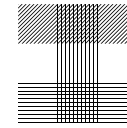




# CHANGE

the value of food

VISIE:MIRTE VAN EIJL



# INLEIDING

## EEN TRANSITIE VAN DE VOEDSELKETEN

INLEIDING	1
VERSPILLING IN DE KETEN	2
Bron van verspilling	3
Waardering van voedsel	3
Winst & Waardering	4
Transitie	6
DELFT ALS ROLMODEL	7
BROEDPLAATS	8
Inspiratiecentrum	9
Pop-up restaurant	10
Zero (food) waste winkel	11
Projecten	12
KOPLOPERSGROEPEN	13
KRACHT VAN HET INTERNET	14
TOEKOMSTVISIE	15
PERSOONLIJKE MISSIE	16

Ongeveer 3 jaar geleden kwam ik voor het eerst in aanraking met food waste toen we bij LU-ST (duurzame conceptstore in Delft) een taste the waste pop-up restaurant organiseerde. Bij de groothandel stonden pallets met groenten en fruit. Vers voedsel dat werd weggegooid omdat het te groot of te klein is, een verkeerde sticker heeft of simpelweg overproductie is. Ik werd geconfronteerd met een kant van de voedselketen die ik niet kende en me boos, verdrietig en strijdlustig maakt.

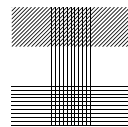
Sindsdien heb ik mij verdiept in het food waste en kom ik er achter hoe gigantisch groot dit probleem is maar ook welke impact het heeft op onze aarde. Van producent tot consument verspillen we één derde van de totale voedselproductie. Één derde!! Terwijl 11% van de wereldbevolking honger heeft lijken wij geen waarde te hechten aan voedsel.

Een transitie van de voedselketen is noodzakelijk. Daarvoor moeten we ons realiseren dat we allemaal, als bedrijf en als consument, een onderdeel uitmaken van de voedselketen en dus allemaal onze verantwoordelijkheid dienen te nemen. Deze transitie is mogelijk wanneer elke schakel in de keten zich bewust is van wat er gebeurt, en zowel ecologische als economische kansen ziet in minder verspillen.

Graag neem ik je mee in mijn visie om een transitie in de voedselketen in beweging te brengen.

## IT'S TIME FOR CHANGE!





# VERSPILLING IN DE KETEN

## ELKE SCHAKEL HEEFT ZIJN EIGEN AANDEEL

Wereldwijd verspillen we zo'n 1,3 miljard ton kg voedsel per jaar. In Nederland verspillen we 0,8 miljard kg per jaar. 8% van de door menselijke geproduceerde klimaatgassen wordt uitgestoten om voedsel te produceren dat wordt verspilt. Tel daarbij op de grootschalige ontbossing voor landbouw, uitstoot van de vee industrie en de hoeveelheid water die nodig is voor de productie, en we kunnen concluderen dat food waste een gigantische impact heeft op het klimaat. In de hele voedselketen wordt schrikbarend veel verspild, elke schakel heeft zijn eigen aanleiding, uitdaging én verantwoordelijkheid.

### PRODUCENT FOOD WASTE AANDEEL: 39%

Overproductie, mislukte oogst en strenge eisen van de supermarkt en consument zijn de voornaamste redenen van voedselverspilling door de producent in westerse landen. In ontwikkelingslanden zijn gebrek aan kennis, koeling, opslag en transport bijkomende oorzaken.

De meeste producenten zitten klem door hoge eisen van de supermarkt, zij bepalen het uiterlijk van het product, de afname en de prijs. De producent zit daardoor vaak opgescheept met reststromen. Daarnaast is er (nog) geen rendabele en grootschalige afzetmarkt voor reststromen waardoor composteren of dierenvoeding de meest gebruikte manier is om van het doorgedraaide voedsel af te komen.

### SUPERMARKT FOOD WASTE AANDEEL: 5%

Verspilling in de supermarkt komt grotendeels door houdbaarheid van versproducten. Daarnaast speelt de supermarkt een grote rol in de voedselverspilling van producenten (strenge eisen en machtspositie) en consumenten (stimulering om meer te kopen dan men kan eten). Vooral op dit vlak zal de supermarktbranche grote stappen moeten maken.

### HORECA FOOD WASTE AANDEEL: 14%

Uit gastvrijheid serveert de horeca vaak te grote porties. Er heerst een taboe op doggie bags waardoor veel etensresten in de container belanden. Koks zijn over het algemeen niet opgeleid om van kop tot staart te koken waardoor er relatief veel snijafval ontstaat. Daarnaast heeft de horeca te maken met strenge eisen wat betreft de houdbaarheid na bereiding.

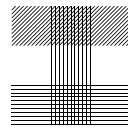


In de catering wordt misschien wel het meeste verspilt. Vooral wanneer er gebruik wordt gemaakt van een buffet is er standaard een overschot. Daarbij speelt ook mee dat het oog vaak groter is dan de maag en men te veel eten opscheept.

### CONSUMENT FOOD WASTE AANDEEL: 42%

De voornaamste reden dat de consument zoveel verspilt is onwetendheid. Vraag een gemiddelde burger hoeveel voedsel ze weggooien en het antwoord zal zeker 3x lager liggen dan de daadwerkelijke verspilling. Als consument gooien we heel veel kleine beetjes weg, maar dit loopt op tot zo'n 50 kg voedsel per persoon per jaar. Met zijn allen bij elkaar zijn wij dus de grootste verspillers.

Daarbij komt dat de klimaatimpact van een product aan het eind van de keten vele malen groter is dan aan het begin. De grootste winst valt dus te behalen bij bewustwording en gedragsverandering van de consument.



# BRON VAN VERSPILLING

## DE KERN AANPAKKEN VOOR CONSTRUCTIEVE VERANDERING

Als gevolg van de groeiende welvaart verliezen we onze waardering. Voedsel is er in overvloed, meer dan we kunnen eten. We kunnen kopen waar we trek in hebben, met weinig moeite, op elk moment, in elk seizoen en voor een veel te lage prijs. Ik geloof dat dit de bron van voedselverspilling is.

WAARDERING IS MEETBAAR MET DE MATE VAN VERSPILLING,  
HOE HOGER DE WAARDERING HOE MINDER WE VERSPILLEN.

Wanneer we die waarde terugvinden en we ons weer beseffen dat voedsel een eerste levensbehoefte is. Het productieproces van ons eten leren kennen, welke prijs het milieu betaalt en dus ook welke waarde het verdient. Wanneer er weer waardering is voor voedsel dan zullen we er zuiniger mee omgaan, want waar je waarde aan hecht gooi je niet zomaar weg.

Elke schakel in de keten is gebaat bij deze waardering, op elk vlak valt alleen maar winst te behalen. Wat we moeten doen is ogen openen, inspireren en activeren. Zo veranderen we de sociale norm en krijgt voedsel de waarde die het verdient.

## PERSOONLIJKE MISSIE

## WAARDERING VAN VOEDSEL IN DE HELE KETEN WAARDOOR FOOD WASTE MINIMALISEERT

## WAARDERING VAN VOEDSEL

### SOCIALE WAARDE

Hoe meer arbeid, tijd en energie er in een product gestoken is, van producent tot consument, hoe hoger de waardering. Stijgt de waarde wanneer we dit proces zichtbaar maken? En stijgt de waarde wanneer we als consument meer moeite steken in het verkrijgen en bereiden van ons eten?

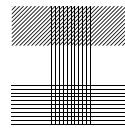
Sociale druk; waarde hechten aan een groep, merk, imago of reputatie. Verhoging van de sociale norm door respect voor voedsel en voor de energie die er in gestoken is. Door voeding en verspilling bespreekbaar te maken, door de noodzaak te laten zien, wordt eten weggooien 'not done'.

### ECONOMISCHE WAARDE

Door overproductie in het huidige voedselsysteem is de prijs die we betalen veel te laag. Er wordt te veel eten geproduceerd, meer dan de wereldbevolking kan eten. In het huidige systeem moet een boer hard werken om rond te komen, terwijl een groot deel van zijn werk verspild wordt. Wanneer er minder geproduceerd wordt, stijgt de prijs en stijgt de waardering. Hoe hoger de prijs, hoe zuiniger je er op bent en hoe minder snel je het weggooit. Wat is de echte prijs van een product? Wat krijgt een boer nu en wat kost het hem? Wat verdient elke schakel en is dit een eerlijke prijs? Veranderd onze waardering wanneer we de echte prijs weten? En zijn we bereid om de echte prijs te betalen?

### ECOLOGISCHE WAARDE

De voedselindustrie legt een gigantische druk op de aarde. Een groot deel van de bevolking is zich hier niet bewust van, en zou misschien anders handelen wanneer ze beter zouden weten. Een grote klimaat impact geeft een hoge waarde aan een product, deze producten moeten als 'luxe' producten gewaardeerd worden. Deze vorm van waardering heeft nog een flinke weg te gaan. Door inzichtelijk te maken welke druk een product legt op het klimaat creëer je bewustwording en waardeverhoging.



# WINST & WAARDERING

## DE HELE KETEN DIENT ZIJN VERANTWOORDELIJKHEID TE NEMEN

Bij het herstellen van de waarde van voedsel draagt elke schakel in de voedselketen zijn verantwoordelijkheid. Welke winst valt er te behalen om waardering te realiseren?

### PRODUCENT: PRODUCTEISEN & RESTSTROMEN

Vindt de consument het echt belangrijk dat een product een specifiek opgelegd uiterlijk heeft? Of bepaald de supermarkt wat de consument koopt? En wanneer we weten wat er gebeurt met 'misvormd' eten, vinden we het uiterlijk dan nog steeds zo belangrijk? Is een 'misvormde' vrucht niet juist heel bijzonder en zou de waarde daarvan zelfs hoger moeten zijn?

Minder produceren waardoor de prijs stijgt en overschotten die er zijn een bestemming geven. Nu betaald een teler voor het afvoeren, wanneer er een verdienmodel zit in deze overschotten stijgt de waarde. Het is van belang dat de reststromen op grote schaal verwerkt worden om dit rendabel te maken. Wanneer alle reststromen verwerkt worden voor menselijke consumptie, is er minder voedselproductie nodig om alle monden te voeden.

### SUPERMARKT: ACTIES, EDUCATIE & RESTSTROMEN

De supermarkt speelt een belangrijke rol in het consumptiegedrag van de consument. Door acties als 1 + 1 gratis wordt de burger gestimuleerd om meer te kopen dan ze op kunnen eten. Daar moet verandering in komen. In de toekomst zal de supermarktbranche moeten gaan voor kwaliteit i.p.v. kwantiteit. Voor lokale en minst milieu belastende producten.

Er valt veel winst te behalen bij educatie in de supermarkt. Laat de consument zien waar een product vandaan komt, welke milieu impact het heeft, hoe je het volledige product kan verwerken en op welke manier de houdbaarheid het langst is. Maar ook welke keuze je kan maken waardoor de supermarkt minder verspil heeft.

In Nederland zijn veel supermarkten aangesloten bij de Voedselbank. Helaas kan, vanwege houdbaarheid, niet al het voedsel op deze manier een bestemming krijgen. Door de schakel tussen de supermarkt en hulpbehoevenden te verkleinen krijgt voedsel dat tegen de houdbaarheid zit meer kans om gegeten te worden (zie Projecten vanuit de broedplaats).

Een andere waardestijging laat de Plus supermarkt in Best zien. Zij verwerken hun eigen reststromen tot kant en klaarmaaltijden. Hierdoor zet de supermarkt food waste om in financiële winst, geeft het een goed voorbeeld aan de klant en een beleving in de winkel.

### HORECA: PORTIES, EDUCATIE & RESTSTROMEN

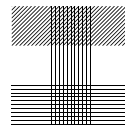
Voor een aantal restaurantformules zou het werken om keuze uit kleine- en grote porties aan te bieden, of de gast de mogelijkheid te bieden om (gratis) extra te bestellen wanneer het niet voldoende is. Winst valt te behalen bij gasten stimuleren left overs mee te nemen.

Weinig koks weten hoe ze een product volledig kunnen verwerken waardoor er in keukens veel snijafval ontstaat. Met van kop tot staart educatie op koksopleidingen en in restaurantkeukens is deze afvalstroom te minimaliseren.

Er zijn initiatieven als 'the Waste Watchers' die een tool hebben ontwikkeld om reststromen in de horeca- en bedrijfskeukens te meten, te onderzoeken en fundamenteel te reduceren. Maar ook diverse apps waar horeca (afhaal)maaltijden kunnen aanbieden voor een klein bedrag. Deze initiatieven verdienen een groter draagvlak, zowel bij de horeca als bij de consumenten.

Een grote uitdaging ligt bij catering en hotel buffetten, dit is een tak van de horeca waar de verspilling misschien wel het grootst is. Winst valt te behalen bij het efficiënter indelen van buffetten, kleinere borden en stimuleren om left overs mee te nemen.





WANNEER WE WEER WAARDERING  
HEBBEN VOOR ONS ETEN, ZULLEN  
WE STOPPEN MET VERSPILLEN.  
WANT WAAR JE WAARDE AAN HECHT  
DAT GOOI JE NIET ZOMAAR WEG



#### CONSUMENT: BEWUSTWORDING, GEDRAGSVERANDERING, EDUCATIE & RESTSTROMEN

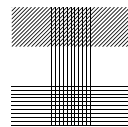
Omdat de consument de grootste verspiller is en de milieu impact aan het eind van de keten het grootst is valt bij deze groep de meeste winst te behalen. Daarbij heeft de consument een machtspositie naar de rest van de keten, wanneer de consument verspilling niet langer tolereert zal de hele keten zich daarop moeten aanpassen.

De meeste consumenten zijn zich niet bewust van de hoeveelheid voedsel die ze verspillen omdat dit veelvuldig in kleine porties gebeurt. Ze zijn zich ook niet meer bewust van waar het eten vandaan komt, in welk seizoen een product groeit of welke impact het heeft op het klimaat. Door de hele keten inzichtelijk te maken creëer je bewustwording van zowel het voedsel als de verspilling. Wanneer we ons bewust zijn van het productieproces krijgt ons eten een hogere waarde en kunnen we ons gedrag daarop aanpassen. Niet meer kopen en koken dan we kunnen eten is een gigantische uitdaging maar van groot belang om verspilling te minimaliseren.

Na bewustwording en waardering komt educatie over de houdbaarheid. Wat betekent tht en tgt? Leer je zintuigen gebruiken, kliekjes koken en langer houdbaar maken door fermenteren, wecken en drogen.

Door food waste te scheiden wordt de consument bewust van zijn afvalstroom waardoor deze minder zal worden. En biedt afvalscheiden de mogelijkheid om de reststromen op een juiste manier te verwerken zodat het van waarde kan zijn als diervoeding, vergisting of composteren.





# TRANSITIE

## EEN OMSCHAKELING VAN DE VOEDSELKETEN IS NOODZAKELIJK

Met het huidige inefficiënte voedselsysteem is het onmogelijk om de groeiende wereldbevolking te voeden. Daarbij komt dat de onnodig grote impact die we uitoefenen op het klimaat niet langer te rechtvaardigen is. Een omschakeling in hoe we met ons eten, grondstoffen en leefgebied omgaan is noodzakelijk.

Elke schakel is aan elkaar verbonden we zullen dus allemaal een transitie door moeten gaan om het huidige systeem te doorbreken en de waarde van voedsel te verhogen.

Met I CHANGE the value of food starten we een beweging om deze verandering in gang te zetten. Een movement die de hele keten aanspreekt op zijn verantwoordelijkheid en stimuleert om in actie te komen. Het mag duidelijk zijn dat voedselverspilling een probleem is waar niet één oplossing voor is. Wanneer we leren van elkaars ervaringen, samen in actie komen, samen een vuist vormen waar ieder zijn specialisme inzet, vormen we het krachtigste wapen dat er is om deze verspilling aan te pakken.

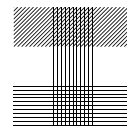
### OGEN OPENEN, INSPIREREN EN ACTIVEREN

Door de weg van zaadje tot koelkast zichtbaar te maken openen we ogen en creëren we bewustwording. Welke handen hebben het product beet gehouden? Welke liefde, energie en milieu impact zit er in het product? Welke moeite en energie stop je zelf in het verkrijgen en bereiden van eten? En laat je al die energie zomaar verloren gaan?

Wanneer we ons bewust zijn van de huidige situatie staan we open voor verandering en gaan we bewuste keuzes maken. We laten zien wat je kan doen om jouw food waste, als bedrijf en consument, te minimaliseren. We inspireren door ervaringen te delen om zo elkaar te stimuleren om te transformeren naar een gezond voedselsysteem. Zo activeren we de keten om in actie te komen en zij activeren weer hun omgeving zodat er een sneeuwbaaleffect ontstaat en we met zijn allen deze transitie zullen realiseren.

Deze beweging starten we lokaal, geconcentreerd in regio Delft om vanuit daar naar nationaal en internationaal niveau te groeien.





# DELFT ALS ROLMODEL

## REGIONAAL KRACHTEN BUNDELEN VOOR EEN WERELDWIJDE TRANSITIE



Een grote verandering begint altijd klein, daarom richten we ons met I CHANGE in eerste instantie op de regio om in te zoemen op elke schakel in de keten en te onderzoeken waar de individuele kansen liggen. We hebben als doelstelling om binnen 3 jaar van Delft een rolmodel te maken als minimal food waste gemeente.

Dit gaan wij doen door een broedplaats te openen op een stuk braakliggend terrein in de Spoorzone. Daar komt een inspiratiecentrum, pop-up restaurant en een zero (food) waste winkel. Alles om de verschillende waarden van voedsel te verhogen.

Daaromheen creëren we koplopersgroepen in de keten, dit zijn ondernemers en consumenten die zien dat het anders moet en willen beweging. Met die groepen gaan we kijken wat we van elkaar kunnen leren, en welke handvatten we kunnen bieden om hun food waste te minimaliseren.

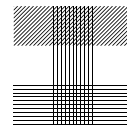
### WAT REGIONAAL KAN, KAN OOK LANDELIJK.

Deze hele beweging gaan we vastleggen in een visueel draaiboek. Wij laten in Delft zien hoe we samen een transitie teweeg brengen en maken gebruik van de kracht van het internet om de beweging te laten groeien. Door het hele proces vast te leggen en te delen met de rest van het land inspireren we anderen om vanuit hun verantwoordelijkheid in actie te komen binnen eigen gemeente. Zo groeit de beweging op (inter)nationaal niveau, met Delft als rolmodel voor Nederland en Nederland als rolmodel voor Europa. Met als doel; wereldwijd een gezond voedselsysteem.

## DOELSTELLING

IN 2022 IS DELFT HET ROLMODEL VOOR  
EEN MINIMAL FOOD WASTE GEMEENTE





# BROEDPLAATS

## EEN ENERGIEVELD SPEELVELD OM VOEDSELVERSPLLING TE MINIMALISEREN

De beweging maken we tastbaar vanuit een broedplaats die in mei 2019 zal openen in de Spoorzone. Dit wordt ons speelveld om te testen en te ontdekken hoe we door waardeverhoging van voedsel, voedselverspilling kunnen minimaliseren. Er komt een informatiecentrum met tentoonstellingen en lezingen, een pop-up restaurant waar we o.a. food waste diners organiseren, en er komt een zero (food) waste winkel waar we iedereen de tools bieden om thuis minder te verspillen. Alles vanuit de visie om door waardeverhoging van voedsel, voedselverspilling te minimaliseren.

Dit wordt een plek waar we de krachten van Delftenaren bundelen en ieder vanuit zijn eigen verantwoordelijkheid zijn food waste leert minimaliseren.

De locatie in de Spoorzone wordt voor ongeveer 1,5 jaar ter beschikking gesteld. De insteek is om de broedplaats dan naar een ander stuk braakliggend terrein te verplaatsen, zo verhogen we de waarde van grond dat niet gebruikt wordt. We delen het terrein met het Paviljoen van NieuwDelft, dit wordt een toren met uitzicht over het Spoorzone gebied met een informatiepunt voor bezoekers en bewoners.

### SFEERIMPRESSIE - NO WASTE

De broedplaats wordt een creatieve plek waar bijna alles gemaakt is van restmaterialen. Het inspiratiecentrum, pop-up restaurant en de zero waste winkel komen in tweedehands strandpaviljoen. Afvalproducten geven wij een nieuwe functie en een nieuwe waarde. De broedplaats blijft zich doorontwikkelen en is continu in beweging.

We maken bewuste keuzes die bij de missie aansluiten. Zo streven we ernaar om zoveel mogelijk zelfvoorzienend, circulair en energieneutraal te ondernemen. Deze voorzieningen zullen we in fases integreren in de broedplaats.

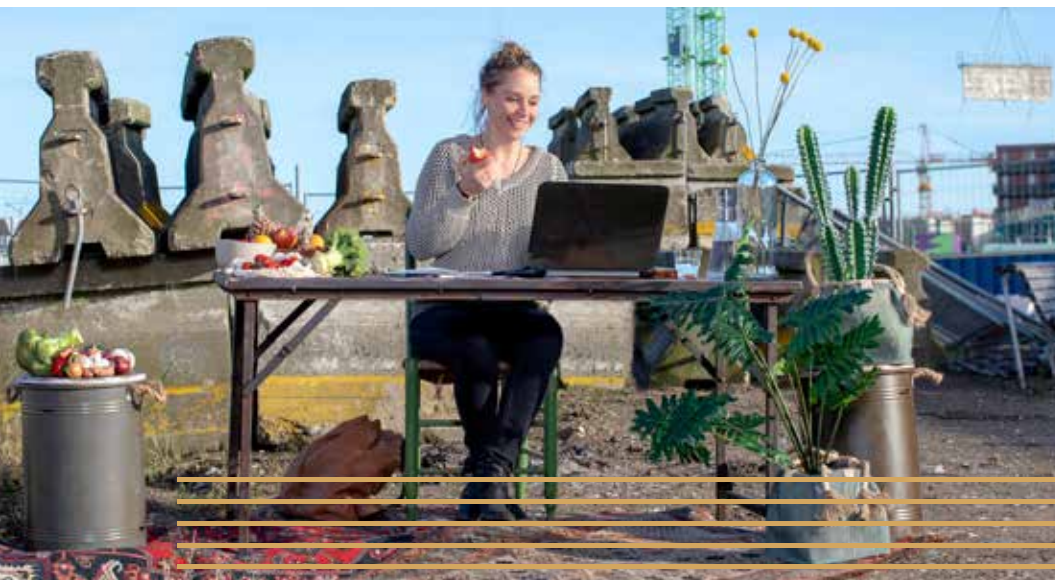
Alle elementen op de broedplaats zijn verplaatsbaar of demontabel zodat het opgepakt kan worden en op een ander stuk braakliggend terrein kan worden geplaatst.

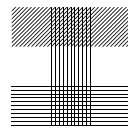
### ART = CHANGE - KUNSTEDUCATIE

In samenwerking met de Delftse street artist Micha de Bie ontwikkelen we een duurzaam kunstproject op de broedplaats. Een wand van ongeveer 8 meter lang met een voedselgerelateerd kunstwerk. Elke periode maakt een andere streetartist een kunstwerk voor onze broedplaats. De vraag die we de kunstenaars stellen is 'wat is jouw waarde voor voedsel'. Zo brengen we met kunst een boodschap over en wordt de broedplaats een creatieve en inspirerende plek om te bezoeken.

De wand wordt zoveel mogelijk gemaakt van restmaterialen, we werken met panelen resthout en restpartijen verf van lokale bouwmarkten.

Dit kunstproject willen we kostendekkend maken door oa. zeefdrukken/ posters/ kaarten te verkopen van de kunstwerken. Het kunstwerk zullen we na elke periode veilen, verkopen of doneren, waardoor de boodschap van de kunstenaar verspreid wordt en het kunstwerk geen waste wordt.





# INSPIRATIECENTRUM

## VAN BEWUSTWORDING NAAR ACTIE

Het inspiratiecentrum vormt de basis van de broedplaats. Hier onderzoeken we waar we staan in Delft, wat is de huidige verspilling en welke kansen liggen er. Hoe kunnen we de verschillende waarden verhogen, wat werkt en wat werkt niet? Hier maken we consumenten, bedrijven en scholen bewust van de verschillende waarden van voedsel en hoe we die kunnen verhogen.

### TENTOONSTELLINGEN

Er komt een ruimte voor wisselende exposities en fotoreportage, hier maken we de voedselindustrie inzichtelijk. We laten van zaadje tot koelkast zien welke weg een product aflegt, welke energie en milieubelasting er in zit. Wat is de echte waarde en wat betalen wij er voor. Welke waarde heeft voedsel voor verschillende culturen, en welke waarde had voedsel 50 of 100 jaar geleden. Wat doet voedsel met je lichaam, kan voedsel ziektes voorkomen of zelfs genezen? Wat wordt er lokaal geproduceerd en leer de gezichten achter die producten kennen. Wat betekent tht en tgt, waarom zit er een datum op een product en hoe weet je of je het na die datum nog kan consumeren? Hoe groot is de voedselverspilling, waar verspillen we het meest en waarom? Wat kunnen we doen?

We behandelen steeds een ander thema dat gekoppeld wordt aan lezingen en thema avonden in het pop-up restaurant.

### LEZINGEN

Aansluitend aan de tentoonstelling komt een presentatieruimte. Hier geven we voorlichting, lezingen, laten we documentaires zien en komen sprekers uit verschillende vakgebieden aan het woord (kok, onderzoeker, teler, pionier). Gerelateerd aan het thema van de expositie organiseren we avonden waar persoonlijke verhalen worden verteld (vb. van de hongerwinter, vluchtelingen of dak- en thuislozen).

Deze ruimte kan ook als zaal verhuurd worden mits het aansluit bij de doelstelling van de broedplaats.

### BRAINSTORM & ACTIE

In het inspiratiecentrum brengen we in beeld welke initiatieven er nationaal en internationaal zijn tegen voedselverspilling. We organiseren brainstormsessies en workshops om bedrijven en consumenten te inspireren en stimuleren om in beweging te komen. Wat kan jij als ondernemer, leerling of consument doen om jouw waarde van voedsel te verhogen en minder te verspillen, en welke handvatten kunnen wij daarbij bieden.

### MOESTUIN

Buiten op het terrein komt een tuinkas met moestuin. Hier kan men zelf ervaren hoeveel tijd, energie en grondstoffen er nodig zijn om een product te laten groeien. Door het groeiproces te zien en je eigen energie er in te steken verhoogt de waarde. De moestuin zal nauw samenwerken met Duurzaamheidscentrum de Papaver Delft en omliggende basisscholen omdat vooral voor kinderen dit een belangrijke ervaring is.

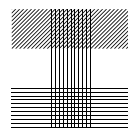
De oogst uit de moestuin mogen kinderen zelf bereiden tijdens een kookworkshop in de kookstudio. De overige producten worden in de keuken verwerkt of verkocht in de zero waste winkel.

Bij de moestuin komt ook een wormenhotel waar de onoverkoombare food waste uit het restaurant wordt gecomposteerd.

### EDUCATIEPAKKET VOOR SCHOLEN

Het is van groot belang dat de komende generaties opgroeien met waardering voor voedsel. Samen met de Papaver en Gemeente Delft gaan we een breed educatiepakket ontwikkelen voor basisscholen.

De educatiepakketten worden ondersteund door de moestuin en exposities in het inspiratiecentrum. We stimuleren scholen om regelmatig met leerlingen de broedplaats bezoeken.



# POP-UP RESTAURANT

## DE ECHTE WAARDE VAN VOEDSEL

De broedplaats krijgt een horecagelegenheid omdat naast het inspiratiecentrum je vooral leert door te ervaren en te doen. Je eigen energie stoppen in het verkrijgen en bereiden van voedsel, geconfronteerd worden met de hoeveelheid verspilling maar ook leren van andere culturen en bevolkingsgroepen zorgt voor meer waardering van voedsel. Daarom openen we op de broedplaats een kookstudio met pop-up restaurant.

### KOOKSTUDIO

Door bewust tijd en energie te steken in het bereiden van je eten verhoog je de waarde. In de kookstudio leer je van kop tot staart koken, wekken, drogen en fermenteren. Je leert liefde en aandacht in je eten te stoppen, je leert proeven en smaken combineren. En hoe maak je een lekkere maaltijd van de restjes uit je koelkast?

We werken met verschillende (bekende) koks uit de regio die met regelmaat een kookworkshop geven vanuit hun specialiteit. De kookworkshops kunnen worden gecombineerd met rondleidingen in het inspiratiecentrum en aansluiten aan de lesprogramma's kunnen er ook kinderkookworkshops worden gegeven.

### POP-UP RESTAURANT

Het pop-up restaurant is op vrijdag t/m zondag open met food waste lunch en diner. Maandag t/m donderdag organiseren we thema avonden waar we op sociaal vlak de waarde van voedsel verhogen. Wanneer er geen thema avond is, is het restaurant gesloten.

Voorbeelden van thema avonden

- Thuiskoks uit verschillende culturen die hun specialiteit bereiden en de gasten vertellen over de waarde van voedsel in hun cultuur.
- Avonden waar we verschillende bevolkingsgroepen mixen, als bankiers met dak- en thuislozen of cliënten van de Voedselbank. Welke rol speelt eten in het leven van beide doelgroepen, welke waarde heeft het en wat kunnen ze van elkaar leren.
- Buurtdiner waar bewoners van de omgeving voor elkaar koken.
- Blind dining; door geblinddoekt te eten leer je proeven waardoor je smaken gaat waarderen

Het pop-up restaurant heeft een maximale bezetting van 70 couverts.

### FOOD WASTE LUNCH & DINER

Van gereed eten van lokale leveranciers bereiden onze koks een wisselend lunch en diner food sharing plateau. We serveren kleine gerechtjes die de tafelgasten met elkaar kunnen delen, kleine porties die naar wens kunnen worden bijbesteld. Naast dat dit een hele sociale manier van eten is, zorgt het ook voor minimale verspilling aan tafel.

We streven naar gerechten die voor 90% bestaan uit food waste, 100% is niet haalbaar omdat er ook altijd lang houdbare basisingrediënten (als peper, zout, suiker, meel etc.) nodig zijn. Mochten gasten hun maaltijd niet helemaal opeten bieden we ze een doggybag aan en gasten mogen natuurlijk ook hun eigen bakje meenemen.

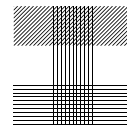
### VEGETARISCH - VLEES - VIS

De huidige vleesconsumptie in onze maatschappij is de beste spiegel die we kunnen tonen als we het hebben over waardering voor voedsel. Waar vlees vroeger een toon van rijkdom was, we met respect en waardering omgingen met dierlijk voedsel. Zijn we nu 180 graden de andere kant gedraaid naar een samenleving waar dieren een product zijn geworden waar de economie van afhankelijk is. De gigantische hoeveelheid vlees en vis dat geconsumeerd wordt heeft de keerzijde dat dier, milieu en ons eigen lichaam er onder lijdt.

Wanneer we streven naar waardering voor voedsel is de échte waarde van vlees en vis heel belangrijk. Met die reden kiezen we er voor om in het pop-up restaurant 80% vegetarisch te koken. We zullen geen vlees uit de bio-industrie serveren omdat dit de laagste vorm van het huidige voedselsysteem is. Vlees dat we wél serveren is biologisch mannavlees; de meeste mannetjes dieren zijn niet gewild in de vee-industrie, omdat ze geen melk produceren of eieren leggen. Daarom worden veel haantjes, bokjes en stiertjes meteen geslacht. Vis dat we serveren is bijvangst; bij de visserij belanden onbekende vissoorten zoals schar, wijting en steenbolk in het net. Er wordt geschat dat jaarlijks 35% van de visvangst, dat zo'n is 27 miljoen ton, overboord gaat, 90% daarvan overleeft dat niet.

Met de missie om de waarde van voedsel te verhogen, zijn wij benieuwd welke waarde onze gasten geven aan het eten. Daarom werkt het pop-up restaurant op basis van donatie, gasten doneren wat ze het waard vinden. Drank heeft wel een vaste prijs.





# ZERO (FOOD) WASTE WINKEL

## DE TOOLS OM VERSPILLING TE MINIMALISEREN

Aansluitend aan het pop-up restaurant komt een 'zero (food) waste winkel'. Hier bieden we de tools om thuis jouw food waste te minimaliseren. Daarnaast verkopen we producten die gemaakt zijn van food waste en food waste gerelateerde producten.

### FOOD

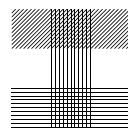
In Nederland zijn er veel kleine initiatieven die allemaal op hun eigen manier food waste verwerken, zij vormen de basis van ons assortiment. Naast producten gemaakt van food waste verkopen we een klein assortiment aan producten die zijn afgekeurd (om kleur of vorm). Wij geloven dat het de consument niet uitmaakt als

een tomaat misvormd is, een komkommer krom is of een appel te klein. In de zero waste winkel willen we graag testen of dit ook zo is, en willen de consument het product leren waarderen om smaak en niet om uiterlijk.

### NON FOOD

Producten die de waarde van voedsel verhogen en voedselverspilling minimaliseren als (kliekjes)kookboeken, compostbakken, bewaarbakjes waarin voedsel langer houdbaar blijft, weckpotten, maar ook duurzame producten als Seepje en Ruik parfum.





# PROJECTEN

## WAT ONTSTAAT VANUIT DE BROEDPLAATS

Het een brengt het ander in beweging en zo ontstaan er tal van plannen die we de komende jaren zullen onderzoeken en uitvoeren. De intentie is dat we deze projecten ontwikkelen vanuit de broedplaats en de juiste partijen eraan verbinden voor de uitvoering. Daarna kunnen we het loslaten en aan nieuwe projecten werken. We lichten er een aantal toe.

### SOEP TRUCK

We bouwen een soep truck waarmee we elke dag van de week in een andere wijk in Delft staan. Steeds vanaf een andere locatie serveren we soepen gemaakt van waste groenten, zo komt elke dag een andere doelgroep in aanraking met food waste. Naast een stukje educatie is het vooral leuk en lekker, en een ideale manier om in verschillende wijken in de stad een crowd op te bouwen.

Net als in het pop-up restaurant bepaald ook hier de gast wat hij de soep waard vindt. Betaal naar waarde, naar ieders portemonnee. Zo kan een zakenman, een student maar ook een daken thuisloze een gezonde maaltijd halen en zijn waarde voor voedsel verhogen.

### PRENTENBOEK

Een inspirerend geïllustreerd prentenboek waarin kinderen leren waar eten vandaan komt, wat is wel en niet gezond, en welke gekke vormen kan eten hebben. In de prentenboeken gaan we op bezoek bij de boer, op het schip die het eten over de hele wereld brengt, en kijken we in de keuken van een groot restaurant.

Kleine kinderen leren op een speelse manier waar eten voor bedoeld is, welke weg het aflegt en welke waarde het heeft.

### TWEEDEHANDS SUPERMARKT

De meeste supermarkten doneren tegenwoordig hun food waste aan de Voedselbank. Waar Voedselbanken tegenaan lopen is dat er 1 keer per week pakketten worden uitgedeeld waardoor eten dat al tegen de houdbaarheidsdatum aan zit niet altijd in het pakket mee kan waar de cliënten ook nog een week van moeten eten. Daarnaast heeft de Voedselbank in Delft ook regelmatig overschotten waar ze niet altijd een plek voor kunnen vinden.

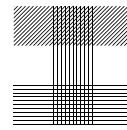
Om de tijd tussen food waste van supermarkten en de wekelijkse pakketten van de Voedselbank te verkleinen willen we de mogelijkheid van een tweedehands supermarkt onderzoeken. Een winkel waar consumenten en leden van de voedselbank (voor een gereduceerde prijs of een budget per week) boodschappen kunnen doen. Hierdoor komen de wekelijkse pakketten te vervallen en heeft voedsel dat tegen de houdbaarheid aan zit een grotere kans om gegeten te worden. Daarnaast bepalen de cliënten zelf wanneer ze boodschappen doen en wat ze in het 'pakket' stoppen waardoor zij thuis minder verspil hebben. In België, Engeland en Denemarken zijn al soortgelijke winkels geopend.

### COÖPERATIE WESTLAND-OOSTLAND

Idee Coöperatie: De teler brengt zijn overschotten naar de coöporatie, daar worden er lang houdbare producten van gemaakt, wanneer de producten verkocht worden ontvangt de teler een percentage van de winst. Producten waar een teler nu afvoerkosten voor moet betalen krijgen zo een verdienmodel.

Samen met telers zullen we onderzoeken of hier behoefte aan is en kleinschalig test draaien. Wanneer dit concept, een food waste coöperatie van telers, daadwerkelijk werkt zou dit landelijk en zelfs wereldwijd een oplossing voor reststromen van producenten kunnen zijn.

Een idee van Yuri Verbeek (de Kokkerie Delft); Met de Willy Wonka fabriek uit Charlie and the Chocolate factory als inspiratie kunnen we consumenten dromen uit laten komen. We geven rondleidingen door de fabriek zodat bezoekers inzicht krijgen in de hoeveelheid doorgedraaid voedsel. Tijdens de rondleiding komen ze in een zaal waar ze (in hygiëne outfit) los kunnen gaan in een food fight. Van het slagveld wordt vervolgens soep gemaakt. In een andere ruimte kan je paintballen met tomaten en zo zijn er tal van mogelijkheden die we uit kunnen werken om de consument inzicht te geven, entertainment en tegelijkertijd waarde verhoging van het voedsel.



# KOPLOPERSGROEPEN

## HET VOORTOUW NEMEN ZODAT DE REST KAN VOLGEN



Elke schakel in de keten draagt zijn eigen verantwoordelijkheid in het huidige voedselsysteem en dient zijn verantwoordelijkheid te nemen in de transitie daarvan. Wij gaan aan de slag met bedrijven, producenten, supermarkten, horeca en consumenten die zien dat het anders moet en vanuit hun vakgebied, vanuit hun verantwoordelijkheid, willen bewegen. Zo vormt elke schakel in de keten zijn eigen 'koplopersgroep'.

Met die koplopers gaan wij op pad om te leren wat andere ondernemen om minder te verspillen. Wat kunnen we van elkaar leren en waar loop je tegenaan, welke handvatten kunnen wij vanuit I CHANGE bieden om dit proces te versnellen. Door van elkaar te leren hoeven we niet allemaal het wiel opnieuw uit te vinden maar bundelen we de wielen om samen een sneltrein te vormen naar minimale verspilling.

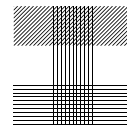
Ook deze beweging starten we vanuit regio Delft. Doordat we regionaal de krachten bundelen gaat de hele keten, van producent tot consument, zichtbaar bewegen.

### VOORBEELD HORECA KOPLOPERSGROEP

+/- 20 Delftse horeca ondernemers die zich de komende 3 jaar in zullen zetten om hun food waste te minimaliseren. We gaan om de tafel zitten, waar lopen ze tegenaan en welke maatregelen hebben ze zelf al genomen, wat kan je van elkaar leren. Welke apps en initiatieven zijn er en kunnen we als collectief gaan gebruiken zodat het effect en bereik groter is. Elk bedrijf stelt een personeelslid aan als 'changemaker'. Deze medewerkers gaan mee op excursies, trainingen en lezingen om samen met de concullega's te onderzoeken welke aanpassingen bij hun horecaformule passen en geïntegreerd kunnen worden. Omdat deze aanpassingen op medewerkers niveau ingebracht worden zal het ook door de medewerkers worden uitgedragen. Samen zorgt deze groep voor minder verspilling in de horeca.

Als tegenprestatie voegen de ondernemers iets toe aan de broedplaats. Dit kan zijn arbeid van personeelsleden in het pop-up restaurant of winkel, delen van het vakmanschap of promotie van de beweging in andere vorm. Op deze manier wordt de broedplaats gedragen door de lokale ondernemers en komen we daadwerkelijk gezamenlijk in beweging.





# KRACHT VAN HET INTERNET

## VAN LOKALE VERANDERING NAAR NATIONALE IMPACT

De kracht van het internet zetten we doelgericht in om de beweging in Delft naar nationaal niveau te tillen. Dit doen we met de volgende drie elementen:

### WAARDE VAN VOEDSEL

Onze zoektocht naar welke waarde ons voedsel heeft en hoe we die kunnen verhogen delen we via mini docu's, betekenisvolle vlogs, podcasts en fotoreportages. Welke waarde heeft ons voedsel in de huidige maatschappij en welke waarde had het twee generaties terug? Welke waarde heeft voedsel voor een vluchteling of dak- en thuisloze? Waar komt ons eten vandaan? Wie is de boer die onze aard-appels oogst? Welke weg legt ons eten af, van zaadje tot koelkast? Welke impact heeft dit op het klimaat? Welke waarde heeft voedsel in verschillende culturen?

Deze podcasts, film- en fotoreportages verspreiden we via youtube, podcast kanalen, website en social media.

### VISUEEL DRAAIBOEK

Elke stap die wij zetten in regio Delft leggen we vast in een visueel draaiboek. We brengen in beeld hoe we events organiseren en partijen samenbrengen. Welke stappen zetten wij, hoe en waarom. Op deze manier inspireren en stimuleren we consumenten en bedrijven in het hele land om op hun manier, in hun gemeente food waste te minimaliseren.

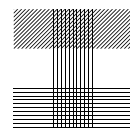
### ONZE VERANTWOORDELIJKHEID

Met respectvolle en inspirerende vlogs voegen we een heel persoonlijk element toe aan de beweging. We nemen mensen mee in onze zoektocht naar een duurzaam leven, een kijkje achter de schermen van het I CHANGE team. Hoe ervaren wij deze transitie, waar lopen we tegenaan en welke bewuste keuzes maken we? Wat is ons eetpatroon? Welke bewuste of onbewuste keuzes maken we?

We laten zien hoe leuk, inspirerend en ook hoe moeilijk het soms is. Een pure kijk in onze zoektocht. Zo willen we anderen inspireren en vragen om ervaringen te delen. Door kleine stapjes te maken en van elkaar te leren kunnen we samen bergen verzetten.



BE THE CHANGE!



# TOEKOMST VISIE

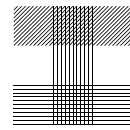
## EEN TRANSITIE VAN DE CONSUMPTIEMAATSCHAPPIJ

Zodra de noodzaak van een probleem erkent wordt en elke schakel bereid is om in beweging te komen om met zijn allen een ommekeer te maken, kunnen we bergen verzetten. Wanneer we dit met voedsel kunnen doen, kan dit met elk ander maatschappelijk probleem. Ik geloof dat wanneer we de waardering van voedsel hebben teruggevonden, wat onze eerste levensbehoefte is, dat dit de deur wagenwijd open zet voor de rest van onze consumptiemaatschappij.

Mijn doel is om de bevolking, bedrijven en politiek te inspireren om in beweging te komen binnen hun eigen gebied en interesseveld. Zodat ieder vanuit zijn eigen kracht en verantwoordelijkheid zegt:

“ I CHANGE ”





# I CHANGE

A MOVEMENT TO RAISE OUR VALUES

I CHANGE THE VALUE OF FOOD - I CHANGE THE VALUE OF FASHION

I CHANGE THE VALUE OF PLASTIC - I CHANGE THE VALUE OF NATURE

I CHANGE THE VALUE OF HUMANITY - I CHANGE THE VALUE POLITICS

I CHANGE THE VALUE EQUALITY - I CHANGE THE VALUE OF TECHNOLOGY

I CHANGE THE VALUE OF FINANCE - I CHANGE THE VALUE OF MUSIC

I CHANGE THE VALUE COMMUNICATION - I CHANGE THE VALUE OF EDUCATION

I CHANGE THE VALUE OF CONSUMPTION - I CHANGE THE VALUE OF OUR BODY'S

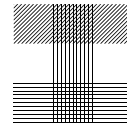
I CHANGE THE VALUE OF OUR CULTURES - I CHANGE THE VALUE OF ANIMALS

I CHANGE THE VALUE OF FRIENDSHIP - I CHANGE THE VALUE OF ENERGIE

I CHANGE THE VALUE OF ART - I CHANGE THE VALUE OF WRITING

I CHANGE THE VALUE OF TRAVELING - I CHANGE MY OWN VALUES





# PERSOONLIJKE MISSIE

## EEN BEWEGING IN GANG ZETTEN DIE DE WERELD IN BALANS BRENGT

Deze visie is de start van een beweging die regionaal, nationaal en uiteindelijk ook internationaal een transitie van de voedselketen in gang zal zetten. In elke cel van mijn lijf voel ik dat hier mijn missie ligt. Ik ben een visionair, een idealist, een inspirator, leider en een strijder. Ik geloof in een wereld waar sociale, ecologische en financiële waarden in balans zijn. En ik geloof dat we alle kennis, technologie en wilskracht bezitten om de huidige maatschappij te transformeren. Het is nu tijd dat ieder zijn verantwoordelijkheid neemt en in actie komt.

Inmiddels is het tot iedereen doorgedrongen dat het huidige voedselsysteem zijn houdbaarheid bereikt heeft. Een groot deel van de samenleving wil bewegen maar vindt dit spannend en weet vaak niet hoe. Daarom is het speelveld in Delft zo belangrijk, we moeten voor elke schakel in de keten testen en ontdekken wat wel en wat niet werkt. Wanneer we uitgespeeld zijn delen we onze bevindingen zodat iedereen, nationaal en internationaal, vanuit zijn eigen verantwoordelijkheid mee kan bewegen.

Vanuit mijn ondernemingen Studio Mirte en LU-ST, en inzet in de organisatie van Blue Sunday (ondernemerscollectief in binnenstad Delft) heb ik veel ervaring en een flink netwerk opgebouwd. Hierdoor kan ik binnen regio Delft de juiste puzzelstukjes bij elkaar te leggen waardoor de beweging in een korte tijd een breed draagvlak krijgt.

Ik ben klaar voor deze marathon maar heb jouw hulp nodig om van start te kunnen gaan. Met een crowd en een draagvlak van partners zullen we samen het verschil maken.

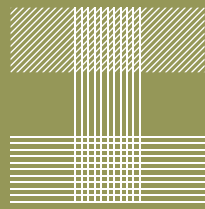
"I CHANGE - CHANGE WITH ME"  
MIRTE VAN EIJL

mirte@i-change.nu  
06-41476179



INGREDIËNTEN:  
FLINKE DOSIS ENERGIE EN DOORZETTINGS-VERMOGEN\*, BUDGET, NETWERK (BREED INZETBAAR), DRAAGVLAK (VANUIT DE HELE KETEN), ENTHOUSIASTE ONDERNEMERS, COMMERCIEËLE PARTNERS, MISSIE GEDREVEN CROWD, VERGUNNINGEN, BRAAKLIGGEND TERREIN, UITVOERENDE GEPASSIONEERDE KRACHTEN  
ALLERGENEN: BEREIDT IN EEN INNOVATIEVE STAD, KAN ZICH SNEL VERSPREIDEN. KAN SPOREN VAN KLIMAAT-VERBETERING BEVATTEN.

\* Aanwezig en inzetbaar



# CHANGE

the value of food

