

De Schoolkantine Challenge



1. De opdracht

Opdrachtgever

De opdrachtgever is Fennie Munnike van Jong Leren Eten Groningen. Het programma Jong Leren Eten (JLE) is een initiatief van het ministerie van Landbouw Natuur en Voedselveiligheid (LNV) in samenwerking met VWS en OCW. Het programma is gericht op structurele aandacht in het onderwijs voor voedingseducatie.

Jong Leren Eten wilt dat kinderen en jongeren leren om blijvende gezonde én duurzame voedingskeuzes te maken. Dit doet het programma door ze zoveel mogelijk in aanraking te laten komen met informatie en activiteiten rondom voedsel/voeding.



Figuur 1: www.jonglereneten.nl/provincie/groningen

Naast Fennie Munnike is Kees Siderius namens IVN Natuureducatie betrokken bij de organisatie en begeleiding van dit project.



Situatie

Gezond eten is belangrijk. Dit geldt voor ons allemaal. Toch is het niet zo makkelijk om gezond te eten. In de pauze even naar de supermarkt voor een zak chips of een blikje energie drank. Wel lekker, maar niet zo gezond. Maar hoe kunnen we leerlingen verleiden om gezonde keuzes te maken en gezonde snack in de kantine te kopen? En dat daarnaast lokale producten bevat? Hiervoor hebben we jullie hulp nodig.

Het Jong Leren Eten programma is jouw opdrachtgever. Binnen dit programma werken verschillende organisaties samen. Het doel? Kinderen en jongeren in aanraking brengen met gezonde voeding, zodat ze zelf gezonde én duurzame keuzes maken. Jij kan aan dit doel bijdragen door voor jouw school een gezonde snack te bedenken en de hoofdvraag te beantwoorden.

“Hoe zijn leerlingen in de kantine te verleiden tot een gezond tussendoortje of snack?”

Opdracht

Bedenk een gezonde snacks of tussendoortjes voor de kantine waarmee leerlingen verleid worden tot een gezonde keuze. Belangrijke randvoorwaarde: de snack of tussendoortjes voldoen aan de 5 G's:

1. Genieten: Is het lekker en hoe kun je het aantrekkelijk presenteren?
2. Goedkoop: wat is de kostprijs en is de prijs laag genoeg zodat je de snack zou kopen?
3. Gezond: Is de snack gezond en voldoet het aan tenminste één schijf van de Schijf van Vijf?
4. Gemak: Is de snack eenvoudig te bereiden en te eten? Wat zijn de bereidingsvoorschriften?
5. Geweten: Is het een duurzame keuze? Houdt de snack rekening met mens, dier en milieu? (denk aan gebruik van duurzaamheidskeurmerken, minder verspilling, seizoen, lokaal, plantaardiger)

Daarnaast geef je advies over de bereidings- en bewaringsvoorschriften om de voedselkwaliteit en voedselveiligheid te bewaken van het gezonde tussendoortje.

Jullie idee voor die heerlijke gezond hartige, zoete of misschien wel umami snack wordt getoetst door een professionele jury.

2. Het beroep

In dit project gaan jullie te werkt als gespecialiseerd kok en als marketeer. Als gespecialiseerd kok bedenk je creatieve recepten, in dit geval voor een gezonde snack. Als marketeer ben je gespecialiseerd in marketing en denk je na over het vermarkten van producten om de verkoop te bevorderen.

De expert voor dit project is Rogier Wijffels. Rogier werkt bij The Live Kindly Collective. The Live Kindly Collective is een bedrijf dat zich bezig houdt met Plantbased Living en Sustainability en zich inzet voor het verminderen van de CO2 uitstoot, het redden van dieren en het besparen van water.



Figuur 2: www.thelivekindlyco.com

3. Uitwerking opdracht

Voor de uitwerking van de opdracht doorloop je een aantal stappen. Om een geschikte gezonde snack te bedenken, is het belangrijk om te weten hoe de eetomgeving op school in elkaar steekt. Op basis hiervan en op basis van de opdracht stel je een eisenlijst op. Op basis hiervan wordt een snack bedacht, bereidt, getest en wordt er een campagnestrategie uitgewerkt.

1. Interviews op school

Onderzoek de eetomgeving op school door verschillende leerlingen te interviewen. Bedenk hiervoor eerst een aantal interviewvragen. Uit het interview moet tenminste blijken:

- Wat de leerlingen eten tijdens de pauze
- Wat ze in de kantine kopen en waarom ze hiervoor kiezen
- Hoe belangrijk ze gezond eten vinden en wat volgens hen een gezonden en lekkere lunch is.
- Hoe ze verleid kunnen worden tot het maken van gezonde keuzes
- Hoe de ideale gezonden schoolkantine eruit ziet.
Wat zit er in hun lunchpakket?

De resultaten verwerk je in een filmpje van maximaal 3 minuten.

2. Programma van eisen

Maak een programma van eisen voor de snack op basis van de interviews en de 5 G's. Houdt ook rekening met de campagnestrategie die uitgewerkt moet worden voor de snack.

3. Ontwerpen, bereiden, testen en verbeteren van de snack

Bereid het tussendoortje in de keuken en test het tussendoortje bij de doelgroep. Maak een korte enquête/vragenlijst om de tussendoortjes te testen bij de doelgroep. Ga langs bij een klas en gaan met een kleine enquête/vragenlijst het tussendoortje testen bij de doelgroep. Verwerk de resultaten en verbeter de snack op basis van de enquête.

4. Campagnestrategie

Bedenken een campagnestrategie rond het tussendoortje. Kies een communicatieboodschap en presentatie waarmee je de doelgroep kan verleiden tot het kopen van het tussendoortje. Denk na over het Uniek Selling Point en op welke G (genieten, goedkoop, gezond, gemak, geweten) je de focus wilt leggen.

Onderzoek aan de hand van literatuur en informatie op het internet waar een goede promotieposter aan voldoet en maak een poster waarop je jullie snack presenteert.

5. Procesverslag

Voor dit project maak je een procesverslag. In een procesverslag geven jullie een beschrijving van de activiteiten die zijn uitgevoerd op weg naar het resultaat en welke tussentijdse producten daaruit voortkomen.

4. Beoordeling

Het project wordt beoordeeld op drie onderdelen, namelijk individueel, product en proces.

Individueel

Het afnemen en vastleggen van de interviews op school telt voor 20% mee met het eindcijfer. Er wordt beoordeeld op de aspecten overzichtelijkheid, diepgang (weergave van verschillende aspecten) en aantrekkelijkheid. Het filmpje doen jullie weer samen als groep.

Product

Het eindproduct telt voor 40% mee voor het eindcijfer en bestaat uit:

- Procesverslag (gezette stappen, tussentijdse producten, enz.)
- Film van de interviews
- Recept van de snack
- Promotieposter

Het product telt voor 40% mee met het eindcijfer. Alle onderdelen worden beoordeeld op stijl, vormgeving, inhoud en aangedragen oplossingen.

Proces

Het proces telt voor 40% mee met het eindcijfer. Gedurende het project wordt er op individueel niveau onder andere gekeken naar de aspecten participatie, motivatie, aandragen van ideeën, open staan voor ideeën, bijdragen aan het functioneren van de groep en het sturen/organiseren van het functioneren van de groep.

5. Bijlagen

Globale planning (voorstel)

| Kalenderweek | Bijzonderheden | Opdracht deadlines |
|---------------|---|---|
| 14 (4 april) | <i>Introductie opdrachtgever</i> | |
| 15 (11 april) | <i>Projectweek (geen les)</i> | |
| 16 (18 april) | | <i>Individuele opdracht (1)</i> |
| 17 (25 april) | <i>Meivakantie</i> | |
| 18 (2 mei) | <i>Meivakantie</i> | |
| 19 (9 mei) | | <i>Interviews op school (1)</i> |
| 20 (16 mei) | <i>(Workshop)</i> | <i>Programma van eisen (2)</i> <i>Eerste ontwerp tussendoortje (3)</i> |
| 21 (23 mei) | | <i>Testen en verbeteren (3)</i> |
| 22 (30 mei) | <i>Vragenuur opdrachtgever</i> | |
| 23 (6 juni) | | <i>Testen en verbeteren (3)</i> <i>Campagne strategie (4)</i> |
| 24 (13 juni) | | <i>Campagne poster (4)</i> <i>Presentatie voorbereiden</i> |
| 25 (20 juni) | <i>Eindpresentatie voor opdrachtgever</i> | |
| 26 (27 juni) | <i>Portfolio en procesgesprek</i> | |