maar Thuisbezorgd is *wel* een bedrijf wat je verantwoordelijk kan houden voor wat zij op hun site zetten
R5	Maar er zijn ook gewoon normale restaurants die én pizza, én shoarma, én broodjes verkopen, dus die-
R7	-ja maar dat is dus-
R5	-ja maar dat bestaat dus wel
R7	Ja maar dat is zoals een sushi restaurant ook pokébowls aanbied enzo, en, en gefrituurde producten
R5	Ja maar ik vind Turkse pizza's of Italiaanse pizza's wel echt iets anders
R7	Ja oké…
R3	Ja, maar, maakt het uit dat die restaurants bestaan? Die mogen ook bestaan toch?
R5	Nee maar het gaat erom dat als Thuisbezorgd zegt dat je niet meer dan één soort voedsel mag verkopen dan wordt dat dus voor sommige restaurants heel moeilijk
R6	Nee dats-
R7	-nee maar ik denk dat het gaat over meerdere merken-
R6	-meerdere merken. Dus dan moet je gewoon transparant zijn over dat je dus én burgers én sushi maakt én pizza maakt
R3	Ja dat zou wel goed zijn
Zoë	Ik denk dat het een goed moment is voor even een pauze van 5 minuten, we gaan om 10 voor weer verder
	[Deelnemers krijgen 5 minuten pauze]
	53:00

Zoë	**Ik ben ook erg benieuwd naar wat jullie denken qua concept, of het verbeterd kan worden, of jullie belangen als consument beter behartigd kunnen worden en hoe jullie dit dan voor jullie zouden zien. Heeft iedereen zijn telefoon bij zich?**
Allen	Ja
Zoë	**Ik wil jullie vragen om invidiueel even een concrete verbeting op te schrijven en dan gaan we het zo bespreken**
	[Deelnemers individueel bedenken verbeteringen]
Zoë	Ik begin bij [R8], wat heb zou jij zeggen?
R8	Ja van de groep vond ik de beste opmerking dat de NVWA gewoon… meer bevoegdheden moet krijgen, en ook dat ik dan niet echt begrijp waarom dat zo moeilijk is om ze op te sporen. En ook inderdaad platforms zoals Thuisbezorgd dat die dan beter moeten opletten stel *dat* een bedrijf een beetje… ja gewoon niet goed is, zeg maar, is en hij probeert er weer op te komen als een ander bedrijf dat er iets van bestaat dat dat… minder makkelijk wordt gemaakt.
R6	Mogen we inbreken op anderen?
Zoë	Ga je gang
R6	Ja ik denk, het is een beetje, denk ik, utopisch om ervan uit te gaan dat je op Thuisbezorgd kan vertrouwen, dat is gewoon een heel groot bedrijf dat winst wil maken, dus je moet wetgeving of regulering niet aan hun ophangen
R3	Maar je kan er toch wel vanuit gaan als je wetgeving maakt dat Thuisbezorgd zich eraan houdt?
R6	Ja dat wel, maar je moet niet zeggen ‘we hopen dat Thuisbezorgd het in de gaten gaat houden’ of… nee…
R3	Nee je moet nooit zeggen ‘hopen’, nee, nee, nee
Zoë	Weet je nog andere verbeteringen?
R6	Ik zat ook te denken aan de NVWA meer bevoegdheden geven, daar ben ik ook denk ik wel voorstander van, maar ik denk dus ook dat gewoon inderdaad dat het een interessant idee is om het… ehm… gewoon verplicht te maken dat- nou of dat je gewoon niet zo'n tussenpartij mag hebben, dus je mag best vanuit zo’n virtual kitchen heel veel eten aanbieden… maar maak het dan ook duidelijk dat je op één plek het allemaal bestelt. Dan kan je misschien zeggen ‘oh maar dan gaan de bedrijven misschien zeggen: ‘ja maar wacht eens, dan doet de consument het niet meer omdat ze dan weten dat zowel de pizza’s als de sushi van mijn keuken komen’’ maarja, dat is wel de transparantie die de consument misschien verdient.
R3	En via wetgeving wil je dat dan doen?
R6	Ja kijk de praktische bezwaren weet ik natuurlijk niet, of het juridisch houdbaar is maar dat komt straks natuurlijk bij de mensen die daarover gaan
Zoë	[R4], wat heb jij opgeschreven?
R4	Ja ik had eigenlijk ook gewoon opgeschreven van: je mag best alles in dezelfde keuken maken maar… laat het zien, zeg maar, noem het gewoon ‘Kitchen for All’ ofzo…zeg maar, ja…

	Weetje, dan kan je nog steeds sushi hebben en denk je 'dit is gewoon lekker dit bestel ik hier gewoon nog een keer', maar dan weet je wel een beetje waar het vandaan komt
R8	Maar denk je niet voor mensen zoals jij die een allergie hebben waardoor je echt, ja niet een beetje last maar dat het dodelijk is, dat het wel *te* gevaarlijk is om dit soort kitchens toe te laten?
R4	Nou ja, *waar dan ook* ik bestel is het gevaarlijk, want er kunnen ook pindasporen zitten in sushi zitten, in sausjes die ze in die keuken gebruiken, en dat staat ook niet, zeg maar, er staat eigenlijk op *iedere* website en op *ieder* restaurant staat er *altijd* een disclaimer: 'we doen ons best, maar we kunnen kruisbesmetting niet voorkomen'
R6	En het is voor iemand zoals [R4] toch juist fijner dat het zichtbaar is dan?
R1	Want dan weet je welke je moet vermijden
R6	Ja welke je moet vermijden omdat de kans dan toch groter is dat het misgaat
R4	Ik bestel eigenlijk sowieso alleen maar bij grote ketens omdat ik die makkelijker ook…
R3	…aansprakelijk kan stellen
R4	Ja, zovan 'hallo?'. En vaak krijg je dan een tegoedbon voor datzelfde restaurant en dan denk je 'ja dat hoef ik dus niet' maar… het idee is er
R7	Ja mijn punt haakt daar dus heel erg op aan ik dacht inderdaad transparantie maar dan op de manier van, nou ja, allergie enzo, want in principe het idee van een virtual kitchen hmm het voelt voor ons idnerdaad een beetje gek, maarja, hun verdienmodel is bezorgen dus oké, maar het moet wel veilig gebeuren en ik vind dan ook inderdaad dat je verantwoordelijk moet worden gehouden als dan zo'n virtual kitchen dat als het misgaat dat je wel aansprakelijk bent, en dat gaat dus over allergieën maar ook over slechte voedselkwaliteit, of, nouja, voedsel dat gewoon-
R6	-maar wie dan? De kitchen of de tussenpartij?
R7	Ja het is wel… nou… mmm… ik denk dat ik het wel eens ben met jou inderdaad dat het misschien is van oké, zo'n kitchen die moet dan niet zo'n tussenpartij hebben want daardoor wordt het heel onduidelijk wordt wie er nou echt aansprakelijk is, ik denk in die zin dat virtual kitchens wel wat verbetering…
Zoë	En stel zo'n virtual kitchen zegt 'ja maar je kan opzoeken dat het op hetzelfde adres zit dus de consument kan makkelijk weten dat er kruisbesmetting kan ontstaan', hoe zou je daarop reageren?
R7	Dan zeg ik dat dat heel naïef is want de consument is lui en-
R1	-ja stel je voor er zijn ergens 40 plekken, dan moet je dus als je iets wil bestellen moet je eerst al die andere 39 langs om die- en dan moet je al die adressen opschrijven…
R6	Dat is echt gewoon bullshit eigenlijk
R7	Ja dat is gewoon heel makkelijk inderdaad verantwoordelijkheid van je afschuiven zovan 'maar het is *jouw* verantwoordelijkheid', ja maar als bedrijf kan je ook wat doen om je transparantie te verbeteren, dus ik vind het *heel* makkelijk om dat zo op de consument af te schuiven
R4	Ja… en vanaf 2026 moet er ook bij ieder product of ieder voedselgroep wat- of- mueslirepen, cola, moet er altijd een risico-analyse worden gemaakt van alle allergenen volgens de EU, wat de kans daadwerkelijk is dat het in het product zit, dat is nu nog niet zo, dus nu zeggen ze, 'kan sporen

	bevatten van' maar dat mag vanaf 2026 niet zomaar meer, daar moet een risico-analyse voor uitgevoerd worden. En ik denk dat dat dan ook van toepassing wordt op dat soort bedrijven dat ze dan niet moeten zeggen 'ja je kan het opzoeken' nee dat moeten *zij* vermelden want je gaat ook niet opzoeken of jouw chocoladereep ook in een chocoladefabriek wordt gemaakt waar ook koekjes worden gemaakt, dat ga je niet opzoeken
	[Zoë geeft de beurt aan R5]
R5	Euh… nou ik snap niet zo goed waarom… um… wat er… kijk je hebt… oké wacht…je hebt dus die bezorg- Flink? heet dat zo? Die hebben dus zo'n soort plek waar je niet naar binnen kan, maar wat wel een soort laat zien waar- ze hebben wel een soort locatie waar je heen kan en k snap niet zo goed waarom, waarom het allemaal- sowieso vind ik 'virtual' heel raar want het is helemaal niet virtual ze hebben gewoon een plek waar ze koken. Ja er is niet een robot die het maakt ofzo het is gewoon een persoon, maar ik snap niet waarom er niet een locatie kan zijn, en dan hoef je daar nog steeds niet te kunnen eten, dat snap ik dat wel dat dat misschien- dat ze zich dan alleen focusen op bestellen maar dat doet Spare Rib Expres ook daar kan je ook gewoon naartoe. Dus ik denk dat je dan al best wel wat dingen verhelpt want dat er veel meer transparantie is want je kan gewoon naar binnen kijken, letterlijk
R3	Nou ja als je dan bestelt op Thuisbezorgd dan weet je op Thuisbezorgd zelf nog steeds niet of het een virtual restaurant is
R5	Oh op die manier… ja, maar… ja oké, dat is waar, maar ik zat meer te denken aan aansprakelijkheid, of als er iets is ofzo dat je altijd- als er een plek is waar je naartoe kan is het altijd veel makkelijker… dan… ja
Zoë	Een beetje die sociale controle waar [R6] het al over had?
R5	Ja, precies, maar ook een soort het gevoel hebben… weetje, bij Instagram, weetjewel het is zo groot dat je niet weet waar je terecht kan komen, zeg maar je kan wel van alles bellen maar je komt nergens, en als je een plek hebt waar je heen kan dan weet je in ieder geval dat iemand je te woord kan staan bijvoorbeeld
R6	Ja, al is het maar voor de NVWA
R5	Nou, bijvoorbeeld
R3	Dat sowieso
R7	Ja… want het is ook best wel sketchy inderdaad dat er gewoon- dat ze dus het verkeerde adres opgeven, dat doen ze dus expres
R6	Dat geeft wel te denken
R1	Dat doe je niet als je een integer bedrijf bent
R5	Nee daarom
R7	Dat is raar… dat is niet echt- dat laat niet echt iets zien van integriteit, en van 'oh en we zijn echt een waardig bedrijf dat zich inzet voor goeie kwaliteit producten' weetjewel, hmm… sketchy
Zoë	[R3], wat had jij in gedachten?
R3	Ik had opgescrheven dat ik vind dat het voor de consument duidelijk moet zijn dat het één restaurant betreft, waar meerdere dingen gekookt worden, en dat is eigenlijk alleen mogelijk als je het verbiedt

	om onder meerdere namen te opereren, dus dan op Thuisbezorgd moet alles op één ding besteld kunnen worden. Maar ook mogen ze niet meerdere sites voor dezelfde restaurants hebben, want als je dan niet via Thuisbezorgd gaat maar gewoon iets opzoekt dan blijf je hetzelfde probleem houden
R5	Ja maar je kan ook hebben dat het dan in de naam zit, dus dat je dan… euh… Spare Ribs… euh… '(tailor's version)', zeg maar, dat je overal erachter hebt staan van 'oja dat hoort allemaal bij hetzelfde maar het is dan een aparte categorie', dan kan je nog steeds verschillende websites hebben dan kan je nog steeds- alleen dan staat er gewoon in de naam van 'het is dit onderdeel van'... ofzo…
R3	[Twijfelt] Ik denk dat dat sneller onduidelijk zou worden
R6	Ja die bedrijven gaan natuurlijk wel alles doen dan om die naam dan toch weg te werken
R5	Ja kleinere lettertjes enzo, ja
R3	Dus gewoon verplichten om je voor te doen als meerdere bedrijven
Zoë	[R1]?
R1	Als we zouden concluderen dat virtual kitchens- als het voordelen heeft, die voordelen, als die er zijn, dus bijvoorbeeld dat je voedselverspilling tegengaat, dat de huur laag is, dat de toetreding makkelijker, is dat het de beschikbaarheid van verschillende soorten eten in dunner bevolkte gebieden bevordert, dat hoeft allemaal niet geheim. Het geheim houden van de dus inderdaad, het hele sketchy eraan met adressen… voegt niet- dat facilitieert niet de voordelen, het zou ook mogelijk moeten zijn dat het hele systeem bestaat maar veel opener, maarja dan moet de samenleving en de NVWA en Thuisbezorgd, moeten daarvoor openstaan. Als je zegt 'oké dit is een fenomeen wat werkt, er zitten grote voordelen aan', ga dan kijken hoe je het kan reguleren, het hoeft niet allemaal geheim. Want het concept is op zich wel prima: alles op één plek, wat goedkoper, niet kunnen zitten, en gewoon ergens een kantoor waar allerlei verschillende bedrijven samenkomen, dat is op zich niet heel slecht, ik denk dat er veel branches zijn waar een heel vergelijkbaar systeem *wel* werkt. Maarja, dan, dan nog… zijn er, zoals we nu ook achter gekomen, wel bij het huidige… systeem wel *zo* veel bezwaren dat het gewoon *niet* achterhaalbaar is waar je het vandaan haalt. Maar dat is- ik denk niet dat het concept zou breken als je het…iets meer zou gaan kapotreguleren. En gewoon als mensen zich er dan niet aan houden, zeggen: 'oké, dit en dit en dit mag, je mag lekker gaan virtual kitchenen, knock yourself out, maar je mag *niet* meer doen dat gelul met die adressen, en je mag niet meer… je voordoen als een niet-virtual kitchen'. Zeg gewoon: 'oké je mag lekker je ding doen, maar doe het wat integerder', want ik denk dan niet dat het concept zou sterven.
R5	Maar krijg je dan niet dat mensen- een beetje hetzelfde als- dit gaat heel raar klinken- maar met drugs? Dat je dan zeg maar één ding verbiedt, dus bijvoorbeeld: virtual kitchens mogen dit niet, en dat ze dan een nieuw concept gaan bedenken wat er net een beetje van afwijkt, en dan zeg je 'ja maar ik ben niet een virtual kitchen want(…), dus ik hoef me niet in te schrijven voor(…)'.
R1	Je zal altijd van dat soort randcasussen krijgen maar ik denk dat je in ieder geval het gros van de casus- laten we er ook vanuit gaan dat heel veel van dit soort mensen *wel* gewoon… de missie voelen om eten bij de man te brengen, dan zou je al heel wat mensen het makkelijker maken om dat te doen, als we er nou vanuit gaan dat het een goed concept is. En als je het 'drugsmetafoor wil maken: waar zijn we ooit gekomen met bijvoorbeeld drugs helemaal kapot reguleren?
R5	Nee, ja, maar dat is natuurlijk wel een beetje het argument van: 'we moeten het reguleren *want* we moeten ervoor zorgen dat er een afspraak komt want-
R1	-want geen afspraak betekent dat de virtual kitchens vrije baan hebben

R5	Ja
R1	Ja, zeker als de NVWA een beetje loopt te niksen op kantoor terwijl de virtual kitchens gewoon… eh…
Zoë	Ik moet wel zeggen, het, het *komt* inderdaad voor dat ze op een ander adres staan of op een 'geheim' adres, maar ook niet *altijd*, dus dat is niet-
R1	Nee daarom, dus het, het, het kan ook wel integer
R5	Nee het is niet super shady
R8	Maar diegene die het wel doen, wat is dan de reden waarom ze dat doen? Want daardoor geven ze wel 'virtual kitchen' een bepaald imago wat helemaal niet nodig is, maar jouw [R5] idee van de drugs is best wel een logische gedachte omdat, ja, ze doen iets 'shadies' en daarom proberen ze het allemaal net iets anders-
R5	-net ieder anders en dan valt het weer niet onder die regels of dan mag het of dan…
R8	Maarja nu denkt iedereen dan eigenlijk van 'ja waarom is het zo shady, wat, wat verbergen ze dan eigenlijk?'
R5	Nou ja ik denk meer dat het over ehh… dus inspectie enzo gaat dus dat als je zo'n- ik denk dat als je zo'n… virtual kitchen hebt dat dat best wel gedoe is qua hygiëne en die regels allemaal, dus um… want ik denk dat er gewoon meer vereisten zijn waar je misschien aan moet houden en dan is het gewoon makkelijker om te zeggen 'we kunnen de inspectie enzo omzeilen'
Zoë	Ja inderdaan aansprakelijkheid en dat soort dingen…
R5	Precies
Zoë	Maar, dus niet daar teveel aan vasthouden
R5	Nee oke, wij zitten nu echt in een luguber steegje ergens maar… dat valt wel mee
R8	Het *hoeft* niet maar dat is wel het hele- waar we het over hebben toch? Van de nadelen ervan en dan, ja…
Zoë	Wat had jij [R2] bedacht?
R2	Ja eigenlijk gewoon een samenvatting van wat er al allemaal gezegd werd, gewoon meer transparantie. Ik heb er ook niet echt veel aan toe te voegen omdat dat hebben we allemaal al besproken… Dus gewoon meer duidelijk over dat het… één keuken is die meerdere soorten, ja, wereldkeukens samenvoegt
Zoë	Stel ik stap naar Thuisbezorgd van: 'hey reguleer dat even beter' en zij zeggen 'ja maar dan raak ik al die restaurants kwijt want gaat niemand daar meer bestellen als je bijvoorbeeld een logootje hebt van 'dit restaurant is een virtual kitchen''. Wat zou je daar dan op reageren?
R7	Dan zeg ik tegen Thuisbezorgd: 'doe mij even na' [maakt huilend gebaar]
R2	'Niet mijn probleem, huilie huilie'
R7	Ja weetje, ze willen winst maken, dat is het leven van een bedrijf maar-
R1	-het is hier toch geen Amerika-

R2	Het is een bedrijf, I don't care
R1	Ik denk dat Thuisbezorgd een hele riante marge overhoudt
R7	Ja janken, doe gewoon- je moet, je moet ook gewoon je consumenten beschermen, weetjewel, kom op
R2	Het is een multinational hè
R7	Ja ik heb daar niet zoveel sympathie voor, sorry. Maar ik snap wel dat ze dat gaan zeggen, want, ja… dat is een bedrijf, ja…
R3	Blijkbaar wil de consument het dan ook niet, kiezen ze dan ook niet, dus dan hoeven ze ook niet te blijven bestaan
R2	Gewoon marktwerking, ja
R7	Ja
R8	En het is dan ook aan de virtual kitchen om hun imago dan een beetje op te krikken. Dus door, ja, er is social media, er is- of andere manieren, genoeg mogelijkheid om dat imago dat een beetje bij ons blijft hangen van: 'ze zijn shady', aan te pakken. Dat kost wel weer geld dan voor hun maar-
R1	-maar ik denk inderdaad dat als je als virtual kitchen gewoon best- als je, als je er gewoon open over bent of gewoon goed reclame voor jezelf maakt dat het helemaal niet negatief hoeft te zijn
R8	[Eens met R1] Snap je, ja. Ik denk dat het dan helemaal- ja, het kan heel positief zijn juist, maar daar moeten ze wel zelf iets aan doen…
Zoë	En al met al zien jullie een *toekomst* in het concept van virtual kitchens? Jij [R8] zegt dus 'misschien als ze hun imago een beetje verbeteren', wat denken jullie?
R3	Jawel
R7	Ik denk het wel, en ik z-
R6	Met regulering bedoel je, of?
R5	Ja hoor
R2	Waarschijnlijk wel
R7	Maar ik zie het ook steeds vaker wel hoor, ook in de stad waar ik woon… dat je gewoon tentjes hebt, en die hebben nouja- die zijn dan open maar dan heb je echt *alleen* een balie en het enige wat je ziet is gewoon fietsen voor de deur en scooters en mensen die bezorgen, en dan vaak ook Thuisbezorgd inderdaad. Dat neemt wel een beetje af van gewoon de charme van de stad, dat is ook iets- een argument waar ik net, net over nadacht
R8	Oja
R7	Maar ik denk wel dat het steeds meer gaat gebeuren, ook… met, nouja, jonge mensen, en eh… het is druk…en gewoon digitalisering. Ik denk dat het een hele logische ontwikkeling is in een zeer moderniserende wereld ook
R2	Maar dit bestaat toch al met Domino's en sushi restaurants enzo?

R7	Ja ja ja ja maar gewoon dat het alleen zo'n tentje wordt met dan meerdere keukens enzo- ik denk dat het vrij logisch is, best wel een natuurlijke ontwikkeling, maarja of het *goed* is daar gaat het natuurlijk nu om maar ik denk dat het wel een toekomst heeft
R6	Maar zoals Zoë net zei, het is ook wel vaak op industrieterreinen, toch? Dan zou het minder uitmaken
R7	Ja… kan ook…
R6	Zeg maar, het is ook niet heel logisch voor zo'n- dat is het positieve eraan, want het is op zich een interessant tegenargument, maar het is niet logisch voor zo'n plek, als je toch geen gasten ontvangt, om midden in de stad te gaan zitten-
R7	-ja alleen bezorgradius
R6	Ja alleen bezorgtijd misschien, maar… maar dan ga je misschien ook in een achteraf steegje zitten eerder dan dat je echt op de winkelstraat zit
R7	Ja want dat is misschien ook goedkoper dan- ja, klopt
R6	Ja precies, ja…
R2	Voor bezorgen hoef je geen plek midden in de stad inderdaad, dat kost dan echt veels te veel
R6	Nee dan ga je gewoon lekker op een industrieterrein
R7	Je kan ook strategisch net *buiten* de stad waar je misschien dan zelfs twee regio's net kan pakken, weetjewel, stel het is tussen twee dorpen
R6	Ja precies, dat je er tussenin- dan zou het niet zo'n heel groot probleem zijn dat…dan…
R7	[Eens met R6] Nee
R2	En sowieso voor de kleinere regio's heeft het zeker een toekomst
R5	Zeker
R3	Ja
R7	Ik denk het ook ja
R2	Ik denk dat het minder snel van de grond komt in een Amsterdam, een Rotterdam of…
R6	Gewoon minder nodig…
R7	Soort van oversaturated…
R2	Maar als je dan bijvoorbeeld-
R5	In Woerden, bijvoorbeeld
R2	Ja, bijvoorbeeld een Woerden of Hengelo, of Enschede… gewoon kleinere- gewoon wat kleinere, net geen steden soort van in…
R7	[Grapt] Enschede heeft gewoon stadsrechten hoor
Allen	[Gelach]

R2	…maarja dat het voor dat soort kleinere- kleinere steden, zoals Woerden bijvoorbeeld… zeker potentie heeft
R5	Ja, dat denk ik ook. Nouja en ik denk ook dat als de transparantie- als het, als het gaat inderdaad om zo'n plek hebben, dat misschien mensen zoals bijvoorbeeld dan [R7] dan misschien zoiets heeft van 'oke, het is een soort tastbare plek dus ik- dus het voelt ook veiliger om daar iets van te bestellen qua- qua rauwe vis en dat soort dingen' omdat het gewoon voelt als een soort- nou ja je hebt niet een soort plaatje-
R7	-van veiligheid
R5	Ja precies, je hebt niet het plaatje van inderdaad zo'n lege loods ergens waar ze ook drugsverpakkingen maken, weetjewel. Dan heb je gewoon een soort- ja dan heb je dat imago niet.. ehm… dus ik denk dat- ik zou dan ook echt niet- ja als het niet lekker is, is het niet lekker, maarja dat is met andere restaurants ook zo, dus dan zou ik dat… niet per se… erg vinden
Zoë	[R1] jij stak net je vinger op?
R1	Ja maar toen heb ik daarna alweer gepraat
Zoë	Oh
R1	Wat was de vorige vraag?
Zoë	Of jullie een toekomst zien in virtual kitchens
R1	Nouja, wel toch. Ik denk niet per se of het eraan ligt of wij een toekomst zien, ik denk dat het een beetje een verloren concept is of, ja- het is iets wat waarschijnlijk, zeker als de NVWA een beetje half blijft als vroeger was in hun aanpak, dan is het iets van de toekomst. Dan kunnen we beter gewoon regels over maken en er goed mee omgaan. Je kan of de naja de zaakjes, illegaliteit zijn gang laten gaan, of je kan kijken waar je nog kan ingrijpen, waar je nog iets van zekerheid kan inbouwen voor de consument om het concept nog een soort van doenbaar te maken… toch?
R2	[Eens met R1] Nee ik denk het wel, ja
R3	Ja ik ben het met je eens
R7	Ja
R5	Eens
Zoë	Maar zeggen jullie bijvoorbeeld *allemaal* dat 'het moet kenbaar gemaakt worden'? Of zijn er ook sommige van jullie die denken van 'nou dat hoeft niet per se, maar het moet gewoon achter de schermen verantwoord gebeuren'?
R5	Hmm, nou ik denk dat ik het per- zelf persoonlijk misschien niet heel erg zou vinden, als het niet- als er dus geen fysieke plek is ofzo, maar ik zat gewoon meer een beetje na te denken van de, de…
R2	Ik wil gewoon- er moet transparantie zijn naar één van de twee kanten: er moet transparantie zijn naar de consument *of* naar de NVWA, en als één van de twee kanten transparantie heeft, dan vind ik het prima, want dan kan het *of* gecontroleerd worden *of* ik kan het zelf zien
R6	Ja… ja maar kijk het ding is: omdat de consument dus te lui is zoals we al constateerde, je bent op een zwak moment als je dat gaat doen en het dus niet gaat doen, vind ik dat de NVWA echt, *op zijn minst-*

R1	-daarvoor zijn zij er toch ook
R8	Dat is ook mijn hele punt, ze worden letterlijk hiervoor betaald en dan… ja…
R2	Als- als ik zelf gewoon heel makkelijk in één klik kan zien: dit valt onder deze restaurants, prima, of, als ik dat niet kan zien, dat dan de NVWA in ieder geval gewoon hun kan controleren door transparantie die kant op. Als ik weet dat *dat* sowieso gebeurt, dan weet ik 'het wordt ook gecontroleerd' dus dan vind ik het ook prima, dan maak het- dan hoef ik het zelf niet… te weten
R6	Ja dat: eens, maar dus niet met het eerste, want ik denk dat het prima kan dat heel veel consumenten denken 'oh prima er worden van alle soorten productgroepen worden hier gemaakt, maar ik bestel alsnog', en vervolgens is het daar superslechte kwaliteit omdat de NVWA daar niet kan controleren. De burger is niet goed genoeg-
R2	Ja… maar dan kan je zelf wel- Ik denk dat als ik zou zien dat ze zo zijn, en ik *weet* dat de NVWA niet echt *kan* controleren dan zou ik er ook niet bestellen, dus ik denk dat transparantie richting de NVWA ook *by far* het handigst is
R6	Maar jij weet dit *nu*, zeg maar
R5	Nee ik wou net zeggen, want, want je hebt het over de luiheid van de consument maar ik- we hebben het er *nu* over, maar *hiervoor* had ik- ik denk dat ik sneller controleer of het een fysieke plek is, dat ik het zelf kan controleren, dan dat ik kijk of de, of de, inspectie… de voedselinspectie dat gaat zien
R6	Nee dat is het hier niet, ten minste, ik denk dat het idee is van de NVWA is als het te slecht is dan moet je er gewoon aan gaan werken of het wordt opgedoekt
R5	Oh dan gaat het weg? Ohh maar niet dat wij dan weten 'oh het is goedgekeurd'
R6	Nee, nee niet dat zij een soort keurmerk ergens neerzetten nee dat is het niet
R5	Ik wou net zeggen want dat- als het over luiheid gaat dan- oh oké
R6	Nee dat is gewoon echt- dat is gewoon wettelijk met- anders moet je sluiten
R2	Je kan ook sowieso als je een restaurant ergens vindt kan je gewoon naar de website van de NVWA, kan je een KvK erin gooien en dan kan je zien wanneer ze voor het laasts gecontroleerd zijn
R5	Ja goed, maar dat is dus- ik, ik zou dan dus sneller-
R6	Ja dat snap ik, ja
R5	-kijken of- zeg maar dat het dan een, een fysieke plek is waar ik heen kan, dat voelt- dat, ja, dat ga ik sneller doen dan KvK-nummer invoeren denk ik
R2	Nee oké snap ik- tis ja, tis allebei even snel, denk ik maar ik snap het wel
R5	Ja
R6	Maar gelukkig hoeft dat dus niet omdat de NVWA als het nodig is zelf al gaat handhaven, ja
R5	Nee dat is fijn, ja
Zoë	Jullie hadden het over een beetje die marktwerking, dat als het eten niet lekker is verdwijnt het sowieso wel… Wat zouden jullie zeggen van- oké, als het eten niet lekker is verdwijnt het sowieso wel, moet

	het dan nog kenbaar worden gemaakt? Als jullie denken van 'nou als het eten niet lekker is lost het zichzelf wel op'
R2	Ik denk dat het er een beetje los van staat? …Ja… als het eten niet lekker is ja dan verdwijnt het vanzelf wel maar dat heeft niet per se heel veel te maken met de controles enzo erbij, het fysieke ervan, ik denk dat dat gewoon met de kwaliteit van het eten te maken heeft over het algemeen. Ik denk dat dat een losstaand punt is van wat voor soort keuken het is
R6	Wat was je vraag precies?
Zoë	Als het bijvoorbeeld niet lekker is verdwijnt het misschien uit zichzelf wel, kan de consument dan niet daarvan uitgaan, dat het uit zichzelf wel verdwijnt en het dus niet tussen de opties staat, of moet het al aan de voordeur…
R6	Ja op die manier, dus dat de markt het wel oplost, de problemen?
Zoë	Ja
R6	In de, in de theorie *wel*, maar we hebben al heel veel les economielessen gehad op de middelbare school, ten minste ik heb heel veel lessen gehad over economie, dat de consument en dus de markt en de vraag enzo allemaal niet rationeel reageert op elkaar, dat geldt hier denk ik ook. Ik denk ook prima dat de consument niet goed realiseert dat een plek helemaal niet hygienisch is omdat je dat ook niet altijd kan proeven aan het eten terwijl het wel belangrijk is bijvoorbeeld
R7	Ja…
R3	Wat ik net zei is dat- doordat het verschillende namen heeft kan het gewoon onder een andere naam verder
R6	Dat ook
R7	True
R1	Oe! Misschien kan je… eh… wat je bij Marktplaats kan zien is hoe lang iemand al verkoper is, je kan Thuisbezorgd dwingen om te openbaren hoe lang al iemand restaurant is. Als iemand twee weken restaurant is en het ziet er heel verzorgd uit, vind ik het wel echt heel sketchy. Terwijl als iets al 10 jaar bestaat- bijvoorbeeld de pizzeria waar ik het bestel bestaat echt al sinds wij hier- sinds ik besta! Dus daarvan vind ik veel meer de kwaliteit te waarborgen dat iets wat echt een halfjaar bestaat in Kanis [klein lokaal dorp]
R5	Ja maar ook- ja maar ik vind dat ook wel- maar dan moet je er gewoon van uitgaan- dan ben je dus een beginnend restaurant waar gewoon- en je hebt daar goed je centjes voor gespaard, en je kan mooie dingen eh…
R1	Dan moet je dus gewoon nog het vertrouwen winnen
R5	Ja maar alsnog
R7	Maar dat is dus- het gaat wel om bezorgen natuurlijk, want kijk een restaurant kan natuurlijk meteen een goed imago hebben, maar dat is dan vaak wel echt een restaurant en niet en bezorg-
R5	Nee je hebt gelijk, ja

R7	Ik snap waar jullie beiden vandaan komen maar dit is natuurlijk wel alleen bezorging, en als ie dan meteen… spiksplinternieuw, super verzorgd inderdaad, gek dat je dan niet dat amateur imago hebt… twee weken en meteen is alles… ja
Zoë	**En wat voor advies zouden jullie geven aan beleidsmakers? Hebben we al een beetje over gehad**
R1	Doe je best
R3	Zorgen dat de NVWA altijd op de locatie komt van de keuken
R7	Ja echt wel doortastender zijn inderdaad, ik snap dat ze dus- maar ze dus misschien meer bevoegdheden geven
R3	Meer bevoegdheden naar de NVWA
R2	Ja meer bevoegdheden naar de NVWA
R1	Meer openheid vanuit Thuisbezorgd misschien ook
R2	En als er misschien ook strengere wetgeving komt over locaties van restaurants en keukens, daar kan ook… wel meer mee gedaan worden denk ik
R7	Ja om transparantie te bevorderen. Zowel naar de consument of naar de NVWA
Zoë	Wil verder nog iemand iets toevoegen?
Allen	Nee
Zoë	Jullie hebben geen verdere vragen of opmerkingen?
Allen	Nee
Zoë	Dan wil ik jullie bij deze bedanken voor het deelnemen

Appendix E. Transcript Focus Group 2

Focus Group 2
16 december 2024
2u 14m

Zoë	Nou welkom allemaal en bedankt dat jullie de tijd hebben genomen om hier vandaag aanwezig te zijn. Ik ben momenteel bezig met mijn master scriptie voor de opleiding Food Quality Management aan de universiteit Wageningen en ik heb jullie vandaag uitgenodigd om lekker te discussiëren met elkaar. We gaan het hebben over een nieuw concept in de wereld van het maaltijdbezorgen, en ik ben voornamelijk benieuwd naar jullie reacties, meningen en ideeën dus ik wil nogmaals benadrukken dat er geen goede of foute antwoorden zijn. Jullie input zal worden gebruikt om een beeld te krijgen van de Nederlandse consument en hun mening tegenover het concept Ik doe het onderzoek volledig onafhankelijk dus jullie mogen alle bedrijven zwartmaken die jullie willen. [Gelach] En, eh, ja ik ben dus geïnteresseerd in zowel jullie positieve als negatieve opmerkingen en ervaringen. Ehm... de reden dat ik voor zo'n groep heb gekozen ten opzichte van bijvoorbeeld interviews is omdat ik denk dat we door in gesprek te gaan met elkaar we juist nieuwe dingen omhoog kunnen halen; nieuwe ervaringen, nieuwe inzichten, dus wees ook vooral niet bang om elkaar aan te spreken of op elkaar in te haken. Ja, dus als jullie een vraag opnieuw willen horen, kunnen jullie dat ook altijd vragen aan mij als je denkt van 'waar gaat nou ook al weer over?' en ja, dus ja wees gewoon lekker open en houd je niet in. Ik neem het dus op om te zorgen dat ik het goed kan terughalen, dat ik het gewoon mooi kan uittypen. Dus probeer vooral een beetje duidelijk te spreken en niet teveel elkaar echt in de zin te onderbreken. Maar dat komt allemaal wel goed, denk ik. En jullie worden helemaal anoniem gemaakt, dus persoonlijke details worden niet kenbaar gemaakt. Dus laten we beginnen. Ik zou zeggen we doen even een rondje. Ik begin bij [R11], **hoe heet je en wat is je favoriete eten?**
R11	Nou ik ben [Naam] en mijn favoriete eten is…… jeetje… roti
R9	Ik ben [Naam], en wat mijn favoriete eten is, da's een moeilijke vraag. Ik denk eigenlijk gewoon bijna alles wat je in een pita kan douwen is vaak gewoon goed.
Allen	[Gelach]
R16	Ik krijg echt stress van deze vraag… ik kom wel echt altijd op- wat gewoon voor mij altijd comfort food en gewoon safe spelen- da's wel sushi
R10	En hoe heet je?
R16	Oh, ik ben [naam]
R13	Ik ben [naam] en mijn lievelingseten is denk ik gepofte aardappel met tonijn
R14	Ik ben [naam] en ik wil ook graag… sushi zeggen, want ja als iemand aan mij vraagt 'ja wat wil je eten?' dan, ja, sushi, altijd
R15	Ik ben [naam] en mijn favoriete eten is dim sum

R12	Ik ben [naam], mijn favoriete eten is vietnamees, en frietjes
R10	Ik ben [naam] en ja ik vind echt *heel* veel lekker maar ik denk dat de Mexicaanse keuken mijn favoriet is, goeie nachoschaal met bonen enzo, heel lekker, ja
Zoë	Nou welkom! **Bestellen jullie vaak eten?... Op Thuisbezorgd, Ubereats…?**
R16	Moeten we nu weer het kringetje langs of is dit gewoon eh-?
Zoë	Nee jullie mogen gewoon… spontaan-
R9	Ironisch genoeg, sinds dat ik in de keuken werk veel meer
R10	[Verbaasd] Huh??
R12	[Werkt ook in de keuken] Ja, maar je bent de hele dag bezig met koken-
R9	-ja en dan heb ik gewoon geen zin meer om te koken, dat is het ‘m inderdaad.
R16	Best logisch als je het zo zegt
R15	Maar vind je het dan nog wel leuk om te koken?
R9	[Lacht] ja, maar niet-
R12	-als je vrij bent?
R9	Ja als ik vrij ben inderdaad, maar niet als ik terugkom van mijn werk
R14	Gewoon dat je de hele dag hebt om lekker uit te puzzelen wat je wil eten, lekker boodschappjes doen, ja…
R9	Ja
R12	Ik woon dan nog met mijn ouders natuurlijk… maar ik denk dat we er al minstens- nou ja bestellen, we halen dan friet zeg maar, dus dat is niet echt bestellen maar zelf halen zeg maar, ja minstens één keer per week… dat wel… dat we niet zelf koken
R4	Wat is veel?
R13	Ja wat is veel?
Zoë	Ja ik zou wel zeggen twee keer per maand?
R12	Oh dat red ik wel
R14	Is dat al veel?
Zoë	Misschien meer?
R10	Ik bestel echt nooit eten
R14	In ieder geval sushi, dat sowieso wel per maand

R11	Maar ik heb dus bijvoorbeeld dan wel dat ik dan soms een, een magnetronmaaltijd koop ofzo, of een- of een maaltijdsalade of een stoommaaltijd
R12	Maar het gaat nu niet op mijn eigen budget, ik denk dat als ik zelf ga betalen dat ik dan ook minder ga bestellen
R11	Maar valt dat [magnetronmaaltijd] onder bestellen vraag ik me dan af?
Zoë	Bestellen is echt online
R11	Oké
R10	Nee dat heb ik echt nooit
R14	…Ja in Woerden heb je niet zoveel
R15	Nou in Woerden zit wel heel veel maar allemaal hetzelfde, ja, heel veel pizza, heel veel sushi
Zoë	En bestellen jullie vaak via een platform, bijvoorbeeld Thuisbezorgd?
R16	Ja eigenlijk wel heel erg
R9	Ja
R14	Nee, als ik sushi eet bij [lokaal sushi restaurant] altijd
R12	Nee, wij kijken op Thuisbezorgd wat de opties zijn, dan kiezen we, en dan bestellen we het bij de site zelf
R14	Ja
R15	En waarom doe je dat dan?
R12	Omdat je dan het overzicht heb inderdaad en dan, dan- het is duurder voor jou ook als je bij Thuisbezorgd bestelt, dan zijn de prijzen gewoon hoger
R15	Dus je wil niet dat Thuisbezorgd daar geen marge op pakt eigenlijk?
R12	Nou ja niet per se dat zij daar geen marge op pakken maar meer dat de rest gewoon dat de restaurants minder krijgen, en dat wij dus meer betalen omdat-
R14	*Dat* is volgensmij niet zo, volgens mij betaal je net zoveel-
R12	Wel?
R14	Ja. Maar [lokaal restaurant] betaalt dan iets aan Thuisbezorgd
R10	Ja klopt
R14	Dus dat wordt niet doorberekend aan de consument
R11	Om op *hun* platform ook te mogen zijn
R12	Ja voor elke bestelling ofzo… dus als jij dan bij hun bestelt dan hoeven ze dat niet-

R15	Maar wat is het verschil ook? Ik denk niet dat er- ja behalve dat Thuisbezorgd gewoon een platform is waar alles bij elkaar staat
R12	Ja volgens mij kan je punten sparen tegenwoordig bij Thuisbezorgd maar dat weet ik eigenlijk niet zeker. Dan kan je korting krijgen
R15	Ohja… nou ja we weten wel wie het vaakst bestelt hier!
	[Gelach]
Zoë	En als jullie bijvoorbeeld eten bestellen, waar letten jullie dan op? Denk bijvoorbeeld aan de prijs of-
R12	Of het vegan is [lacht]
R14	Ja wel prijs en wat je ervoor krijgt
R12	Ja
R16	Ja
R15	Prijs-kwaliteit
R12	Ja, dat zeker wel
R10	Ik kijk ook altijd- ten minste als ik dan bestel kijk ik wel naar reviews ook
R14	Ja
R16	Ja
R10	Als je bijvoorbeeld pizza gaat bestellen dan wil ik wel dan… de beste
R14	Ja ook, en hoe snel het er is inderdaad
R10	Ja
R14	Wat de bezorgkosten zijn want dat verschilt ook nog wel is; €1,50, €2,-, €2,50
R10	Ja
R12	Ja
R15	Vinden jullie het zeg maar logisch dat er bezorgkosten nog worden gevraagd los van het feit dat je eten bestelt
Meerderen	Ja
R12	Want je moet daar een extra iemand voor aannemen enzo ook. Zeg maar, wij zijn te lui om het te gaan ophalen dus er moet iemand zijn die het naar je deur komt brengen
Zoë	[Grapt] [R15] is het er niet mee eens
R15	Nou… ik vind dat- nou ja, als je al- als je al- als je bijvoorbeeld al voor €80,- aan eten bestelt, het eten zal nooit die daadwerkelijke waarde hebben, dus daar zal ook heus wel wat… hoe heet dat nou…

Zoë	Marge op zitten?
R15	Ja precies er zit sowieso een marge op en ik denk dat daar ook het salaris van een bezorger die gemiddeld, niet- een gemiddelde 16-jarige verdient dan echt iets van €5,- of €6,- ofzo
R12	Ja maar veel restaurants hebben als je boven de €25 bestelt heb je geen bezorgkosten
R15	Ohja
R16	Klopt
R15	Dan vind ik het leuker om fooi te geven aan iemand dan dat ik ook nog bezorgkosten moet betalen, want in wiens zak wordt dat vervolgens gestoken?
R12	Niet in die van de bezorger
R15	[Eens met R12] Nee *dat*
R12	Nee dat klopt. Ik geef dat ook gewoon altijd aan de deur zeg maar. Bij ons wordt het dan afgerekend in de- maar als we bestellen dan geef ik het fooi-
R14	Je geeft het gewoon aan de persoon
R12	Ja dan geef ik het gewoon aan de deur, dan weet ik ook zeker dat zij het krijgen
R11	Maar eten bestellen is toch eigenlijk bijna net zo duur als uit eten gaan?
R10	[Eens met R11] Ja dat's-
R12	Ja
R11	Ik snap nooit zo goed waarom mensen bestellen en dan niet uit eten gaan, het is toch veel leuker om uit eten te gaan dan betaal je hetzelfde
R15	Maarja het is gemakzucht natuurlijk toch?
R12	-lui?
R15	Ja, als je geen zin hebt om-
R11	Dat snap ik op zich, alleen het is zo duur, en dan zit je in je kamer
R15	Ja…
R12	Het is bij ons een soort last minute ding, vaak. Dat we dan gewoon… geen zin hebben om te koken, dus dan gaan we bestellen. Om dan nog helemaal… soort van… jezelf van de bank te sleuren om uit eten te gaan is dan ook zo-
R14	Date night op de bank is soms ook wel lekkerder dan-
R10	Ik vind ook als je in een restaurant uit eten gaat dan betaal je ook voor… de service van-
R11	Exact
R14	En drinken en-

R11	[Vindt dat R14 het verkeerd begrijpt] Nee maar juist dat je dan- is het leuker dat het wat duurder is want dan heb je er een soort activiteit er aan vast
R10	Ja, je betaalt daar om te zitten en eh…
R12	Voor ons is uit eten gaan wel echt duurder want als wij bestellen doen we geen drinken, enzo en als je uit eten gaat-
R11	Tuurlijk het is niet letterlijk hetzelfde, maar ik vind het altijd best… veel geld voor iets wat je dan thuis op zit te smikkelen
R15	Ben ik helemaal met je eens hoor, ja
R16	Ik denk ook dat als ik alleen zou wonen dat ik dan eigenlijk amper zou bestellen, maar ik woon nog thuis en dan- met mijn ouders, ja, als wij met z'n vieren eten dan… kan het soms ook wel fijner zijn om dan even gewoon met z'n vieren thuis te zitten dan in een restaurant.
R12	Ja. En dan kan je ook gewoon je joggingsbroek aanhouden
R9	En… je hebt natuurlijk *ook* de situatie waarin mensen, bijvoorbeeld vanwege medische redenen of dat soort dingen, soms gewoon hun huis niet makkelijk kunnen verlaten. En in dat scenario is het wel fijn dat je iets kan bestellen
R10	Ja klopt, absoluut
R15	Ja, true. Alleen ik denk dat dat- ik denk dat dat zeker ook een factor is die meespeelt maar ik denk ook gewoon dat heel veel mensen gewoon puur uit gemakzucht-
R12	-die zijn gewoon lui, ik ben gewoon echt lui
R14	Ja gewoon luiheid, ja… of *echt* dat je ergens zin in hebt
R15	Mijn broertje bezorgt ook zeg maar- hij zit gewoon midden in de stad hij bezorgt vanuit een of andere pizzatent, en dan zijn er gewoon mensen die ook gewoon in de stad wonen maar die het dan niet komen ophalen, maar die het gewoon *laten* bezorgen, ja dat is wel gewoon… typisch
R12	Ja ik woon dan redelijk in aan de buitenrand, dus wij moeten best wel een stukje om het op te halen-
R15	Ja maar, in jouw geval begrijp ik het ook wel, maar-
R12	Ja als je inderdaad naast het restaurant woont ofzo dan ehh…
R15	Ja praktisch gezien- ja, echt soms twee straten
R12	[Gericht tot R14] Jij bezorgt ook toch?
R14	Ja klopt, maar even over- ik woon ook midden in de stad natuurlijk en ik doe dat ook. En bij mijn vriend ook- dat's vanuit mijn huis is het 5 minuten lopen, en als we daar zijn doen we dat ook, en dan is het zovan: 'ja, wat maakt die €2,- dan nog uit, weetjewel, op… op €40,- ofzo?'
R10	Ja die impuls herken ik ook wel weer
R16	Ja…

R11	‘Wat maakt dat kleine bedrag nog uit?’
R14	Ja, wat maakt dat kleine bedrag dan nog uit
R10	Je hoeft niet je schoenen aan te doen, en naar buiten te gaan, en eh-
R12	-je jas aan
R14	De *kou in* vooral in de winter
R12	In de zomer is het minder erg, weetjewel
R10	Je gaat natuurlijk- Je gaat het al bestellen *omdat* je nergens zin hebt, en dan heb je ook geen zin om het op te halen
R15	Ja, klopt
R12	Ja dat is wel eh…, dat is wel zo
R10	[Grapt] Snap je het [R15]?
R15	[Lacht] Ja nee
R12	Jij bent gewoon niet lui
R15	Nee nou, jawel, maar ik ben misschien gewoon gierig ofzo, dat ik denk: ‘van die €2,-, kan ik gewoon nog wel een drankje van kopen, hè?’
	[Gelach] [R13 probeert iets te zeggen]
Zoë	Wat wou je zeggen [R13]?
R13	Nou ja, je hebt soms ook dat je dan vanaf een bepaald bedrag *wel* gratis kan bezorgen, dus dan ga je natuurlijk meer bestellen-
R15	-ja om maar niet die bezorgkosten- ja dan betaal je €10,- extra om die €2,- maar-
	[Gelach] Ja!
R14	Marketing…
R13	Ja
R12	Ja
Zoë	**Bestellen jullie ook weleens ergens waar je nog niet eerder hebt besteld of zijn jullie wel echt gewoontedieren?**
R9	Zeker, ja
R12	Ja wel. Nou, in Woerden kan dat niet echt, zeg maar met mijn dieet en mijn moeders allergie, dus dan zitten we redelijk vast aan iets. Maar als we ergens zijn proberen we altijd nieuwe dingen uit, dus…
R9	Ik heb echt iedere vegaburger in Woerden wel eens geprobeerd

R15	Maar dat is dan nieuw, maar je blijft wel de hele tijd hetzelfde bestellen
R9	Ja correct-
R12	Ja maar er zijn maar drie opties in Woerden
R9	Ja precies, maar het is dan meer gewoon om te kijken 'oké, maar waar vind ik de beste dan?'...
R15	Ja op die manier…
R16	Wij houden thuis wel echt van veel verschillende keukens, dus als er bijvoorbeeld een nieuwe Vietnamees is of zeg maar dat soort dingen, dan proberen we dat wel uit. Er is nu een nieuwe hè?
	[Gesprek dwaalt af over nieuw lokaal Vietnamees restaurant]
R16	Maarja wij houden gewoon best wel van verschillende keukens dus dan- ja als je alleen een pizza- en een sushi-optie hebt, ja daar-
R15	-ja zo saai…
Zoë	**En zie je die nieuwe restaurants- zie je dat dan via een platform bijvoorbeeld of kom je er dan echt een keer- dat je er langs loopt?**
R16	We kregen zelfs een foldertje door de brievenbus
R12	Ohh leuk!! Dat krijgen wij niet echt meer echt jammer
R15	Dus dat hielp wel?
R16	Ja maar dat komt ook wel door hoe mijn gezin is hoor. We vinden het ook wel echt leuk om nieuwe dingen uit te proberen, nieuwe keukens- en ook soms, lokale plekken dan- om die te benaderen in plaats van grote winkels ofzo… ja
R12	Ja, ik vind het dan via een platform maar dan bestel ik niet… bij *hun* zeg maar, ja wel *bij* hun maar niet via het platform. Het is wel dat je ze dan tegenkomt door het scrollen
R14	Ja op Thuisbezorgd zie je dat gewoon, ja
R12	Ja
R15	Ja maar, in Woerden wordt ook niet zo heel veel reclame gemaakt naar mijn idee voor, zeg maar, nieuwe restaurants en dergelijke
R12 en R14	[Eens met R15] Nee
R15	Want zeg maar… dat nieuwe restaurant, nouja 'nieuw' het is al niet meer nieuw, maar dat heet [naam lokaal restaurant], dat zit naast [ander lokaal restaurant]. Maar daar wordt ook weinig- en werd ook helemaal niet mee geadverteerd
R12	Ik ken dat helemaal niet joh, is dat lekker?
R15	Nou het *is* dus een heel interessant concept, alleen omdat er bijna niet reclame voor wordt gemaakt denk ik ook niet echt dat het onder de mensen…
R12	Ik ken dat helemaal niet

	[Gesprek dwaalt af over eigenaar lokaal restaurant]
R10	Maar klopt daar willen ze echt een soort… heel ding van maken maar-
R15	Komt nog niet echt van de grond, ofzo
R10	Nee
R12	Nee maar als er inderdaad geen reclame voor wordt- ik wist niet dat ik er zat, terwijl ik kom wel bij [restaurant wat er naast ligt]
R10	Het is echt een prominente plek eigenlijk op de [straatnaam]
	[Gesprek dwaalt af over de ruimteindeling van het restaurant]
	[Deelnemers grappen over dat ze zijn afgedwaald]
R14	[Naam nieuw restaurant] biedt eens wat aan via Social Deal ofzo, en dan komen er dus via Social Deal wel wat mensen op af
R15	Dat is wel weer typisch dan
R14	Ja gewoon gierig en eh…
R15	Maar dat is net als het faillissement van Blokker toch? Nu dat ze failliet zijn stroomt het weer altijd helemaal vol
	[Gelach]
R14	Ja dat trekt je toch ook wel aan…
R15	Ja: korting
R14	Ja… I love korting
R15	Gewoon goeie deals
R10	Ja goeie deals
R12	[Herinnert zich opeens] Ik heb nog korting bij Thuisbezorgd! Ik kreeg een mailtje, ‘omdat ik al zo lang niet bestelt had’
R10	Kreeg je daarom korting?
R12	Ja!
R16	Ja ze proberen je te lokken
R10	Dat ze het ook zo zeggen…
R12	Ja, ik ga het ook wel gebruiken want ja: korting. Echt €6,- ofzo
R15	Vind je dat veel, €6,-?
R12	Nou ja als ik in m’n eentje bestel…

R10	Daar kan ze drie keer van laten bezorgen
R12	Ja, precies! Kijk eens aan
R15	Ja maar is het dan niet ‘bij een minimale besteding van’?
R12	Nee
R15	Oh! Nou dan vind ik het een goeie deal
R10	Dan zou ik iets van €10,- bestellen, ofzo, dan ben je hartstikke goedkoop uit
R12	Ja, precies
Zoë	Sommigen van jullie weten al een beetje waar ik mijn onderzoek over doe. Degene die dat niet weten, zijn jullie bekend met ‘virtual kitchens’? Ook wel ‘ghost kitchens’ genoemd
R15	Nee
R16	Nee
R9	Ja… ja…ja… als je dat zegt… dat zijn toch van die- dat is toch dat als ze… ehm…dat je een bestelbedrijf hebt, daar bestel je dan iets, en dan laten ze het eigenlijk ergens anders maken om het dan bij jou te- geleverd te worden, toch? Van dat- het is eigenlijk dat restaurant zelf bestaat eigenlijk niet, omdat ze…
Zoë	Ja je komt wel redelijk in de buurt. Andere mensen die nog eh… ervaringen hebben?
	[Geen reactie]
Zoë	Ik zal jullie even inderdaad een definitie geven, dan zitten we allemaal op dezelfde lijn
	[Deelnemers krijgen ieder een papiertje met de definitie van virtual kitchens erop uitgeprint]
	[Deelnemers lezen definitie]
R12	Die, die- dat voorbeeld dat je gebruikt hebt [Bill’s Ribs en Snackz], is dat zo’n voorbeeld?
Zoë	Ja
R12	Oh, wat grappig!
R10	En dat kun je zien aan dat de eigenschappen hetzelfde zijn, denk ik
Zoë	Nee het is gewoon echt helemaal een eigen pagina, je kan het niet per se zien aan de buitenkant
R10	Ohh, ik dacht dat je-
R15	Maar hoe weet je dat dan?
R12	Ja hoe weet jij dat dan?
Zoë	Ze staan op dezelfde locatie ingeschreven
R15	Ohh!

R12	Maar ook grappig dat de een dan- gratis bezorging van €35,- en de ander gratis bezorging van €30,-
R10	Ja want ik dacht de rest is- klopt allemaal hetzelfde: zelfde bezorgkosten, zelfde minimale besteding…
R12	Ja dat zou nog wel eens kunnen ja…
	[Zoë wacht tot iedereen uitgelezen is]
R15	…wist ik niet…
Zoë	Is de uitleg voor iedereen duidelijk?
R10	Zeker
Meederen	Ja
R14	Maar hoezo… doen ze dat niet allemaal onder één naam gewoon?
Zoë	Dat ga ik zo aan jullie vragen
	[Gelach]
R14	Ja dat is toch raar?
Zoë	Wat is jullie eerste indruk als je het zo leest? Wat voor gevoelens… komen er bij jullie naar boven?
R10	[Grapt] Verdriet…
	[Gelach]
R11	Ik word er een beetje naar…
R10	Ja het voelt gewoon, omdat ze meerdere gerechten op één locatie maken, snap ik het soort van dat ze het onder verschillende namen doen. Maar het voelt daardoor niet alsof het heel goed-goede producten per se zijn omdat ze zich niet ergens in specialiseren
R14	Ja…
R10	Zeg maar hoe kan je goeie sushi hebben op dezelfde plek…dat ze pizza maken
R12	Maar misschien zijn het wel aparte mensen, zeg maar, die het…maken?
R11	Ja, dat er één sushi specialist in dienst is en één pizzaspecialist, die dat allebei heel goed kunnen
R10	Ja dat voelt voor mij dan alsof dat dan niet kan, ofzo…
R14	Het voelt vooral heel commercieel
R11	Ja heel commercieel
R12	Ja echt om het *geld* te verdienen
R10	Ja, precies

R10	Ja maar je hebt ook gepassioneerde… voedsel….
R9	Capitalism, baby, yeah!
R11	[Lacht]
R12	Want ik weet je hebt dat Bezorgrestaurant Woerden-
R15	Oh ja, maar dat is dat ze verschillende dingen leveren
R12	Ja maar dat komt wel vanuit verschillende restaurants
R15	Oh?
R12	Dat heeft ook… allemaal z'n eigen ding- Maar misschien wordt het op één plek gemaakt hoor dat weet ik niet, maar… zeg maar… ik weet dat dat een concept was wat werd opgezet. Want het is eigenlijk dit alleen dan-
R15	-wel… openlijk…
R12	Ja, ja. Maarja dat wordt volgens mij wel- dat wordt denk ik op dezelfde plek gemaakt, want wij hebben dat wel eens besteld, en dan bestel ik een ander ding dan mijn ouders, en dan komt het wel allemaal tegelijk
R15	Ja, dus er zit wel een voordeel aan
R12	Ja, maar dat is- die zijn open over hun concept want dat heet niet voor niets 'Bezorgrestaurant Woerden', dat is duidelijk meerdere dingen als één maar, ik heb niet het gevoel dat dat heel goed loopt dus misschien is dit dan…commercieel slimmer omdat je het dan los ziet staan
R15	Juist wel… ja…
R10	Ja…
R15	Nou ja als [R10] ook letterlijk zegt dat het haar niet het gevoel geeft dat de kwaliteit erdoor heel hoog is, dan heb je daar toch eigenlijk ook antwoord op je vraag van waarom restaurants dat doen?
R12	Ja als je het zo los ziet denk je 'oh, alleen ribs hebben ze'
R11	Ik denk ook dat het heel erg een… vindbaarheid ding is
R16	Tuurlijk…
R10	Jaa!
R11	Stel dat je zin hebt in sushi dan krijg je eerder iets wat alleen sushi heeft dan iets wat én sushi én hamburgers én pizza heeft
R16	Je maakt natuurlijk zo veel meer geld. Natuurlijk…
R11	Ja…
R10	Ja je hebt natuurlijk ook bedrijven die verschillende diensten aanbieden… onder… verschillende bedrijven….

R11	Hoe bedoel je dat?
R10	Nou je hebt… eh… nou dat wordt even een hele andere context maar eh… dat je… wat mijn vader bijvoorbeeld heeft is een bedrijf en daaronder doet hij consultancy werk maar hij doet ook- heeft ie allemaal verschillende afdelingen eigenlijk waarin die werknemers heeft en… maar die heeft dan allemaal kleine aparte bedrijfjes- zijn dat weer, dat is dit eigenlijk ook een beetje
R12	Maar dit- zeg maar qua keuken is het één groot ding inderdaad maar-
R10	-ja maar dit komt ook allemaal vanuit hetzelfde bedrijf
R12	Ohh… Ja het is- het ligt er inderdaad, denk ik gewoon aan- want je hebt natuurlijk meerdere, en er zullen er zijn die dan inderdaad iemand apart hebben voor pizza en iemand apart voor sushi, maar er zullen er ook zijn waar er één iemand- of nou niet 'eentje' maar zeg maar dezelfde mensen, allemaal hetzelfde maken en ik denk dat dat het daarin heel erg verschilt of het- de kwaliteit van je eten, want of je nou-
R11	Maarja, aan de andere kant, als mensen gewoon tevreden zijn met wat ze krijgen en ze laten hoge beoordelingen achter en je weet niet-
R12	Ja 'wat kan mij het nou boeien?'
R11	Ja wat kan het mensen nou b- ja…
R12	Ik bedoel hij heeft een 4,4 [reviewscore] da's best hoog
R10	Het is ook niet een slecht ding per se ofzo, maar…
R11 & R12	Nee…
R15	Het is gewoon het gevoel dat je erbij krijgt
R14	Het hoeft niet *per se* iets over de kwaliteit van het eten te zeggen
R10	Het is gewoon iets anders dan wanneer je bij een pizzeria bestelt die…eh… allemaal ja…
R12	Ja. En ik snap ook best dat je een bedrijf wilt waar mensen niet kunnen komen eten, want daar komt zoveel meer bij kijken dan maar eten *maken*, want dan moet je ook gelijk gasten ontvangen en zo, en als jij gewoon lekker wil koken en eten verkopen, dan is dit wel een uitkomst
R10	Maar dan kan je toch ook gewoon een lekker to go tentje openen ergens?
R12	Nee want dan heb je nog steeds mensen die naar je toekomen, dan moet je een mooie uitziende zaak hebben
R14	Ja die moeten eerder… geholpen worden
R12	Andere vergunningen komen daar nog bij kijken volgens mij, ja… Ik denk dat dit gewoon een soort makkelijker is want je kan gewoon een rare lelijke vieze keuken hebben en niemand die het ziet
R10	Op zich *is* het natuurlijk ook prima, want mensen bestellen het vanuit gemak en niet per se omdat ze… het allerbeste eten ter wereld willen eten ofzo

R15	Ja, en hoe kwalitatief goed denk je dat het eten dat je bestelt überhaupt is, want als je kijkt naar zeg maar- je zegt 'één specialist in pizza, één specialist in sushi', maar sorry hoor, vaak is het sowieso niet authentiek en kwalitatief misschien ook wel niet zo. Het is allemaal gewoon een beetje vernederlandste keuken, dus waarom dan niet gewoon ook allemaal…Hollanders in die keukens hebben staan?
R10	[Eens met R15] Ja, ja…
R12	Ja maar ik bedoel, zeg maar, jij kan misschien beter sushi rollen dan ik
R10	Maar het heeft ook met producten- producten te maken… ofzo… die je gebruikt in de k- het is gewoon meer het hele gevoel van… of je een Italiaanse keuken hebt of een…
R14	Bijvoorbeeld [lokaal Argentijns restaurant] die is dan echt gefocust op spare ribs en ja… je gaat eerder daar spare ribs eten dan…bij een of ander vaag, online…
R10	Ja precies, dat's een beetje… Ja ik zit ook- ja ik ga er gewoon vanuit dat het iets minder lekker is, in zo'n keuken dan…ja
R14	Ja…
R12	Ja… het hoeft niet natuurlijk maar… ik snap- ik heb dat ook wel hoor
R10	Ja het hoeft niet maar dat is- dat is het gevoel wat het mij geeft
Zoë	**En waarom heb je dat gevoel?**
R10	Nou, omdat het dus… om… Ik noem de hele tijd pizza, maar stel, je hebt daar, dan heb ik het idee en dit gaat ook *puur* om aannames, maar je hebt natuurlijk restaurants die echt weten waar hun meel vandaan komt en die 's ochtends heel vroeg deeg gaan aanrollen en die precies weten hoe, hoe warm de oven moet zijn ofzo, dat het heel erg…netjes is en dan in zo'n situatie kan ik me voorstellen dat ze, dat ze, omdat ze *zoveel* verschillende keukens hebben het deeg bestellen en ehm… dat het gewoon veel-
R14	-gemakzuchtiger
R10	Gemakzuchtig- ja precies dat het minder-
R11	-maar als je als consument dat belangrijk vindt dat de mensen die het maken weten wat ze doen, dan zou je daartoch ook research naar doen?
R10	Ja ja tuurlijk
R11	Soort van, als je dat als consument belangrijk vindt, dus dan maakt het dus alsnog niet echt uit
R10	Daarom zeg ik ook dat het niet een slecht ding is per se, maar ik heb het idee dat dat dus- dat dat- eh… dat's het idee-
R14	Gewoon dat er niet zoveel liefde inzit
R13	Maar dat is dus niet zo transparant. Als je het eigenlijk niet kan weten- want je zegt 'als je er research naar gaat doen', je ziet dat niet, zoiets
R12	Nee als ik nu kijk dan denk ik 'oh Bill's Ribs'

R13	Ja, dan zou dat wel iets meer overeen moeten komen
R15	Ja en elk restaurant zal zichzelf toch wel gewoon… het beste neerzetten. Ik bedoel, je gaat niet zeggen ‘ja wij bestellen ons deeg daar en onze saus komt gewoon uit een pot’, ja je gaat altijd wel zeggen ‘authentieke…’
R10	Je hebt natuurlijk ook van die van die restaurantfoto's of van die dinerfoto's en dat zijn gewoon stockfoto's, bijvoorbeeld van ‘oh, dit is onze burger’ en dan krijg je echt zo'n, zo'n kleine-
R12	Ja dat is wel waar… ja je kan het hier natuurlijk niet mee *zien*
R16	Het zijn letterlijk *namen* ook, zeg maar… qua- dit had net- ja dit zijn gewoon echt namen alsof ze de *plek* zijn, weet je zeg maar
R12	Maar deze bestaan hè, deze staan gewoon op Thuisbezorgd
R16	Ja maar, als het dezelfde plek is, dat zou je toch nooit zeggen door-?
R12	Oh zo
R10	[Snapt R16] Nee
R16	Dat’s wel echt slim
R12	Het logo lijkt niet op elkaar, niks…
R13	Is dit [het voorbeeld op het uitgedeelde papier] nu ook al iets Zoë?
Zoë	Ja dit is echt van Thuisbezorgd, ja **Ik hoor jullie enkele voor- en nadelen noemen, wat voor- als we zo in het algemeen praten, wat voor *voordelen* kunnen jullie bedenken bij dit concept? Bijvoorbeeld voor de consument zelf of voor het bedrijf?** Ik hoorde jou [R12] al zeggen lagere instapbarrière als je graag wilt koken, dat soort dingetjes
R12	Hoe bedoel je
R15	Als jij iets anders wil eten dan je ouders
R12	Oh! Ja maar dat is met dat bezorgrestaurant, want daar is het onder, zeg maar daar heb je gewoon- dan klik je op bezorgrestaurant, dan heb je verschillende opties, zeg maar qua dingen, dan komt het samen, maar… hier zijn het *losse* restaurants, dan bestel je niet- dan heb je niet- dan mis je dat voordeel gelijk want dan je bestelt niet bij één ding tegelijk en je gaat niet twee restaurants apart- ten minste wij doen dat niet, want je wil tegelijk kunnen eten
Zoë	Ik doelde eigenlijk op wat je zei over dat je geen eetruimte moet hebben
R12	Oh! Sorry
Zoë	[Lacht] sorry
R12	Ja maar nee dat is inderdaad wel een voordeel als restaurant, je hoeft inderdaad niet mensen te ontvangen- geen gasten te ontvangen. Als je kijkt bij ons op werk hoeveel… van je tijd en energie daarin gaat zitten. Als jij gewoon lekker door kan werken-

R15	-medewerkerskosten
R12	Ja inderdaad, ja, dat kost best wel veel. Ik weet niet, waarschijnlijk zullen er andere vergunningen bij komen, want je moet ook cursussen doen hoe je met mensen moet kunnen omgaan enzo als je dat wil doen, dus daar zit- voor een bedrijf zit daar gewoon veel meer *werk* in dan als je alleen maar hoeft te bezorgen, zeg maar. Dus ja, daar kan je gewoon bij wijze van spreke, kan je hier huis, zou je dat kunnen doen en dan gewoon weg kunnen rijen en bezorgen
Zoë	En voor de consumenten, kunnen jullie dan een voordeel bedenken?
R11	Ja [R9] benoemde net een voordeel toch? Als je bijvoorbeeld slecht ter eh…
Zoë	Maar specifiek voor echt een virtual kitchen
R11	Ohh oké
R13	Ik denk ook dat het goedkoper is
R10	Ja dat dacht ik inderdaad ook
Zoë	En waarom denk je dat?
R13	Nou ja het lijkt me dat als je meerdere dingen inkoopt…
R10	Je scope is gewoon breder
R13	Ja
R10	Dus…eh…
R12	Meer omzet waardoor je misschien de prijzen lager kan houden
R10	Ja
R16	Ja en omdat ze zo erg gefocust zijn op het leveren dat misschien service wise ook wel- soms heb je ook wel bij restaurants omdat het druk is of omdat ze- dat ze minder goed kunnen leveren. Omdat het zo erg is gefocust op *bezorgen*, is het wel vaak bij dit soort plekken dat het ook echt komt als ze zeggen dat het komt en-
R10	Ja
R12	-sneller kaar
R16	Sneller klaar, en omdat het zo'n massaproductie is…
R10 & R12	Ja
R16	…dat het echt zo'n lopende band is dat het- waardoor het eigenlijk ook gewoon gaat zoals jij wil dat het gaat
R10 & R12	Ja
R16	Eh… Dus het is wel voor gemakzucht…en… ja
R12	Maar ik vraag me dan af, want als jij zeg maar- stel jij zou bij die Bill's Ribs bestellen en ik bij die Snackz, en die bestellingen komen tegelijk binnen of ze dan uit één bestelling komen en dat die

	dus achter elkaar komen te hangen, of dat zij dan apart komen zo van ja dan worden jouw ribs door iemand anders worden gemaakt dan mijn snacks, zeg maar. Want als al die bestellingen achter elkaar komen en door dezelfde personen moeten worden gemaakt, dan kan ik me voorstellen dat het juist alleen maar langer duurde want… dan heb je van vier verschillende restaurants heb je bonnetjes
R16	Nee maar in jouw keuken maak je ook tien verschillende soorten gerechten- twintig
R12	Ja maar dat is niet uit vier verschillende restaurants
R16	Nee maar, als zij-
R11	Die restaurants zijn één, hè?
R12	Ja weet ik maar ik bedoel, je hebt wel… eh…
R10	Ja maar dan doel jij op, op, op wanneer mensen uit een gezin uit verschillende restaurants zouden be-
R12	Nee nee nee, gewoon zo. Jij zit op Thuisbezorgd, ik zit op Thuisbezorgd en jij ziet die ribs jij denkt 'die wil ik' en dat bonnetje komt bij hun binnen van je moet het gaan maken, en dan bestel ik bij Snackz, en normaal als jij Bill's Ribs hebt, dan heb je alleen maar bestellingen uit Bill's ribs en dat kan al best wel veel zijn, en nu komen er *ook* nog bestelling uit Snackz en ook nog bestelling uit de pizza's en ook nog bestellingen uit-
R11	Dan moet je gewoon meer mensen aannemen
R10	Ja maar dat is dus juist hun voordeel dat ze dus- dat ze dus een bredere scoop van mensen hebben in, in, in Woerden om eh… ze zitten in alle markten zitten zij, zitten zij-
R12	Ja inkomsten. Nee maar ik bedoel qua bezorgtijd-
R15	Maar daar zijn ze waarschijnlijk ook wel op ingesteld hè? Want ze hebben al die keukens die ze aanbieden, hebben ze waarschijnlijk ook wel personeel om, zeg maar die verschillende keukens en alle die bonnen dus de dekken
R10 & R14	Ja
R12	Ja maar daarom denk ik als die ribs bij- komen misschien bij jou terecht om te maken en die snacks bij mij want ze gaan het toch niet tegelijkertijd- dus dan kan ik me wel voorstellen dat het sneller gaat, maar als *alles* door dezelfde persoon moet worden gemaakt-
R15	Maar dat denk ik dus niet
R10	Dat denk ik niet
R15	In het kader van, zeg maar, winsten en je zet niet zomaar zo'n ding op. Er zal vast wel een heel idee en plan-
R11	Je gaat niet in je eentje opzetten met zo'n restaurant
	[Gelach]
Zoë	Het verschilt ook wel per loactie hoor, als je inderdaad heel weinig orders krijgt kan het zijn dat je in je eentje staat

R10	Ik heb echt één maand in de bezorging gewerkt bij [lokaal lunchcafé], maar daar stonden toen meestal één of twee mensen in de keuken, en daar was het ook echt wel heel rustig
R14	[Lokaal lunchcafé] heeft nu een andere locatie waar ze voor bezorging eten maken, dat doen ze niet meer in het restaurant
R12	Klopt
R10	Dat deden we toen- zes jaar gedelen deden we toen ook op een andere locatie
R14	Echt? Oh dat wist ik nooit
R12	Want ik had toen- toen was er iets verkeerd met mijn bestelling en toen had ik naar het restaurant gebeld, zegt ze 'je moet niet bij ons zijn je moet bij de andere locatie zijn'
R15	Ja, Ik wilde toen afhalen en toen dacht ik, 'oh, daar zit bij mij om de hoek' en toen moest ik opeens naar het industrieterreinen. Oké laat maar zitten
R10	Ja daar zaten we toen al, zitten ze daar nog steeds?
R14	Volgens mij wel
R10	Wel grappig, was toen net nieuw, net- ze zaten daar toen net
R15	Dat snap ik wel, eigenlijk, want als je een te kleine keuken hebt en niet de capaciteit…
R12	Ja het is bij hun in het restaurant is het ook druk hè?
R15	Ja daarom, dan heb je een dubbele lading
R12	Ja, en zo groot is hun keuken niet
R15	Nee…
Zoë	**En wat voor nadelen kunnen jullie bedenken?**
R10	Voor-?
Zoë	Het is helemaal in het algemeen, mag ook interpretatie zijn
R12	Zitten ze wel op de locatie wat wordt opgegeven?
Zoë	Verschilt ook per… locatie
R12	Want hoe, hoe vindt de consument bijvoorbeeld hun dan, zeg maar?
R13	Ja
R14	Ja, wordt de keuken gecontroleerd op hygiëne?
Zoë	Ligt eraan of de NVWA kan controleren waar het bedrijf op de KvK zit ingeschreven. Als je een bedrijf begint, krijg je een KvK-nummer, dat staat op een adres en de NVWA komt naar *dat* adres. Maar stel, je hebt een *kantoor* als dat adres, dan gaan ze niet verder zoeken naar waar het restaurant is.
R12	Dat is toch raar…

R10	Hmm…
R11	Maar komen ze er dan gewoon, een soort mee weg?
Zoë	Zou je kunnen zeggen
R11	Alsin van ‘helaas het zit hier toch niet’
R14	Maar dit mag toch gewoon? Dit is niet illegaal ofzo?
Zoë	Je zou kunnen zeggen dat het… de wet naar je hand zetten is, of ten minste ervan gebruik maken.
R12	Ik vind dat- dat vind ik wel echt een nadeel
Zoë	Tenzij er inderdaad klachten zijn uit de omgeving van bewoners van hier komt heel veel op geluid vandaan of geuroverlast of scooteroverlast
R11	Maar stel dat een paar keer, soort van, bedorven eten ofzo wordt geserveerd, en de… hoe noem je zo iemand… inspecteur kan niet- die kan het adres niet vinden, kan die persoon dan wel gewoon doorgaan met dat doen, als ie zichzelf gewoon een beetje onvindbaar heeft gemaakt
Zoë	Eh… ja als ie echt niet vindbaar is kunnen ze hem inderdaad niet stoppen, maar de NVWA gaat wel meer actief op zoek als er inderdaad echt klachten binnenkomen maar ze gaan niet *proactief* op zoek naar-
R11	-en het is alsnog niet illegaal wat ze dan doen?
Zoë	Nee
R12	Ik vind dat wel raar want-
R14	-maar vermenging van verchillende eten dat maakt toch in principe niet uit? Want-
R12	-nee maar het gaat gewoon om de hygiëne in de keuken die niet gecontroleerd kan worden. Bij ons komt af en toe een meneer, die komt controleren ‘is het hier schoon, doen jullie alles volgens de, zeg maar, voedsel- en waren… dingen, enzo, is het wel’- en als het niet kan worden gecontroleerd, wat gebeurt er in zo’n keuken, zeg maar
R11	Ja want wij houden ook wel die lijsten bij met temperaturen en wanneer alles is gecheckt, dat doe je voor een reden
R12	Ja dat wordt allemaal gecontroleerd
R14	Ook met allergieën ofzo?
R15	Nee het gaat meer om de hygiëne, zeg maar ‘is de zaak gewoon-’
Zoë	-allergieën ook hoor
R12	Wij hebben die lijst met wat er in welk gerecht- dat wordt ook gecontroleerd, of jij die hebt. Je moet er een hebben
Zoë	Allergieën en ook plaagdieren zoals muizen en insecten
R11	Ja dat is natuurlijk dan allemaal oncheckbaar

R12	Ja
R15	Maar als je bijvoorbeeld drie restaurants hebt ingeschreven op, soort van hetzelfde adres…ehm… en er wordt er al één gecontroleerd, dan controleer je ze technisch gezien gewoon alle drie
R12	Maar niet als die hele keuken daar niet zit, op dat adres. Als er *niks* zit
R13	Maar daar moet dan toch wel-
R16	-je zegt net 'het adres is op dezelfde plek' en daarom weet je zeg maar-
R15	Ja, er moet er wel *eentje* zijn?
R11	Maar dat hoeft dus niet per se,
R14	KvK kan je overal inschrijven, dat kan je ook bij je thuis doen
R11	Ja
R16	Maar ik bedoel, als… je weet nu dat deze twee plekken van dezelfde… restaurants zijn doordat ze dezelfde locatie hebben
R12	Maar het kan zijn dat er niks op die locatie zit
R14	Staat het niet op Google Maps?
R12	Zeg maar, het is meer dat er- dat zij wel in één keuken zitten, maar dat zij op een andere locatie gevestigd zijn
R11	Dat ze bijvoorbeeld een hoofdkantoortje hebben en dat het daar op ingeschreven staat en dat de daadwerkleijke keuken ergens anders is
R15	Maar het kan toch niet dat zeg maar, alle restaurants wel bestaan maar allemaal niet ingeschreven staan op het daadwerkelijke adres, dat kan toch niet?
Zoë	Als… die mensen daarvoor kiezen dan kan dat wel
R15	Maar waarom- dan kan dat restaurant toch niet bestaan?
R11	Jawel want je kan ook soort van ingeschreven staan op niet het adres waar de daadwerkelijke keuken zit maar gewoon een soort kantoor, of waar de eigenaar- postbus-
R10	Dat is gewoon waar alle brieven naar toe komen
R15	Ah ja ja ja
R10	Een vriendin van mij had laatst sushi besteld en die zei 'ja dat restaurant zit bij jou in de straat', maar bij mij zijn alleen maar appartementen, dus zeg maar dat sushi restaurant stond ingeschreven op een appartement bij mij in het blok, en dan zit die keuken denk ik ergens anders
R14	Huh?
R12	Maar dan wonen die mensen waarschijnlijk gewoon daar, en dan krijgen ze daar-
R15	Een soort omduiking van wat dan ook

R12	Ja… maar het kan ook makkelijk zijn zodat je je post gewoon bij jou thuis krijgt
R15	Ohh!
R12	En dan hebben zij misschien wel opgegeven van ‘oh maar onze echt keuken zit daar dus kom daar voor de inspectie’
R15	Ik dacht er wel gelijk heel negatief over na, dat ik meteen denk van ‘er zit een luchtje aan’
R12	Nouja dat kan met dit soort dingen dus wel
R10	Dat kan
R15	Ja…
R12	Maar het hoeft niet, want het kan ook gewoon voor de post zijn dat het lekker makkelijk is
R11	Maarja met dit wordt het dus wel vergemakkelijkt om… instanties te omzeilen, dus dat vind ik wel een nadeel
R15	Hmm
R12	Dat vind ik ook wel ehh… je weet niet wat er in een keuken gebeurt
R15	En ook niet buiten die keuken om hè want-
R14	Ik denk dat dit niet is bedacht met een negatieve intentie. In denk dat het meer voor de consument is bedacht van-
R12	-geld
R14	Nee dan kunnen ze gewoon makkelijk vinden waar ze zin in hebben en we willen het wel allemaal aanbieden-
R11	Denk je echt dat dat de reden is? Ik denk winst maken
R9	[Over R14] Vind ik optimistisch [lacht]
R11	Vind ik ook heel optimistisch
R15	De consument staat nooit op 1
R12	Ik denk echt dat het gewoon voor de omzet is
R10	Ik denk gewoon omzet ja
R15	Ja
R9	Ja het gaat gewoon om geld
R12	Makkelijk geld verdienen omdat je heel veel verschillende dingen aanbiedt, dus de kans dat je meer bestellingen krijgt dan als jij alleen maar spare ribs aanbiedt is veel groter dan-
R9	Precies
R15	Ja, je verbreedt je aanbod waardoor je automatisch je doelgroep verbreedt

R9	Dit is een onderbuikgevoel, dus niet per se hier op gebaseerd, maar toen ik het voor het eerst las moest ik gelijk denken aan content-farms, ofzo. Zeg maar, van het deed me gelijk denken aan diezelfde soort van *trend* van, van eigenlijk allemaal van dit soort- weet je net zoals- kijk bijvoorbeeld Uber is het grootste taxibedrijf ter wereld maar heeft zelf geen taxi's, Airbnb is het grootste hotelbedrijf ter wereld maar heeft zelf geen hotels, eh, het deed- gelijk dacht ik: 'ahhh daar gaan we weer, tis weer zo'n, zo'n, zo'n, zo'n virtual, zeg maar, zo'n ding is het' dus dat was de onmiddelijke-
R10	Ja…
R15	-een soort aanbieder zonder aanbod-
R9	-soort gut reaction die ik d'r van had
R12	Maar opzich, dit's dan wel- dit is wel een restaurant wat ook echt levert, zeg maar, dus het is niet-
R9	Ja
R12	Thuisbezorgd is eerder zoiets als Uber waar je heel veel restaurants kan vinden maar eigenlijk dat ze zelf geen restaurants hebben… maar hier krijg je wel je eten van, zeg maar, dus het is wel- het wordt alleen allemaal op één plek gemaakt maar ze leveren het wel zelf, dat is wel… dat wel
R9	Ja
R16	Moeten het per se allemaal verschillende keukens zijn? Want, je hebt toch ook virtual kitchens die dus zeg maar alleen zijn voor bezorgen, dus die hebben zelf geen restaurant, maar die hebben dan bijvoorbeeld alleen sushi. Of is het dan geen virtual kitchen?
Zoë	Ja kan ook, kan ook hoor
R16	Oja oké, want dan snap ik opzich- ik snap ook wel als je dat doet, als je in bepaald soort buurt woont of… dan… want…
R12	Ja of dat je geen mensen wilt ontvangen dat je het inderdaad alleen wilt bezorgen
R16	Ja maar dit is natuurlijk- waar wij nu de hele tijd over discussiëren is een specifieke vorm van een virtual kitchen dat je dus meerdere keukens aanbiedt
Zoë	Ja je kan inderdaad ook gewoon een-
R16	-is dat dan specifiek waar je het nu over hebt of…?
Zoë	Ja inderdaad wel als ze meerdere merken aanbieden. Maar je hebt inderdaad ook vormen waarbij het inderdaad gewoon één merk is, vanuit een locatie die niet toegankelijk is voor-
R15	Maar inderdaad wat jij [R15] zegt, het hoeft dus niet altijd zo te zijn dat- er staat hier '*vaak* bereiden ze meerdere soorten gerechten op één locatie' maar dat hoeft dus ook niet altijd
R16	Je had volgens mij een zo'n sushitent in Woerden da's toch ook een plek wat geen restaurant is- of meerdere trouwens- die naast de [winkel] maar ook in de [straat]. Ja [lokaal sushirestaurant] heeft wel een restaurant, maar…
Zoë	Het gaat er wel vooral om dat je niet- dat het niet toegankelijk is voor gasten, dus dat ze niet-

R11	-dat je niet naar binnen kan
Zoë	Ja je kan niet als gast naar binnen
R15	Oh je kan zelfs niet naar binnen? Dus ook niet om te wachten of-
Zoë	Nee het is uitsluitend bezorgen, niet afhaal. Het is echt, ja
R15 & R16	Ohhh!
R14	Dat's wel echt het verschil
R10	Het is gewoon echt een keuken
R16	Oh want bij die plekken in Woerden mag je volgens mij wel naar binnen
R11	Maar dat is gewoon takeaway
R16	Ja, ohhh oké dan heb ik het verkeerd in mijn hoofd
R14	Dat voelt wel een beetje sketchy, dat je zelf niet kan zien waar het vandaan komt
R16	Dus je mag niet eens- je kan niet eens naar de plek naar binnen?
Zoë	Nee je mag niet naar binnen
R16	Ohh oké…
R15	[Grapt] Dat verandert de zaak
R10	Dus dan moet je uitgaan van… recensies, of…eh…
R16	Ja precies, want ik dacht zelf-
R14	-zijn er geen filmpjes van ofzo…hoe het daarbinnen aan toe gaat?
R15	[Grapt] Ook AI
R14	Ik heb er nog niet zo'n heel goed beeld bij, wel een beetje maar…… ik geloof gewoon niet dat het zo sketchy kan zijn- of dat het zo slecht bedoelt is allemaal
	[Gelach]
R10	Nou ik denk ook niet dat het, dat het per se slecht bedoeld is maar…het kan… het is wel natuurlijk wel minder transparant dan een eh…
R13	Het is gewoon heel commercieel
R10	Ja
R13	Maar ik denk dat het dan ook een stuk minder duurzaam is als in de producten die er ook altijd…
Zoë	En waarom denk je dat?
R13	Naja, ik denk omdat het zo gemakkelijk gaat, zijn het natuurlijk ook- de doelgroep is niet… mensen die heel bewust bezig zijn waarschijnlijk met eten, denk ik, daar ga ik dan vanuit

R16	Maar ik denk- ja dat denk ik ook wel, en ik denk ook als consument als jij daarvoor kiest- kijk dat vind ik ook een beetje met dit soort plekken, je kan er wel misschien wel een beetje achterdochtig over zijn of iets, maar als je er zelf voor kiest als consument om hier te bestellen ja-
R11	Maar dat is dus niet duidelijk hè? Op de site staat niet van 'hoi ik ben een virtual kitchen'
R16	Ohh, dus dat's-
R13	Nee maar ik bedoel, sowieso als je bestelt, nou niet iedereen, maar ik denk als je vaak bestelt en je ziet zoiets staan denk ik niet dat je *heel* bewust bezig bent met 'oh ik ga vanavond gezond eten' en-
R15	-nee precies nee-
R10	-nee je bent dan niet bezig met-
R13	-ik ga biologisch eten zeg maar
R12	Als ik ga bestellen dan denk ik inderdaad niet 'ik ga even een gezonde…'
R13	Ja daarom, zeg maar, anders kook je zelf, waarschijnlijk
R12	Dan bestel ik wel iets als friet of pizza ofzo
R14	Ik vraag me af… hoe ze het overzicht in die bestellingen houden, want… nou ik werk ook bij [lokaal lunchrestaurant] en daar doen we ook aan Thuisbezorgd- zeg maar, kunnen we ook bestellingen binnenkrijgen en ook gewoon over de mail en over de telefoon dus dat zijn dan al drie plekken waar wij een soort bestellingen binnen kunnen krijgen… dus moet je nagaan dat je dat overzicht dan ook nog eens moet houden over je verschillende merken, gaat daar dan ook niet wat in mis?
R12	Maar ik denk dus dat dit dus alleen maar via een platform is
R11	Ja, denk ik ook
R12	Ik denk dus dat dit niet, dat dit zeg maar-
R14	-alleen via Thuisbezorgd?
R12	Dat denk ik wel
R11	Ik denk ook niet dat zij een telefoonnummer hebben
R15	Gewoon één kanaal
Zoë	Nee klopt het is wel vaak via een platform inderdaad
R10	Ik vraag me ook inderdaad af of je als je vragen hebt ofzo of ze dan wel makkelijk- ik denk dat je niks kan vragen ofzo… Dat ze daar niet zo goed in bereikbaar zijn
Zoë	Kan verschillen per…
R10	Ja…
	[Korte stilte]

R9 & R12	Ja…
R12	Verschilt ook inderdaad per virtual kitchen, maar het is inderdaad- het stomste is eigenlijk dat het- dat je het niet *weet*, kijk als jij ergens weet dat jij… ergens gaat bestellen waar meerdere dingen worden gemaakt, oké, maar als jij denkt 'ik ga… spare ribs bestellen' en je weet niet dat de rest er ook wordt gemaakt-
R11	-maar waarom zou dat erg zijn?
R16	Ik vind het wel een beetje je eigen verantwoordelijkheid, als je kiest ervoor om eten te bestellen… en het zou je zo erg uitmaken als het scenario wat jij nu schetst dan moet je hier meer onderzoek naar doen. En ja misschien is het dan niet goed te vinden maar dan boeit het je dus niet goed genoeg… Ik weet niet, ik kan niet zo goed- maar, ik vind- je moet ook wel als consument een beetje je eigen verantwoordelijkheid nemen en als jij-
R12	Ja dat is ook wel zo
R14	Als je iets nieuws ziet op Thuisbezorgd, dan ga je toch ook wel heel even kijken van 'oh huh waar zit dat?' ofzo, je nieuwsgierigheid wordt wel… geprikkeld
R16	Precies en dit is een heel- heel geniepig trucje maar ik vind nog steeds wel de cons- je kan niet alles, alles op die tent-
R12	Nee nee nee maar als er 'Bill's Ribs' staat, dan ga ik ervan uit dat ik bij een restaurant bestel waar ze ribs alleen maar maken
R14	Ja
R11	Maar hoezo?
R14	Ja de naam-
R15	-maar dat is toch altijd het vertrouwen dat je legt als consument in een restaurant, of in een- zeg maar-
R12	Sowieso, ik bedoel, de mensen bij ons vertrouwen ook dat *wij* het eten maken
R15	Ja en dat we gewoon schoon bestek enzo hebben
R16	Zou het jou boeien als je er dan achter komt dat het niet alleen Bill's Ribs is?
R12	Mij niet, maar ik kan me voorstellen dat er mensen zijn die het wel boeit
R16	Ja maar dan vind ik het dus je eigen verantwoordelijkheid
R13	Maar dan bestel je waarschijnlijk überhaupt niet
R12	Nee maar-
R15	-maar jij [R16] zei 'het is een heel geniepig trucje', maar eigenlijk zo geniepig is het niet-
R14	-da's gewoon marketing-
R10	-het is marketing, ja-
R15	-want de consument heeft er geen last van, in principe, en-

R16	-maar wat ik bedoel met ‘geniepig’, ze weten wel dat ze niet zeg maar… er wordt *bewust…*op deze manier niet aangegeven ‘ik ben één tent’, dat doen ze natuurlijk bewust
R12	Ja!
R16	Dus dat bedoel ik meer met ‘geniepig’, ze weten dondersgoed wat ze hiermee bereiken
R15	Gewoon slim
R16	Ja slim… inderdaad, maar ik vind- daarom zeg ik ook- ik zou die tent niet- ik vind eerder als consument ben je verantwoordelijk voor je eigen…
R15	-voor je eigen keuzes? Ja
R12	Maar je kan dit dus niet weten, je weet dit dus niet
	[Korte stilte]
R12	Ja wat niet weet wat niet deert toch
R13	Maar ik denk ook dat dit eigenlijk precies hetzelfde is als bij een supermarkt, eigenlijk is het hetzelfde concept
R10	Ja ik zat ook al net na te denken van daar heb je ook salades of klaargemaakte broodjes
R13	Ja maar sowieso alles wat er in de supermarkt ligt is heel bewerkt en kijk je eigenlijk niet naar zeg maar-
R10 & R14	Ja
R12	Ik kijk altijd wel op de verpakking hoor
R15	Ja maar het gaat verder dan de verpakking hè?
R10	Je kan daar ook niet in de fabriek naar binnen kijken
	[Iedereen praat door elkaar heen]
Zoë	Ik zie [R9] nadenken… Wat gaat er in je om?
R9	Ja ik zit dus eigenlijk- kijk over de kwaliteit van het *eten* dat denk ik dat is heel erg- daar kan je eigenlijk alleen maar aannames over maken-
R10 & R14	[Eens met R9] -Ja-
R9	-want dat verschilt ontzettend per ding. Ik zit veel meer na te denken over wat de economische, zeg maar implicaties hiervan zijn, van wat mij meer zorgen baart is de economische trend, en daar zit ik heel hard over na te denken, daar heb ik nog niet per se een eenduidig antwoord over, maar inderdaad kijk zeg maar de kwaliteit van het product… ja ‘whatever’, weet je, van dat zou heel erg van plek kunnen verschillen, daar kan je eigenlijk alleen maar aannames over maken… Ik zit meer te bedenken van hoe dit past in… het economische systeem waarin we leven en wat eigenlijk de incentives erachter zijn, van- en- ja maar goed daar heb ik nog niet- daar ben ik nog mee bezig, maar dat houdt mij meer bezig

R12	Daarin zou het voor de consument dan nog wel fijner kunnen zijn want omdat ze dus meerdere dingen aanbieden op één plek waarschijnlijk de kosten lager kunnen houden omdat ze dus meer geld binnen krijgen zou het juist in de tijden waarin alles heel duur is zou dit voor de consument juist zijn dat het een stapje lager is qua kosten, dus dat je voor iets *goedkoper* kan bestellen, omdat ze de kosten lager houden
R11	Maar is dat echt nodig, goedkoper?
R10	Ik denk ook niet dat je gaat bestellen als je- de prijs-
R12	-nouja als wij naar verschillende plekken kijken om te bestellen, dan kijken we wel naar de prijzen
R15	Ja
R10	Ja dan is het misschien ook meer ter concurrentie van andere plekken, dat zij dus spare ribs goedkoper kunnen aanbieden dan andere spare rib plekken
R12	Ja, precies
R10	Ik weet niet of dat *per se* de consument helpt
R15	Maar ongezond eten is ook vaak veel goedkoper en het eten dat vaak wordt aangeboden op van dit soort platforms is ook vaak goedkoop, of althans, ongezond
	[Verschillende deelnemers maken een twijfelend geluid als reactie op de uitspraak van R15]
R15	Nouja laast had KFC gemarket met het feit dat ze zeg maar een soort family deal aanbood die ervoor zorgde dat je voor 3,- per persoon iets kon… bestellen, en dan met de slogan van: 'goedkoper dan je boodschappen'. Nou… ja dan weet ik-... nou, als consument zou je dan ook wel kunnen denken van 'ja het is dan weliswaar ongezond maar het is goedkoper dan je boodschappen'
R12	Ja
R15	Ook wat [R11] net zei, als zeg maar- oh nee jij zei het tegenovergestelde, laat maar. Ja jij zei dat bestellen bijna even duur wordt als uit eten gaan
R11	Ja, vaak, denk ik. Maar niet altijd natuurlijk, ligt er heel erg aan waar-
R15	-da's waar
R14	Maar ik denk nu met… bestellen meestal dat je rond de 20,- p.p. kwijt bent… of ja, 15,-, 20,- en uit eten wel echt 30,-, 40,-
R11	Ik niet hoor
R12	Verschilt heel erg wat je bestelt. Dat verschilt echt want sushi is *echt* heel duur en een frietje is weer heel goedkoop
R10	Ja je kan ook gewoon een broodje halen ergens met een drankje erbij, dan ben je ook 20,- kwijt
R14	Moet het per se ongezond zijn?
R15	Nee, maar is wel vaak de keus denk ik

R10	Je hebt ook poké bowls enzo
	[Onverstaanbare uitwisseling tussen R13 & R15]
R16	[Onverstaanbaar]... ook als je- vooral als je van een restaurant bestelt
R13	Als je zelf thuis een pizza gaat bakken met heel veel kaas dan… is dat niet veel gezonder dan-
R16	Nee maar ik bedoel meer van bezorgen bij… euhm… zeg maar als het echt een restaurant is, en je kiest een bepaald soort gerecht…ehm… dan hoeft dat niet per se ongezond te zijn- per se een ongezonde keuze
R12	Nee ook niet alles wat wij serveren is ongezond
R16	Nee dat bedoel ik. Ik bedoel, je hebt ook gewoon restaurant waar je natuurlijk kan bestellen, gewoon met verschillende gerechten en als jij ervoor kiest om relatief gezond-
R11	Maar daar gaat het nu natuurlijk met die virtual kitchen niet over
R16	Nee dit is dan weer echt fast food natuurlijk, ja…
Zoë	We hebben nu zo een beetje wat dingen opgenoemd. Als jullie zo alles in je hoofd nemen, zou je dan hier, bij zo'n virtual kitchen bestellen als je dit zou weten?
R12	Het ligt voor mij heel erg aan de kwaliteit van het eten, als de kwaliteit van het eten gewoon goed is, maakt het voor mij echt niet uit
R15	Maar dat weet je niet, toch?
R11	Nou als je het een keer hebt geproefd, dan-
R14	Recensies
R10	Recensies
R11	Maar dan moet je het dus al een keer hebben gedaan
R15	Of recensies… ja
R14	Het zou mij echt geen reet uitmaken
R10	Eigenlijk is je vraag 'is het'-
R11	-'is het een barrière?'
R10	-'is het een factor?' Ja, is het een factor in de keuze die je maakt voor het restaurant waar je bestelt
R15	Ik vind het wel iets zeggen over de transparantie en als je dit weet, dan gaat er toch misschien al een belletje rinkelen van 'hey, waarom kan je daar niet zo maar even naar binnen lopen, waarom heb je geen zicht op wat er gaande is', met dat in mijn achterhoofd denk ik wel dat er een soort indirecte barrière gevormd wordt.
R10	Ja…komen meer vragen bij kijken

R12	Ja…
	[Korte stilte]
R12	Ja… ik vind het moeilijk
R16	Ja een beetje een lullig antwoord, maar ik zou sowieso niet snel dat soort eten bestellen dus-
R12	Ja maar bijvoorbeeld sushi ofzo hè?
R15	Maar het kan over alles gaan hè? Virtual kitchen is niet over… eh-
R16	Ja… nee klopt maar…ook sushi enzo… ja dat- oké ja [lokaal sushi restaurant] is ook niet- maar…
R10	-liever van plekken die je kent-
R16	dat is- dat ken ik ook omdat het een restaurant is
R14	Ja
R16	Dus sowieso niet echt via Thuisbezorgd bestellen überhaupt… altijd eigenlijk wel van de officiële…dinges, van de site ofzo, dus…
R12	Ja dat hebben wij eigenlijk ook wel… Ik zou inderdaad- omdat- ja wij bestellen dus inderdaad- dan gaan we zoeken op Thuisbezorgd en dan bestellen we bij een website, als iets dan al geen eigen website heeft om te bestellen, dan zou ik niet zo snel-
R14	-ja dat zou misschien ook een rol spelen-
R12	-ja dan zou ik al niet zo snel bij hun bestellen, want dan liever dat ik echt een soort business support, weetjewel?
R14	Ja je wil vaak toch ook wel een telefoonnummer om te bellen ofzo
R12	Ja maar ook al kan dat wel- ja ik weet niet zo goed… ik vind hem… moeilijk… ofzo…
Zoë	**Ik ga jullie nog iets uitdelen. Dit zijn enkele voor- en nadelen, jullie benoemden al enkelen, maar gewoon dat we gewoon even…op één lijn zitten**
	[Deelnemers krijgen ieder een papiertje met daarop enkele voor- en nadelen geprint] [Deelnemers lezen tekst]
R10	Hmm… ja… maar die keuzevrijheid bij de consument-
R12	-die weet je niet-
R10	-dat is natuurlijk… als- als ze dan… al die snacks onder dezelfde naam zouden verkopen, toch?
Zoë	Wat ik meer bedoel is- stel je hebt in Woerden maar één pizzatent, als er zo'n virtual kitchen komt, kan je pizza sushi- dan kan je meer kiezen wat je wil
R10	[Snapt Zoë's toelichting] Mmmm, ja, ja
R15	Ik vind dat aspect van voedselverspilling tegengaan, daar had ik eigenlijk zelf nog niet eens over nagedacht

R12	Nee vind ik ook wel een goeie
R15	Maar als er bijvoorbeeld inderdaad eh, zowel een Argentijn is als een… gewoon een spare rib ding maar die wel allebei gebruik maken van gepofte aardappels of friet ofzo, ja
R12	Gooi je wel minder weg
R15	Dan- dat vind ik dan wel weer een goed aspect eraan, zo had ik er nog helemaal niet over nagedacht
R12	Ja. Nee, nou aan de ene kant snap ik het concept van 'support your local ding' zeg maar, dat klopt ook wel, maar zo'n virtual kitchen zal nog steeds in Woerden zitten, zal nog steeds gewoon door mensen worden gerund die ook moeten eten zeg maar, het is niet een groot corporaal iets wat geld steelt zeg maar, het is- er is wel gewoon maar één keuken die dingen maakt, dus daar-daarom denk ik het is ook een soort lokaal… iets het is niet een restaurant, maar het is wel-
R11	-maar ook daarbij heb je wel weer heel erg *onzichtbaarheid*, je weet niet wie er is, je kan niet even iemand aankijken, je kan niet even naar binnenlopen om te kijken *wie* er daadwerkelijk-
R12	-nee dat klopt, nee je mist die transparantie dat is wel eh-
R9	-en het feit is als we economische trenden bekijken nu, is de kans *dat* dat wel iets is wat door grote corporaties in gaat ge- dat, dat, die kans is natuurlijk heel groot
R12	Ja tuurlijk
R9	Dus dat's…ja
R12	Maar ik bedoel 'de Beren' is ook wel een grote corporatie, dus dat is ook wel-
R14 & R16 tegelijk	-dat zit ook door heel Nederland, ja
R9	Ja
R12	Ja dus dat is ook al- dan zou ik bijvoorbeeld eerder naar bijvoorbeeld zo'n [lokaal restaurant] die dan… van *hier* is, zeg maar, en daar heb ik het wel weer mee
R11	Wederom *weet* je dat niet, als je dan een soort van online zoiets ziet dan *weet* je niet of het bij zo'n virtual kitchen wordt gemaakt of dat het iets lokaals is weer zeg maar
R12	Nee
R10	Ja tenzij je natuurlijk- tenzij je zegt van: 'oh ik kies voor dit leuke restaurant want dat ken ik al heel goed, dat is dat'
R11	Ja, ja, ja
R10	Dus als je daar echt heel veel om geeft dan ga je denk ik- moet je het denk ik wel kennen voordat je d'r iets van gaat bestellen
R11	Ja dat klopt…
R12	Nou bestellen wij vaak ook wel op aanraden *van* mensen. Dus die, die [lokaal restaurant] had ik via jou [R16]

R16	Echt? Oh
R12	Ja die had jij toen een keer- ja [lacht] Dus dat is dan ook wel dat je een soort van- dit zal je misschien- stel jij zegt tegen mij- jij hebt daar besteld en je zegt 'oh het was heel lekker' dan zou ik er ook bij bestellen, of het nou een virtual kitchen is of niet, als het lekker eten is, is het lekker eten, zeg maar. Dus dat is ook wel een beetje…
R15	Ja, dan, dan, dan maakt het eigenlijk niet zoveel uit dat het een soort van maatschappelijk… *minder*, soort van-
R12	Nee want ik bestel ook gewoon bij de Beren- ja nu dat doen we ondertussen niet meer- maar goed dat bestelde ik ook gewoon en dat was ook… niet lokaal zeg maar, dus dat is-
R13	Maar dat is dan meer persoonlijk?
R12	Ja
R10	Maar eh… 'leidt tot- kan leiden tot oneerlijke concurrentie met lokale restaurants', is dat in het geval dat zij- dat die restaurants ook veel afhangen van inkomsten van bezorgen, bijvoorbeeld? Of?
Zoë	Ja bijvoorbeeld
R10	Ja
R16	Maar dat is toch in principe wel met elke concurrent die erbij komt
R15	Ja
	[Enkelen zeggen een zin door elkaar heen]
R13	Zeg maar dat is wat [R9] zegt, dat wordt dan waarschijnlijk-
R16	-inderdaad want als er één zo'n tent komt dan heeft niet alleen de pizzeria een nieuwe concurrent maar ook de sushi en de-
R13	Ja. Ja, en in zoveel grotere hoeveelheden
R10	Ja omdat ze het goedkoper kunnen aanbieden hebben ze gewoon… een betere marktpositie om de online eh…
R13 & R16	Ja
	[Korte stilte]
R9	Uiteindelijk gaat het *allemaal* om-
R14	-om geld
R10	[Herhaalt R14] om geld
R14	toch weer… om economische systemen, ja [lacht]
R12	Het is wel zo, ja…
R15	Dat verbaast me niks

R10	Nee tuurlijk niet
R12	[Grapt] Ik ga dit ook beginnen jongens!
R15	Ja goed idee… ik zou het ook doen. Als jij nou eventjes de- waar heb je zin in? Vietnamees?
R12	Ja ik wil Vietnamees
	[Gesprek gaat kort over de vraag hoe lang een lokaal restaurant al weg is]
Zoë	**Hebben jullie verder nog reacties op wat we gelezen hebben?**
R12	Ik denk dat we de meeste voor- en nadelen ook al wel besproken hebben
R14	Ja…
	[Korte stilte]
Zoë	**En als je er nu nog een keer over nadenkt zou je misschien nu *wel* of juist *niet* of…bestellen bij een-**
R10	Nou het trekt me gewoon minder. Ik- als ik- zeg maar om- omdat ik zelf al niet vaak bestel, wil ik dan *als* ik het bestel graag bij een goed restaurant wat bestellen, dat je gewoon wat lekkers hebt
R12	Ik heb het vooral denk ik vanwege dat, dat, dat er geen- dat het moeilijk is om het te controleren. Zeg maar, ik kan bij elk restaurant bestellen wat ik wil en ik weet in ieder geval wel dat het er soort van schoon- het is in ieder geval gecontroleerd, je weet dat het hygiënisch en schoon- want dat *moet* eigenlijk en hier weet je dat gewoon niet altijd. Dat zou denk ik voor mij het meest een punt zijn ik weet natuurlijk niet waar- wat-
R16	En nu je ook weet dat de inspecties moeilijk te-
R12	-ja, ja er is geen inspectie geweest, dus ze houden zich dus niet aan die maatstaaf, misschien doen ze dat wel maar je weet het niet
R10	Nee, je kan er niet vanuit gaan
R12	Ja
R15	Ja het is heel persoonlijk. Wat zet je voorop? Zet je dan kwaliteit voorop of zet je *kwantiteit* voorop? Denk dat dat ook gewoon-
R12	-ja het ligt ook aan je eigen financiële situatie
R14	Ja. Heb je wat minder te besteden? Maakt het je niet uit?
R15	Ja, dan zet je eerder gewoon veel voor weinig voorop dan zeg maar kwaliteit voor wat meer. Maarja friet blijft friet denk ik dan ook
R14	Ja als het uit de frituur komt dan zijn al die bacteriën- [lacht]
R12	[Lacht]
R10	Ja…

R12	Ja…
Zoë	Iemand anders die van mening is veranderd? Of juist niet?
	[Deelnemers zijn even stil]
R11	Ja ik vind het gewoon een beetje- een beetje Black Mirror vibes krijg ik een beetje, ik vind het gewoon een beetje ontmenselijking-
R9	-ja dat heb ik dus ook een beetje, van-
R11	-van dan dat het maar in een soort hele grote fabriek- niemand kan echt naar binnen, je weet niet wat er gaande is, en er wordt maar eten uitgepompt om zoveel mogelijk winst te maken, ja ik wordt er heel naar van
R10	Ja klopt wel
R12	Ja dat- dat heb ik ook wel een beetje
R14	Ja
R10	Ja
R9	Ja het's wat ik zei hè, het is gewoon een beetje- het geeft bij mij diezelfde soort gut reaction als content farms, ofzo, van het- van het- ja
Zoë	Gewoon heel commercieel?
R10	Ja heel commercieel ja
R15	Dat is het, ja
R12	Ja gewoon geld om het geld maken
R16	Ja wat ik eigenlijk heel erg jammer vindt bij iets zoals eten omdat het ook gewoon…-
R12	-och ik hou van eten!-
R16	-als je het budget hebt, ja dat er ook wel gewoon… ja het klinkt heel zweverig maar gewoon ook als je- gewoon authentieke dingen- dat wordt gewoon op deze manier natuurlijk *helemaal* verloren gegaan
R15	Ja ja ja
R10	Ja
R15	Het is ook gewoon een soort- ja, ik vind eten ook wel gewoon een soort kunst, toch?
R10	Jazeker
R12 & R16	Ja
R15	Ja gewoon iets authentiek, echt *smaken,* ja
R10	En van die mensen die echt gepassioneerd over zijn, die precies weten wat voor ingrediënten d'r in de… in't het gerecht zit

R12	Ja. En ik bedoel het is in Azië al lekkerder dan hier en dan wordt het hier eigenlijk nog verder soort… afgeslacht, om het maar zo te zeggen
R16	Ja
R12	Ik ga ook als ik inderdaad echt Aziatisch of Thais of whatever, Zuid-Amerikaans, weet ik veel ga eten, dan zoek ik wel- nou ja in Woerden niet maar in Utrecht zoek ik dan wel naar iets waarvan ik weet dat die mensen dan… er vandaan komen
R15	Ja, elke keuken in Nederland is wel vernederlandst hoor-
R10	-of er kennis over hebben-
R15	-gemiddeld…gemiddeld,-
R10	-of gewoon kennis erover hebben-
R12	Ja maar ik bedoel de Vietnamees waar ik in Utrecht normaal heen ga dat zijn echt Vietnamezen kan ik je vertellen
R15	Ja dat is wel nog een soort authentiek dan
R12	Ja precies dus die weten- die, die komen er in ieder geval- misschien niet zijzelf vandaan maar-
R15	-maar alsnog is het vraag en aanbod hè want uiteindelijk worden de smaken altijd nog wel aangepast aan de Nederlandse consument
R12	Tuurlijk, ik bedoel, de broodjes die zij gebruiken zijn in Vietnam anders dan hier, dat is tuurlijk zo, maar… zij weten wel *meer* van de keuken dan ik, zeg maar
R10	Je wil mensen- je wil mensen die eh…met een passie of zeg maar met een reden deze keuken hebben gekozen, dat ze, dat ze er gepassioneerd over zijn, dat ze er kennis over- zeg maar dat is- dat is het mooie aan uit eten gaan, of, of ergens eten bestellen in plaats van dat je het zelf kookt
R12	Ja, ik eet ook uit eten veel lekkerder als ik weet dat er iemand in de keuken staat die het echt naar zijn zin heeft
R10	Ja
R12	Weetjewel zo'n zo'n Italiaanse pizzab- ik hou helemaal niet van pizza- maar zo'n Italiaanse pizzabakker die daar helemaal met z'n deeg zo staat [beeldt pizzabakker uit]
R11	Maar dat vind ik dan wel een beetje scheef met wat je net zegt want net zei je wel van 'nou als het lekker smaakt boeit het me niet zo veel'
R12	Ja maar dat is eerder met ehm… gewoon friet ofzo, of dingen. Maar als ik echt een *keuken* ga bestellen is het voor mij wel anders
R11	Ja
R12	Nederlands eten- dat kan mij niet boeien [lacht]
R11	Ja

R10	[Grapt] ‘Ik wil wel weten waar mijn aardappelen vandaan komen! In welk vet het heeft gezeten, ja’
R14	Maar daar kunnen ze dan ook niet mee adverteren
R14	Ja dat weet je niet. Ik denk het wel hoor
R15	Nee ik denk het niet
R14	Ik denk het wel
R15	Nee
	[Gelach]
R10	[Grapt] ‘Het moet op de perfecte 175 graden’
R12	[Lacht]
Zoë	En nu jullie dit zo weten denk je dan ‘volgende keer dat ik bestel ga ik even checken wat het adres is’, of denk je van, ‘als ik heel eerlijk ben-
R10	-ik denk het wel-
R12	-nou *jawel*, maar ook omdat ik nieuwsgierig ben gewoon van ‘oe zou dit er eentje zijn?’ weetjewel
R11	[Lacht]
R14	Ja, omdat je het nu weet
R12	Ja, ik heb er nooit over *nagedacht* om het te doen, maar ik zou het nu wel doen
R10	Ja ik ook
R14	Ja
R12	Dat wel, ja
Zoë	Wat denk jij [R11]?
R11	Ja ik bestel nooit eten en ik ga het ook nooit doen [lacht]
R15	Je gaat echt *nooit* bestellen?
R11	Ik bestel nooit eten
R12	Haal je dan gewoon af, of?
R11	Nee!
R10	Ja maar ik heb dit- ik heb dit ook nooit
R11	Ik heb geen geld joh, ik ben- en ik vind het ook zonde-
R10	-ja maar als je iets makkelijks wil-

R11	-als ik dan- ik zou dan eerder *afhalen* nog, want ik vind het dus ook wel- ja dat's ook een andere discussie- maar ik vind het dan ook gewoon wel fijn om even zo… mijn deur uit te lopen en m'n eten te halen
R12	[Lacht]
R16	Ik snap dat ook wel hoor, want- ja…
R10	Het komt ook mij- bijna nooit voor dat ik een hele dag *niet* de deur uitga, dus dan kan je net zo goed even pizza halen bij de supermarkt
R12	Ik had dat inderdaad toen ik op kamers woonde ook, dat ik dan af en toe- ik moest altijd wel iets doen, maar nu woon ik thuis ik kan echt gewoon- vandaag dat ik hierheen kwam- ja ik moet de hond uitlaten- maar ik bedoel, dat ik hierheen kom is wel de eerste keer dat ik echt mijn huis uitstap zeg maar
R15	Aw
R12	Dat is wel- als ik, als ik verder niks gepland heb dan hoef ik echt mijn huis niet uit
R11	Maar ik vind het ook heel normaal dat eten iets is waarvoor je een *activiteit* moet verrichten
R10	Ja
R11	Ik vind het een beetje onnatuurlijk dat het maar gewoon voor je neus wordt geschoven
R13	Dat je niet- *helemaal* niet weet waar het vandaan komt-
R12	-nee en ik vind een soort van-
R13	-dat het uit het niets voor je deur verschijnt
R12	Ja
R15	Maar is dat niet ook een beetje een soort van…-
R14	-deze tijd-
R15	-is dat niet ook een beetje een soort van… cognitieve dissonantie reductie? Zeg maar, je weet het niet letterlijk-
	[Gelach]
R16	Toegepaste psychologie
R15	Nou ja zeg maar… jij zegt dat je iets moet doen voor je eten om een soort van te weten waar het vandaan komt maar je weet-
R11	-nou niet per se te weten waar het vandaan komt, maar ik vind het gewoon…niet echt… eerlijk, of niet echt… dat het maar gewoon- dat je zomaar op je wenken zo bediend kan worden?
R10	Nou dat is wel- dat is zoiets- dat is wel iets wat gewoon- consumentenged- hoe zeg je dat? We leven echt in een consumentenge-
R16	-consumentenmaatschappij-

R10	-consumentenmaatschappij, ja, dat het- dat het heel erg ook- dat- dat je spullen bestelt en dat het de volgende dag geleverd wordt, maar dat is best wel eh… iets wat heel erg normaal is geworden-
R11	-het feit dat alles alleen maar sneller-
R10	-waardoor het alleen maar sneller moet- je hebt van Ronny Chieng, dat's een comedian, die heeft daar een heel grappig stuk over geschreven dat, dat we binnenkort Prime Now krijgen, dat als je het *nu* bestelt dan moet je het ook *nu* krijgen. En dat het alleen maar erger wordt, en dat is natuurlijk met Thuisbezorgd ook, dat je… je wilt graag zo *snel* mogelijk en zo *goedkoop* mogelijk, en-
R11	Ja
R12	Maar dat heb ik in een restaurant ook wel want wij zijn soms eten aan het maken en dat duurt 20 minuten, sorry hoor maar dat vind ik echt niet lang 20 minuten, half uur om je eten- en dan komen mensen al piepen 'waar blijft mijn eten?'
R14	Ja
R10	Ja klopt, maar dat is een gevolg daarvan denk ik
R12	Ja
R14	Maar sowieso korte aandachtspan is heel erg een ding van nu
R16	Onze prikkels zijn helemaal naar de-
R12	Ja
R10	Ja
R12	Maar ik weet niet zo goed, ik heb dat met bestellen- ik snap wel…wat jij zegt, maar ik heb dat zelf…heb ik dat niet zo-
R14	-ik heb dat ook niet zo
R12	Misschien omdat ik ook zelf meer buitenaf woon dus voor mij is afhalen gewoon… echt wel meer moeite. Want in Leeuwarden deed ik het bijvoorbeeld wel meer en toen ik in Utrecht woonde ook, maar… ik weet niet ik heb nu wel- kijk als het stormt ofzo en je gaat dan eten bestellen dan vind ik je gewoon een klootzak, maar… dan-
R14	[Grapt] -nou dan heb ik al helemaal geen zin om de deur uit te gaan
R10	Nee maar ik herken wel-
R12	-nee maar dan eet ik wel brood ofzo, ik vind dan niet dat een bezorger dan door de regen moet
R9	Eum in deze discussie merk ik enigszins dat we d'r van uitgaan- dat we soort van uitgaan van een soort 'able bodied person' in alles wat we zeggen
R16	Hoe bedoel je?
R9	Nouja dat we d'r- zeg maar, we gaan er dus enigszins met veel van deze dingen- ik z- kijk, aan het begin zei ik zo van 'oké, maar er zou bijvoorbeeld ook een reden kunnen zijn- bijvoorbeeld

	een *medische* reden waarom je iets bestelt' ehm.. en in de zeg maar- de huidige manier waarop we er nu over praten als in, van 'mensen bestellen iets omdat ze lui zijn', tuurlijk dat gebeurt weet je wel, dat ontken ik ook niet, of weet je in al *die* context, weet je van- maar we voeren deze discussie heel erg met een ja- een *able bodied person* in gedachten
R12	Maar het is voor mij een soort logisch dat je die mensen daar niet bijrekent, want het is logisch dat als jij niet kan lopen of in een rolstoel zit dat jij wordt uitgesloten van het afhaalfeit
R9	Maar het gaat natuurlijk niet alleen om bijvoorbeeld iemand die- waar iemand bijvoorbeeld fysiek iets mee mankeert, het kan bijvoorbeeld ook zijn dat je vanwege *mentale* redenen bijvoorbeeld een- een- dat- dat- dat probleem zou kunnen hebben
R12	Ja tuurlijk, nee maar dat is ook zo, ik heb zelf ook een angststoornis ik voel dat wel, maar in mijn hoofd, als ik zo'n discussie heb dan, misschien is dat alleen bij mij niet bij andere mensen, maar, ik praat dan niet over die mensen, zeg maar
R15	Je praat eerder over de norm dan over de uitzondering
R12	Ja, ja want ik, ik, zeg maar ik vind het alleen maar goed dat, dat je dan kan bestellen en dat je dan- dat het inderdaad aan je deur geleverd kan worden maar, als ik dan discussieer of over dat soort dingen heb, en misschien moet ik dat dan zeggen, maar in mijn hoofd hoor je er dan- gaat het dan niet over jou
R10	Op alles zijn uitzonderingen dus-
R12	-ja-
R10	-je kan nooit voor iedereen spreken want dat is *sowieso* niet mogelijk in discussies
R9	Nee tuurlijk dat is zo, dat snap ik, maar om even te zeggen-
R10	-maar het is een goed punt dat dat-
R9	-als iemand die *zelf,* zeg maar… 'gehandicapt' is, heb ik dan ook het idee van 'oké', maar dan- weet je van- daar ga ik dan aan denken, van dat ik dan inderdaad denk van 'oké, ja, maar, hè, weet je, die situatie is er *ook*' dus daarom wilde ik het dus gewoon even noemen
R10	[Begripvol] Ja, hmhm, nee maar dat klopt inderdaad
R12	Nee dat snap ik. Ik heb die wel in m'n hoofd zitten, zeg maar, maar het is niet dat ik er niet aan denk-
Zoë	-je spreekt meer vanuit *jezelf*-
R9	-Ja ja ja-
R12	-inderdaad ja. Het is niet dat ik er niet aan denk maar ik heb het wel in m'n hoofd zitten
R16	Ja maar daarom is het ook heel erg goed dat je het zegt, want, ik bedoel, Zoë jij vroeg natuurlijk ook van 'zou *jij* bestellen?'-
Zoë	-ja dus echt je eigen ervaring-
R16	-als ik het er dan over heb heb ik het over *mijn* positie dus ik vind het ook heel erg goed dat jij nu *jouw* positie benoemt

R9	Nee ja, precies
R16	Maar ik bedoelde het ook eigenlijk niet vanuit de algemene… consument, maar meer hoe *ik* hier dan in-
R9	-het is misschien meer van, om 'm dan ook even vanuit mezelf te spreken…eh… zeg maar… eh…misschien is het ook meer van dat soort termen zoals bijvoorbeeld *'luiheid'* of dat soort dingen, als dat heel erg gebruikt wordt als een argument, dat is *voor mij* een beetje zeg maar-
R10	[Begripvol] Ja dat- ja
R16	[Begripvol] Ja
R14	[Begripvol] Ja dat snap ik
R9	Zeg maar dat, dat, dat, raakt mij een beetje, zeg maar, want dat is dus, zeg maar [struikelt over woorden] [lacht] sorry, maar ik heb dus wel- kijk, ik heb wel meer te maken in mijn leven dat ik het verwijt op me heb geslingerd gekregen dat ik *lui* ben omdat ik bepaalde dingen niet kan doen, dus daarom- dat's- soort triggerend, beetje
R14	Maar je hoeft onze woorden niet persoonlijk op te nemen
R9	Nee nee nee snap ik, maar dat's gewoon effe, maar daarom wilde ik het gewoon even zeggen, dat het daardoor- dat dat, dat-
R12	-nee het is goed dat je het zegt, maar als we inderdaad 'lui zeggen', dan… bedoelen we- als ik-
R14	Uit eigen ervaring, *ik* voel me wel soms lui omdat *ik* dat zo…
R12	Ja…
Zoë	Maar zou je dan eh, jouw kant van het verhaal willen toelichten?
R9	Nouja, kijk wat ik- kijk, in ieder geval… ehm, ik heb zelf dus ook een beetje die gut reaction hierop dat ik denk van 'het voelt niet helemaal chill', maar aan de andere kant zit ik, inderdaad ook wel te denken van 'ja oké, maar als het dus inderdaad wel een manier zou kunnen zijn om bijvoorbeeld, het *goedkoper* te maken op die manier om zeg maar bij iemand eten te krijgen als ze een keer echt een slechte dag of whatever hebben', ja dan zie ik die kant er dan ook wel weer van
R10	[Begripvol] Hmhm
R12	Ja
Zoë	Ja. Voor- en nadelen…
R9	Ja, dus, van-
R16	-ik denk dat het in sommige situaties ook wel voor mensen juist fijn kan zijn deze optie
R12	Ja, want als je gewoon niet veel geld hebt maar je hebt inderdaad gewoon een keer- dan kan je gewoon niet- en dan kan je wel nog steeds… *eten*, zonder dat je gelijk brood of rijst- droge rijst ofzo moet gaan zitten eten zeg maar…
R9	Precies ja

R12	…waar je dan als je geen eten gaat halen of waar- vaak of je niet kan koken *ook al* geen energie voor hebt om *dat* überhaupt te doen, dus dan…is dat als je low budget hebt, dan is dat ook wel gewoon fijn dat je 't *wel* kan bestellen
R16	Het hangt eigenlijk ook heel erg van de persoonlijke consument af
R9	Ja
R12	Ja… maar dat is natuurlijk ook sowieso wel, het is per persoon ook zo… *verschillend,* want wat jullie [R10 & R11] zeggen dat jullie überhaupt al eigenlijk nooit bestellen… dat is natuurlijk ook wel weer… een soort persoonlijk, zeg maar
R10	Ja maar dat is natuurlijk sowieso *alles*
	[Gelach]
R12	Ja…
R10	Ja…
	[Korte stilte]
R15	Er er is ook geen goed of fout
R10 & R12	Nee…
R15	Er is gewoon *een* keuze die je maakt en daar hangen gewoon consequenties aan, nou consequenties, er- gewoon actie reactie
R12	Ja, dat klopt. En daarom zijn discussies ook goed
R16	Ja dat vind ik wel gaaf, dat je er ook voor hebt gekozen om zo'n 'focus group' heet dat toch? te doen dat je juist- juist heel erg persoonlijke… perspectieven krijgt, zeg maar
Zoë	Nee maar, inderdaad, als je af en toe denkt van 'ik wil ook mijn kant vertellen' dan mag dat natuurlijk altijd, dat is alleen maar waardevol inderdaad. En ik denk inderdaad dat iedereen vooral vanuit *zichzelf* spreekt en niet per se… iets oplegt van 'dit is altijd zo' maar meer gewoon inderdaad vanuit persoonlijke-
R11	-maar ik had er nooit echt nog zo over nagedacht, wat jij [R9] zei
R10	Ik ook niet, nee…
R15	Ik vind überhaupt onze antwoorden best wel divers
R12 & R16	Ja
R15	Ik vind niet- want we z- ja… het is niet alsof we echt allemaal uit een *heel* verschillend milieu komen, ongeveer dezelfde leeftijd… [grapt] nou *ongeveer…*
	[Gelach]
R15	…maar we denken toch wel allemaal vanuit verschillende perspectieven en we hangen onze eigen normen en waarden wel vast aan onze keuzes

R10, R12 & R14	Ja
R12	Het is ook letterlijk… hoe je opgegroeid bent, met wat je ouders doen, want ik ben gewoon gewend aan dat wij- nou ja dan friet halen, dat is misschien niet bestellen, maar minstens één keer per week *dat doen,* dus dat is ook waar je mee opgroeit met wat je gewend bent zeg maar
R10	[Eens met R12] Hmhm
Zoë	Zeker, kijk ik had er ook een vragenlijst uit kunnen sturen dat je alles op 1 tot 5 rankt maar het gaat juist om je verhaal erachter, en vanuit waar- vanuit welk punt je iets doet en welk perspectief
R9	Hmhm
R10 & R12	Ja
R10	Ja de motivatie, ja
R14	Ik denk dat het vroeger ook wel normaler was om eigenlijk af te halen hoor, dus inderdaad dat je wel je huis uit *moest*
R12	Ja met social media tegenwoordig… ik bedoel, toen ik jonger was toen was Thuisbezorgd er nog niet eens, dan *moest* je wel gaan halen zeg maar, of je kon bellen
R14	Nee precies
R12	Maar je kon niet effe met een klik-
R15	-zo'n afhaalflyer, dat je dan er zo opkeek en daarna belde je het nummer van de Chinees
R12	Ja nou bij de Chinees bij mijn opa en oma *kennen* ze mijn opa gewoon, zeg maar, daar zien ze het nummer en dan denken ze 'oh dat is meneer Willem', ja dat is gewoon- hij bestelt alleen maar als we met heel veel familie zijn, zeg maar, dus het is niet alsof hij elke week Chinees bestelt, maar dat is toch een- je hebt dan ook een soort meer *band* met waar je bestelt, we kregen dan altijd gratis kroepoek enzo…
R15	Misschien is dat ook wel een beetje waar Gita het over had
R11	Sorry ik was uitgezoned
	[Gelach]
R12	Nou dat als je- dat het nu een soort, allemaal… zo ver is, want als je afhaalt dan zie je ook de gezichten. Ook bij de Chinees bij mijn opa en oma daar kennen ze mijn opa's telefoonnummer, zeg maar, en we kregen ook gratis dingen omdat je- vroeger kon je niet via een telefoon bestellen, mijn opa doet dat dus nog steeds niet, en als je afhaalt heb je dat ook meer, dan zie je de mensen waar je afhaalt, dan krijg je nog eens soort van… menselijke-
R15	-interactie-
R12	-interactie inderdaad, en dat is…natuurlijk in de social media age wel veranderd
R11 & R15	Ja
R12	Het was vroeger niet…met de klik van een knop had jij iets besteld, je moest in ieder geval bellen

R11	Ja ik vind het gewoon zo ongelofelijk *passief*
R12	Ja dat is het ook, [grapt] maar het leven is ook passief, nee grapje [lacht]
R11	Nou niet per se…
R15	[Grapt mee] Dat hoeft het niet te zijn
Zoë	Oké we zijn nu… ongeveer halverwege, ik stel voor dat we even-
R10	-echt?-
Zoë	-ja het tweede deel duurt iets minder lang hoor maar laten we even tot… vijf voor een pauzetje inlassen? Dan kan iedereen even naar het toilet of drinken. Dan beginnen we weer om 55 zou ik zeggen
	[Deelnemers hebben 10 minuten pauze] [Focus group hervat om 1:19:30]
Zoë	Nou… komen we bij het *tweede* deel. Ik ben eigenlijk wel heel erg benieuwd of jullie vinden of het concept verbeterd *kan* worden, en zo ja, *hoe* jullie denken dat het verbeterd kan worden, echt om je eigen belangen te behartigen, dus denk vanuit jouzelf als consument zijnde. Ik wil jullie vragen om individueel even een verbetering te bedenken in je hoofd, en dan ga ik zo het rondje af
	[Stilte] [Gelach]
R10	Ja ik denk dat het voor zich spreekt
R14	Ja ik denk dat iedereen misschien wel een beetje hetzelfde antwoord krijgt
Zoë	[Uitdagend] Nouu… kan verschillen
	[Deelnemers denken nog even na]
Zoë	Heeft iedereen iets bedacht in zijn hoofd?
	[Deelnemers zeggen 'ja']
Zoë	[R11], dan begin ik even bij jou
R11	Ja ik heb echt geen verbetering kan ik bedenken
Zoë	Nee? *Vind* je dat het verbeterd moet worden?
R11	Nee ik vind dat het *verboden* moet worden
R12	[Verbaasd] Woww!
Zoë	Leg uit, leg uit
R11	Nou ja… ik vind het gewoon- ja zoals ik al zei, ik ben gewoon een beetje… tegen dat gezichtsloze…geldmachine… idee wat hier- dit is daar echt gewoon een soort prototype voorbeeld van denk ik. Dus ik zie niet echt in hoe het, hoe het beter kan. Ik zou gewoon weer lekker naar de locals, lekker daar weer bestellen, lekker uit eten gaan of zelf koken

Zoë	Jij zegt niet ‘het is de… de verantwoordelijkheid van de consument’? Dit moet echt vanuit een hogere macht verboden worden?
R11	Ja… maar ik ben ook wel een communist
	[Gelach]
Zoë	[R9], wat heb jij in gedachten?
R9	Ik sluit me daar deels bij aan, en dat ik dus ook wel een beetje geloof dat dit soort dingen dus eigenlijk niet helemaal bij de consument…komen te liggen. Zelf zat ik te denken aan dat ik gewoon meer *transparantie* zou willen hebben. En *iets* van *anti-monopolie*, zeg maar, *wetgeving* of iets in die richting, zat ik aan te denken
Zoë	En is dat dan bijvoorbeeld een maximum aantal merken dat je mag runnen vanuit een virtual kitchen of?
R9	Zoiets, ik ben zelf geen politicus of wetgever dus daar heb ik dan weer niet de- maar in ieder geval, zou ik wel graag willen zien dat er op *één* manier wel beperking op zou geplaatst worden
Zoë	[Knikt] [R16], wat had jij in gedachten?
R16	Ik denk op dat gebied ook, de transparantie maar ook gewoon… de inspectie enzo, gewoon, dat er…meer op tafel ligt ‘wie zijn ze, wat zit er achter’, en ja, dus ook die inspecties dus dat je niet weet of die tent eigenlijk wel helemaal… oké is, al is het alleen al op het gebied van hygiëne, omdat het zo anoniem is, dat ze daar ook niet bij kunnen, dus überhaupt de anonimiteit dat ze er zo makkelijk mee weg kunnen komen… *klopt* niet helemaal, denk ik…
Zoë	En hoe zou je het dan liever zien? Als je echt een concrete oplossing zou moeten verzinnen- of verbetering?
R16	Ja ik vind dat ook wel heel moeilijk om daar dan een oplossing voor te bedenken, maar ik denk dat het gewoon heel erg belangrijk is….dat je überhaupt niet zo’n tent mag hebben als je niet zo'n inspectie hebt of als je niet gecontroleerd bent of dat er wel *iets* van… zekerheid- ik kan niet zo goed op de goede woorden komen maar…… ja ik vind het heel gek dat je zomaar weg kan komen met bepaalde dingen, en…
R14	Dus jij vindt eigenlijk dat ze ervoor uit moeten komen om te zeggen van ‘nou wij zijn één keuken maar we bieden *dit* aan op dat platform en *dit* op dat platform?
R16	Maar ook als het gaat om die inspecties kijk ook als die allergenen enzo allemaal door elkaar kunnen en- dat is natuurlijk hoe dan ook niet oké, als in-
R14	Maar dat heeft dus te maken met dat ze bij de KvK wel gewoon ingeschreven staan op *die* locatie
R16	Ik weet niet hoe dat allemaal werkt maar omdat hier [papier met uitleg] ook zo staat van ‘ja ze kunnen niet met de inspecties- het gaat niet helemaal goed’ ja dat vind ik al wel heel kwalijk eigenlijk
R15	Ja op het moment dat iets verkeerd geregistreerd staat- of ‘verkeerd’, gewoon, op het moment dat iemand iets registreert als een postkantoor of… ja gewoon waar je je post naar verstuurt,

	dat is volgens mij eigenlijk gewoon een soort van, wat Zoë net ook al zei, het is een soort van naar je eigen hand draaien en eigenlijk een beetje een ontduiking van de feiten
R16	Ja ik vind ook gewoon de transparantie moet gewoon meer zijn, en ik, sorry ik zou niet kunnen zeggen hoe of wat-
R14	-gewoon actiever?
R16	Ja ik weet niet gewoon… alles voelt te- sowieso te anoniem op mens tot mens, maar…ook gewoon… wat zit hier achter? Dat vind ik gewoon te onduidelijk
Zoë	Oké, dankjewel [Kijkt R13 aan]
R13	Ja ik denk ook wel wat *jij* [R16] zegt, maar ik denk dat er dan inderdaad meer vanuit…de overheid, of zeg maar vanuit de… hoe heet dat, de NVWA dat dat meer- actiever gecontroleerd zou moeten worden. En ik denk ook dat het misschien- dat het ook veel lokaler zou kunnen… gemaakt worden. Bijvoorbeeld je hebt [lokale supermarkt die lokaal verkregen goederen verkoopt], dat is een supermarkt. Als je zoiets bijvoorbeeld hebt met afhaaldingen- dan wordt het natuurlijk een stuk minder goedkoop en het heeft natuurlijk ook veel nadelen als consument en als je voor gemak wil gaan… maar ik denk als je bijvoorbeeld zoiets hebt, en dan voor… dat je het toch een soort van dat mixt, dat lijkt mij wel… ik zou dat wel doen
Zoë	Oké. Thanks [Wijst R14] aan
R14	Ja ook de openheid… eh…ja sowieso dat dat adres moet kloppen, dus dat ze gewoon…ja die inspecties gewoon goed en duidelijk plaats moeten vinden. Ja dus ook wel dat de autoriteit ervan afweet van 'oké, in *die* keuken…bezorgen ze vanuit dat merk en vanuit dat merk', dus ook dat de overheid ervan op de hoogte moet zijn……Ja voor de rest… ja… vind *ik* dat het *mag* bestaan, ik ben er niet tegen ofzo…
Zoë	En als je denkt aan de consument, van 'hoe kan die beter geïnformeerd worden', bijvoorbeeld is dat iets…?
R14	Ja het wordt dan aangeboden op Thuisbezorgd dat je toch een *naam* misschien ook krijgt van gewoon een eigenaar ofzo en dan…dat je dus kan kijken van 'oh, hij is de eigenaar van *dit* maar ook van *dit*, oh nou dan zou dat wel misschien in dezelfde keuken gemaakt worden', zoiets
Zoë	Hmhm, oké [R15]?
R15	Ik zou dan wat meer kijken vanuit het… kader van authenticiteit, van als je meerdere restaurants aanbiedt zou *ik* het persoonlijk fijner vinden als dat wel allemaal een beetje binnen hetzelfde kader blijft, want als… hetzelfde moederbedrijf soort van zegt 'we hebben een specialisatie in Italiaanse keuken, Vietnamese keuken, Spaanse keuken' ja dan ben je dus niet gespecialiseerd. Dus dan vind ik dat je verschillende gerechten misschien alsnog wel onder verschillende restaurantnamen mag aanbieden, maar dan wel wat meer in dezelfde keuken trant, zodat die specialisatie een beetje hetzelfde blijft en dus de authenticiteit een beetje blijft bestaan… zonder dat het echt afdoet aan de kwaliteit
R11	Maar zou het dan echt dezelfde soort keuken moeten zijn, maar dan onder andere namen?
R15	Niet-

Zoë	-bijvoorbeeld pizza en pasta apart?-
R15	-*Bijvoorbeeld*, ja toch iets meer kaderen, in plaats van pasta en sushi en Thais en ja
R11	En wat is dan de toegevoegde waarde van… het *wel twee* namen laten hebben als het toch bijna hetzelfde is?
R15	Dat het niet *daadwerkelijk* hetzelfde is, en dat er een stukje authenticiteit aan blijft hangen en daardoor ook wel misschien iets meer *kwaliteit*
R14	Maar met spare ribs of een snackbar… maakt dat in principe toch ook niet-
R15	-nee maar ik heb het nu echt over zeg maar pizza én sushi én zeg maar- die *extreem* verschillen, daar zou ik dan wel verandering in willen zien
Zoë	Ja [Geeft R12 de beurt]
R12	Nou voor mij is het inderdaad die controle, ik vind gewoon dat als jij een restaurant hebt en er kan geen controle bij jou worden gedaan dan moet je gewoon stoppen met eten produceren want ik vind het raar dat als zij bij een adres komen en er is niks dat je dan zegt van 'nou, pech!', zeg maar, ik vind gewoon dat je dan moet zeggen 'dan stop je dus met eten maken tot wij echt komen controleren'. En ik denk ook dat als jij als consument zou ik dan bijvoorbeeld willen zien- je hebt nu dat bezorgrestaurant woerden wat ik al eerder zei, dat wordt in een keuken gemaakt dat zijn wel aangeboden losse restaurants, maar die hebben ook een eigen website waar je via kan bestellen, dat is wel gewoon open over wat het is… dus het is eigenlijk een soort van hetzelfde concept maar dan wordt het dan wel weer door een soort aparte dingen aangeboden maar wel in dezelfde keuken gemaakt dus dan heb je ook wel meer dat je toch een soort van weet waar je van bestelt ofzo? Dat is wel…
Zoë	Hmhm. Gewoon inderdaad een beetje die transparantie?
R12	Ja weetje je mag het van mij wel in dezelfde keuken maar dat je het wel weet
Zoë	Eerlijk over bent, ja
R12	Ja… Nou dat
Zoë	[Geeft R10 de beurt]
R10	Nou eigenlijk vind ik het belangrijkste inderdaad dat het adres of dat, dat, dat het verplicht zou moeten worden dat waar het eten gemaakt wordt, dat dat adres bekend is, want dat zegt iets waar wij als consument geen invloed op kunnen hebben, ehm….weinig kennis ook over weten, dus je kan het eigenlijk- ja het is iets wat- het ligt buiten onze macht. En verder moet ik heel eerlijk zijn…het heeft gewoon niet mijn voorkeur om bij dit soort dingen te bestellen, maar kan- zie ik er niet heel erg het kwaad nu van in, dat het bestaat of dat je 't- misschien dat je zegt van dat als je het in dezelfde keuken wordt gemaakt dat het van dezelfde naam moet bestaan maar, toen dacht ik ook van 'ja misschien zijn er wel mensen die dezelfde keuken samen huren maar aparte aanbieders zijn, bijvoorbeeld', zie ik het lastig waar je echt verplichte aanpassingen kan maken…ehm… maar *dit* lijkt me het allerbelangrijkste dat in ieder geval het eten gewoon- ja je kan geen eten aanbieden dat niet gegarandeerd- dat is eigenlijk heel raar dat dat mogelijk is
Zoë	Hmhm, ja je kan in principe gewoon morgen een restaurant beginnen en je hoeft nooit te laten zien dat je goed met eten kan omgaan, dat je het goed kan opslaan

R12	Ja…
R10	Ja dat is echt heel raar, want er hangt ook niet in Nederland een sfeer van 'weet dat je restaurant'- je gaat er vanuit dat waar je eet, dat dat gewoon veilig is
R12	Ja we hebben niet voor niets de NVWA zeg maar, dat is wel…
R10	Ja dus het is heel raar dat dat kan
R11	Ja wat vind soort van- dat weet jij [Zoë] misschien beter- wat vindt de politiek of de overheid hiervan? Vinden die een soort prima of vinden zij dit een beetje schrikken dat dit bestaat en dat dit zo… makkelijk kan?
Zoë	Het is best wel onbekend nog, ik heb wel een aantal gemeenten gesproken bijvoorbeeld gemeente rotterdam, en die zegt dan 'omdat er geen gasten kunnen komen valt het ook niet onder horeca', dus het is nog weer een soort grijs gebied in een grijs gebied waardoor zij ook hun handen ervan af trekken qua horeca-inspectie vanuit de gemeente
R11	Dus eigenlijk allemaal een beetje van 'niet mijn probleem'
Zoë	Ja van 'het is niet echt horeca, maar het is ook niet echt iets anders'
R12	Ik vind het gewoon raar dat je eten mag serveren zonder…controle, dat vind ik gewoon heel raar
R14	Maar je kan dus ook gewoon dus hier thuis gaan koken en dan gewoon zeggen van 'oh dit verkoop ik'
R12 & R16	Ja
R13	Maar hoe denkt inderdaad de NVWA dan hierover?
Zoë	Ja die zeggen gewoon 'we gaan er niet op af als er niet inderdaad direct geklaagd wordt, we gaan niet proactief naar op zoek-
R13	-maar ook als er wel klachten zijn?
Zoë	Dan gaan ze er wel achteraan, maar ze gaan niet *uit zichzelf* denken van 'oh wat is dit'
R13	Ja..
R10	Hmmm…dus eigenlijk wacht je af tot het moment dat er al schade is…
R14	Ja
R12	Ja en dat vind ik gewoon raar want bij ons [Het restaurant waar ze werkt] is toen *wel* die controle geweest en die meneer heeft echt wel gewoon dingen *gecontroleerd*, zeg maar, dat was best een goeie controle. Als je dan denkt dat het bijna een soort *oneerlijk* dat het ene restaurant wel door zo'n controle gaat en dan bij die andere zeggen ze-
R10	-ja, hoe serieus het-
R15	-ja je bent gewoon eerlijk en dan wordt je er een soort van… op afgerekend
R12	Ja

R10	Maar vooral ook de dubbele standaarden, dat bij ons er *zo serieus* naar gekeken wordt en bij dit laten ze het een soort van maar van 'nouja…'
R12	Ja 'we kunnen het niet vinden dus het zal wel'
R10	Het is heel raar dat dat dan kan en dat het bij ons heel- dat het zo… ja, heel dubbele standaarden
R12	Ja vind ik heel raar…
Zoë	En bijvoorbeeld vanuit Thuisbezorgd zelf- of vanuit het *platform* zelf, is dat iets waarvan jullie zeggen van 'die moet daar achteraan' , of-
R10	-nee…
R12	Nou ik vind niet dat ze er achteraan moeten maar ik vind wel dat ze een soort van- als ze weten dat dit gebeurt en ze weten dus dat er geen inspectie is, dat je het dan niet op je platform zet. Ik bedoel zij zijn natuurlijk wel gewoon een platform dus zij gaan ook niet over die inspecties natuurlijk, maar ik vind, als zij weten van 'dit is een virtual kitchen', even kijken van 'hé is hier wel controle geweest, zo niet: dan ga je van ons platform af'
R15	Zit er niet ook een stukje aansprakelijkheid aan verbonden?
R14	Ja…
Zoë	Ja het is heel lastig om inderdaad te zeggen wie je moet aanspreken….
R10	Ja want… ik weet wel dat die vergelijking- eigenlijk is het een beetje een vergelijkingssite, volgens mij, Thuisbezorgd- dat die heel vaak niet verantwoordelijk zijn voor als je ergens bestelt ofzo. Bij Booking.com hebben we wel eens een huis geboekt, en toen werd 'ie geannuleerd en toen kon Booking.com niks voor ons betekenen want dat volgens mij gewoon een tussenpersoon, en dat is met Thuisbezorgd ook
R14	Ja…
R11	Ja Thuisbezorgd is natuurlijk ook gewoon een commercieel bedrijf die zoveel mogelijk aanbieders wil, en als ze dan dingen goedkoop kunnen aanbieden krijgen ze daar ook weer alleen maar meer winst van
R9	Dat is überhaupt waarom *Uber* en dat soort dingen ook allemaal bestaan, zodat inderdaad de verantwoordelijkheid dan afgeschoven kan worden op degene waarvan die auto is, maar niet….
R12	Ja kijk bij Booking.com dan ga ik gewoon bij de hotel zelf… bestellen, maar ik heb bij Uber zou ik wel nog eerder via Uber een taxi doen dan gewoon iemand aanwaaien, maar dat is meer veiligheid, omdat ik weet dat je bij Uber heb je- als je eigenlijk op je bestemming zou moeten zijn aangekomen en je bent niet aangekomen dan krijg je een soort melding en als je daar niet op reageert dan wordt de politie gebeld, zeg maar, dat soort dingen, dus daar dan voel ik me een soort van… het is heel commercieel Uber, maar ik voel me veiliger als ik het via Uber doe dan als ik gewoon iemand aanwaai
R15	Toch gewoon een geverifieerd bedrijf
R12	Ja ja je weet gewoon een soort van, 'hij wordt gevonden' om maar zo te zeggen [lacht], Uber weet bij wie ik in de auto bent gestapt
R10	Ja…

Zoë	En in de andere groep werd bijvoorbeeld gezegd ‘er moet inderdaad bijstaan dat het een virtual kitchen is, dus bijvoorbeeld een soort *logootje’*, is dat nog iets waarvan jullie denken van ‘dat zou kunnen werken?
R14	Herkenbaar… ja…
R15	Ja…
R9	In de trant van transparantie… ja…
R14	Ja
Zoë	Of denk je dan dat die restaurants verdwijnen omdat ze dan denken 'ja niemand gaat toch bij ons bestellen want we hebben zo’n logootje?'
R9	Nouja als dat het gevolg d’r van is, ja nou ja goed…ja oke dan
R12	Ja dan weet je dus genoeg. Ik vind dat mensen inderdaad zelf die beslissing moeten kunnen maken van ‘wil ik bij zoiets bestellen of niet?’... als je het wil moet je het lekker doen, maakt niet uit…
R16	Ja, want denk dat er ook wel mensen zijn die er misschien *wel* oké mee zijn
R12	Ja tuurlijk
R16	Maar dan weet je ‘t ten minste wel…
R12	Ja
R11	Ik denk dat er ook heel veel mensen zijn die het dan ook niet eens zouden *herkennen*, ik zou het ook helemaal niet herkennen als er dan- zeg maar, vóór dit zou ik *nooit* denken van ‘oh, virtual kitchen, even uitzoeken wat dat is!’
R14	Ja moet je ook maar net weten wat dat is
	[Korte stilte]
R10	Maar- ja, oké…… Ik zit in m’n hoofd- ik heb in mijn hoofd, ik weet niet waarom, maar in m’n hoofd dat er ook keukens bestaan waarin bijvoorbeeld twee kleine makers ook een soort van een keuken delen maar wel gewoon een soort van echt aparte bedrijven zijn. Bestaat dat?
R12	Volgens mij is dat bij die bezorgdingen…
Zoë	Meer een soort ‘Heel Holland Bakt’-keuken, dat iedereen zijn eigen eilandje heeft?
	[Gelach]
Zoë	Nee dat bestaat echt, maar dan onder één dak zeg maar

R10	Nou ja bijvoorbeeld, bijvoorbeeld. Of dat je zegt van 'nouja *jij* wil heel graag deze onderneming starten, *jij* wil heel graag- dus we gaan de huur van de keuken gaan de delen ofzo'
R14	Per merk een andere eigenaar?
R10	Ja- bijv- zeg maar, daar zit ik over na te denken van 'zou je die dan *ook* onder virtual kitchen schuiven of' zeg maar, waar ligt de grens, of vanaf wanneer is het een virtual kitchen?
Zoë	Ja echt de definitie
R10	Ja wat is echt de definitie? Hoe definieer je dat?
R12	Ja want zo'n [lokaal bezorgrestaurant] die doen het inderdaad omdat het te duur is om het allemaal apart te huren dus ze doen het zeg maar samen, en dat vind ik dan een soort van weer anders want iedereen maakt wel zijn eigen eten
R10	Ja en daarom denk ik van 'wanneer'- want dan zou je heel snel als bedrijf kunnen denken van 'oh, maar als we dus deze kleine aanpassingen doen, dan kun je ons geen virtual kitchen meer noemen'
R12	Ja dat heb je natuurlijk in heel veel, dingen, zeg maar, in heel veel… ook buiten restaurants dat mensen dan net even iets aanpassen zodat ze wel d'r in zitten, binnen de wet ofzo, dus dat is ook wel weer moeilijk …. ja… het is eh… ik ben blij dat ik niet in de politiek zit [lacht]
	[Korte stilte]
Zoë	En als je advies zou moeten geven aan beleidsmakers bijvoorbeeld, is dat- zien jullie daar iets voor?
R14	Ja, strengere wetgeving sowieso
R12	Ja, ik vind dat het meest kwalijkst
Zoë	Wat voor wetgeving?
R12	Die, die controle
R14	Ja die transparantie dat er gewoon een wet komt met… eh…inschrijving moet overeenkomen met waar het eten gemaakt wordt, en dus openheid van die merken, ja moeten dus te herleiden zijn naar die locatie
R11	En ik denk ook misschien een soort bewustwordingscampagne voor consumenten?
R10	Ja dat dacht ik ook…
R11	Dat een soort van… het wordt ook wel heel makkelijk gemaakt voor de virtual kitchen mensen, omdat toch eigenlijk bijna niemand weet dat het bestaat, dus dan…heb je misschien ook minder snel klachten of dat mensen zich dingen afvragen, terwijl als je een soort bewustwording creëert, dat je dan misschien ook eerder een soort… controle vanuit de consument al indirect krijgt

R10	Ja dat er een soort algemeen ding gaat ontstaan van ‘mensen controleren even waar het restaurant vandaan komt’
R12	Ja net als dat wat wij net zeiden van ‘oh wij gaan nu *wel* kijken naar het adres’, bijvoorbeeld dat
R11	Ja precies, ja
R12	Want is het echt een nieuw concept? Of is het dat het nu pas aan het licht komt?
Zoë	Het is wel redelijk nieuw, het is vooral door corona heel erg… ontwikkeld, maar het is wel iets van de, ik zou zeggen, vanaf 2018, zoiets, dat het vooral- voornamelijk-
R14	-vind ik nog best lang-
R12	-ja dus het is niet dat het al lang gebeurt en dat ze het nu pas weten, zeg maar?
Zoë	Nou ja er is nog *heel* weinig onderzoek naar gedaan dus dat wel maar.. het bestaat al een tijdje
R12	Want ik kende het niet totdat jij het mij vertelde, maar toen dacht ik ‘huh?’
Zoë	Ja bijna niemand waar ik het aan vertel kent het
R12	Ja dus dat zegt inderdaad ook al genoeg over die bewustwording
R11	Want ik denk je dan ook als eigenaar misschien- ehm…ja… ik zit steeds in m’n hoofd heb ik iets en dan kan ik het niet zo goed uitleggen…
Zoë	Meer met imago?
R11	Ja imago, en dat je dan ook eerder misschien wat *banger* bent voor inspectie omdat je denkt ‘iedereen weet dat dit zo is dus gaan ze misschien ook strenger daarop zijn, de consumenten, en dan gaan ze misschien eerder aan de bel trekken als iets niet helemaal klopt’
R10	Hmhmm
R11	En dan… ehhm… ja
R15	Het zet ook gewoon iets in gang, zeg maar
R10	Ja, zeker
R11	Ja, en ik denk dat dat een manier is om- ik denk dat wetgeving veranderen heel moeilijk en ingewikkeld is en daar kan je allemaal *loopjes* in vinden, maar op het moment dat je bewustzijn hebt bij de consument, dan wordt het hele… *imago* wordt een soort veranderd en… heb je ook iets meer *sociale* druk misschien om het goed te doen
R10	Ja

R12	Dan denk je er minder over na om misschien te gaan beginnen, terwijl als je denkt ‘ik kan het een soort onder de radar doen’ dan denk je ‘oh, boeien!’ en nu denk je ‘oe, ik moet toch wel’-
R11	Ja
R10	Ja maar ook- virtual kitchen is niet per definitie een slecht ding, dus ook zo’n label zeg maar, ja… het heeft niet per se heel veel voordelen maar als je *bewustwording* creëert dan worden mensen in ieder geval inderdaad bewust van dat dit bestaat en dat ze… dus twee keer nadenken voor ze iets bestellen, in plaats van dat ze… ja
R12	Ja, het concept is niet per se slecht, het moet alleen gewoon *aangepast* worden zeg maar aan… bewustwording, en, en, en inderdaad die inspectie
R10	Ja die inspectie dat vind ik sowieso- dat moet veranderen, maar… niet het concept ‘virtual kitchen’ moet helemaal weg per se, of, of, zeg maar het is niet per definitie *slecht*, wat mij betreft
R12	Nee…
Zoë	En stel je wil een restaurant beginnen of een virtual kitchen, maar je moet eerst twee jaar op een wachtrij staan voordat je gecontroleerd kan worden, denken jullie dan nog steeds van ‘je mag niet open totdat je gecontroleerd bent’? Of?
R10	Ja
R12	Ja want het is toch iets wat mensen eten, zeg maar, je stopt het in je lichaam
R10	En ik zie hier ook wel weer gebeuren dat mensen dan twee jaar een onderneming beginnen en dan twee jaar later dan weer een nieuwe onderneming starten…-
R11	-om maar- om die, ja- om het te omzeilen-
R10	-ja, met net een ander gerecht ofzo waardoor je een ander- ja… daar zijn ook weer loopholes
R12	Word je- is er een wachtrij?
Zoë	Ik kan mij voorstellen dat dat een van de redenen is dat ze niet zo vaak langskomen
R10	Ja dat ze niet veel- ja…
R15	Te weinig mankracht voor de capaciteit- ja…
R12	Ja, er zijn natuurlijk *heel* veel restaurants in Nederland
R10	Ik zou het raar vinden als je…een restaurant start… en dat je- zeg maar, ik zou het logischer vinden als je iets start dat je binnen een half jaar ofzo een keer gecontroleerd wordt en dat het *dan* weer een paar jaar duurt voordat ze langskomen, maar als je al *weet*, je gaat starten en pas over twee jaar komen ze een keer kijken, dan kun je gewoon twee jaar lanterfanten en weet je dat je dan weer iets nieuws gaat beginnen, ofzo

R12	En als jij binnen zes maanden wordt gecontroleerd en je hebt in die tijd- zeg maar, is het *zo* vies of *zo* slecht dat je *dan* niet goedgekeurd wordt, dan weet je dat er echt iets- dat je iets goed fout doet, zeg maar, terwijl in twee jaar is eigenlijk heel makkelijk om een soort te verslonzen-
Zoë	-nee ik bedoel dat je pas twee jaar open mag
R10 & R12	Ohhh
Zoë	Omdat je dan aan de beurt bent, dan ben je gecheckt en dan mag je beginnen
R12	Ik denk dat mensen dan niet zo snel meer zouden beginnen want als jij een business idee hebt dan wil je er gelijk mee aan de slag
R10	Ja
R12	Dat is wel…
R11	En als mensen minder snel willen beginnen dan wordt de wachtlijst minder lang en dan kunnen weer *wel* mensen beginnen
R12	Maarja dan weet je wel dat het gecontroleerd is in ieder geval, dus dan- zeg maar, vooral die *controle* vind ik gewoon- we *eten* het wel, zeg maar, je stopt het in je lichaam. Je kan er gewoon- voedselvergiftiging is niet iets grappigs ofzo, zeg maar. Ik vind het gewoon best wel kwalijk dat het-
R11	-of dat er misschien een soort- *op* Thuisbezorgd een soort logootje komt van 'hoe lang geleden is het gecheckt?', en dat je dan *zelf* kan bepalen van 'goh, het is misschien drie jaar niet gecheckt, maar het boeit me niet dus ik bestel het alsnog'
R10	Dat zou ook een goeie zijn
R12	Ja dat is ook wel een…ja
R11	Want dan, ja…dan laat je de consument ook kiezen hoe-
R15	-maar met normale restaurants weet je dat eigenlijk *ook niet,* toch?
Zoë	Je kan het opzoeken online
R12	Jawel want restaurants die worden-
R10	-ja maar bij restaurants kun je er meer vanuit gaan dat ze gecontroleerd worden omdat ze gewoon-
R15	-omdat ze al *gekeurd zijn*
R10	Ja precies

R15	Ja oké
R12	Volgens mij elke twee jaar? Krijg je controle als restaurant? Ja
R10	En dit is wel een goeie… soort elevator pitch
R12	Dus dat is gewoon- je weet dat ze daar langskomen, zeg maar
Zoë	Maar dat zou dan bijvoorbeeld *echt* vanuit de overheid zijn, want ik kan me voorstellen dat Thuisbezorgd dan zegt 'ja ho effe, als ik dat erop gaat zetten dan bestelt niemand meer'
R11	Ja nee vanuit… de inspecteurs
R10	Ik zou dan inderdaad- dat moet dan een wet- plicht…
R11	dat de inspecteur dan zegt van 'oké dit staat blijkbaar niet op het goede adres, we kunnen hier niet langs' en dat ie dan een soort stempeltje krijgt van 'we konden hier niet langs'
R12	Ja
R10	Ja of dat je ziet 'deze is nog niet gecontroleerd' of eh… dat je gewoon verschillende opties kan invullen
R12	Ja, en dat is dan pech voor Thuisbezorgd, maar wat jullie zeiden: Thuisbezorgd is ook gewoon een soort tussenpersoon, dus uiteindelijk verliest het bedrijf er *zelf* natuurlijk het meeste business mee, dus dan hoop je dat ze daardoor wel… dingen gaan aanpassen, en Thuisbezorgd heeft dan toch wel meer- genoeg opties dat- stel ik zou dat zien staan, zou ik niet *daar* bestellen maar ergens anders, want als je eenmaal bedacht hebt dat je eten gaat bestellen dan doe je het vaak *toch* wel. Dus ik denk dat Thuisbezorgd zelf er niet zo snel… business door zou verliezen omdat je uiteindelijk toch wel wat bestelt
R15	Ik denk juist wel…
R12	Ja?
R15	Ja, want op het moment dat restaurants weten dat er aan een bepaalde standaard moet worden voldaan of dat je toch een bepaal label krijgt wat jouw restaurant in een negatief daglicht kan zetten, dan is dat ook weer een manier voor andere platforms om, om opkomst te maken
R12	Nee maar ik vind wel dat het *overal* moet
R11	Ja dus dan is het overheid gereguleerd
R15	Ja
R12	Ja. Maar je kan ook niet- zeg maar, als Thuisbezorgd kan je niet *zonder* de overheid weten wanneer een restaurant voor het laatst gecontroleerd is, zeg maar

Zoë	Je kan het KvK-nummer in zo'n… zoekmachine gooien en dan zie je wanneer het voor het laatst gecontroleerd is-
R12	-ohhh, dus eigenlijk zou ik dat zelf ook kunnen opzoeken?
Zoë	De consument *zou* het zelf ook kunnen opzoeken-
R12	-dat wist ik ook niet-
Zoë	maar jullie zeggen maar het meer toegankelijk om het… in één oogopslag-
R12	[Grapt] Ik ga alles opzoeken hoor, kijk uit!
R11	[Lacht]
Zoë	Maarja, heel veel restaurants zijn inderdaad al een tijdje niet gecontroleerd, dus dan krijg je waarschijnlijk [beeld uit onder elkaar] 'jaar, jaar, jaar geleden', dus misschien dat mensen dan toch denken van 'hmm'
R12	Ja
R10	Ja…
R15	Ja…
R11	Maar goed als er ergens staat: 'jaar geleden gecontroleerd' of 'adres komt niet overeen dus we weten letterlijk niks'... dat vind ik wel iets anders
R12	Ja vind ik wel een verschil, ja
R10	Ja zeker, ja
R12	Helemaal omdat- iedereen wordt elke twee jaar gecontroleerd, dus het is ook niet- het is *logisch* als het een jaar geleden is
R10	Dan zou je zelfs nog als Thuisbezorgd er een disclaimer bij kunnen zetten van 'let op dat elk restaurant- wordt ongeveer elke twee jaar gecontroleerd'
R15	Beetje de norm…ja
R10	Ja dus dat je weet dat twee jaar niet *gek* is als het zo lang geleden is
R12	Ja, ja… Nee maar ik vind het ook niet raar ofzo- kijk, ik vind dat als Thuisbezorgd dat moet dat elk platform dat moet doen
Zoë	Anders is het oneerlijk

R12	Ja en ik zou het ook niet eens raar vinden als je dat in een restaurant moet gaan zetten, zeg maar. Van 'Hé dit is onze laatste controle' en dan zijn ze geweest en dan mag je het aanpassen, zeg maar… dus dat zou ik ook niet eens raar vinden……het blijft eten
	[Korte stilte]
Zoë	Hmhm… En dan wil ik even terug naar die bewustwordingscampagne, hoe zien jullie dat dan bijvoorbeeld voor je? Hoe uit zich dat?
R12	[Grapt] Flyers! Nee [lacht]
R10	[Grapt] Mensen gaan de straat op en eh…
	[Korte stilte]
R14	Social media toch gewoon?
R12	Ja
R10	Je zou iets kunnen beginnen al met Keuringsdienst van Waarde ofzo, dat je- of Radar, dat zijn echt van die goede programma's die wel nieuwe dingen in het licht zetten, en dan wordt het opgepakt in het nieuws of er komen-
R12	-ja Keuringsdienst van Waarde is inderdaad wel een goeie, dat die, dat die gaan kijken van- zeg maar, dat jij bijvoorbeeld instuurt 'hé hebben jullie daarvan gehoord?' en dat zij dan dat gaan behandelen, alleen zij zijn natuurlijk meer van het soort eten-
R15	-dus niet een soort product review maar eerder een soort van keurmerk
R13	Maar dat zijn wel vaak mensen *die er al mee bezig zijn*, mensen die daar naar kijken
R12	Maar dan is er wel bewustwording
R10	Keuringsdienst van Waarde zet wel vaak een nieuw- ten minste dat ervaar ik in mijn kringen- dat het wel een nieuw gesprek in gang zet
R13	Ja maar ik denk *als* je er al naar kijkt, *dat is al* een hele specifieke doelgroep
R10	Ja nee, ik denk ook zeker niet dat iedereen daar naar kijkt, maar ik weet wel dat een groot gedeelte van Nederland dat er naar kijkt, en het is vaak ook, dat ik dan merk… zijn daardoor verbaasd over dingen die ze zien waardoor er in ieder geval een *gesprek* wordt gestart, en dit is nu zo'n onderwerp waar niemand het over heeft, ik denk dat als wij het hierover gaan hebben met mensen dat ze verbaasd zijn, maar dat het ook weer doodbloedt omdat verder niemand er wat over weet. En als dit iets is waar *meerdere* mensen over beginnen, dan gaat het vanzelf leven en dat wordt het…eh…
R13	Ja, maar ik vraag me dan wel af hoe… erg dat zal zijn, want ik heb- dat is mijn ervaring of mening dus ik weet niet of dat voor iedereen zo is, waarschijnlijk niet- maar dat Keuringsdienst van Waarde heeft heel veel bij dingen dat je denkt van 'dit is niet goed, dit is niet goed' dat je dan

	gelijk al een heel negatief imago krijgt en dat je dan ook gelijk eigenlijk niet meer echt een positieve kant ervan kan laten zien
R12	[Gaat mee in haar perspectief] Ja dat is…
R10	Ja… dat klopt wel…
R13	En dat meer een soort van- dat mensen alleen maar denken van 'ja dan kan ik *niks* meer eten…'
R12	Ja het is wel inderdaad heel veel wat je ziet bij Keuringsdienst van Waarde dat ze altijd wel- het eindigt altijd op een soort negatieve noot
R15	Ja…
R13	Ja… en ik denk dat als je daar naar het programma kijkt dan weet je al dat dat gaat komen, dus dan kijk je d'r naar, maar dan weet je eigenlijk al-
R15	-ook wel een soort bias, die automatisch getriggerd wordt
R13	Ja
R10	Het is wel natuur- het moet in ieder geval gestart worden met dat mensen er in ieder geval over leren, en ik dat je- want ik denk dat je hier niet over gaat *flyeren* van 'let op: er zijn virtual kitchens actief' of eh.. het is ook niet iets wat op het nieuws gaat komen…
R12	Nee…
R10	Ik zit dan een meer te kijken naar het level van dat Keuringsdienst van Waarde is een soort van-
R14	-informerend-
R10	-informerend van- want zij zijn inderdaad vaak wel *kritisch*, maar dat mag je natuurlijk ook wel zijn, het is vaak niet… *volledig* negatief van 'het is verschrikkelijk dat dit gebeurt', maar, gewoon kritisch, en ik denk dat het daarmee- ik zat meer te kijken naar het level van-
R14	En haast gewoon het *nieuws* ofzo?
R12	Ja maar ik denk dus dat als je zoiets bij Keuringsdienst van Waarde doet, dat het dan zoiets- normaal gaat het daar natuurlijk over brood ofzo-
R10	-stel het zet een beweging in stand dan zou het pas bij NOS langskomen
R12	Ja maar *nieuws* zeg maar, als wij een mailtje sturen wordt daar niet snel iets mee gedaan, maar als we 't naar Keuringsdienst van Waarde doen dan wordt het misschien *wel* opgepakt, en dan komt het misschien op zoiets als, weet ik veel, NOS stories of RTL, weetjewel, of Instagram ofzo in die verhalen, en er zijn echt heel veel jongeren die dat volgen
R15	Ja gewoon geen nationaal nieuws maar wel gewoon... nieuwspagina's

R10	Ja
R12	Ja en er zijn heel veel jongeren die dat vooral volgen ook op Instagram dus die zien het dan ook, en inderdaad dan gaan mensen er wel over praten dus het is-
R10	Als het maar iets meer… een *algemenere term* wordt in de maatschappij dan ga je al zien dat mensen er echt puur *bewust* van worden, het is nog niet eens-
R13	Ja
R12	Ja dan kunnen ze zelf hun oordeel vellen
Zoë	Geen *waarschuwing* per se
R10	Nee het is niet eens een *waarschuwing* of *'je gaat er heel veel over leren'* maar als je in ieder geval *leert* over 'wat is überhaupt een virtual kitchen?' of het *bestaat,* dat het iets is, dat is denk ik stap één
R12	Misschien is Keuringsdienst van Waarde niet zelf het programma, maar eigenlijk wel *zoiets* waarvan het eigenlijk een soort *step* stool is naar dat het bijvoorbeeld, weet ik veel, bij een Jinek of een ander praatprogramma besproken wordt
R15	Dat er meer gewoon over gepraat wordt?
R12	Ja dat het dan wel besproken wordt
R10	Ja maar, ik denk ook dat het niet eens *nodig* is om bij Jinek besproken te- zelf zou ik niet denken dat dat nodig is…
R12	[Grapt] Dan komt het bij de oudjes terecht
R10	[Lacht]
R15	Maar wat is eigenlijk het belang… soort van… wat is het *belang* van die bewustwording?
R12	Nou misschien dat er *door* de bewustwording ook een soort van wordt gekeken naar die *controles* van 'hoezo heeft dit bestaan- heeft hij kunnen eten uitserveren zonder dat het gecontroleerd wordt?' en hopelijk dat dat een soort van verandert naar, dat… zo van 'nou… dat vind ik raar'
R15	Dus als je kijkt naar vraag en aanbod hoop je eigenlijk gewoon dat door die bewustwording de vraag kritischer wordt waardoor het aanbod ook kritischer wordt
R12	Ja al is het alleen al maar dat er een soort druk komt op de NVWA van 'hé, wij willen dat dit gecontroleerd wordt' of dat het bij de politiek terecht komt, weet ik veel, die denken 'hé waarom worden deze restaurants niet gecontroleerd, dat is niet oké', dus dat dat *meer* zeg maar, een soort vanuit die kant… en gewoon weten waar je eten vandaan komt. Dat is inderdaad ook moeilijk, wat jij [R13] ook zei, met de supermarkten enzo, het is moeilijk om te weten waar je eten vandaan komt, maar-

R10	-ik denk dat het ook gewoon een aanpassing is van consumentengedrag, dat je- ik denk dat mensen namelijk wel heel graag *willen* dat hun eten van een goede plek af komen, maar dat ze ervan uitgaan dus dat het niet…ehh… dat ze daar hierbij niet zo goed over nadenken, en ik denk dat veel mensen het prettig vinden om te weten *dat* het bestaat waardoor ze er beter op kunnen letten
R12	Ja en dan zelf hun oordeel vellen
R11	Ja en ik denk dat het ook voor een soort maatschappelijke, sociale druk komt, komt te liggen op de virtual kitchen eigenaren… ehm… omdat ze, soort van- niet dat iedereen die een virtual kitchen heeft slechte bedoelingen heeft of het verkeerd doet expres, alleen, dat er gewoon- doordat er een wat grotere controle eigenlijk vanuit de hele *samenleving* is in plaats van dat het allemaal terecht komt op die… tekort aan inspecteurs die het allemaal niet kunnen bolwerken met z'n vijven of weet ik veel met hoeveel ze zijn,
R12	[Lacht] met z'n vijven
R11	[Lacht] Maar.. ehm… ja dat je eigenlijk gewoon de maatschappij ook een soort *controleur* maakt, en dan niet officieel en niet wettelijk, maar gewoon… indirect
R12	Ja dat je hoopt dat het een soort op dat morele… kant van die eigenaren gaat duwen zo van-
R11	-ja morele kant maar ook gewoon dat de consument *kritischer* wordt als 'ie weet dat het misschien daar vandaan komt, en dat die eigenaar dan denkt van 'oh shit ze gaan kritischer worden, iets beter m'n best doen'
R12	Ja
R13	En ik denk ook dat ze *weten* dat ze er invloed op hebben, dat je daarover kan kiezen… van…
R11	Ja…
R15	Ja. Uiteindelijk is de consument wel… de *machthebber*, alleen dat weten we soms ook niet… dat denk ik… want wij hebben wel-
R14	-ja dat is gewoon vraag en aanbod-
R15	-ja wij hebben invloed op het aanbod
R12	Als wij niet bestellen dan stopt het
R16	Ja maar als het niet eerlijk gaat, of als het één grote monopolie is?
R15	Ja maar dat is dus- ja klopt maar zodra er, inderdaad wat er dus nu wordt gezegd, *bewustwording* wordt gecreëerd, *dan* zal er misschien wel een verschuiving plaatsvinden
R12	Ja dat's inderdaad… gedragsverandering

Zoë	En stel iemand zegt ‘ja als het eten niet lekker is verdwijnt het sowieso wel van de markt’, een beetje dat vraag en aanbod verhaal, denken jullie van ‘het moet alsnog aangepakt worden’ of… kan je je daarin verplaatsen van ‘ja als het inderdaad niet lekker is dan verdwijnt het wel uit zichzelf en dan lost het probleem zichzelf wel op’?
R10 & R14	Nee…
R12	Ik denk dus dat dat stiekem tegenvalt omdat ze *zo* veel verschillende soorten eten aanbieden dat er altijd eentje dan misschien wel lekker, is of twee, dus ik denk dat dat tegenvalt
R14	Ja, ik denk dat ze wel iets nieuws weer… gaan aanbieden
R15	En dat het lekker is betekent ook niet dat het hygiënisch is
R13	Bijvoorbeeld bij die Burger King reclame- of wat was het? KFC? Dat is ook niet- ja misschien is het wel lekker maar… ook niet hele goede kwaliteit neem ik aan, daar gaat het niet om
R15	Nee…
R9	Historisch gezien, is het zo, dat de opmerking: 'de vrije markt kost het wel op!’ over het algemeen, niet zoveel oplost, dus nee…
Zoë	En kan je dat dan invullen voor deze specifieke casus hoe dat dan zal verlopen of juist niet?
R9	Ehm… dat de vrije markt niks oplost?
Zoë	Ja
R9	Momentje… daar moet ik even op kauwen
	[Stilte] [Gelach]
R9	[Grapt] Hoop druk dit
Zoë	Voel je niet verplicht
R14	Naja, wat ik denk is dat ze… als iets niet zo goed loopt dat komt er wel weer iets nieuws, dan bieden ze wel weer iets nieuws aan omdat ze willen dat het slaagt, dus dan zouden virtual kitchens niet vanzelf…
Zoë	Dus het gaat sneller dan eigenlijk de marktwerking?
R14	Ja
R10	Hmhm

R12	Ja en het wordt ook apart gereviewd dus die ribben worden apart van die snacks gereviewed, dus dan zijn inderdaad misschien die ribben slecht maar dan bestellen mensen nog steeds die snacks
R10	Ja maar ik denk dat zij ook wel weten hoe zij ‘t precies zo… moeten maken… dat het *net* niet *vies* is
	[Gelach]
R10	Zeg maar het is moeilijk om frituur echt goor te laten worden
R12	Ja dat is echt wel zo!
R9	Daar zit op zich wel wat in want met veel inderdaad- dat zie je dus eigenlijk ook- laatst hoorde ik dat iemand zeggen over fast food, dat ze zeiden van ‘wat fast food altijd *op z’n minst* is is ‘niet shit’’, zeg maar van- en, en, en-
R10	-ja, dat denk ik inderdaad van- ze gaan niet *zomaar* failliet omdat het eten niet lekker- want het gebeurt eigenlijk bijna nooit dat het eten echt *niet lekker* is
R16	Ja en je kan zo’n kaassoufle uit de diepvries in de frituurpan gooien en dat zal uit elke frituurpan hetzelfde smaken
R10 & R12	Ja
R12	En als het prima te eten is en het is goedkoop, dat er altijd wel mensen zijn die het blijven eten
	[Korte stilte]
Zoë	Wilde je nog wat toevoegen [R9] over de casus?
R12	[Grapt] Heb je er op kunnen kauwen?
R9	Ehm……
Zoë	Want jij zegt eigenlijk- of je veronderstelt dat door de geschiedenis heen zie je eigenlijk dat het niet werkt op die manier
R9	Meestal niet nee, want we hebben nog steeds wel gewoon genoeg- het ding is dat bedrijven altijd een manier vinden om d’r toch onderuit te komen
R10	Ja…
Zoë	Dus inderdaad die meerdere merken opzetten en dan weer…
R12	Mensen zijn niet gek
R9	Ja precies

R16	Helemaal als ze veel geld hebben
R12	Ja want dan heb je het geld om erin te pompen tot het lukt…
R9	Hmhmm…
R10	En als mensen echt lekkere dingen willen dan gaan ze bestellen bij iets wat vijf sterren heeft
R15	[Grapt] Of niet bestellen…
R10	Of niet bestellen [lacht]
R12	Dan ga je echt uit eten
R14	…Ja…
R10	Dus ik denk niet dat ze zomaar stoppen omdat het eten niet lekker is ofzo
R12	Nee…
R10	Ze kunnen *prima* eten aanbieden voor een *prima* prijs, en daarom bestaan ze
R12	En dat is voor mensen- sommige mensen gewoon genoeg, gewoon- helemaal als je niet zoveel geld hebt, je hebt honger… en het is goedkoper-
R14	-en nu moeten we het ook weer even linken aan die transparantie van, door transparantie dat…… dus dat de consument *zo kritisch* is op die transparantie, stel die is er niet ofzo, dat ze daardoor ervoor kiezen om… niet te bestellen
R11	Huh?
R14	Dan zou dat toch- dan moeten we eigenlijk nadenken 'hoe kritisch gaat de consument worden?'
R15	Ja, ik denk eerlijk gezegd niet 'heel'
R14	Nee dat denk ik ook niet
R11	Niet *heel* kritisch
R12	Maar dat is zo persoonsgebonden, zeg maar, mensen moeten *daarin* de keuze hebben, dus…ehm…-
Zoë	-geïnformeerde keuze bedoel je?-

R12	Ja, ja, dus ik zeg misschien 'oké, dan ik wil er *niet* bestellen' en dan zeg jij misschien 'dan wil ik er *wel* bestellen', maar dan kan je wel aan de hand van de waarheid een keuze maken… dat is het voor mij meer….
Zoë	**En we noemden net bijvoorbeeld al zo'n beperking op het aantal merken dat uit één keuken gerund kan worden, is dat nog iets waarvan jullie denken van 'goed idee', 'slecht idee'?**
R12	Alsin, alleen maar… zeg maar, *twee* soorten dingen?
Zoë	Ja bijvoorbeeld of vijf of tien of één, of…
R12	Nouja ik denk dat als je het dan toch doet, doe lekker wat je aankunt, ja… dat…zeg maar, ik denk- ja…
Zoë	Ook met oog op de lokale economie bijvoorbeeld?
R9	Hmm
R12	Maar dan moet je het ook met lokale producten gaan doen enzo doen vind ik
Zoë	Nee ik bedoel meer…dat…bijvoorbeeld een pizzatent die er al 20 jaar zit en hard voor heeft gewerkt en jij kan opeens binnen komen en een pizzatent beginnen
R9	Ik denk dat uiteindelijk iedereen lijdt onder monopolies, dus als er *iets* gedaan kan worden om monopolies te beperken dan moet dat altijd gebeuren
R12	Ja maar waar ga je dan die gens leggen, zeg maar?
R9	[Lacht] Ja nouja goed daar ben ik zeg maar de wetgever niet voor, maar ik denk altijd van, weetje- ehm.. ja, je moet gewoon altijd- monopolies pakken altijd voor iedereen slecht uit, dus dat is eh…
R13	Ik denk dat je hier ook best wel een soort van ethische regelgeving- ik weet niet hoe dat gaat maar dat je daar wel een soort van max aan kan stellen en ook in vergelijking met wat er al is
Zoë	Ja, bijvoorbeeld per aantal restaurants dat er al is, of per inwoners
R9 & R13	Ja
R12	Ja dat je inderdaad ook gaat kijken naar wat er al bijvoorbeeld in een dorp of een stad zit, zeg maar, dus- kijk, in utrecht kan het echt niet boeien want *er zit al* zoveel concurrentie dat het waarschijnlijk *toch* niet uitmaakt, maar hier in woerden gaat de pizzaboer het veel meer voelen… als er eentje extra bijkomt, dus ik denk dat je daar- dat het ook… ligt aan *waar* het zit, zeg maar, wat hun cateringsgebied is
Zoë	Ja

R12	Dat vind ik ook nog wel een verschil… ja, maar ja, als je echt in *dorpen dorpen* gaat kijken dan denk ik dat mensen daar dus ook wel- misschien is dit ook wel een vooroordeel wat ik over dorpen heb maar- denk ik ook nog wel eens als je zo-
R14	-nou in Linschoten kan je nergens bestellen hoor, dus op zich [lacht]
R12	Nee maar daar gaat iedereen toch wel naar z'n vaste stekkie toe, zeg maar, want daar kent- 'ons kent ons' zeg maar, dus dan ga je toch wel naar diegene toe, zeg maar, maar misschien is dat mijn verkeerde beeld van dorpen, maar dat is wat ik dan denk bij zoiets en bij een stad proberen mensen vaak *nieuwe dingen* meer… dus dat is meer… Jeetje mijn hoofd doet pijn Zoë
	[Gelach]
R11	[Grapt] Al dat nadenken!
R12	Ja… niet meer gewend, ik ga niet naar school! Alleen maar komkommers snijden tegenwoordig
R9	[Lacht]
Zoë	Misschien nog een leuke vraag: 'Zien jullie een toekomst in het concept van virtual kitchens? Of denk je 'weg ermee'?
	[Gelach]
R9	Helaas wel…
R13	Maar je eigen- je eigen toekomst erin?
	[Gelach]
R11	[Grapt] Ga je er werken? Ga je er een opzetten?
	[Gelach]
Zoë	Nou als je denkt bijvoorbeeld over 10 jaar, hoe zien virtual kitchens er dan uit? Bestaan ze dan niet meer? Of juist wel?
R12	Ik denk het wel
R14	Oh, ik hoop niet dat dit echt *de* toekomst is
R12	Ik ben bang van wel
R14	Dat restaurants echt verdwijnen en dat er alleen maar eh… meer geconsumeerd wordt

R10	Dat denk ik niet per se
R12	Ik denk qua restaurants, die zullen wel blijven want iedereen wil uit eten kunnen, maar qua bezorgen ben ik bang dat het *wel* de oppergrond gaat krijgen
R14	Dat normale restaurants stoppen met bezorgen en-
R12	-ja daar ben ik eerder bang voor
R16	Maar we hebben toch al heel veel huidige voorbeelden hiervan die twintig jaar geleden begonnen die nu super groot- ik bedoel… dat is ook een beetje wat jij zei [R9], van, er zijn al *zoveel…* voorbeelden hiervan die letterlijk bewijzen dat dit inderdaad groot gaat worden
R9	Dit is de trend, dat is het ding, de economische trend
R12	Ja
R16	Het is terug te halen aan feiten die we nu zien dat dit waarschijnlijk gewoon nog lekker doorzet
R12	Ja.. ik denk dat het bezorgen wel- kijk, het uit eten dat zal wel blijven maar ik denk dat het *bezorgen* wel veranderd zal worden
R11	Maarja misschien gaan mensen ook wel minder uit eten als ze… hetzelfde soort eten goedkoper kunnen krijgen en als dan… de lokale dingen gaan stoppen met bezorgen omdat ze het niet meer kunnen bolwerken dan gaat daar ook een inkomstenbron weg, bij hun, dan worden zij kleiner, gaan zij…dicht
	[Gelach]
R12	‘Tis wel zo
R9	Ja het is- maar diezelfde trend zie je natuurlijk- die zie je *overal*, die zien we in *iedere sector* eigenlijk wel gebeuren, van een hele hoop van die- ja, in het Engels noem je dat ‘brick-and-mortar’ winkels, die verdwijnen ook allemaal
R15	Wat zijn dat?
R9	Zeg maar dat betekent de-
Zoë	-gewoon fysieke winkels-
R9	fysieke winkel, die verdwijnen ook allemaal vanwege Amazon en Bol en- weetje van- dus dat is gewoon-
R12	Maar ik ga wel uit eten voor een soort van de experience van gezellig, lekker uit eten gaan, dus ik denk dat uit eten dan- misschien is dit heel optimistisch van mij, maar dat uit eten minder… snel weggaat omdat het- zeg maar-

R9	-ja omdat het meer- maar oké dat snap, ik omdat wij dat meer ervaren als inderdaad een bepaalde soort 'experience'
R12	Ja lekker lunchen ofzo…
R9	Ja, dat je iets van-
R10	-het is natuurlijk ook kijken naar 'wat vervangt bezorgen?'. Vervangt bezorgen het *uit eten gaan*? Of vervangt bezorgen het *koken voor jezelf en boodschappen doen?* Ik denk dat het eerder de tweede optie is
R9	Ja
R14, R15 & R16	Ja…
R12	Maar wat jij [R11] net zei dat restaurants een deel van hun inkomsten verliezen, dat is wel een risico
R11	En ik denk ook dat misschien mensen, stel dat ze- op een donderdag denken ze 'ik heb geen zin om te koken dus ik ga wat bestellen', dan gaan ze minder snel op vrijdag denken 'we hebben weekend, laten we lekker uit eten gaan', want we hebben de dag ervoor al veel geld uitgegeven aan bezorgen, dus ik denk dat er misschien uiteindelijk wel minder uit eten gegaan zal worden
R12	Ja maar dat is er nu op zich ook al dus ik denk niet mensen daar-
R10	Ik denk niet dat dat- ja precies…
R15	Ik heb juist het idee dat we allemaal vaker uit eten gaan
R12	Na corona?
R15	Ja, vroeger was uit eten echt een *ervaring* en deed je dat echt vanuit een bepaalde gelegenheid
R14	Misschien omdat je zelf ook ouder wordt?
R10	Dat is sowieso natuurlijk-
R14	Nou ik denk ook gewoon dat er veel meer *toegankelijk* is en dat daar de prijzen- ja tuurlijk, we hebben allemaal last van inflatie, maar *relatief gezien* wordt uit eten gaan misschien wel juist goedkoper
R12	Ja want je boodschappen worden duurder…
R14	Ja…
R12	Ik ga wel tegenwoordig meer lunchen dan echt 's avonds uit eten, ofzo dat is voor mij nog wel *bijzonder* ofzo

R10	Ik denk dat de *norm* gewoon veranderd heel eerlijk gezegd… dat eh… ook met *lunch* halen ofzo, vroeger als mijn ouders gingen werken dan moesten ze gewoon hun eigen lunch mee nemen, en nu is het bijna raar dat je gewoon-
Zoë	-een broodtrommeltje mee neemt
R12	Ja
R10	Dat je een broodtrommeltje mee neemt, en nu haal je heel makkelijk zelf een lunch- zeg maar, omdat de *norm* denk ik veranderd is-
R12	-ja al is effe bij de appie een broodje halen-
R10	-en dat is ook met uit eten zo, het is *zo* makkelijk om even ergens een hapje te eten, omdat het veel *normaler* is in onze maatschappij
R12	Ja
R11	Maar is dat zo?
R14	Maar al die bedrijven- zeg maar, Napkins die bezorgt ook voornamelijk aan bedrijven, al die bedrijven daar doen gewoon bestellen, lunch bestellen enzo, voor vergaderingen, 'oh ja lunch bestellen'
R12	Ja
R10	Het is allemaal- er wordt veel meer verwacht dat het allemaal maar *luxe* moet- en een 'luxe koffie' en een 'luxe broodje', dat is gewoon het nieuwe-
R12	-terwijl een broodje kaas is gewoon prima
R10	Ja
R12	Maar kijk, loop ook maar eens rond lunchtijd in Utrecht, bij *al die*…bedrijfjes staan hele rijen met mensen-
R15	-ja al die zaakjes, ja…-
R12	-die allemaal eten gaan halen, ik weet niet waar ze het geld vandaan halen
R10	Maar dat bedoel ik dus, ik denk niet dat het goedkoper is of dat wij meer geld zijn gaan verdienen, maar we hebben er tegenwoordig meer *voor over* om dat te halen
R12	Ja dat is wel- maar dat is net als die- met die- tegenwoordig als je boodschappen nodig hebt dat je even boodschappen kan laten bezorgen, zeg maar en dan niet bij een Albert Heijn want dat is niet normaal maar, bij die, ik weet niet hoe die heette, die-
Zoë	-Picnic?

R12	Nee…'Flink' ofzo? Of zo eentje dat je gewoon effe één dingetje kan bestellen dat het met 10 minuten op je stoep ligt, dat je denkt…'hè?'-
R14	-'wat is dit?'
R10	Maar eh.. ja… ik denk niet dat het slecht gaat met de restaurants, want als je ook naar Woerden kijkt dan-, elke winkel die weg gaat daar komt een horecazaak in
R12	Ja dat klopt wel…
R11	Maar die sluiten ook weer vrij snel, toch?
R15	Sommige wel ja
R11	Het zijn best wel eendagsvliegen, heb ik het idee
R10	Maar als je gewoon door de stad loopt dan kan je- bijna overal zit een restaurant
R11	Ja maar ik heb het idee dat elke keer *als* ik door de straat loop er wel weer iets *anders* zit omdat het dan blijkbaar geen *succes* is geweest
R10	[Denkt na] Ja…
R11	Of niet? Maar dat is misschien weer een andere… discussie
Zoë	En als we het terugleiden naar bezorging, als je dan die trend schetst, hoe denk je dat dat dan reflecteert op bezorgen? Dat het gebruikelijker is om… Denk je dan bijvoorbeeld dat mensen minder gaan koken in de toekomst?
R13 & R15	Ja
R10	Ik denk dat die trend nu is begonnen en dat die nog doorzet, ja
R11	Wacht hoe bed- oh minder koken?
R10	Ja
Zoë	Als je dan bijvoorbeeld je eigen avondeten gelijkstelt aan dat broodje pindakaas, dat ook meer gaat verwachten van je avondeten?
R15	Ja…
R10	Ja. Sowieso natuurlijk ook met koken is het een soort van… vroeger had iedereen aardappels, groente en vlees en nu is het een luxe…
R12	Ja nu moet er altijd iets bijzonders op tafel staan

R10	Ja precies, wat ook niet *per definitie* slecht het is maar is wel allemaal-
Zoë	-ontwikkelingen, ja
R12	Ja als jij er het de tijd en het geld voor hebt moet je het lekker doen, maar het is inderdaad- als je dan een keer geen tijd hebt om dat te maken, in plaats van dat er dan een avg'tje wordt gemaakt, wordt er gelijk besteld, zeg maar
R13	Maar ik denk als er veel meer besteld wordt en gaat worden, dat dat dan meer een soort van *gezondheids…probleem* is
R10	Ja
R12	Ja, maar je ziet het nu al: Nederlanders worden dikker
R13	Ja
R15	Ja één derde van de…. wereldbevolking
R14	Echt?
R12	Ja
R11	Meer toch?... Volgens mij 50% procent?
R15	Oh echt!
R12	Zo veel??
Zoë	'Overgewicht' maar je hebt al heel snel overgewicht, dus…
R12	Maarja het is inderdaad wat jij [R13] zegt, het is echt wel- we worden nu al steeds dikker…
R13	Maar en hoe *normaler* dat wordt, hoe *minder* bewust je bent van wat je eigenlijk eet
R10	Ja, klopt, want iedereen doet het, net als dat roken vroeger normaal was…
Zoë	Maar je hoeft niet per se ongezond te bestellen, hè? Je kan inderdaad ook een poké bowl of een-
R13	-nee maar als je bestelt dat je dan … je weet eigenlijk niet precies wat er in zit, er zit vaak sowieso meer zout in en vet, eh.. en het is al meer bewerkt, en je bent er gewoon minder mee bezig omdat je gewoon iets op je deurmat krijgt en-
R12	Als ik zelf een poké bowl maak, dan kijk ik in de winkel van 'welke rijst pak ik? Welke dit pak ik?' en als je het bestelt dan… is het *lekker,* maar-

R13	En dan zit er waarschijnlijk nog allemaal saus in waarvan je eigenlijk denkt van 'ja dat proef ik niet'
R14	Super veel suiker…
R10 & R13	Ja
R12	Dat is het inderdaad- het zijn veel meer conserveren, dat zie je bij ons op werk ook wel: dingen worden veel langer bewaard dan dat ze bij mij in de keuken bewaard worden want je moet er langer mee kunnen doen, dus er zit wel- in een restaurant en dingen- zit er wel gewoon meer in
R10	Ja, ik denk dat het ook een goed ding is als je bewust bent- als je inderdaad zelf je maaltijden kookt. Of ten minste… inderdaad dat je bewust bent met wat er *in zit,* maar je bent ook wel bewuster met je maaltijd *bezig*. Ik weet niet op wat voor vlakken dat goed is maar ik kan me *heel* goed voorstellen dat dat wel goed is voor je… dat je d'r tijd in steekt om het te maken en het dan op eet, en dan ga je veel…-
Zoë	-dankbaarder
R13, R14 & R15	Ja
R10	Dankbaarder, ja, maar ook, ja- in plaats dat van dat je het naar binnen schuift
Zoë	Dus minder dat *functionele,* maar echt meer inderdaad…
R10	Ja… *mindfulness…*
Zoë	Menselijk…
R10	Ja
R12	Dat verschilt natuurlijk ook per persoon, er zijn genoeg mensen die dingen in de supermarkt kopen waarvan je denkt… Kijk maar naar Amerika… ik bedoel dat zouden wij allemaal nooit eten, al die, kant en klare-
Zoë	-marshmallow spread en eh…
	[Gelach]
R12	Ja, ik zag het bij de Xenos staan! Maar dat- ik bedoel dat zijn dingen-... dat verschilt natuurlijk heel erg per persoon, waar gaan daar misschien bewuster mee om maar…
R13	Maar over de supermarkt ga ik niet eens beginnen want… ja, dat's al helemaal…
	[Gelach]
R14	Ik heb echt het idee dat jullie gaan bewust naar de boer voor kaas, melk… vlees en dan

R13	Ja, dat is zo veel beter
R12	Maar daar zit ook weer een prijskaartje aan wat niet iedereen kan betalen
R13	Ja tuurlijk, het is gewoon niet zo *toegankelijk*
R12	Ja…
R14	Nee, het is heel duur…
R12	Maar kijk, als ik naar de supermarkt ga, vergelijk ik bijvoorbeeld verschillende soorten rijst, maar je hebt ook mensen die denken, wat logisch is want alles is duur, 'die is het goedkoopst, die pak ik', zeg maar
R13	Ja… je hebt helemaal niet zoveel opties om iets gezonds- echt, *echt* gezonds te kiezen in de supermarkt
R12	Nee…
R10	En ik denk *alsnog*, dat die dingen uit de supermarkt- als je die *zelf maakt* gezonder is dan wanneer je het bestelt
R12	…ja ja ja, nee maar ik bedoel als je een poké bowl moet maken dat je dan heb je dus zelf rijst nodig-
R14	-komt niet uiteindelijk van dezelfde…?-
R13	Als je gewoon kookt bedoel je?
R10	Ja, zeg maar we hebben het nu over hoe gezond de boodschappen in de supermarkt zijn, maar we hebben het natuurlijk voornamelijk moeten we het over bezorgen hebben
R14	Ja, maar halen supermarkten en restaurants niet soms van dezelfde…?
R12	Nee, nee, het zijn wel andere dingen. Zeg maar, restaurants enzo die halen het echt van de groothandels, dat zijn echt grootverpakkingen, die zijn langer houdbaar daar dit zitten dus meer conserveermiddelen in, dat soort dingen. Als je ook kijkt- bijvoorbeeld bij ons, ik heb toen met [baas] gekeken of we de appeltaart met voorgesneden appels konden doen, en die waren zó…-
Zoë	-chemisch?-
R12	-chemisch, dat we dus besloten hebben dat niet te doen, terwijl de appels die we nu gebruiken komen ook van de groothandel, die zullen waarschijnlijk ook wel bespoten- nee volgens mij… niet, maar ik bedoel-
R14	-die worden geschild
R10	die worden geschild, ja

R12	Ja, die worden geschild, en, en… ehm… dat zijn wel gewoon *appels*, en soms gebruiken we wel Albert Heijn appels als [baas] ze is gaan halen dus, ja.. die voorgesneden appels die waren gewoon echt vies
R10	Maar het is meer ook gewoon de hoeveelheid zout je die door een maaltijd gooit, of en het is ook, denk ik- de aantal producten die je kan bestellen zijn over het algemeen meer *vette* gerechten dan echt gezonde salades ofzo
R13	Ja
Zoë	Of dan zit er weer een dressing door de salade…
R12	Ja.. ja
R10	Ja bijvoorbeeld, ja
Zoë	Omdat het oogmerk meer 'het moet lekker zijn' is dan 'het moet gezond zijn'
R10	Ja
R12	Ja. Logisch, want anders bestel het niet nog een keer
R10	Dus dat is denk ik wat er mis gaat bij het bestellen…
R12	Ja…
Zoë	Dus dat is een beetje de maatschappelijke… baat die er te halen valt?
R12	Ja
R10	Ja gewoon voor het algemene gezondheidsbeeld van de Nederlandse bevolking
R12	Ja maar als je kijkt, de Nederlandse regering is nu ook weer bezig met een campagne voor gezondheid omdat we allemaal te dik worden-
Zoë	-herformulatie, bedoel je die?
R12	Ik weet niet hoe die heet… ik weet dat ze weer met een campagne bezig zijn tegen obesitas
Zoë	Vast! [Lacht] Maar dat ze meer suiker, vet en zout uit het eten halen
R12	Ja, en dan is het wel een goeie om naar dit soort keukens te kijken van 'we kunnen hier geen inspectie op doen, dus we weten ook niet wat er in zit', het zal niet helpen aan je campagne tegen obesitas, zeg maar, dus dat is ook wel…
Zoë	Hmhmm. Ja het blijft echt altijd een strijd van 'de consument moet zelf kunnen kiezen wat 'ie eet' en 'we worden allemaal te dik'-

R10	-'wat is de rol van de overheid?'
Zoë	Ja precies, dus dat blijft altijd lastig denk ik
R12	Ja, ja… je moet zelf ook die keuze kunnen *maken*, maar ik vind dat het controlegedeelte wel bij hun ligt en niet bij ons ligt, of het *gezond* is
Zoë	Ja echt *gezond*, zeg maar, echt… 'food safe'
R12	Ja of dat er inderdaad geen ratten rondlopen, ofzo zeg maar, dat
R10	Naja, en dat je dus kijkt naar… hoe erg wil je bezorgen blijven stimuleren? Dus als je virtual kitchen zo hun gang kan laten gaan dan wordt bezorgen steeds makkelijker voor mensen, en dan is dus het uiteindelijke gevolg dat we al Nederlandse bevolking… ongezonder worden
R12	Ja
R10	Maar dat is dus heel breed getrokken maar dat is dus wel het gevolg
R12	Ja…
R11	Ik denk eigenlijk dat je de verantwoordelijkheid niet helemaal bij de consument kan leggen
R14	Nee
R11	Omdat ze gewoon *zo* niet geïnformeerd zijn, en er worden maar *honderdduizend* opties op hun afgevuurd, dat ze niet meer een soort van weten- ja ik heb hier een vak over gehad- maar dat ze niet meer echt een soort van, de *goede* ertussenuit kunnen pikken omdat het gewoon *te veel is*, en als iedereen zegt 'nee die van *mij* is goed', 'nee die van *mij* is goed', 'nee die van mij is *goedkoop'*, oh die van mij is nog *goedkoper'*, dat *kunnen* wij simpele zieltjes gewoon *niet…*
R12	Op een gegeven moment is er ook gewoon… te veel om research naar- je kan ook niet overal *zelf* research naar-
R10	Nee je wil helemaal niet- je wil ook niet als je een maaltijd gaat bestellen omdat je geen zin hebt om te koken- ga je niet even uitgebreid onderzoek doen naar welke keuken… het gezondst is
R12	Ja, precies
R11	Dus als je zoiets wil aanpakken, dan denk ik gewoon niet dat je kan zeggen van 'oh, we leggen lekker de verantwoordelijkheid bij de consument'
R10	Je moet het zo toegankelijk mogelijk maken, door bijvoorbeeld ergens bij te zetten wanneer de keuken voor het laatst is gecontroleerd
R9	[Lacht]
R11	Wie ik?

R9	Dat het daar altijd op neerkomt… [dat de consument verantwoordelijk is]
R11	[Lacht] Ja!
R12	Altijd weer de politiek jongens
R13	Nou niet echt de politiek, meer… bedrijven-
R11	-capitalisme-
R13	ja capitalisme! [lacht]
R10	Ja
	[Korte stilte]
Zoë	**Nog andere gedachtes…? Dingen die jullie…opeens nog bedachten tussendoor? Die ook weer gewoon helemaal ongerelateerd mogen zijn…**
R11 & R12	[Lachen]
R11	[Grapt] Ik heb honger!- nee
R10	[Tevreden] Ik heb heel lekker gegeten, ja…
R14	[Grapt] Zullen we iets bestellen…?
	[Gelach]
R12	[Grapt] Zullen we bij Snackz bestellen jongens? [Lacht]
	[Deelnemer vraagt iets aan Zoë over het koffiezetapparaat in de ruimte]
Zoë	Maar even terug naar…het gesprek [lacht]
R13	Ja sorry [lacht]
Zoë	**Hebben jullie dan nog verder toevoegingen, of puntjes…van aandacht?**
	[Deelnemers zijn stil]
R14	Nee…
R9	Nee…

	[Deelnemers zijn stil]
Zoë	Vragen…?
	[Deelnemers zijn stil]
Zoë	Nee?
R14	Wat vind je er zelf van?
R15	Ja?
Zoë	Dat eh… zeg ik na het gesprek [lacht]
	[Gelach]
Zoë	Ehh… dan ga ik nu het gesprek afronden, en dan wil ik jullie heel erg bedanken voor het meedoen!
	[Deelnemers applaudisseren]

Appendix F. Inducive Codes

Code	Definition	Clarification
Hygiene	Concerning the (perceived) cleanliness of a kitchen/the kitchen personnel	
Food safety	Extent to which the food is safe to consume	
Food quality	Intrinsic quality of the food	
Food authenticity	The extent to which food items are prepared in compliance with 'traditional' expectations.	E.g. 'pizzas should be made using Italian cooking methods', Vietnamese food prepared by Vietnamese people
Price	Concerning the price of food	
Location	Concerning the physical location of a restaurant	
Convenience	The extent to which something is easy or effortless	Includes statements discussing motivation to cook
Hedonism	Concerning the craving of certain foods from a emotional standpoint	E.g. craving something tasty, eating certain food to relax
Special offer	Concerning (temporary) promotions, price reductions, offers, discounts, etc.	
Trust	Concerning the believe in the reliability of a service	
Delivery time	The amount of time it takes to get food delivered	
Delivery fee	The amount of money it costs to have food delivered	
Browsing	Concerning the ability to browse different options and compare menus on a food delivery platform	
Customer reviews	Concerning the reviews written by previous customers of a certain restaurant	

Appendix G. Deductive Codes

Codes identified while transcribing focus group 1

Code	Definition	Clarification
Life schedule	The way one's time is filled in	
Familiarity	The extent to which the consumer is already familiar with a certain brand/restaurant	
Allergies	Concerning food allergies or allergens	
Questionable integrity	Mentioning a concern towards the honesty and transparency of a business	
Accountability	Being responsible for the food quality and safety	
Reachability	The extent to which a consumer can get into contact with a restaurant either online or by telephone	Own telephone number
Naming	Concerning the naming of a virtual brand	
Conciousness	Concerning whether the consumer is conscious of the concept of virtual kitchens	
Own research	Research performed by a consumer	
Ingredients	Concerning the specific ingredients a food contains	Also nutrients, salt fat etc.

Personability	The extent to which a brand/restaurant has a certain likeability or appeal because it feels personal/human	Hoe persoonlijk voelt een restaurant?
Multiple brands	Concerning the mechanism of virtual kitchens running multiple brands from one location	
Food waste	Concerning the waste of food during the preparation	
Inspection	Mentioning inspections performed by governmental instances	Includes physically finding the restaurant, NVWA
Public Image	Concerning the public perception of a certain brand/restaurant	
Motivation	The extent to which one is willing to do something	
Delivery platform	Concerning the specific platform the food is ordered from	
Transparency	The extent to which all parties involved have access to the same information	
Physical accessability	The extent to which a consumer can access the physical location where the food is prepared	
Social control	Concerning the norms and values of a larger group influencing the behavior of individuals	Druk op instanties
Streetscape	Concerning the visual appeal of a street as a whole of its different elements	'Straatbeeld' in Dutch
Population density	Concerning the relationship between the size of a certain area and the amount of people living there	'Bevolkingsdichtheid' in Dutch
Demand & Supply	Concerning the relationship between what the consumers want and what is available	'Vraag en aanbod' in Dutch
Supporting a business	Mentioning one's willingness to support a business	
Setting	Setting one orders in	With friends, alone, etc.
Cooking at home	The act of cooking for oneself at home	
Restaurant options	The amount of restaurant a consumer can choose between	Ult hoeveel restaurants kan je kiezen
Person preparing the food	Regarding the person that prepares food	
Kitchen	Mentioning the kitchen the food is prepared in	
Awareness	Whether a consumer is aware that they are ordering from a virtual kitchen	
Marketing	Communication in which a restaurant is promoted	
Motivation to run a virtual kitchen	Mentioning a motive for why one would run a virtual kitchen	
Re-ordering	The act of ordering from a place again after having ordered there before	
Own job experience	A participant's own experience working in hospitality	
Legislation	Mentioning existing or proposed laws	Verbieden etc.

Codes identified while transcribing focus group 2

Code	Definition	Clarification
Food variety	Mentioning different sorts of food	Verschillende keukens
Specialization	Mentioning the extent to which a restaurant is specialized to prepare a certain category of food	
Digital findability	The extent to which a consumer can find a certain restaurant online	Zoekresultaten
Permits	Concerning the permits needed to run a restaurant	Includes address/KvK registration
Workload	The extent to which the kitchen employees can keep up with the tickets	Werkdruk, meer merken betekent meer bestellingen
Complaints	Mentioning complaints filed by local residents regarding a restaurant/virtual kitchen	E.g. sound nuisance, smell nuisance, light nuisance, traffic nuisance
Digital presence	The extent to which a restaurant has its own website, social media accounts, etc.	
Symptoms of Capitalism	Mentioning associations or expectations regarding the effect capitalism has on the food system and/or society	Black mirror, corporate entity
Dutchification	Concerning the extent to which traditional dishes are adopted to the Dutch taste	Vernederlandsing
Leaving the house	Concerning the act of leaving one's house to retrieve food	
Disability	Concerning the restricted ability of a person to obtain food	Both physical and mental
Human interaction	Mentioning the interaction between two human beings	Interactie bij het afhalen, interactie met bezorger
Eating at a restaurant	Physically sitting down to eat food at a restaurant	'uit eten gaan'
Relationship with food	How we perceive food	Dankbaarheid, zelf koken, functioneel vs hedonisch
Global differences	Differences between food cultures worldwide	Wat vinden wij normaal vs wat vinden ze elders normaal

Appendix H. Conversation Reports

Direct quotes were translated to English.

Before reading the definition

Ordering food is different for each individual. Some use it as a way to treat themselves, while others order food when they don't feel like cooking. Several participants use platforms to order, whereas others only use the platform to browse options and then order from the restaurant of choice directly. Ordering food is not something every participant does, with some calling it too expensive or too time-consuming because of the delivery time. R9 brings up that some people order food out of necessity, as they may not always be able to leave the house due to medical reasons. While they agree, other participants do think people mostly order out of convenience or laziness.

When asked about what they pay attention to when ordering food, several features are listed. Most frequently, the participants mention the price of the food as a factor they pay attention to. In line with this, they also mention delivery fee and special offers as things they look out for when ordering. Both groups mention checking customer reviews in addition. R12 says she examines whether the food she orders is vegan.

After reading the definition

After individually reading the definition of virtual kitchens that was handed out to them (See Appendix B), the participants seem confused and want to work out the concept to gain a better understanding. In the first group, the participants bounced off of each other to dissect the concept. R5 was, for instance, confused about whether it's just one cook preparing different sorts of food. Others chimed in to explain that it is not one individual per se, but it is one kitchen. R2 then wondered if the options are listed separately on the platform, to which R5 answered yes. R3 then says: *"so you don't know it's the same kitchen?" (R3).*

The other group also had a lot of thoughts and questions upon reading the definition. R10, for instance, thought you could tell the two examples on the paper were made in the same kitchen because they share the same delivery fee and minimum order amount. R12, however, noticed that the amount from which the delivery is free does differ between the two. The moderator clarified that you cannot really identify them as a virtual kitchen from the outside alone. The participants then asked how the moderator knew that these were a part of a virtual kitchen, to which she answered that the two are registered on the same address. R14 started to wonder: *"But why… don't they do all of that under the same name?" (R14).* When then asked for their first response to the text, R11 said that it was making her feel a bit uncomfortable. R10 expressed her concern towards the cooking competence of the person preparing the food. While she understood that they use different brands to sell their food, she felt as if the food products they sell were probably not of good quality because they don't specialize in any specific food category: *"how can you have good sushi at the same place… they make pizzas?" (R10).* Others responded that perhaps there are multiple people preparing the food, which could all be experts on different food types. According to R12, the food quality really depends on this.

R8 also wondered about the person preparing the food in the other group. How do they pick the cook, she asks, because they must have great expertise to be able to prepare all those different types of food. R2 responded that you don't need any expertise to be able to cook, and that if she wanted to, she could open a similar business and start cooking right away. In response, R8 said: *"So it's actually really impersonal?" (R8)*. R6 agrees with her, and goes on to give his analysis of the concept, describing it as having *"the prentience of personability" (R6).* In his eyes, people often order from a brand that matches their personal preference, meaning that if people knew it was from some general kitchen, they might not have ended up ordering from there. R1 agreed, working out the multiple-brand structure: *"Yes, Tinneke's Taco's is then just… Alfred who in the same kitchen also prepares… Jort's…" (R1).* R6 replied: *"Yes, you're in some sort of village with Tinneke's Taco's and Peter's Pizza's and Harry's Hamburgers" (R6).* R1: *"Indeed, but Harry and Tinneke, they don't exist so to say. They are fake" (R1).* The group then draws a comparison with traditional restaurants: *"Say you would do that with a real restaurant, then you would say 'alright I'm craving pizza so I'm going to a pizza place', and then you go there and see people eating hamburgers, sushi, and pancakes" (R6)*. As R8 agreed this would indeed be strange, R6 concluded that the

concept can therefore only work 'virtually'. R5 disagreed, explaining that you have food halls where they also sell different types of food under one roof. R2 debunked this, explaining that food halls are different because they are advertised as such, whereas virtual kitchens are not. Others agree that it is different because you are aware that you are visiting a food hall.

In group 2, R12 related the concept to a past experience, explaining that she may have ordered from a similar concept because while she and her parents ordered something different, the food arrived at the same time. R15 commented that it then in fact does have an advantage. R12 went on to say that that restaurant was transparent about it, because their name literally says 'delivery restaurant'. *"But I don't really feel like they are doing very well so maybe this is… commercially more smart because then you see it separately" (R12).* R15 agreed, and said that a lower perceived food quality may be the reason why these virtual kitchens choose to run separate brands. R11 thought it also had to do with findability, explaining that whenever you look up sushi, you're more likely to find a sushi place rather than a place that sells everything.

The two groups started to look for nuance, with both R8 and R11 asking themselves whether we should worry about virtual kitchens if the people like the food they order from them. R8: *"Say I order somewhere and I enjoyed the food, yeah if I enjoy it I will just order it again next time, even though this is what's behind it, that wouldn't stop me or anything" (R8).* R5 responded by asking if virtual kitchens are regarded as something negative then. R6 explained that he could imagine that customers might question the quality of certain food because of the lack of specialization in a kitchen that prepares multiple different types of food. R7 confirmed this, stating that she would not really trust food that was prepared somewhere where other types of food are also made, especially food involving raw fish. R1 described the presentation of virtual kitchens as disingenuous, as they unjustly pretend to be genuine restaurants. For R4, it goes deeper than charm. She explains that because of her gluten allergy, she has to make certain risk assessments before ordering. However, if there are multiple brands being prepared in the same kitchen, this assessment becomes more complicated, making her feel uneasy. This perspective leads the group to question the accountability of virtual kitchens: can they be reached if you have a problem? R1 and R8 compare it to a traditional restaurant where you can walk in and hold someone accountable if you have a problem, with virtual kitchens, you can't: *"Who is the boss there? Like who can you reach out to? Say something goes wrong, with whom do you file a complaint?" (R1).* Group 2 also discusses accountability, questioning whether virtual kitchens can be reached out to.

R10 expressed that she doesn't necessarily think virtual kitchens are a bad thing. R15 responded: *"It's just the feeling you get from it". (R15).* R14 agreed that it does not necessarily say anything about the quality of the food itself, *"it's just that there's not so much love in it" (R14)*. According to R10, people order out of convenience, meaning that they already aren't looking for food of the best quality. R8 also brought this up in the other group, saying that if you are planning to visit an all-you-can-eat restaurant, you should now better than to expect high quality food, comparing virtual kitchens to an all-you-can-eat buffet. R10 went on to share that she does associate the food prepared in a virtual kitchen with a lesser quality. When asked to elaborate why she felt that way, she explained that it felt less authentic, as she imagined that virtual kitchens choose to buy ingredients from wholesalers instead sourcing them locally, for example.

According to R3, ordering food will always remain a gamble as you don't know the quality beforehand. R1 then commented *"no, but it only gets more sketchy if things like these are happening" (R1).* R3 agreed, saying that your judgment only relies on names and pictures, which are in this situation less trustworthy. In the other group, R15 and R10 also thought that the marketing of a restaurant is not always reliable. R12 commented that even if you did your own research, you cannot see that something is a virtual kitchen. In the other group, R1 expressed a similar sentiment: *"you don't know if you're being fooled, because apparently they are good at… fooling you." (R1).* R16 also noted that the names of the brands imply that they are a real place, similar to what was expressed before in group 1.

Group 1 then discussed if they would knowingly order from a virtual kitchen. R8 expressed that she mainly ordered from places she was already familiar with. For R2, the price-quality ratio was most important: *"if the food was alright and it wasn't too expensive, I would probably order again" (R2).* R3 and R5 agreed. The group then imagined

a scenario: you have just moved to a new town and want to order food, would you try out a 'local' restaurant or would you pick a franchise such as Domino's? R2 responded that she would just look at the prices. Even if she would find out it was a virtual kitchen, she would still think it would be ok because the NVWA can inspect them. R3 would take a similar approach, explaining that he would try the local restaurant and order again if he was satisfied with the price-quality ratio. Several participants agreed and said that they usually order from a place they have ordered before. According to R7, it depends on the type of food that she orders. In her eyes, a pizza is harder to mess up than sushi or chicken. Others agreed. She went on to say that she tries to look at websites and customer reviews to assess how well established a restaurant is. R5 did not recognize herself in this. She said that if she's already feeling down and wants to order something, she definitely won't go out of her way to do extensive research. Group 2 was asked the same question, to which R12 replied: *"To me it's all about the quality of the food, if the quality of the food is good, I really don't care" (R12).* R14 agreed that she would not care. R15 was more cautious, stating that it does demonstrate a lack of transparency, possibly subconsciously discouraging her from ordering. Just like group 1, several participants explained they usually order from places they are already familiar with. Not having its own website would also work as a barrier for R12, because she would rather support a business by ordering from them directly instead of through a platform.

So why would someone start such a business? R12 thinks it's because it's easier for entrepreneurs as they save time and money by not having to tend to guests. To her, it's a great solution for people who just want to cook good food and sell it. She also thinks it's easier regarding permits and requirements, because *"you can just have a weird, ugly, dirty, kitchen and no one will see" (R12).* In the other group, the participants also thought efficiency was an important driver. While it saves money spent on staff and energy, it also yields more revenue due to a broader range of foods offered. R1, similar to R12, expressed that it is a nice way for entrepreneurs to start selling their food without the hassle of maintaining a sit-down restaurant. Furthermore, it also has to do with population density, with R1 and R6 suspecting that it is possibly more suitable for smaller cities than larger cities because the market may be less saturated. When thinking about what advantages virtual kitchens could offer to consumers, group 2 mainly thinks of reduced prices. According to them, they make more revenue as they sell a wider range of products. Therefore, they can keep their prices low, which was also mentioned in group 1. These reduced prices can also offer a competitive edge. In addition, as they solely focus on delivery, R16 thinks they can prepare food faster and deliver it with more accuracy to the estimated time. R12 questioned this, stating that maybe their workload is even higher than that of a traditional restaurant because they have multiple brands they have to prepare food for. Others dismissed this by noting that the virtual kitchen probably has enough staff to keep up with the demand. In group 1, R6 identified another advantage to the consumer, namely that the presence of virtual kitchens increases the likelihood of being able to order what you want within a reasonable delivery time, especially for smaller towns. R14 did not think virtual kitchens are inherently malicious. Instead, she believes they are made to facilitate the wide array of consumer demands. Others think this is too naive, stating that the goal of virtual kitchens is probably to make profit. R15: *"the consumer is never in first place" (R15).*

When Group 2 was then asked to come up with disadvantages, the participants started to wonder how consumers and inspectors can find virtual kitchens. The moderator explained that the NVWA will only inspect restaurants that are located on the same address as their KvK registration. If they are located elsewhere, they will not inspect it, unless local residents file complaints about the place. The participants responded confusedly: *"that's weird, though…" (R12).* R11 asked: *"but do they just, sort of get away with it? Like: 'bummer, it's not here'" (R11).* R14 then asked whether this is not illegal. R11 wondered if the inspection would come if there are multiple complaints about a place, to which the moderator again explained that they would, but the NVWA does not go out to look for them pro-actively. R11 then too asked if this is not illegal. R12 found it strange, because at her job in the kitchen, they do sometimes get subjected to a thorough inspection from the NVWA. R11 replies: *"yes, all of that cannot be checked of course" (R11),* talking about kitchens that are not registered on their KvK address. R14 brought up the point that you can register your KvK on any address, also on your home address. R16 then wondered if the virtual kitchen is not listed on Google Maps, to which others replied that maybe the actual kitchen is not on the address that is registered on Google Maps. R16 responded confused, but R11 explained that you can also choose to register your KvK at an address where you would like to receive your mail, such as an office or mailbox. R10 shared a story about a friend of hers who told her that she had ordered from a sushi place in R10's street, this was however unlikely, as R10's street just consists of apartment buildings. R15 admitted that at first she thought

it was weird, but now she sees how it would be more convenient to get your mail on a different address. R11 expressed that this was in fact a disadvantage for her, because it facilitates avoiding the inspection.

Before even asking them to think of disadvantages, group 1 already started to have negative associations. R5 thought it could easily go wrong, as you can just start cooking for people without any experience. R6 added that you also have less social control due to a lack of accountability. According to R6, this lack also contributes to an increased mental distance between the cook and the end-consumer, possibly resulting in them working less carefully. Others agreed that accountability is a problem of food delivery in general. R5 and R6 went against this, stating that franchises such as Domino's can be held accountable more easily than a virtual kitchen because they are more easy to locate. R1 asked if these businesses should be registered in the KvK register, to which the moderator said yes. The group is then asked to think of other disadvantages. R8 thought the concept *"just sucks" (R8).* She went on to talk about how the experience of going to a restaurant is amazing and that she feels as if virtual kitchens will take away that piece of personability. She then gets corrected by the moderator and the group that the conversation is about delivery and not about going to restaurants. R6 tried to go along with her thought, noting that local restaurants could in fact be forced out of the market because of virtual kitchens. While others agreed it could pose a threat to the local economy, they did question whether this was a bad thing as there would then apparently be a demand for virtual kitchens if they would force local restaurants out of the market. According to R1, this isn't totally fair, because the consumer does not know they order from something that is 'not real': *"you don't even have the choice to support the local economy because they pretend they are regular family-owned businesses" (R1).* R3 chimed in: *"I think those things can only work if it has a good price-quality ratio and people keep ordering. If everyone only orders there once, it will not keep existing" (R3).* R7 commented that she thought the food quality would not benefit from that many different foods being prepared in one kitchen. In addition, she brought up the fact that virtual kitchens can just keep launching new brands if the others don't work. R3 also explored this mechanic, noting that they can just delete the brands that get bad reviews and continue under names that are free of complaints. R5 then compared it with *"scams that just keep going but under different names" (R5). R7: "First Bill's Kitchen, then Billy's Kitchen, then Will's Kitchen, William's Kitchen…" (R7).* R8 started to wonder: *"won't it then at some point become one large monopoly of one mega virtual kitchen?" (R8)*, which made the others laugh. They replied that they don't think real restaurants will disappear because eating at a restaurant will always remain a special experience.

In the second group, R9 expressed his feelings. Reading the definition made him think of content farms, which generate large amounts of low-quality content to be consumed by others online in order to make money (Austin Community College, n.d.). He also drew a comparison with Uber and AirBnB, observing an increase in platforms that do not necessarily own things but solely act as an intermediary. Others did not really see the comparison. R12 talked about a local sushi restaurant that is still accessible to consumers but only meant for takeaway, to which the moderator replied that virtual kitchens are not accessible to consumers at all. Then it became clear that some participants were not previously aware of this characteristic, even though it was included in the definition. R14 commented: *"that feels a bit sketchy, that you can't even see where it's from" (R14).* R10 noted that you then rely on customer reviews. R14 did not want to believe that virtual kitchens had malicious intent, to which R10 replied that the intent is probably not necessarily bad, but that it is less transparent. The group then went on to discuss awareness and own responsibility. R12, for instance, felt that the biggest disadvantage was not *knowing* you are ordering from a virtual kitchen. R16, however, thinks the consumer should do their own research if they care so much about it, despite this *"sneaky little trick" (R16).* Others even disagree that virtual kitchens are 'sneaky', as they say it's just a matter of marketing. R16 clarifies that it is in fact sneaky, because these brands intentionally avoid disclosing that they are made in the same kitchen. R10 and R13 compared it with ready-to-eat products from the supermarket, from which you also do not know where they have been made.

After reading the advantages and disadvantages

Upon reading the advantages and disadvantages, the participants of group 1 commented that they had come up with most of them by themselves already. Similar to group 1, group 2 noted that they had not thought about food waste before. R15: *"I do like that aspect* [less food waste] *of it, I hadn't thought about that at all" (R15).* Group 2 was, however, more skeptical if virtual kitchens actually battle food waste, as a virtual kitchen running two brands would need the same ingredients as two separate restaurants. R6 even pointed out that it could lead to more food

waste because virtual kitchens need more ingredients than regular restaurants because they sell a wider array of foods. R2 agreed, stating that virtual kitchens need to have much more ingredients on hand to prepare their dishes with. The moderator elaborated on the explanation, noting that if virtual kitchens efficiently manage their ingredients across their different brands, they have the possibility to alleviate food waste. R3 commented that scaling up always leads to less food waste. The moderator clarified that virtual kitchens *can* help to reduce food waste, although this may not be true for every virtual kitchen.

While R12 recognized the argument of supporting local businesses over virtual kitchens, she viewed them as a part of the local economy rather than something separate from it. According to her, virtual kitchens are probably also ran by hard working people who need the money to survive: *"it's not just some large corporate thing that steals money" (R12)*. R11 replied, saying that while that may be true, there is still a lack of accessibility and transparency, which R12 in turn agreed with. R9 also responded to R12's statement, expressing that considering current economic trends, they may very well be ran by something corporate. R12 then compared it to national franchises, which also have something corporate behind them. While those may feel less local, they are more personable than virtual kitchens. She went on to say that she would prefer to go to a local restaurant that is actually *from* that area. R11 then claimed that you cannot know if something is genuinely local or a virtual kitchen. R10 agreed, saying you would only know if you are already familiar with it. R10 asked if the statement on the paper concerning unfair competition with local restaurants referred to restaurants that are also dependent on delivery. The moderator confirmed that this is a possibility. R16 responded, asking if this is not the case for all competition. Others nuanced this comment, explaining that with the introduction of a virtual kitchen, both the local sushi place and the local pizza place face new competition, instead of just one of the two. R10 added that they can also offer their food at lower prices than their competition.

In group 1, the conversation focused on the inspections performed by the NVWA. R8 asked the moderator if virtual kitchens always keep their addresses secret, to which the moderator replies that while this does happen, it is not always the case. R8 then replied that it is up to the NVWA to locate these places. R2 shared that she knows someone who works at the NVWA as an inspector. She explained that the inspectors get a list of addresses they have to visit, adding that she suspects that there is another department who locates them. R8 thinks that the NVWA should be able to locate a virtual kitchen at some point if it keeps growing. R2 replied that it could also just be ran from someone's home. R6 found it hard to believe that the NVWA cannot locate virtual kitchens, as he thinks they must all be registered somewhere. R2 then shared with the group that their local town has 'Bezorgrestaurant Woerden', which also sells a lot of different foods. However, when you look up the address, *"it's just a random building on an industry site that is empty. There's nothing there when you bike past it" (R2).* R6 replied: *"So it's just some kind of shadow address, you suggest?" (R6).* R2 thinks so, because the building shows no signs of life. R5 commented that that would make it difficult to locate the actual kitchen. R6 again expressed that he could not imagine that this is a big problem for the NVWA, as they can find other ways to locate virtual kitchens. R5 suggested tracing the deliverers, for example. R2 shared more about 'Bezorgrestaurant Woerden', explaining that there is also a small trailer on a parking lot she bikes past for work that is owned by them. According to her, it seems as though they have a small kitchen running from that trailer. R3 then asked if the KvK register did have the actual address of virtual kitchens. The moderator explained that the NVWA visits the KvK registered address. If they do not find the restaurant there, they do not proceed their inspection. However, they also do not go out of their way to locate virtual kitchens unless there are complaints about them. R6 asked for clarification: *"So the inspection is indeed actually harder if your office is in another location than the actual kitchen?" (R3),* which the moderator confirmed. R7 joined in, questioning why the inspectors don't ask the people they find at the address where the actual kitchen is located. R1 replied that they are not required to answer. R6 doubted this: *"Aren't restaurants required to cooperate with the inspection?" (R6).* R2 replied that in order to cooperate, they must first *find* you. R7 described the possibility of evasion as a strange loophole. R5 confirmed her thought, noting that there are many loopholes similar to this one. R8 then wondered whether eventually they would try to locate the virtual kitchen if they received a lot of complaints about salmonella, for instance. R4 replied: *"But couldn't they then just, like, remove the business and then instead of 'Bill's Ribs' make it into 'Patrick's Ribs', for example?" (R4).* R5 thought they would eventually track the owner. R2 brought up the point that in order to launch a new brand, they should register in the KvK again. Others replied that this is not very expensive.

In both groups, the participants are asked again if they would order from a virtual kitchen. R1 responded that it feels sketchy because you don't know what you'll receive or where it's prepared. R2 replied that you also don't know those things when you order in another town for the first time. R1 thought this was different, as franchises are more attractive because you know what to expect and the people making the food are held accountable. Others agreed that regular franchises have to prepare food of a certain quality because they have to maintain a positive public image. R3 and R7 said they would not order from a virtual kitchen if they had a transparent choice. R3, however, confessed that he would not necessarily do much research. He would just choose what he liked an order again in the future if it was nice. R2 shared her thoughts, saying that whenever she wants to order, doing research is the last thing she wants to do. R7 agreed. R1 noticed that the group mainly orders at vulnerable times: *"If you had the energy to check whether something was a virtual kitchen, you had the energy to cook" (R1).* R5 said that you're also not going to do research when you are ordering with friends. Others agreed. Group 2 also discussed whether they would order from a virtual kitchen. R10 stated the following: *"Well it just attracts me less. [...] because I already don't order very often myself, whenever I do order I like to order something at a good restaurant, that you just have something that tastes good" (R10).* To R12, the apparent lack of inspection is the most important barrier. R15 notes that the choice is very personal: *"What do you prioritize? Do you prioritize quality or do you prioritize quantity?" (R15).* R12 and R14 replied that it indeed also depends on an individual's financial situation. R15 did add that simple foods such as fries will always remain of a comparable quality, to which R14 replied that frying will kill all bacteria anyways. R11 expressed her opinion on the question, explaining that the concept reminded her of Black Mirror, a tv-series that portrays the often dystopian consequences of humans interacting with advanced technologies. R11: *"Nobody can really enter, you don't know what is going on, and food is just being pumped out to make as much profit as possible. Yeah it makes me feel really uneasy" (R11)*. Multiple participants understood her vision and agreed that it felt really commercial. R15 and R16 were saddened by this, because to them, food is also a certain form of art. R16: *"just authentic things- that just gets completely lost this way of course" (R16).* R10 and R12 agreed. R12 shared that whenever she goes out to eat food from a certain culture, she chooses a place where people of that culture work. R10 agreed, stating that people prefer restaurants that are specialized in a certain cuisine driven by a certain passion or knowledge. R11 called R12 out for preferring these places, because before she had mentioned not caring where it was from if the quality was good. R12 replied that that is the case for foods such as fries. Whenever it's about eating food from a certain culture, she does approach it differently.

The moderator then asked the groups if they would check whether something was a virtual kitchen when ordering somewhere in the future. In group 1, R7 responded that she usually orders from places she is already familiar with. Whenever there is a new restaurant in town, she briefly looks it up online to see what it looks like. According to her, she could have only ordered from a virtual kitchen in the past if she was in another town. R5 had a different view. She explained that if she would have a bad experience ordering food after the focus group, she would suspect it could be made in a virtual kitchen. However, if the food was of good quality each time, she would not necessarily do research. R2 commented that she thinks it's not fully up to the consumer to do their own research. R1 agreed, as this should be the job of the NVWA. The participants again concluded that the 'loophole' of the NVWA only visiting the KvK address is strange. R1 compared it to the police, which are also expected to locate criminals if something is stolen. R7 suggested that the NVWA should perhaps be given more authority. R2 also pitched that perhaps it should be prohibited to offer multiple brands from the same address. R7 added that maybe the address should show that it's the same kitchen. R3 did not necessarily agree it should be prohibited, to which R2 replied that it does not necessarily have to be a law, the platform itself can also enforce it. R6 was skeptical of this idea, as the platform itself also profits from virtual kitchens. R1 replied that at least platforms *can* be held accountable for what restaurants they list on their website. R6 suggested virtual kitchens should just be transparent about the fact that they prepare different foods, which R3 agreed was a good idea.

In response to the question of whether they would do more research in the future, R10 and R12 said that they probably would. R12 shared that while she had never considered checking a restaurant's address before, she was now more curious to see if it was a virtual kitchen knowing they exist. R11 stated she never orders food and never will in the future, since she doesn't believe it is worth the money. She would rather takeaway food, as she likes to leave her house to retrieve food. R10 added that she has to leave the house everyday anyway, so why not pick up some food from the supermarket? R12 noted that when she lived somewhere else for school, she would

also have to leave the house every day. Now, however, she has days where she doesn't have to leave the house. R11 finds it unnatural to receive food whenever you please. In her eyes, performing an activity to obtain food is nothing more than normal. R10 acknowledged that we current live in a society where consumption has become increasingly important. Everything needs to be faster while also being cheaper. R12 noticed this trend at work as well, with restaurant guests asking where their food is after waiting only 20 minutes. Several participants disagreed with R11's view, explaining that sometimes, they don't feel like leaving the house. R12, for instance, believed that ordering food is more convenient, as she lives quite far from the city center. R9 brought up that while convenience may be commonly cited as a driver for ordering food, some are simply unable to retrieve their own food due to medical reasons. He himself, for example, struggles with mental issues, sometimes hampering him from leaving the house. Therefore, he tends to regard terms such as 'laziness' as offensive. When asked to share more about his perspective, R9 explained that while the concept made him feel a bit uncomfortable at first, he recognized virtual kitchens can help to make food delivery more accessible to people who are having a bad day. R12 agreed it is a nice solution for people who have a low budget and do not have the energy to cook for themselves. R11 commented she had never thought about it that way.

Idea generation

Improvements

After a short break, the participants were encouraged to share any suggestions they had for improving the concept. One by one, the participants gave their answer. In group 1, R8 began by stating that the most important priority for her is giving more authority to the NVWA. She did not understand why virtual kitchens are that hard to locate. In addition, delivery platforms should make it more difficult for virtual kitchens to delete and launch brands. R6 commented on her suggestion, noting it would be too naive to rely on the delivery platform to enforce rules. R3 replied that it could be enforced through legislation. R6 shared his suggestions, agreeing with R8 to grant more authority to the NVWA. Furthermore, he saw potential in restricting virtual kitchens through legislation, possibly prohibiting them from running multiple brands. In his eyes, virtual kitchens can still offer a variety of foods, but they should clearly inform consumers that everything is prepared in the same kitchen. Although this approach may result in a loss of customers, R6 believes that consumers do deserve such transparency. He was, however, uncertain whether such measures could be enforced by law, as he is not an expert on legislation. R4 agreed with his suggestion to require virtual kitchens to be more transparent. Then, you can still choose to order from there while also being aware of where it comes from. R8 asked R4 whether she truly thinks virtual kitchens should exist, considering the fact that it could be dangerous for people with allergies such as herself. R4 replied that ordering food will always be dangerous for her. Therefore, she can only benefit from more transparency, as that will help her in making her own risk-assessment. She shared that she usually opts for franchises because they are more accountable. R7 shared her thoughts, also emphasizing transparency, especially for individuals with allergies. Although the concept might feel strange, it's still acceptable in her eyes because they just deliver food. Her sole condition is that the food must be prepared safely and that the virtual kitchens are held accountable if there is an issue. Such issues can include cross-contamination of allergens but also bad food quality in general. According to her, it is currently unclear who is accountable. The moderator challenged her with a question, asking if the consumer couldn't just look up which brands are made in the same kitchen themselves if they have a food allergy. She replied that this way of thinking is too naive because consumers are lazy. R1 added that it is too much work to check all brands for addresses to see if they are made in the same kitchen. R7 went on to say that shifting the responsibility of doing research onto the consumer is too easy, arguing that businesses themselves can also take measures to improve transparency. R4 adds that in the near future, food manufacturers will be required to perform their own risk analyses before being able to claim that a food product potentially contains traces of a certain allergen. She believes this should also be applied to restaurants, making them responsible for providing such information rather than leaving it to the consumer to search for it. R5 then gave her suggestions. She struggled with the lack of visibility, stating that being able to simply see the virtual kitchen would already help to improve transparency and accountability. R6 adds that this would also be helpful for the NVWA. The participants emphasized their disliking of the address-aspect again. According to R7, virtual kitchens purposefully give up the 'wrong' address. R1 agreed that an honest company would indeed not act that way. R5 agreed with them. The turn is handed over to R3, which also believes it should be more clear to the consumer that it regards a single kitchen where multiple different foods are prepared. In his view, this is only possible by prohibiting them from operating under multiple different brands. They should also not be allowed to have separate websites for each

brand, as this would only allow the problem to persist outside of the platform. R5 believed that virtual kitchens could still have separate websites, as long as the name of the brands clearly indicated they are prepared in a virtual kitchen. Others doubted this suggestion, as they believed businesses would find a clever way to work around the rule. Thus, prohibiting them from pretending to be multiple businesses was the best option. R1 expressed his thoughts on the subject. He acknowledged that virtual kitchens have many advantages, such as reducing food waste, reducing the entrance barrier for entrepreneurs, and making food more accessible to consumers. In his eyes, however, these benefits do not stem from the virtual kitchens keeping their addresses hidden. Therefore, he believed virtual kitchens would still work if they were transparent about it. Both our society and the NVWA should be open towards the concept in order to formulate suitable measures for it. He does not think the concept of preparing different foods in one kitchen is bad, as it's also less expensive to prepare that way. However, they identified many challenges during their conversation, which should be addressed through legislation. According to him, virtual kitchens should be required to be more transparent by law. R5 was sceptical, questioning whether businesses wouldn't then just think of ways to avoid legal restrictions. R1 agreed those kinds of businesses would always remain to exist, but also noted that we should assume that the majority of virtual kitchen owners are driven out of passion. R1 and R5 did agree legislation is necessary to prevent virtual kitchens from operating freely, especially considering the NVWA does not seem willing to investigate them.

At this point, the moderator clarified that while virtual kitchens do sometimes use a different address, it is not always the case. R1 and R5 understood the comment and acknowledged that virtual kitchens are not always inherently deceptive. R8 did, however, still wonder why some virtual kitchens choose to be secretive about their location, as this undermines the public image of virtual kitchens. R5 thought virtual kitchens choose to do this to avoid having to meet all the requirements that regular restaurants do have to adhere to. According to her, perhaps it's easier for them to just avoid inspection. It is R2's turn to share her thoughts. She agreed transparency should be improved, particularly regarding the fact that multiple different dishes are prepared in the same kitchen.

In response to a hypothetical situation in which the delivery platform would dislike the restrictions out of a fear of losing customers, the group replied that they are not in a position to complain. They did not sympathize with the delivery platform, pointing out that it is a multinational company that still earns a significant margin on each sale made by a restaurant. Furthermore, R7 believed that the consumer should be protected. And even if they were to lose customers, it would indicate that there is no consumer demand for them. Therefore, there would be no reason for them to exist. R8 went on to say that virtual kitchens are responsible for improving their public image and eliminating the 'shady' associations. R1 agreed that the concept of virtual kitchens could succeed if they focused on improving their image and transparency.

In group 2, the participants were also asked to share possible improvements one by one. R11 started, stating that she did not think virtual kitchens could be improved. Instead, they should be illegal. In her eyes, the concept is a typical example of a faceless money machine. She recommended people should just visit and order from local restaurants or cook for themselves. Furthermore, she did not agree consumers are responsible for conducting their own research and making decisions based on that. R9 agreed with her view on responsibility and expressed his need for more transparency. Although he could not formulate specific measures, he also suggested legislation to restrict virtual kitchens as an improvement, possibly to prevent monopolies. R16 also emphasized the importance of transparency and openness. The apparent lack of inspection should also be addressed, disallowing kitchens from operating unless they have been subjected to inspection. This is especially important to prevent cross-contamination of allergens. She finds the concept too anonymous and vague. R13 thought the NVWA should more actively pursue inspecting virtual kitchens. She also thought the concept should be more focused on the local area. R14 also underscored transparency and believed the addresses should be registered correctly in order to facilitate inspections. She was not necessarily against the existence of virtual kitchens. Perhaps the consumer could be informed better by displaying the name of the owner of each brand listed on a platform. Then, the consumer could see whether different brands had the same owner. The authenticity of the food was important to R15, stating that perhaps virtual kitchens should prepare foods that are of similar origin instead of selling a wide range of different cuisines such as pizza and sushi. R11 asked her why they would then sell those foods under different brands, to which R15 replied that they are still different, thereby safeguarding the authenticity and possibly also the quality. R12 shared her thoughts, emphasizing the importance of thorough inspection.

Furthermore, she would not mind their existence if virtual kitchens were more honest about their structure. Finally, R10 shares her opinion. She believes it should be mandatory to prepare the food on the same address the business is registered on, as consumers have no control over this. While she would not necessarily order from a virtual kitchen, she currently does not see too much harm in it. She had considered legislation to restrict multiple brands being ran out of the same kitchen, but then realized this could potentially undermine entrepreneurs who share the same kitchen while being separate sellers. In her eyes, the safety of the food is crucial, as it is publicly expected that the places we buy food from are safe. R12 agreed it is the responsibility of the NVWA to indeed ensure this. R11 asked the moderator about the opinion of the government towards virtual kitchens. The moderator explained that certain municipalities do not regard virtual kitchens as part of the hospitality industry as they are not accessible to consumers and therefore do not include virtual kitchens in their hospitality regulations. It appears to sometimes be positioned in a grey area. R12 commented that she thought being able to serve food without inspection was really strange. R14 hypothesized that you could just start selling food from your own home if you wanted to. R13 asked the moderator what the NVWA thinks about virtual kitchens, to which the moderator replied that they do not proactively investigate them unless they are complained about. R10 said: *"So basically you are waiting until the moment the harm has already been done..." (R10),* which R14 agreed with. R12 considered this unfair, as 'regular' restaurants do get scrutinized by inspections. R10 agreed there appears to be a double standard, as regular restaurants are expected to meet strict requirements while virtual kitchens seem to be able to just do whatever they want.

The group is asked to think of suggestions for the delivery platform specifically. R10 and R12 did not believe the platform is responsible for restricting virtual kitchens. R12 did think that platforms should not feature virtual kitchen brands on their website if they know they are not inspected yet. R15 commented that it is also a matter of accountability. R10 agreed, sharing a personal experience with a hotel platform that did not admit accountability when her booking was canceled. In her eyes, delivery platforms resemble such intermediary platforms. R11 added that the platforms also driven by commercial interests and profit from virtual kitchens.

The participants saw potential in featuring a logo that distinguishes virtual kitchens on delivery platforms. When asked whether virtual kitchens would lose customers due to such a logo, R9 and R12 responded that that would indicate enough. R12 felt that consumers should be able to decide for themselves whether they want to order from a virtual kitchen. R16 agreed, as there are probably also individuals who are not opposed to it. R11 and R14 brought up that people also have to be aware of the existence of virtual kitchens in order to recognize them. R10 struggled to delineate the concept of virtual kitchens, as she was unsure whether businesses sharing the same kitchen should also be defined as such. If they would, R10 suspects they will probably find ways to evade being included in the definition to avoid the restrictions associated with the legal definition.

As it was previously stated that virtual kitchens should not be allowed to sell food if they have not been subjected to inspection, the moderator asked the group whether they would still hold onto this view if food establishments were to face a long waiting period before being inspected. R12 did stick to this opinion, as food must be safe to consume. A long waiting time could possibly discourage entrepreneurs from starting a food establishment. R11 suggested displaying the last time an establishment was inspected on the delivery platform, allowing consumers to decide for themselves whether they want to order from there. If the NVWA was unable to inspect the establishment, they would receive an 'unable to visit' stamp. If they had not been inspected, a 'not yet inspected' stamp could be displayed. If such a measure would be implemented, it should apply to all platforms to ensure fairness. R15 pointed out that consumers are also unaware of the last date of inspection with regular restaurants. R10 replied that consumers can rely on the fact that regular restaurants normally do get subjected to inspection, whereas virtual kitchens are not always. R12 commented that the platform cannot know when the food establishments have been checked without data from the government. The moderator explained that the inspection results are posted on a public website and can therefore be accessed by anyone. R12 did not know this. The moderator pointed out that not everyone is aware that food establishments are inspected about once every two years. Therefore, some may be discouraged to order from a place that is said to be inspected a year ago if such a measure was implemented. After thinking about this for a while, R11 explained that at least it's better than having a 'could not be checked' stamp. Others agreed. R10 added that the platform could clarify that food establishments are checked around once every two years. In addition, people order because they don't feel like

cooking. In such a state, no one wants to conduct extensive research to figure out which option is best. R10: *"it should be as accessible as possible, for instance by displaying when a kitchen was last checked" (R10).*

The group was then also asked whether the forces of supply and demand would eliminate the bad options. R15 responded that just because something tastes good, does not mean it's prepared in a hygienic environment. R14 added that virtual kitchens could just offer a new brand if the others were unsuccessful. R12 agreed and stated that all brands receive separate customer reviews. Therefore, consumers may still order from virtual kitchen brand A while brand B receives negative reviews. R10 noted that food businesses will always find ways to make their food just acceptable enough. R9 agreed. R16 explained that some foods are hard to prepare incorrectly, such as fried foods. R10 confirmed this. Therefore, it rarely occurs that food businesses are closed down because of the food tasting unacceptable. R10: *"They offer food that is fine for a price that is fine, and that's why they exist" (R10).* R9 also stated that the free market does not always solve everything because businesses will always look for ways to get away with things.

R12 did see the value of restricting the number of brands ran from a single kitchen. According to her, they should have as many as they are capable of preparing and selling. R13 suggests limiting the number of brands in relation to what is already offered locally. R12 agreed the local economy should be considered when thinking of measures for virtual kitchens. In a larger, more saturated market, virtual kitchens may not pose a great threat to other food businesses. In smaller towns, however, local businesses can suffer from competing with a virtual kitchen.

The future of virtual kitchens

In group 1, the majority of participants saw a future in virtual kitchens. R7 shared that she observed a similar trend in her neighborhood, with the number of delivery-only establishments increasing over time. She did comment this was detrimental to the charm of the city. According to her, the number of delivery-only establishments will continue to grow in the future. She lists young people, busy life schedules, digitalization, and modernization as key drivers of this trend. While she regards it as a natural development and recognizes its future potential, she questions whether it is a positive development. R6 noted that virtual kitchens do not have to be located in the city center as they are not open to guests, allowing them to pay lower rents. R2 added that it definitely has a future for less populated areas, which several others agreed with. According to R5, improving the visibility of virtual kitchens could potentially increase consumers' trust in the safety of the food, therefore encouraging them to order there. R1 responded positively to the question of whether virtual kitchens have a future. While the concept currently may feel somewhat lost, he thought it would be something of the future if the NVWA sharpened their approach. In addition, legislation is necessary to properly manage the freedom of virtual kitchens. This would help maintain consumer confidence towards the concept. Other participants agreed with his perspective. The participants were then asked whether they all wanted virtual kitchen brands to be transparent about being prepared in a virtual kitchen. R2 explains that there should be transparency to either the NVWA or to the consumer. If this condition is met, she is satisfied. Then she can either check whether something is a virtual kitchen herself or rely on knowing they are subjected to inspection. As R6 thinks the consumer cannot be expected to do their own research, the NVWA should take responsibility to ensure virtual kitchens operate responsibly. Even if consumers would be informed that a certain brand was prepared in a virtual kitchen, R6 believes they would still not fully understand the implications of that. R2 replied that if she saw that a brand was prepared in a virtual kitchen, she might not order from it because she knows the NVWA cannot inspect it. Therefore, she thought transparency towards the NVWA would be the best option. R6 pointed out that R2 is biased because she is now aware of the existence of virtual kitchens, which she previously was not. R5 agreed that this makes a difference, as she herself was also not aware of virtual kitchens prior to the focus group. In the past, she would also not look up whether something was a real place that was inspected by the NVWA. While R6 noted that consumers cannot know whether a food establishment is approved by the NVWA, R2 explained that consumers can in fact find the inspection results online using a restaurant's KvK-number. R5 stated she still preferred looking up whether something is an actual place over checking inspection results. R6 noted that, fortunately, this won't be necessary if the NVWA starts to enforce measures where needed.

The group is then asked whether the consumer can rely on the forces of supply and demand to eliminate the options that sell bad food. R2 thought this is separate from the discussion, as it does not consider the quality and

safety of the food. R6 agreed with her, as according to him, supply and demand do not respond rationally to each other. He believes that, while it is important to them, the consumer does not fully realize that food can still come from an unhygienic environment even if it tastes good. R3 added that virtual kitchens can just continue under a different name. R1 thought of another improvement. Similar to the Dutch marketplace platform Marktplaats, delivery platforms could be required to display how long a restaurant has been listed on their site. If a listing looks really sophisticated while only being open for two weeks, he would regard it as sketchy. R7 agreed with this. R5 had some doubts, as this could possibly undermine food businesses that genuinely worked hard to start out properly. R1 responded that they then just have to earn the trust of the local community.

In group 2, the participants reluctantly admit that they believe virtual kitchens have a future. While traditional restaurants will always continue to exist, virtual kitchens could very well turn out to dominate the delivery market. R9 and R16 agreed that virtual kitchens are a part of economic development. R11 noted that people might not visit restaurants as much if they can get the same food delivered for a lower price. In addition, if people spend more on delivery, they might not visit restaurants as often as before due to financial restraints. Local restaurants could also risk closing down if they are ran out of business by virtual kitchens. R12 agreed traditional restaurants could lose a part of their revenue. R9 also observed a continuing decline in brick-and-mortar stores. R10 pointed out that instead of replacing traditional restaurants, she believed virtual kitchens would be more likely to replace doing groceries and cooking for oneself. Many agreed. R10 observed another trend, explaining that it seems like people nowadays rely more on buying food than in the past. Previously, it was more common to bring your own food to work, for instance, whereas people now frequently opt for buying food elsewhere. R14 recognized this development at her job at a lunchroom as well, sharing that businesses are their biggest client when delivering food. R10 added that people are increasingly expecting their food to be more luxurious. She believes that it is not the case that people have more money to spend on food, they just *choose* to spend more of their money on food. The city center is filled with restaurants and cafes, so surely they must be doing well. R11 commented that she did feel the food establishments in the city tend to be short-lived.

Will there be a decline in cooking at home if delivery gains popularity? Several participants think so. Instead of opting for basic meals, people tend to desire something more special for dinner. R12 added that whenever people do not have the time to cook something special, they immediately choose to order food instead of preparing something simple. R13 suspects a surge in delivery will be detrimental to the health of the population. Even if people think they are ordering something healthy, it could still contain many hidden salts, sugars, or fats. R12 agreed, adding that restaurant ingredients usually contain more preservatives. R10 added that cooking at home is also beneficial to our mental wellbeing, as it makes us more considerate towards food.

Advice to policy makers

When asked to formulate advice for policy makers, many participants of group 1 mentioned granting more authority to the NVWA. They should be able to conduct more thorough investigations and visit every kitchen. Increased transparency from the delivery platform was also suggested. Transparency towards the consumer and the NVWA could also be improved by implementing legislation surrounding the locations of kitchens. In group 2, participants also agreed that legislation concerning inspection should be sharpened. In addition, the address of the registration has to be in line with the address of the kitchen by law. R10 and R12 stressed that virtual kitchens are not inherently bad, consumers should just have to be able to make their own decision. Additionally, the inspection should be addressed. An awareness campaign for consumers was also suggested. This could lead to a sense of social control, applying pressure on virtual kitchens to operate more appropriately. If consumers are aware of the concept, they might become more critical and file complaints sooner. An awareness campaign is regarded as a relevant measure, as businesses will always find ways to evade legislation. By consumers becoming aware, a certain social pressure is developed, possibly discouraging entrepreneurs from setting up virtual kitchens. When asked what such a campaign would look like, the participants had several ideas. R12 and R14 agreed social media would be an appropriate platform. R10 suggested discussing virtual kitchens in a consumer-centered television program such as Keuringsdienst van Waarde or Radar. According to her, this could initiate a public conversation and contribute to awareness. Others point out such coverage should not be solely negative. R10 agreed that it should be nuanced while remaining critical. R12 saw potential in the program route, as she believed simply covering it on the news would not be very effective. Tv programs can instead initiate a momentum,

which will encourage news sites to start writing about it themselves. This also includes social media pages that are mainly followed by younger people. R10 added that it’s not about warning people, it’s about educating people. R15 then questioned the value of creating awareness. R12 replied, explaining that the consumer could become more critical of the food they are served. In doing so, instances such as the NVWA or the House of Representatives can feel pressured to address the issues. R10 and R12 agreed that the population would probably like to know about virtual kitchens. R12 added that regulating virtual kitchens would also be a suitable addition to the government's health improvement campaigns. Making informed decisions should be made more accessible, especially since consumers are overwhelmed with countless options and promotions nowadays.