



Hoe draag je als kleine organisatie succesvol bij aan de proteïne transitie?

Een advies geschreven door
studenten van Wageningen University & Research



3 SUCCESFACTOREN

Voor het implementeren van proteïne transitie initiatieven

Er zijn 3 succesfactoren gedefinieerd die kunnen bijdragen aan een succesvolle implementatie van de aanbevolen initiatieven. Deze 3 factoren worden uitgelicht in deze brochure. Het wordt aangeraden om deze factoren mee te nemen wanneer een organisatie wil bijdragen aan de proteïne transitie door middel van het implementeren van een van de aanbevolen initiatieven.

DOELGROEP

Lang niet iedereen eet plantaardig of ziet in waarom dat nodig zou zijn. Dat betekent dus ook dat niet iedereen bereid is om plantaardige producten te kopen. Om mensen in te laten zien **waarom** plantaardig eten belangrijk is en hun **mening** erover aan te kunnen passen, is het van belang om een onderscheid te maken in de mensen die wel al plantaardig eten en degene die dat helemaal niet doen.

NIET-PLANTAARDIGE ETERS

Voor mensen die nog helemaal niet plantaardig eten, is het belangrijk om te focussen op het creëren van **bewustzijn** door bijvoorbeeld de voordelen van dit dieet aan te stippen. Het is van belang om daarbij in de gaten te houden dat communicatie niet altijd effectief is en dat factoren zoals smaak, gemak en kosten ook een rol spelen bij voedselkeuzes.

PLANTAARDIGE ETERS

Voor de mensen die wel al plantaardig eten is het juist een goed idee om meer **praktische** informatie te verspreiden over de toegankelijkheid en bereiding van plantaardige producten.

HET OVERBRENGEN VAN DE JUISTE BOODSCHAP

Het communiceren van de juiste boodschap naar jullie klanten toe is van groot belang als het gaat om de proteïne transitie en plantaardige producten. Als jullie als bedrijf namelijk over willen gaan naar een plantaardige focus, willen jullie wel dat jullie klanten begrijpen waarom jullie dit doen en dit supporten.

DE BOODSCHAP KAN VERSPREID
WORDEN VIA



BEDENK DUS GOED WIE JULLIE KLANTEN ZIJN EN WELKE BOODSCHAP DAAR VOOR GESCHIKT IS.

SUCCEFACTOREN VOOR HET IMPLEMENTEREN VAN PROTEÏNE TRANSITIE INITIATIEVEN

DUURZAAMHEID

Lokale producten hoeven minder ver te reizen voordat zij bij de consument geraken. Hierdoor zijn de transportkosten en de bijbehorende CO2 emissies erg laag.

KWALITEITSGARANTIE

Produceren en verkopen op lokaal niveau maakt het mogelijk om de producten **zo vers mogelijk** bij de klant af te leveren, zo kan je een zo hoog mogelijke kwaliteit blijven garanderen.

RELATIE MET KLANT

Lokale operaties maken het ook mogelijk voor de producent om weer in **contact te komen met hun consument**. Hierdoor kunnen de producenten laten zien wie zij zijn en hoe zij produceren.

TRENDY

Consumenten zijn erg geïnteresseerd in het kopen van lokale producten met name vanwege duurzaamheidsoverwegingen. Verder associëren zij lokale producten ook met versheid, makkelijke verkrijgbaarheid en gezondheid.

OPEREREN OP

LOKAAL NIVEAU

Lokaal produceren en direct verkopen aan lokale klanten kan het succes van een initiatief vergroten. Het is niet alleen goed voor het milieu maar het komt ook nog eens de relatie met jullie klanten ten goede aangezien lokale producten onwijs in trek zijn tegenwoordig!

FOCUS JULLIE INITIATIEF OP DE LOKALE MARKT IN JULLIE OMGEVING, DIT GAAT VAN CONSUMENTEN TOT RESTAURANTS OF SUPERMARKTEN.

HET GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA

Sociale media zijn een goede manier om informatie te delen met jullie klanten en de interactie met hen aan te gaan. Het verspreiden van jullie boodschap via sociale media is een effectieve manier om jullie doelgroep te bereiken en zo een loyale klanten community te creëren.

AANBEVOLEN PLATFORMS



DOELGROEP

Gemiddeld is een Nederlandse vegetariër tussen de 18-40 jaar oud. Deze groep klanten spendeert het merendeel van hun tijd aan **online media** en heeft dus minder oog voor de traditionele media zoals televisie of de krant.

KOOPGEDRAG

Sociale media kunnen ook ingezet worden om het **koopgedrag van klanten te beïnvloeden**. Zij kunnen op elk moment via hun mobiele apparaten de interactie aangaan met elkaar maar ook met jou als bedrijf. Via sociale media krijgen zij de kans om hun ervaringen met jouw initiatief te delen, wat andere klanten weer kan overhalen om ook eens wat te kopen.

COMMUNITY

Door middel van sociale media kunnen jullie een echte **klanten community** creëren waarin jullie transparantie over jullie productie kunnen bieden, een band kunnen vormen met jullie klanten en zo ook weer nieuwe klanten kunnen aantrekken.

WILLEN JULLIE DUS IN CONTACT KOMEN MET MENSEN DIE GEÏNTERESSEERD ZIJN IN JULLIE ALTERNATIEVE PROTEÏNE INITIATIEF, DAN IS SOCIAL MEDIA DE JUISTE TOOL!

DE AANBEVOLEN

INITIATIEVEN

Om naast de 3 succesfactoren ook voor elke kleine organisatie die bij wil dragen aan de proteïne transitie een passend initiatief aan te kunnen raden is er een initiatieven schema opgesteld. Met het doorlopen van dit schema, kan je als geïnteresseerde een idee krijgen van welk initiatief het beste zou passen bij jouw organisatie. Een combinatie van initiatieven is ook goed mogelijk!

Het schema begint aan de linkerkant met 3 categorieën; **verbouwen**, **kennis bijbrengen** en **samenwerken**. Een organisatie kan kiezen welke methode(s) ze interessant vinden om te implementeren om vanuit daar verder te kijken naar de bijbehorende initiatieven.

Per methode staan de initiatieven gerangschikt van **veel middelen nodig naar weinig middelen** nodig. Deze middelen zijn **geld**, **tijd** en **ruimte**. Als een initiatief hoog op de lijst staat, betekent dit dus dat er veel in geïnvesteerd moet worden. Hoe lager het staat, hoe makkelijker het te implementeren is.

De volgende stap in het schema is de beschrijving van het initiatief met de **voor-** en **nadelen** en bijbehorende **praktische punten** waarmee rekening moet worden gehouden tijdens de implementatie.

4.1 Initiatieven schema

Dit schema is ontwikkeld om kleine organisaties te helpen bij het maken van een over wat voor initiatief ze zouden kunnen implementeren om bij te dragen aan de proteïne transitie. Als eerste zijn er 3 verschillende methoden: *verbouwen*, *kennis bijbrengen* en *samenwerken*. Je kunt het schema volgen en kijken wat bij jouw organisatie past. De initiatieven zijn per methode gerangschikt op de hoeveelheid middelen die ervoor nodig zijn. Bovenaan staat het initiatief dat het meeste geld, tijd en ruimte nodig heeft. Onderaan staat het initiatief wat de minste middelen kost.

De initiatieven bij *verbouwen* hebben wat extra details nodig; waar kan je het verbouwen? Je kunt makkelijk beslissen waar je ruimte hebt om iets te verbouwen en daarop gebaseerd een keuze maken welk initiatief past bij die ruimte, gebaseerd op de pictogrammen hiernaast. Voor alle 3 de methodes, is de volgende stap na de beschrijving van het initiatief wat praktische punten en wat voor- en nadelen van het initiatief. Dit zorgt er voor dat je de praktische implementatie van het initiatief meeneemt in de overweging en zo tot het best passende initiatief komt voor jouw organisatie.

UITLEG PICTOGRAMMEN

- Initiatief kan zowel binnen als buiten worden geïmplementeerd.
- Initiatief kan binnen worden geïmplementeerd.
- Initiatief kan buiten worden geïmplementeerd.

METHODE	BRONNEN NODIG	INITIATIEF	BESCHRIJVING	PRAKTISCHE PUNTEN	PRO'S	CONS
Verbouwen	VEEL ↑ ↓ WEINIG	Algen	Waarschijnlijk ken je zeewier wel als voedselbron. Het is voedingsrijk en behoort tot de Algen familie. Algen zijn simpele organismen die aan fotosynthese doen en tot de oudste organismen op aarde behoren!	<ul style="list-style-type: none"> De kosten van het produceren van algen zijn zeer hoog. Algen hebben licht nodig om te groeien, maar hebben weinig water, grond of brandstoffen nodig. 	<ul style="list-style-type: none"> Zeer efficiënt gewas: brengt 5x meer op in vergelijking met andere gewassen Nederlandse consumenten zijn niet zo bekend met algen. Intensief productie proces 	
		Insecten	Misschien ben je verbaasd over dit initiatief, maar insecten zijn een goede alternatieve eiwitbron voor menselijke consumptie. Ze zijn heel voedingsrijk en sommige smaken precies als vlees!	<ul style="list-style-type: none"> Insecten kweken voor menselijke consumptie vereist een registratie nodig bij de NVWA. 	<ul style="list-style-type: none"> Insecten produceren is heel efficiënt en kost minder moeite dan vlees produceren. Nederlandse consumenten zijn niet gewend aan het consumeren van insecten 	
		Soja	Deze boon ken je misschien wel van zijn vele mogelijkheden, zoals melk en vlees vervangers! Door soja te produceren, draag je positief bij aan het milieu, door een lagere impact dan vleesproductie.	<ul style="list-style-type: none"> Laat je inspireren door de Nieuwe Melkboer! Zij produceren sojamelk op Nederlandse bodem en proberen door te ontwikkelen. Ze zoeken naar Nederlandse sojatelers om hen daarbij te helpen. 	<ul style="list-style-type: none"> In tegenstelling tot sommige aannames, kan soja prima groeien in Nederland! Om de grond gezond te houden is er regelmatige gewas rotatie nodig. 	
		Lupine	Dit is een zeer veelzijdige boon, je kan er verschillende dingen mee doen! De boon kan in zijn geheel worden gegeten, maar ook verwerkt worden tot hummus, brood of vlees vervanger!	<ul style="list-style-type: none"> Je kan meedoen aan het telersprogramma van Lekker Lupine om een lupine teler te worden. <ul style="list-style-type: none"> Je hebt een SKAL certificaat nodig om een geschikte Lekker Lupine teler te zijn. 	<ul style="list-style-type: none"> Lupine zaden worden constant verbeterd en aangepast aan het Nederlandse klimaat. Sommige types lupine zijn gevoelig voor ziektes wat de teelt kan limiteren. 	
		Quinoa	Quinoa staat bekend als superfood die gemakkelijk te verbouwen is en bijdraagt aan voedselzekerheid. Ook is het erg voedingsrijk!	<ul style="list-style-type: none"> Je kan meedoen aan het teeltprogramma van Greenfood50 om quinoa teler te worden. Ze geven je de zaden en gebruiken de geogoste quinoa voor vleesvervangers zoals quinoa burgers. 	<ul style="list-style-type: none"> Dit gewas is zeer geschikt voor de Nederlandse bodem. De controle van onkruid kan lastig zijn. 	
		Notenbomen	Noten, zoals amandelen, cashewnoten, hazelnoten, pecannoten, pistachenoten en walnoten, zijn goede vleesvervangers. Een handje noten per dag is goed voor het lichaam!	<ul style="list-style-type: none"> Notenbomen zoals kastanjes, walnoten en hazelnoten hebben de beste karakteristieken om in Nederland te laten groeien. De bomen kunnen ook geplaatst worden op de grond waar vee staat. 	<ul style="list-style-type: none"> Notenbomen kunnen goed groeien in Nederland en hebben weinig onderhoud nodig. Het duurt even voordat notenbomen noten gaan produceren. Dit kan 5 jaar duren. 	
		Kiemgroenten	Je kent die kleine plantjes op je eten in een restaurant wel. Dit zijn kiemgroenten! Je oogst ze wanneer ze net ontkiemd zijn en ze hebben goede voedingswaarden.	<ul style="list-style-type: none"> Kiemgroenten groeien in warme, lichte omstandigheden. Dit kun je overal creëren! Goede combinatie om te zet paddenstoelen laten groeien. 	<ul style="list-style-type: none"> Een gewas wat zeer weinig moeite kost en het kan binnen een week worden geoogst. Alleen specifieke kiemgroenten bevatten veel eiwit. 	
Paddenstoelen	Wist je dat paddenstoelen heel voedingsrijk zijn? Ze zijn een nuttige toevoeging aan een gebalanceerd dieet. Sommige oesterzwammen hebben zelfs dezelfde textuur als vlees!	<ul style="list-style-type: none"> Paddenstoelen kunnen overal groeien! Er is zeer weinig onderhoud nodig tijdens het verbouwen. 	<ul style="list-style-type: none"> Er is weinig ruimte en moeite voor nodig en het kan groeien door middel van 'vertical farming' Er is meer moeite nodig als je continuïteit wil verzekeren. 			
Kennis bijbrengen	VEEL ↑ ↓ WEINIG	Proefsessies	Je kunt proefsessies organiseren met nieuwe plantaardige producten of alternatieve eiwitbronnen om bezoekers het eten te laten proeven en er meer over te laten leren.	<ul style="list-style-type: none"> Je hebt een ruimte nodig om de sessies te organiseren. Je moet het voedsel kopen en bereiden voor de sessie. 	<ul style="list-style-type: none"> Proefsessies kunnen het bewustzijn voor de proteïne transitie vergroten. Mensen worden bekend met jouw producten 	<ul style="list-style-type: none"> Het werkt vooral goed voor onbekend eten zoals insecten.
		Leerzame bezoeken	Door je organisatie te openen voor educatieve bezoeken, kunnen de bezoekers meer leren over je productie processen en het bewustzijn voor de proteïne transitie kan worden verhoogd.	<ul style="list-style-type: none"> Om tijd te besparen, kan je onderdeel worden van een organisatie die deze bezoeken regelt, zoals likeboer'n. 	<ul style="list-style-type: none"> Mensen worden er bewust van hoe je bijdraagt aan de proteïne transitie Veel bezoekers hebben is niet altijd even handig 	
		Leerzame programma's	Kinderen leren over verschillende soorten eiwit kan zorgen dat ze meer bewust consumeren in de toekomst. Dit kan bijvoorbeeld gedaan worden met het gratis online educatie programma "Smaakmissie" ontwikkeld door de WUR.	<ul style="list-style-type: none"> Het specifieke programma "Smaakmissie" is gratis voor alle scholen in Nederland. Een combinatie met bijvoorbeeld paddenstoelen laten groeien in de klas, kan de ervaring verbeteren. 	<ul style="list-style-type: none"> Leren op een jonge leeftijd, kan nut hebben in de toekomst Veel bestaande educatieprogramma's focussen vooral op kinderen en niet op volwassenen 	
Informatie borden	Een manier om je bezoekers met meer informatie over jouw bijdrage aan de proteïne transitie te voorzien zonder er veel moeite voor te doen.	<ul style="list-style-type: none"> De borden kunnen binnen en buiten worden geplaatst. Iedereen die voorbij komt, kan ze lezen en leren over jouw initiatief. 	<ul style="list-style-type: none"> Er is niet veel ruimte of moeite voor nodig Het kan wat moeite kosten om de juiste inhoud voor het bord te ontwikkelen 			
Samenwerken	VEEL ↑ ↓ WEINIG	Boert bewust	Boert bewust is een verbond dat boeren verbindt met de samenleving door ze een platform te geven waar ze hun verhaal kunnen delen en door maatschappelijke betrokkenheid te stimuleren.	<ul style="list-style-type: none"> Lidmaatschap kost: €550 voor de eerste 3 jaar. Activiteiten: congressen, netwerksessies en workshops. 	<ul style="list-style-type: none"> Samenwerken met anderen Meer betrokken raken met je omgeving 	<ul style="list-style-type: none"> Naar alle evenementen gaan kost tijd
		FoodValley	FoodValley is een divers netwerk van ongeveer 250 organisaties die samenwerken aan een meer duurzaam, gezond en betaalbaar smaakvol voedselstelsel. Een van de belangrijkste onderwerpen voor FoodValley is een duurzaam eiwitstelsel. Leden variëren van grote bedrijven tot start-ups.	<ul style="list-style-type: none"> Lidmaatschap kost: variërend van €175 - €3000 Hangt af van het soort en de grootte van bedrijf. Activiteiten: congressen, netwerkevenementen, samenwerkingsessies. 	<ul style="list-style-type: none"> Je netwerk uitbreiden Samen ontwikkelen en innoveren 	<ul style="list-style-type: none"> Alleen toegankelijk voor bedrijven, niet voor alle soorten organisaties
		Samenwerken met lokale boerderij	Boeren kunnen plantaardige producten aan lokale restaurants en supermarkten verkopen, zodat klanten lokaal verbouwd alternatief eiwit kunnen krijgen. Het afnemen van grote hoeveelheden van een een product door een supermarkt of restaurant kan economisch aantrekkelijk zijn voor de boerderijen.	<ul style="list-style-type: none"> Lokale systemen zoals dit bestaan nog niet in Nederland. Er kan inspiratie worden opgedaan bij Lokale Kilo's in Groningen. 	<ul style="list-style-type: none"> Economisch aantrekkelijk Goed voor het milieu Interessant voor klanten 	<ul style="list-style-type: none"> Een samenwerkingsstelsel zoals dit moet nog worden opgezet
		Ruimte aan anderen aanbieden	Heb je ongebruikte ruimte, binnen of buiten, maar geen tijd of middelen om een initiatief te implementeren? Je kunt samenwerken met bedrijven die ruimte nodig hebben voor hun initiatief!	<ul style="list-style-type: none"> Elke overige ruimte die je hebt, kan gebruikt worden om eiwit alternatieven te laten groeien door anderen die hun tijd en middelen eraan willen besteden. 	<ul style="list-style-type: none"> Heel weinig moeite Efficiënte manier om je overige ruimte te gebruiken 	<ul style="list-style-type: none"> Je kunt niet echt controleren wat anderen met je land doen
		De nieuwe boerenfamilie	De nieuwe boerenfamilie is een verbond voor innovatie in de Nederlandse landbouw. Het brengt boeren en anderen die geïnteresseerd zijn om de Nederlandse landbouw te verbeteren, samen. Innovatieve oplossingen kunnen nuttig zijn om plantaardige initiatieven te ontwikkelen.	<ul style="list-style-type: none"> Geen kosten voor lidmaatschap Activiteiten: de 'boerenfamiliedag' (semi-jaarlijks evenement), toegang tot informatie en lesmateriaal, online lezingen, mogelijkheden om beroepen te doen op hun forum 	<ul style="list-style-type: none"> Samenwerken met anderen om je innovaties verder te ontwikkelen 	<ul style="list-style-type: none"> Het kost tijd om naar alle evenementen te gaan

Dit schema is gebaseerd op desk research, telefonische interviews en wetenschappelijke literatuur. Gedetailleerde informatie kan worden gevonden in het academisch consultancy rapport.