



# VOEDSELVERLIES BIJ CONSUMENTEN

Hoe kan je het voorkomen?

HANDLEIDING





# Inhoud

Voorwoord	4
Inleiding	6
Het probleem	6
De kans	7
Belang van preventie	8
Resultaten	9
Aan de slag!	11
Bereik: hoe betrek je zoveel mogelijk mensen?	12
Bewustmaking: meten is weten!	15
Daag me uit!	19
Wat Food Winners Brugge ons leerde	20
Bijlagen	22
Meer weten?	23

# Colofon

In dit document vind je de geleerde lessen van Food Winners Brugge en een plan van aanpak voor voedselverlies bij consumenten. Food Winners Brugge is een pilootproject van Stad Brugge in het kader van Bruggesmaakt i.s.m. Brugs Food Lab. Stad Brugge stelde FoodWIN aan om de ambassadeurs te begeleiden en 5000 burgers te bereiken! Het project werd ondersteund met een klimaatsubsidie van Departement omgeving.

# Voorwoord

Brugge is een culinaire en gastronomische stad met een rijke traditie van lekker eten. De vele toprestaurants en lekkere eethuizen, chef-koks met of zonder ster, gerenommeerde hotelscholen zoals Spermalie en Ter Groene Poorte en culinaire evenementen zoals het Brugs Bierfestival en Kookeet maken Brugge tot een hotspot voor al wie houdt van lekker eten en drinken. Maar de voedingssector is volgens experts wereldwijd goed voor maar liefst een kwart van de totale uitstoot van broeikasgassen. Door dierlijke eiwitten al eens te vervangen door plantaardige, meer lokaal en seizoensgebonden te produceren en te consumeren en voedselverlies tegen te gaan, geven we als consument mee vorm aan het eten van de toekomst.

Stedelijke voedselsystemen moeten een antwoord bieden op de bevolkingsgroei, de effecten van de klimaatverandering en de complexe socio-economische problemen. Stad Brugge werkte daarom i.s.m. het Brugs food Lab een duurzame voedselstrategie uit met als titel 'Bruggesmaakt' (in kader van het Europees Food Smart Cities for development project). Samen werken ze acties uit rond de thema's stadslandbouw, korte keten, Fair Trade, voedselverlies en educatie. Het Brugs Food Lab is met een divers scala aan leden geëvolueerd tot een overkoepelend platform en is een aanjager van initiatieven en samenwerking rond duurzame voeding. Het werkt verbindend tussen beleid, middenveld en publiek.

In Vlaanderen ontstaat er elk jaar ongeveer 2 miljoen ton aan voedselverlies en nevenstromen. Alleen al het weggegooid voedsel is een zorgwekkende hoeveelheid. Een Vlaams huishouden verspilt gemiddeld 1,7 kg vast voedsel en drank per week of 88 kg per jaar. Per persoon komt dit neer op een gemiddelde van 37 kg per jaar. Voor Brugge betekent dit samen 4366 ton voedselverspilling/jaar, of het equivalent van 7 tot 14 kton CO<sub>2</sub>/jaar.

Voedselverlies vermijden is dan ook een thema in het Brugs klimaatplan BruggeNaarMorgen. In 2018 werd via een proefproject met succes het voedselverlies in Brugse zorginstellingen gereduceerd. Nu richtte Stad Brugge zich ook naar alle Brugse gezinnen en wil de geleerde lessen delen met andere steden en gemeenten.

Voedselverspilling tegengaan kunnen we thuis allemaal zelf doen. Zo dragen we ons steentje bij aan een betere wereld. Een derde van al het geproduceerde voedsel gaat immers verloren. Waarom zouden we voeding verspillen als er zoveel mensen zijn die honger lijden? Het is een economisch, ecologisch en sociaal probleem. Met Food Winners Brugge willen we aantonen dat voedselverspilling thuis te vermijden is en dat het nuttig is om aandacht te besteden aan dit probleem.

Food Winners Brugge heeft bewezen dat ook de kleine dingen het verschil maken, zoals ingrediënten op de juiste manier bewaren, een boodschappenlijstje meenemen naar de winkel of weten wat je met restjes kunt doen. Dat is bijzonder goed nieuws: het brengt onze stad een stapje dichterbij onze doelstelling om een klimaatneutrale stad te zijn tegen 2050. Deze handleiding brengt tips en tricks voor andere steden of gemeenten om met burgers aan de slag te gaan om hun voedselverlies thuis te verminderen.

Springt jouw stad of gemeente mee op de kar?

**Minout Esquenet**

*Schepen voor klimaat, energie en milieubeleid*

## Info

[www.brugge.be/wonen-en-omgeving/klimaat/brugge-smaakt](http://www.brugge.be/wonen-en-omgeving/klimaat/brugge-smaakt)

## Handleiding zorgsector

<https://bruggesmaakt.brugge.be/brochurevoedselverlieszorgweb2019ned>



## FoodWIN

FoodWIN is een organisatie met ambitie: voedselverlies de wereld uit helpen! Ons team van experts werkt samen met gemotiveerde organisaties: grootkeukens, voedingsbedrijven ... iedereen wordt food waste kampioen! Omdat we geloven dat lokale overheden ook een belangrijke rol in spelen in ons voedselsysteem, ondersteunen we ook hen met innovatieve oplossingen

[info@foodwin.org](mailto:info@foodwin.org)

[www.foodwin.org](http://www.foodwin.org)

# Inleiding

Plannen, vergelijken, kopen, schillen, bakken, koken, proeven, delen, ...

We zijn allemaal zoveel bezig met onze voeding. Eten is belangrijk, en toch verspillen Vlamingen thuis jaarlijks 88 kg voedsel per huishouden.

Terwijl meer dan 700 miljoen mensen dagelijks honger lijden, belandt 1/3e van al het geproduceerd voedsel niet in onze maag.

Ook onze portemonnee wordt daar armer van: een Vlaams gezin verspilde in 2017 jaarlijks gemiddeld € 369 aan voedsel.

Het kweken, verwerken, transporteren, bereiden en weggooien van voedsel dat we uiteindelijk verspillen zorgt bovendien voor 8% van alle CO<sub>2</sub>-uitstoot die de mens produceert.

Genoeg redenen dus en hoog tijd om meer in te zetten op de preventie van voedselverspilling bij consumenten thuis!

Een stad kan voedselverspilling bij haar burgers tot 55% verminderen aan de hand van een sterke campagne, dat toont het pilootproject Food Winners Brugge aan. Deze handleiding laat zien hoe dat in zijn werk gaat.

## Het probleem

Consumenten zijn verantwoordelijk voor 23% van alle voedselverspilling in België (Criel P. en Fleurbaey F., 2019. Dossier Voedselverlies en consumentengedrag bij Vlaamse huishoudens. Departement Omgeving).

“Uit een uitgebreid onderzoek waarin Vlaamse huishoudens een week lang een dagboek bijhielden (GfK, 2018a), blijkt dat het grootste deel van het voedsel en de dranken wordt weggegooid omdat ze niet op tijd worden gebruikt (57% van het totale voedselverlies) of omdat er teveel wordt bereid, opgeschapt of geschonken (30% van het totale voedselverlies).” (Departement Omgeving, 2019)

De verspilling per voedingscategorie in Vlaanderen ziet er als volgt uit:



Bron: Voedselverlies en consumentengedrag bij Vlaamse huishoudens, GfK Belgium voor Departement Omgeving

“Producten als koffie en thee, rijst en pasta en aardappel(product)en worden vooral weggegooid omdat ze te veel bereid, opgeschept of ingeschonken werden. Brood en banket, zuivel, groenten en fruit worden daarentegen vooral weggegooid omdat ze niet op tijd opgegeten werden. Daar zijn verschillende redenen voor: te veel gekocht, te grote hoeveelheid in de verpakking, vergeten dat het in huis was, planning veranderd...” (Voedselverlies en consumentengedrag bij Vlaamse huishoudens, 2019).

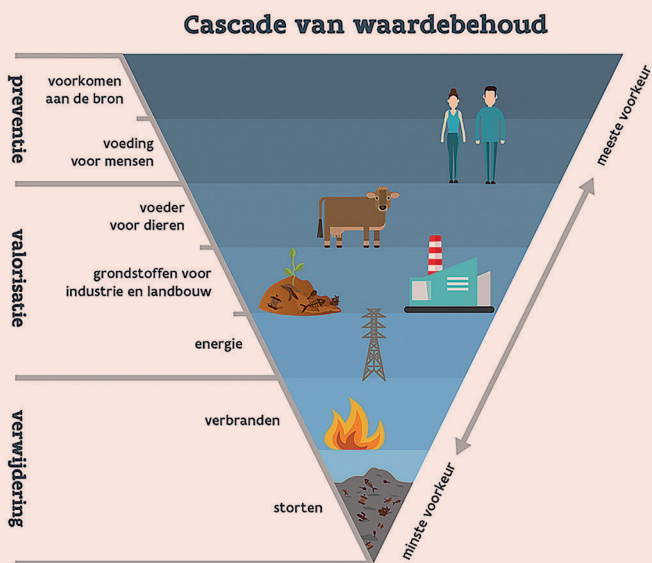
De onderliggende oorzaak van voedselverspilling bij consumenten is een gebrek aan kennis. Deze handleiding legt uit hoe huishoudens hoe een stad of gemeente haar burgers de nodige kennis kan bijbrengen om minder voedsel te verspillen.

## De kans

Stijgende (voedings)prijzen en de nood aan een duurzaam voedselsysteem zorgen ervoor dat voedselverspilling alsmaar meer in de kijker komt te staan. Meer en meer mensen zijn zich bewust van hun eigen kunnen en daadkracht in het voedselsysteem en aanpak van klimaatverandering. Een gemeente kan handig inspelen op dit momentum om voedselverspilling op haar grondgebied te verminderen én CO<sub>2</sub>-uitstoot te beperken. Tevens betrek je burgers om samen te zorgen voor morgen!

# Belang van preventie

De problematiek van voedselverspilling kan op verschillende manieren aangepakt worden. De cascade van waardebehoud toont aan wat de mogelijkheden zijn, en welke het interessantste zijn. Hoe hoger op de ladder, hoe beter. Zoveel mogelijk verspilling vermijden is dus prioritair. Dat krijgt dus ook de voorkeur bij het uitrollen van een campagne tegen voedselverspilling bij consumenten thuis.



Bron: [www.voedselverlies.be/wat-is-voedselverlies](http://www.voedselverlies.be/wat-is-voedselverlies)



# Resultaten

Stad Brugge stelde FoodWIN aan voor een pilootproject, de campagne 'Food Winners Brugge'. Het doel van de campagne was om een vermindering in de voedselverspilling van 30% te realiseren bij 5.000 van haar inwoners en zo CO<sub>2</sub>-uitstoot te verminderen.

De Vlaming verspilt per persoon gemiddeld 37 kg voedsel per jaar, wat overeenkomt met een CO<sub>2</sub>-uitstoot van 118,4 kg (cijfers EU Fusion). Zo konden de deelnemers van Food Winners Brugge jaarlijks samen tot wel 177 600 kg CO<sub>2</sub>-uitstoot besparen.

Om dit te realiseren werden eerst 50 ambassadeurs aan de hand van workshops opgeleid tot ware experts tegen voedselverspilling. Deze opleiding omvatte negen uitdagingen rond kopen, bewaren en koken. Op basis van hun ervaringen werd een mailingcampagne opgesteld, in het 1ste jaar was doel om 500 personen te bereiken met als uiteindelijk doel om 5.000 personen in het 2de jaar.

Het resultaat mocht er ook zijn: de ambassadeurs haalden gemiddeld 65% minder verspilling, een flinke duit die bespaard werd én weer een stapje dichterbij een groenere toekomst.

In **2021** wisten 512 Brugse huishoudens hun voedselverspilling gemiddeld te verminderen met maar liefst 67%. Als we dit berekenen op jaarbasis, dan verspillen zij op deze manier 19.662 kilogram minder voedsel, stoten ze in totaal 62.918 kilogram CO<sub>2</sub> per jaar minder uit en besparen ze bovendien 82.383 euro per jaar.

In **2022** wou Stad Brugge maar liefst 5.000 Bruggelingen bereiken om een vermindering van 30 procent te realiseren. We kunnen met trots zeggen dat 1.886 gezinnen meededen, goed voor **4.809 deelnemers!** De Food Winners slaagden erin om **55% te besparen**. Dat betekent een besparing per jaar van **44.400 kilo voedsel**, 186.036 euro en **142.080 kg CO<sub>2</sub>**.

jaar	deelnemers	besparing	voedsel (kg)	kg CO <sub>2</sub>
2020	50	65%	2.024	6.476
2021	512	67%	19.662	62.918
<b>2022</b>	<b>4.809</b>	<b>55%</b>	<b>44.400</b>	<b>142.080</b>

**4.809 FOOD WINNERS  
REDDEN**

**44.400 KG VOEDSEL**

**PER JAAR  
VAN DE VUILBAK**

**55% minder verspilling**

**ZE BESPAREN JAARLIJKS:**

**186.036 EURO**

**142.080 KG CO<sub>2</sub>**

**30 AUTORITTEN ROND DE WERELD**

# Aan de slag!

Voedselverlies bij consumenten is een complex gegeven, er zijn zoveel redenen waarom voedsel niet in onze maag belandt... Hoe begin je er aan?

Brugge nam de proef op de som en wou ook echt samen met de inwoners dit probleem aanpakken. Aan de hand van simpele uitdagingen kreeg de Bruggeling de nodige tools om thuis mee aan de slag te gaan. Een meesterlijk plan van de stad, met de beste resultaten voor haar burgers!

Hoe dat eruit zag?

Dat ontdek je in dit filmpje:



## Bereik: hoe betrek je zoveel mogelijk mensen?

### REKRUTEER GEMOTIVEERDE AMBASSADEURS

Ambassadeurs vormen het boegbeeld van een succesvolle campagne. Het zijn mensen die je intensief opleidt om voedselverspilling tegen te gaan. Zij brengen op hun beurt andere deelnemers aan. Het is een goed idee om bekende mensen uit de gemeente de rol van ambassadeurschap te geven, daarnaast is het ook belangrijk om ambassadeurs te rekruteren waar mensen zich makkelijk in kunnen herkennen. Motivatie staat natuurlijk voorop, enthousiasme is namelijk besmettelijk.

Je kan de campagne ook laten doorgaan zonder ambassadeurs. Dat vraagt wat meer communicatiewerk van de gemeente zelf om deelnemers te rekruteren, maar bespaart je ook de opleidingsfase van de ambassadeurs. Bruggelingen bleken ook bijzonder enthousiast: er waren 150 kandidaten om ambassadeur te worden!

Hieruit selecteerden we 50 ambassadeurs voor een intensieve opleiding. De selectie gebeurde aan de hand van een vragenlijst om een zo divers mogelijke groep te hebben die op die manier de gehele bevolking zo representatief mogelijk weergeeft. Op basis van deelgemeente, leeftijd, geslacht, nationaliteit, beroep en grootte van hun huishouden werden de ambassadeurs geselecteerd.

Gedurende 5 maanden volgden de ambassadeurs workshops en gingen ze uitdagingen aan. De inhoud van deze workshops werd omgezet naar handige tips & tricks om via mail zoveel mogelijk mensen te bereiken. Na dit project kunnen zij, die dit willen, ook verder ingeschakeld worden in de kringloopkracht werking.

### BEKENDE GEZICHTEN

Het ideale scenario: bekende Vlamingen strikken als ambassadeurs van de campagne. Als dat engagement te groot is, kan je hen toch om een bijdrage vragen in de vorm van een rekruterend filmpje of quote. Beide strategieën verhogen het aantal deelnemers aanzienlijk.

### MEDIA-AANDACHT

Zoveel mogelijk media aandacht verkrijgen bij lokale kanalen via persberichten, radio-interviews en tv-interviews helpt enorm met het verhogen van de bewustwording rond de campagne.

## DE GEMEENTE ALS SPREEKBUIS

De sta of gemeente heeft zelf ook een grote rol in het actief verspreiden van de call to action om zoveel mogelijk deelnemers te betrekken. Als katalysator met nodige contacten langs verschillende kanalen is dit bovendien de meest kostenefficiënte methode.

Benader voor de opschaling zeker inwoners die al actief bezig zijn met voedsel: zoals bv deelfrigo- initiatieven, soepcafés, volkstuintjes, kookclubs, vormingsinstellingen, OCMW, sociale organisaties, budgetbegeleiding, buurtwerkin gen en buurtcomités, scholen...

De energiesnoeiërs werden ook betrokken, zij gebruikten de flyer (zie bijlagen) met koelkastindeling en maakten zo ook mee reclame.



“Mijn grootmoeder had een Leuvense stoof. Als ze gekookte aardappelen over had, sneed ze die in twee en strooide ze op het gloeiend hete blad van haar stoof grof zout. Daarop legde ze dan de aardappelen. Het zout begon dan te karamelliseren, waardoor de aardappels een heerlijk korstje kregen.”

*Dominique Persoone*

“Met drie tieners in huis is het soms moeilijk inschatten hoeveel brood je nodig hebt, want je wil niet te weinig hebben. Op zaterdag bakken we dan een broodpudding met de restjes, en tegen zondag is alles op!”

*Wim Lybaert*



## TIPS UIT FOOD WINNERS BRUGGE



### Meest impactvolle acties

Het betrekken van bekende gezichten en de call to action verspreiden via sociale media heeft aangetoond heel impactvol te zijn. Doorheen de verschillende fases werd vastgesteld dat het ronselen van deelnemers aan de hand van 1 grote prijs meer impact heeft dan verschillende kleine prijzen.

Van 50 naar 500 naar 5000. Het creëren van **samenhorigheid** is een belangrijk hulpmiddel om de opschaling te kunnen realiseren. En maakt het eens zo leuk! In Food Winners Brugge werd enerzijds gewerkt met ambassadeurs.

Door corona waren er weinig fysieke meetings, maar er werd een groep aangemaakt op het platform Slack om contact met de ambassadeurs warm te houden. In daaropvolgende jaren werd gebruik gemaakt van een Facebookgroep waar de deelnemers elkaar op de hoogte hielden van wat er gaande was. Zo toonden ze waar ze mee bezig waren en wat de resultaten waren.

Aan de hand van rekruterende slogans zoals 'Jij ook Food Winner' en 'ga samen met 5000 Bruggelingen de strijd aan' werd ingespeeld op de wil om niet uit de boot te vallen.

### Minder impactvolle acties

Verspreiden van posters leverde weinig extra deelnames op. Mogelijkheid om deel te nemen aan beurzen en lokale evenementen om burgers rechtstreeks aan te spreken was er tijdens corona minder maar deze die doorgingen bleken wel een tijdrovende en weinig vruchtbare onderneming.

**Groepen, verenigingen rekruteren:** Dit werd geprobeerd via het aanspreken van bedrijven, scholen en verenigingen. Ook werd er gepersonaliseerd communicatiemateriaal uitgewerkt. De impact hiervan was minder groot, maar mogelijks was corona ook hier spelbreker. De tijd die hierin gestoken werd, kon beter gebruikt door het betrekken van bvb bekende gezichten, achteraf gezien bleek dit efficiënter.

# Bewustmaking: meten is weten!

## WAAROM METEN?

De eerste stap naar een vermindering van voedselverspilling, is het in kaart brengen van de omvang ervan. Vooraleer mensen tips ontvangen over hoe ze hun voedselverspilling thuis kunnen aanpakken, is het belangrijk dat ze een zicht hebben op hoeveel ze verspillen.

Aangezien wekelijks de vuilzakken en/of compost worden opgehaald, hebben mensen een verkeerd beeld van hoeveel ze jaarlijks weggooien. Eens je beseft hoeveel je effectief verspilt, ben je meer geneigd om dit aan te pakken!

Weet dat meten een bijzondere inspanning vergt van de deelnemers. Het is dus belangrijk om het zo makkelijk mogelijk te maken en een beloning te knopen aan het afronden van de meting.



“Door onze overschotten een week lang te wegen, viel het op dat we onbewust toch veel meer weggooien dan gedacht.”

*Ambassadeur Jeroen*



“Dankzij te meten heb ik ontdekt dat ik veel meer verspilde dan ik ooit gedacht had.”

*Ambassadeur Doris*

## DE 3 GEBODEN VAN HET METEN

1

### Wees duidelijk

Bepaal goed wat je als voedselverspilling zal beschouwen en wat niet. Tellen aardappelschillen mee? Of bloemkoolblad? De één zal ze liever opeten dan de ander, daarom moet je goed afspreken wat meetelt. De meetmethode van FoodWIN in Food Winners Brugge volgde de standaard van andere studies van de Vlaamse overheid.

2

### Gebruik hulpmiddelen

Bezorg de deelnemers de nodige informatie om te meten.

Daarbij mag het volgende niet ontbreken:

- een geheugensteuntje voor op de vuilbak,
- een tabel om de meetgegevens bij te houden
- een gedetailleerde beschrijving van de methode

3

### Beloon de inspanningen

In Food Winners Brugge ontvingen de deelnemers tijdens de meetweek ook dagelijks een mail om hun metingen door te geven, zo vergeten ze zeker niet om alles goed bij te houden. Daarnaast kregen ze op het einde van de meetweek een persoonlijk rapport over de impact van hun voedselverspilling. Na het toepassen van de tips en tricks kunnen ze zo makkelijk hun verbetering opmeten.

vb

### Wees duidelijk

#### WEL METEN



- Overschotten groenten & fruit (vers, conserven, ingevroren,...)
- Preigroen
- Broccolistengel
- Brood- en gebakresten
- Yoghurt, kaas, pudding
- Aardappelen, rijst, pasta
- Eieren, kaas
- Koekjes, snoep, chocolade
- Restjes op het bord
- Restjes soep
- Koffie- en thee-resten
- Alcoholische en niet-alcoholische dranken
- Melk

#### MEETWEEK FOOD WINNERS



#### NIET METEN



- Batten en graten
- Eierschalen
- Kaaskorstjes
- Schillen van groenten & fruit
- Klokhuis van appel
- Pit van avocado
- Wortelloof
- Bloemkoolbladeren
- Artisjokbladeren
- Stukjes vet
- Preiwortel
- Koffiegruis
- Water en waterresten van het koken

### Gebruik hulpmiddelen (a)



**NIET WEGGOOIE!**



VERZAMEL AL JE VOEDSELRESTEN & -AFVAL

HOU HET BIJ EN WEEG HET VANAVOND



FOOD WINNERS BRUGGE

HERINNERING



## CO<sub>2</sub>-REDUCTIE

Er werd verondersteld bij het begin van het project dat de CO<sub>2</sub>-uitstoot van voedsel ongeveer 3.2 kg CO<sub>2</sub> equivalent per kg voedsel bedraagt (Scherhauer et al (2015) en EU FUSIONS).

De voorbije jaren waren er nog studies (VITO) en we gebruiken nu een range, zoals Vlaco ook gebruikt in de nieuwe app rond voedselverlies Plan-eet: De ondergrens wordt bepaald door de studie van VITO iov MIRA en de bovengrens door Fusions.

Dus: 1 kg voedselverlies komt overeen met 1,97 tot 2,68 kg CO<sub>2</sub>

Je mag nog zo je best doen, dagelijks meten vergt voor sommigen een te grote inspanning. Om te verhinderen dat deelnemers zich uitschrijven, geef je best de optie bij het inschrijven aan te duiden of ze willen meten of niet.

Als ze niet willen meten, ontvangen ze alleen mails met tips om voedselverspilling te verminderen. Dat heeft natuurlijk ook impact, alleen is die voor jou als gemeente moeilijk meetbaar en heb je het shock-effect van de meting zelf niet.

### Gebruik hulpmiddelen (b)

DATUM	GRAM	CL
DAG 1		
DAG 2		
DAG 3		
DAG 4		
DAG 5		
DAG 6		
DAG 7		
TOTAAL		

### Beloon de inspanningen

**FOOD WINNERS BRUGGE**

EEN GEMIDDELD BELGISCH GEZIN VERSPILT 88 KG VOEDSEL PER JAAR. ZIE HIER WAT JOUW IMPACT IS DANKZIJ FOOD WINNERS BRUGGE.

	BEGINMETING	EINDMETING
KILOGRAM VOEDSEL	103	20
EURO	431	83
KILOGRAM CO <sub>2</sub>	329	64
KILOMETER MET DE AUTO*	824	160

\* gebaseerd op je CO-uitstoot

**JE VERSPILDE 80% MINDER!**

\*indien dit getal negatief is heb je meer verspild

## WAT MET DE RESULTATEN?

Zijn ze goed? Zijn ze slecht? Alles moet je natuurlijk in de context plaatsen.

### Bevindingen uit Food Winners Brugge

Er werd doorheen de 3 jaren telkens meer dan 30% bespaard. Echter, de volumes verspilling opgemeten in de beginmeting daalden naarmate het project vorderde. Enkele mogelijke oorzaken:

1

**Bewustmaking** > De campagne heeft bewustmaking gecreëerd.

Bewustmaking zorgt automatisch voor minder verspilling. Zo heeft de testgroep van 25 personen, die geen tips ontving, maar wel beide metingen doorliep, het volume voedselverspilling ook verminderd. Mensen aan het meten zetten veroorzaakt dus ook al impact!

2

**Deelnemersprofiel** > Deelnemers verspilden minder dan het Vlaamse

gemiddelde, ook bij de beginmeting. Personen die deelnemen aan dergelijke campagnes zijn zich mogelijks al bewust van hun relatie met voeding, vandaar hun interesse en deelname. Doordat de deelnemers met gemiddeld minder voedselverspilling starten, is de uiteindelijke verbetering ook kleiner. Al is dat kleiner volume natuurlijk een goede zaak!

3

**Voedselprijzen** > Voedselprijzen zijn tijdens het project gestegen, hierdoor werd

mogelijks meer gelet op voedselverspilling en was er minder verspilling bij de beginmeting van jaar 3 ten opzichte van jaar 2.

Het belangrijkste is dat de meting zelf de deelnemers aan het denken zet.

“Het is goed dat de stad dit doet om burgers alert te maken dat er voedselverspilling is en dan ook meteen oplossingen aanbiedt.”

*Ambassadeur Céline*

## Daag mij uit!

Nu de deelnemers weten hoeveel voedselverspilling staan ze te popelen om dat getal naar beneden te krijgen. Daag hen uit met leuke en tips en tricks over hoe ze slim kunnen shoppen, hun eten beter bewaren en vindingrijker kunnen koken.

Gebruik een logische volgorde in het opstellen van de mails: van meten ga je naar kopen, dan bewaren, koken en tot slot opnieuw meten. Mogelijke uitdagingen zijn het plannen van je maaltijden, aanleren van houdbaarheidsdata, improviseren met restjes, portiegroottes inschatten, je koelkast juist indelen, ...



De favoriete uitdagingen van de ambassadeurs? Die ontdek je hier:



“Met heel eenvoudige tips kan je gemakkelijk en blijvend resultaat hebben.”

*Ambassadeur Hannelore*

# Wat Food Winners Brugge ons leerde

## Aantal mails

Hou het aantal mails beperkt. Zeker als je met meetweken werkt hou je de mails met uitdagingen beperkt en beknopt. Aangeraden is om te werken met een minimum van 5 uitdagingen en een maximum van 7.

## Duur campagne

Je voorziet best een pauze van minimum 3 dagen tussen alle uitdagingen zodat mensen deze kunnen toepassen.

## Tip

Koppel ook andere CO<sub>2</sub>-weetjes aan de mailings, bv. energie besparen in koelkast, waar kunnen mensen lokaal seizoensgebonden voeding kopen in je gemeente?



“Elke keer opnieuw sta ik versteld dat deelnemers met zulke kleine veranderingen zoveel kunnen teweegbrengen. Ik ben enorm blij met de inzet van de deelnemers, want ze hebben opnieuw bewezen dat voedselverspilling tegengaan heel makkelijk kan zijn en vooral voor veel impact zorgt. We zijn ervan overtuigd dat lokale besturen hiermee het nodige materiaal hebben om met succes met dit thema aan de slag te gaan.”

*Loick,  
medewerker FoodWIN*

# Bijlagen

## Video's



### Oroep Dominique Persoone

[https://www.youtube.com/watch?v=VWwDng\\_e1EY](https://www.youtube.com/watch?v=VWwDng_e1EY)



### Teaser Food Winners Brugge

<https://www.youtube.com/watch?v=VCODNqD3FUU>



### Uitdaging Gangbare portiegroottes

<https://www.youtube.com/watch?v=aGJ1cPW6iCg>



### Uitdaging Improviseren met restjes

<https://www.youtube.com/watch?v=yLS8wrUnilg>



### Uitdaging Koken van top tot teen

<https://www.youtube.com/watch?v=uRI4W6Hf6p4>



### How to fight food waste at home

<https://www.youtube.com/watch?v=LpiGqtq1qr4>



### Interview ambassadeurs

<https://www.youtube.com/watch?v=jzCgEd-uOFY>

# Meer weten?



## Duurzame voedselstrategie Brugge

<https://bruggesmaakt.brugge.be>



## Klimaatplan Brugge - Pijler 5 voeding

[www.brugge.be/wonen-en-omgeving/klimaat/brugge-smaakt](http://www.brugge.be/wonen-en-omgeving/klimaat/brugge-smaakt)



## Klimaatplan Stad Brugge

[www.brugge.be/wonen-en-omgeving/klimaat/klimaatplan-en-brugse-acties](http://www.brugge.be/wonen-en-omgeving/klimaat/klimaatplan-en-brugse-acties)

## Acties en onderzoek naar voedselverlies in bij consumenten in het buitenland



### > Samen Tegen Voedselverspilling (NL) 'Verspillingsvrije week'-campagne

<https://samentegenvoedselverspilling.nl/verspillingsvrijeweek/>



### > WRAP (UK) 'Love Food Hate Waste'-campagne

<https://wrap.org.uk/taking-action/citizen-behaviour-change/love-food-hate-waste>

## Voedselverlies in Vlaanderen



### > Het Departement Welzijn Volksgezondheid en Gezin (WVG)

[www.departementwvg.be/voedselverlies](http://www.departementwvg.be/voedselverlies)

### > Ketenroadmap voedselverlies

- [https://lv.vlaanderen.be/sites/default/files/attachments/ketenroadmap\\_ondertekend\\_keten\\_en\\_ministers\\_kleur.pdf](https://lv.vlaanderen.be/sites/default/files/attachments/ketenroadmap_ondertekend_keten_en_ministers_kleur.pdf)

- <https://lv.vlaanderen.be/nl/beleid/vlaamse-kost/voedselverlies>

### > Resultaten evaluatiemeting voedselverlies in de restaurants van de Vlaamse overheid

- [https://www.voedselverlies.be/sites/default/files/2022-08/20130630\\_rapport\\_AFM\\_voedselverlies.pdf](https://www.voedselverlies.be/sites/default/files/2022-08/20130630_rapport_AFM_voedselverlies.pdf)

- <https://overheid.vlaanderen.be/facilitair-management/catering/voedselverlies-daalt-met-een-kwart#:~:text=Eind%202019%20is%20er%20opnieuw,daling%20met%20maar%20liefst%2026%25>





