



Tipping the Balance

**De rol van creatieve methoden in de acceptatie en
het ontwerpen van gezonde(re) en duurzame
voedselomgevingen**

Thieu Custers, Sylke van Duijnen en Imme Ruarus

December 2022

waag  **futurelab**

Inhoudsopgave

Inleiding en achtergrond	3
Toekomstschetsen	4
Hoe ziet jouw voedseltoekomst eruit	6
Casus Amersfoort	7
Lokale trends naar globale trends	13
Meerwaarde creatieve processen	15
Conclusie	16

Het PPS onderzoeksproject Tipping the Balance is van 2021 tot 2022 uitgevoerd door onderzoekers van Waag Futurelab (hierna 'Waag'), Wageningen Universiteit & Research (hierna 'WUR'), en Ahold Delhaize. In samenwerking met de Gemeente Amersfoort focuste de casus zich op de wijk Schothorst. Wij willen graag de winkeliersvereniging van Winkelcentrum Schothorst, het bestuur van Voetbalvereniging Zeehelden Amersfoort (VVZA) en het bestuur van de Volkstuinvereniging De Brinken bedanken voor de fijne samenwerking op locatie. Daarnaast ook complimenten voor het netwerk van (sociale) zorgverleners in de wijk die zich bezighouden met gezonde voeding en preventie op basis van leefstijl waaronder de Voedselapotheek, Geniet MEER, en Inloophuis Schothorst.

Dit PPS project maakt onderdeel uit van een groter project "Tipping the Balance in dietary change" welke door NWO wordt gefinancierd, en waarvoor het huidige PPS project als cofinanciering is ingebed. In het overkoepelende project wordt uitgevoerd door een consortium van Wageningen University and Research, Reinwardt Academie Hogeschool voor de Kunsten, RIVM, Waag Futurelab, Gemeente Amersfoort, Gemeente Utrecht, Provincie Utrecht en BeBright.

Inleiding en achtergrond

Er is een noodzaak om ons voedingspatroon naar een meer plantaardig alternatief in te richten, zowel vanuit gezondheids- als duurzaamheidsperspectief. Hoe worden mensen daartoe gestimuleerd? En waarom is dat, ondanks de bestaande kennis en beschikbare duurzame producten, tot op heden niet gelukt? Met deze vragen begon het onderzoek 'Tipping the Balance' op zoek naar zogenaamde 'tipping points' in de voedseltransitie en specifiek in de voedselomgeving¹.

Het herontwerpen van de voedselomgeving kan de gevraagde transitie in voedselconsumptie stimuleren. Een gezonde voedselomgeving is namelijk zo ingericht dat het ongezonde voedselkeuzes ontmoedigt en gezonde keuzes juist makkelijker maakt ([RIVM, 2022](#)). Het onderzoek zal zich richten op keuzes die minder belastend zijn voor mens en planeet, oftewel gezonder en duurzamer. Bij het ontwerpen van zulke nieuwe voedselomgevingen is maatschappelijk draagvlak essentieel. Daarom is in het onderzoek gebruik gemaakt van creatieve ontwerpmethodes om verschillende stakeholders met (tegenstrijdige) belangen, behoeften en emoties te betrekken.

In 'Tipping the Balance' is de voedselomgeving op wijkniveau onderzocht. Hierbij stonden de volgende onderzoeksvragen centraal:

1. Welke fundamentele overtuigingen en emoties van stakeholders - burgers, ondernemers en beleidsmakers - spelen een rol bij gezonde en duurzame voedselomgevingen?
2. Hoe kunnen factoren, die een rol spelen bij de transitie naar gezonde en duurzame voedselpatronen, geïdentificeerd en beïnvloed worden?
3. Hoe kunnen creatieve methoden uit de creatieve industrie ingezet en uitgebreid worden binnen deze maatschappelijke uitdaging?

Deze rapportage geeft inzicht in de meerwaarde van creatieve processen bij het opnieuw ontwerpen van de voedselomgeving op wijkniveau in lijn met de transitie

¹ De voedselomgeving wordt gedefinieerd als de beschikbaarheid, informatie, prijs, promotie en zichtbaarheid van voedselverkooppunten en voedingsmiddelen in de omgeving, maar ook de heersende sociale normen en voedselcultuur en voedselrichtlijnen en wetgeving. De voedselomgeving is van invloed op voedingskeuzes (RIVM, 2022).

naar een gezond en duurzaam voedselsysteem. Daarbij geeft ze een overzicht van realistische, haalbare ingrepen voor supermarkten en kleine voedsel-aanbieders om lokale voedselomgevingen te transformeren in samenwerking met de wijk. Dit wordt begeleid door een visuele representatie van toekomst-scenario's van gezonde en duurzame voedselomgevingen. Daarbij stellen we dat creatieve methodes in het verkennen, het emotienetwerken, het toekomstdenken en het ontwerpen van de voedselomgeving waarde hebben in het komen tot een sociaal geaccepteerde gezonde voedselomgeving.

Als laatste vergelijken we het herontwerpen van de voedselomgeving op wijkniveau met de globale context van grote voedselaanbieders zoals Ahold Delhaize. Welke stappen die zijn genomen op wijkniveau zijn relevant in de context van een multinational met verschillende supermarktketens onder zich? Hoe vergelijken lokale toekomstvisies met de globale trends waarmee een internationale voedselaanbieder te maken heeft? We bouwen voort op de toekomstscenario's van Bright COOP's Ministry of Food en maken een onderverdeling tussen globaal & lokaal en high-tech & low-tech. Waar ligt de toekomst van voedsel?

Toekomstschetsen

De toekomst heeft meerdere richtingen. Het gedachtenexperiment Ministry of Food (Bright Coop, 2022) schetst verschillende scenario's die variëren van low tech tot high tech en van lokaal tot globaal. Uit ons onderzoek in de wijk Amersfoort Schothorst en bij globale voedselretailer Ahold Delhaize kwamen toekomstscenario's die hierbij aansloten.

De volgende toekomstten werden geschetst:

In een **lokale, low tech** voedseltoekomst ligt de nadruk op het samen organiseren rondom voedsel: in voedsel coöperaties en buurtorganisaties wordt samen voedsel bereid en gegeten. Zo deelt men samen in de schaarse voedselvoorzieningen. Productie is lokaal en consumptie is seizoensgebonden, daardoor komt er weer meer nadruk op traditionele bereidingsmethoden.

In een **globale, low tech** voedseltoekomst komt er meer (inter)nationale wetgeving over gezond en duurzaam eten voor meer voedselrechtvaardigheid.

Men eet een overwegend plantaardig dieet en er komen meer ketens met gezond fastfood.

In een **lokale, high tech** voedseltoekomst kan men zelf thuis voedsel printen en krijgt iedereen gepersonaliseerd dieetadvies. Dankzij korte ketens is er meer transparantie en heeft men meer invloed over de voedselproductie. Met behulp van technologie komen er gezonde en duurzame alternatieven voor alle soorten producten, die net zo lekker zijn.

In een **globale, high tech** voedseltoekomst wordt de massaproductie van voedsel geoptimaliseerd en komt er ook een focus op efficiëntere consumptie. Boodschappen doet men in (online) hypermarkten, zoals de Albert Heijn XXXXL. Uiteindelijk gaan we ook voedsel produceren op de maan.



Figuur 1 Peiling voedseltoekomst tijdens het Better Future Now Festival bij New Metropolis, Amsterdam Zuidoost (september 2022)

Tijdens een van onze publieksprogramma's vroegen we ook waar mensen denken dat de toekomst heen gaat. Hierbij was er een neiging naar een meer lokale markt, maar ongeveer een gelijke verdeling tussen high tech en low tech (zie figuur 1).

Hoe ziet jouw voedseltoekomst eruit?

High Tech

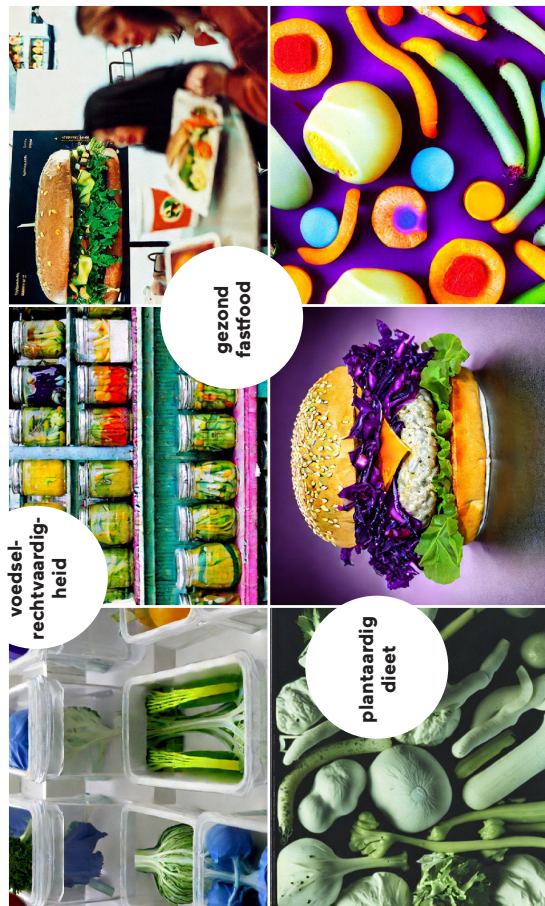


Lokale markt



Globale markt

Low Tech



Casus Amersfoort

Het eerste deel van het onderzoek vond plaats op locatie in de wijk Schothorst, Amersfoort. In samenspraak met de gemeente Amersfoort viel de keuze op deze wijk door de aanwezigheid van een variatie aan voedselaanbieders, en verschillende partijen, zogenoemde bondgenoten, die zich richten op de ontwikkeling van de wijk onder andere op het gebied van voedsel. Daarnaast kenmerkt deze wijk zich door de gemengde achtergrond van haar bewoners in termen van opleidingsniveau, leeftijd, geslacht en etnische achtergrond². Als laatste is de wijk ook centraal gelegen, zowel in Nederland als in Amersfoort zelf, en tegelijkertijd ook een typische woonwijk; een zogenoemde 'bloemkoolwijk' met huizen uit de jaren 70 en 80.

Tijdens ons onderzoek in Amersfoort hebben we in co-creatieve sessies tussen november 2021 en augustus 2022 de volgende stappen doorlopen: het verkennen van de wijk en de ideeën rondom gezond en duurzaam voedsel onder haar inwoners (sept – dec 2021); het bespreekbaar maken van emoties met betrekking tot de voedseltransitie in de voetbalkantine (april & mei 2022); het ontwerpen van toekomstige voedselomgevingen en het in kaart brengen van het onderliggende voedselsysteem bij de moestuin (juni 2022); en het ontwerpen van een inclusieve voedselomgeving bij de buurt BBQ (juli 2022). Hierbij hebben we de volgende methoden ingezet:

1. Straatinterviews in winkelcentrum Schothorst en een rondgang langs de voedselaanbieders in de wijk;
2. Emotienetwerken met als doel overtuigingen rond de voedseltransitie in kaart te brengen;
3. Het ontwerpen van toekomstscenario's en alternatieven, backcasting & group model building;
4. Tekentafel, street vote, en dialoog, telefooninterviews.

Een verdere uitbreiding op de methoden, de meerwaarde ervan in het onderzoeksproces en uitdagingen en tips, is beschikbaar in de practice timeline: <https://ccn.waag.org/navigator/practice/tipping-the-balance>.

Gedurende deze sessies hebben wijkbewoners samen met enkele voedsel-aanbieders en experts een beeld geschetst van een voedselsysteem op wijkniveau en acties die men nu kan nemen om daarnaartoe te werken. Een visualisatie hiervan is te vinden aan het begin van dit rapport. Deze

² Plan van aanpak 2022-2023 Schothorst, Zielhorst en Hoefkwartier - Gemeente Amersfoort, 10 december 2021

toekomstscenario's zijn gepresenteerd in meerdere publieksprogramma's, zowel in Amersfoort, als daarbuiten en getoetst met de duurzaamheidsexperts van Ahold Delhaize in een Masterclass.

Wijkschets

Wat zijn de belangrijke plekken in Schothorst als het over voedsel gaat? Tijdens onze eerste verkenningen bezoeken we voedselaanbieders in het winkelcentrum en bij het treinstation en vragen we het aan mensen op straat. Er zijn drie supermarkten, twee in het winkelcentrum en een op de grens van de wijk naast het station. Hier doen veel mensen hun boodschappen. Ook zijn er een aantal specialistische aanbieders (groenteboer, slager, en voorheen een bakker) en soms staan er kramen op de parkeerplaats bij het winkelcentrum, zoals een viskraam, bakkerskraam en (seizoensgebonden) een oliebollenkraam. Als men niet thuis eet, kunnen ze kiezen uit een aantal (afhaal)restaurants: Chinees, een broodjeswinkel, het café en de snackbar. Verder eten mensen ook in de kantine, op school, werk of bij de (sport)vereniging. Daarnaast zijn er nog een aantal plekken waar (wijk)maaltijden worden aangeboden: in het buurtcentrum, Inloophuis Schothorst en in het verzorgingstehuis. Als laatste blijken bezorgingsdiensten een steeds belangrijker wordend onderdeel van de voedselomgeving, zowel complete tafeltje-dekje diensten, als bezorgers en flitsbezorgers³.

Als we mensen vragen naar hun ideeën over duurzaam en gezond eten komt het woord 'biologisch' het meest voorbij: mensen vinden biologische producten belangrijk, voor hun gezondheid en voor het milieu. Ze merken wel op dat dit meestal meer kost. In het algemeen geven de mensen die we spreken aan dat eten de afgelopen tijd duurder is geworden (gesprekken vonden plaats najaar 2021, voor de inflatiegolf van najaar 2022).

Een aantal mensen associeert lokaal eten met gezond en duurzaam. Zowel lokaal geteeld/geproduceerd, in eerste instantie binnen Nederland, maar beter nog binnen de regio, of zelfs binnen de stad (in moestuinen). Als ook lokaal gekocht, iemand vraagt zich af: 'als ik met de auto naar de andere kant van de stad om

³ Voor de overzichtelijkheid van ons onderzoek hebben we ervoor gekozen om ons te richten op een voedselsysteem binnen een wijk, maar het is belangrijk om te realiseren dat men ook buiten de wijk boodschappen met de voedselomgeving in aanraking komt, bijvoorbeeld in het grotere winkelcentrum of op de weekmarkt in Emiclaer. Sommige mensen bezoeken speciaal exotische, biologische of verpakkingsvrije winkels in andere wijken van Amersfoort of zelfs buiten de stad (in een enkel geval). En om buitenshuis te eten, gaat men ook naar andere plekken, door het beperkte aanbod van eetgelegenheden in de wijk zelf.

biologisch vlees te kopen, is dat dan nog steeds duurzaam?’ Iemand anders geeft aan: ‘als we meer eten van wat oorspronkelijk in Nederland groeit, de zogenaamde ‘vergeten’ groenten, zoals pastinaak en knolselderij, dan zou dat al helpen om gezonder te eten’. Als concrete aanpassing om de voedselomgeving te veranderen, geven een groot deel van de geïnterviewden aan dat ze ‘duurzame’ winkels, zoals de Ekoplaza, graag dichterbij zouden hebben. Een belangrijke reden die zij hiervoor opgeven is dat zij een duurzame winkel als geheel vertrouwen, tegenover winkels die een gedeeltelijk duurzaam aanbod hebben.

Over vegetarische producten zijn de meningen verdeeld: een groter aanbod zou mensen helpen die keuze sneller te maken, maar de smaak, textuur en hoe het eruit ziet laat toch nog wat te wensen over, een mevrouw zegt: “het smaakt en ziet eruit als kattenvoer”. Wel geven een aantal oudere geïnterviewden aan minder vlees te eten, voornamelijk voor hun gezondheid, maar duurzaamheid blijkt ook een rol te spelen. Ook een aantal kinderen geeft aan dat hun ouders thuis met regelmaat vegetarisch koken ‘voor het klimaat’. Zelf kiezen ze liever een boterham met kaas dan met worst; maar dat is ‘omdat het lekkerder is’. Toch is er ook een kritische toon bij sommigen: de dieetrends veranderen zo snel, de meesten blijven gewoon gehecht aan hun Hollandse hap: aardappel, groente, vlees (in sommige gevallen een vleesvervanger).

Een belangrijke ondertoon in deze gesprekken gaat over de rol van de (sociale) omgeving en identiteit. Mensen noemen vaak de invloed van hun familie, vrienden en burens op hun voedingskeuzes, zowel in wat ze vroeger aten als in huidige situaties waarin ze samen met anderen eten. De rol van bepaalde tradities en ingrediënten die worden geassocieerd met een identiteit (bijv. etnische achtergrond, maar ook politieke kleur, bijv. links-progressief) schemert ook door. Doordat voedsel een onderwerp is waar iedereen over mee kan praten, we hebben er namelijk allemaal mee te maken, bestaan er ook veel verschillende meningen over voedsel.

Het gesprek over gezond en duurzaam voedsel start bij bewustwording dat de productie van ons voedsel een impact heeft op de aarde, en dat de consumptie van voedsel invloed heeft op ons lichaam. Het merendeel van de geïnterviewden geeft aan hier enige kennis van te hebben. Ook geeft het merendeel van de geïnterviewden aan dat de eerste stap in de transitie begint bij educatie van kinderen over het voedselsysteem, om in de toekomst gezonder en duurzamer

aanbod te kunnen realiseren. Deze inzichten roepen een paradox op: als de men zich bewust is van de consequenties van het huidige voedselsysteem en zij benoemen dat de oplossing ligt in bewustwording, waarom heeft een grootschalige verandering dan nog niet plaatsgevonden?

Co-creatie sessies

In de tweede fase van het onderzoek organiseren we drie co-creatie sessies op locatie omtrent het vormgeven van het voedselsysteem. Hierin bespreken we de invloed van sociale overtuigingen en emoties en de verschillende perspectieven van belanghebbenden. Vervolgens herontwerpen we samen de voedselomgeving. Het uitgangspunt van het onderzoek is het samenbrengen van bewoners, lokale voedselaanbieders en gemeente. Met name het betrekken van lokale voedselaanbieders blijkt uitdagend te zijn door tijdsgebrek of professionele beperkingen. Partijen die aansluiten vervullen vanuit hun functie al meer een gemeenschapsrol binnen de wijk zoals de voetbalkantine en de volkstuinvereniging. Een motivatie voor hen om deel te nemen aan het onderzoek is dan ook binding met de wijk te vergroten. De WUR gaat in een andere wijk in Amersfoort verder met vervolgonderzoek waar een andere aanpak wordt ingezet voor het betrekken van voedselaanbieders.

De sessies worden samen met de lokale organisaties georganiseerd om de lokale organisaties eigenaarschap te geven, toegankelijkheid van de sessies te vergroten en zo een zo representatief mogelijke groep bewoners te bereiken. Tijdens de sessies is het doel het herontwerpen van het lokale voedselaanbod richting gezond en duurzaam aanbod, zowel bij een bepaalde aanbieder als op wijkniveau. Buurtbewoners, voedselaanbieders, gezondheidsexperts en beleidsmakers nemen deel aan de sessies. Naast het inzetten van co-creatie methoden (zie de practice timeline), is een belangrijk onderdeel van elke sessie om samen met elkaar te eten, om een informele setting te creëren voor een gesprek over voedsel en om de sessies laagdrempelig te maken.

Overtuigingen

Tijdens de eerste sessie gaan we in gesprek over gevoelens rond de voedseltransitie. Dit doen we met behulp van de methode emotienetwerken. De meerstemmigheid die emotienetwerken biedt bevordert de mogelijkheid om een co-creatief proces te ondersteunen doordat door het delen van gevoelens en emoties er ruimte ontstaat voor wederzijds begrip en empathie. De methode

maakt ook duidelijk inzichtelijk welke inbreng een reactie veroorzaakt. Dit geeft inzicht in welke overtuigingen, argumenten of gedachten kunnen leiden tot verandering. Tijdens de sessie wordt de (vegetarische) loempia als object ingezet om het gesprek over de voedseltransitie te faciliteren. Uit de sessie komt naar voren dat herinneringen of ervaringen – zowel positief als negatief – de huidige overtuigingen beïnvloeden maar dat ook recente informatie en inzichten over de noodzaak voor de voedseltransitie van invloed zijn. Ook komt naar voren dat het uiterlijk en verwachte smaak van het voedsel een belangrijke rol speelt, en dat deelnemers aangeven dat zij een vegetarische snack associëren met een gezondere keuze.

Door vervolgens samen de vegetarische loempia en andere gerechten te koken, wordt er een verdieping aangebracht in het gesprek tussen buurtbewoners die op hele verschillende manieren naar eten kijken. Voor sommigen is het eten gezonder dan normaal, anderen merken juist dat zij zelf thuis gezonder eten. Ook wordt opgemerkt: 'als je samen in de keuken staat, verdwijnt status en verschil. Iedereen helpt elkaar en je bent gelijk'. Lees meer over de emotienetwerken als co-creatieve methode ter bevordering van de voedseltransitie [via deze link](#).

Vormgeven voedselomgeving

Tijdens de tweede sessie wordt onderzocht hoe de toekomst van voedsel vormgegeven kan worden. We stellen de vraag: als we tien jaar vooruitkijken, hoe ziet het voedselaanbod in Schothorst er dan uit? Met behulp van de co-creatiemethoden 'Crazy 8' en 'De Krant van de Toekomst' worden toekomstbeelden voor de wijk ontworpen variërend van doemscenario's tot utopieën. Het formuleren van toekomstbeelden in de vorm van een krantenartikel helpt om gewenste kernelementen te identificeren. Zo kunnen high-tech oplossingen, zoals een 3D-voedselprinter, worden ingezet om voedselverspilling tegen te gaan en om voedselconsumptie perfect af te stemmen op iemands persoonlijke leefstijl. Sociale oplossingen, zoals een buurtkoelkast, gaan weer op een andere manier verspilling tegen en dragen tegelijkertijd bij aan een gevoel van verbinding in de buurt. Onderliggend speelt ook een behoefte aan kortere ketens en meer transparantie in het voedselsysteem; mensen zouden graag eten zelf verbouwen of kunnen inkopen bij lokale boeren. Onderliggend hieraan zijn kernelementen als lokaal aanbod, sociale verbinding, gemak, ruimte voor educatie & dialoog, transparantie en zelf verbouwen aan te wijzen. Een visualisatie van deze kernelementen is terug te vinden aan het begin van dit rapport.

Vervolgens brengen we het voedselsysteem van Amersfoort Schothorst in kaart. Wie zijn de spelers in en buiten de wijk en hoe kunnen zij samenwerken in de voedseltransitie? Door middel van de methode 'Group Model Building' wordt een systeemmap geschetst van actoren en hun motivaties. Samenwerkingen tussen verschillende partijen gericht op de kernelementen uit de toekomstbeelden kunnen bijdragen aan veranderingen in die omgeving. Een voorbeeld van een al bestaande samenwerking in de wijk is de samenwerking tussen de moestuin en de voedselbank van Amersfoort, waarbij overtollige oogst door tuinders wordt gedoneerd aan de voedselbank. Zo wordt voedselverspilling voorkomen en hebben de klanten van de voedselbank toegang tot lokale, verse, gezonde producten. De toekomstbeelden worden later aan een breder publiek voorgelegd tijdens de buurt BBQ georganiseerd in samenwerking met de Voedselapotheek, Apotheek Orion en Inloophuis Schothorst. We vragen mensen naar concrete stappen die we vandaag kunnen nemen om tot de gewenste toekomst(en) te komen?

Een veelgehoord, samenvattend antwoord is: 'meer gezonde buurt BBQs organiseren'. Naast dat dit gezellig is voor bewoners, dragen dit soort activiteiten bij aan inclusiviteit, kennisdeling, gezonde keuzes en het leggen van nieuwe sociale contacten. In dit geval was de BBQ inclusief georganiseerd: door sponsoring van de Jumbo en Lidl is deelname betaalbaar en kon iedereen in de wijk aansluiten waardoor er mensen met diverse culturele en socio-economische achtergronden aanwezig waren. Op het menu stonden vooral gegrilde groenten en salades, en zo vormde de BBQ een tijdelijke gezonde voedselomgeving, georganiseerd in samenwerking met lokale voedselaanbieders en bewoners.

Daarnaast waren er gezondheidsexperts aanwezig, aan wie men vragen kon stellen over gezonde voeding. In Schothorst bestaat al een breed netwerk van zorgverleners die samenwerken om een gezonde leefstijl als preventiemiddel in te zetten. Ook fungeert de BBQ als een platform voor dialoog voor beleidsmakers en buurtorganisaties: de wijkraad komt in contact met groepen waarmee ze anders moeilijk in contact komen. Beleidsmakers en bewoners gaan in gesprek over specifieke voedselplekken. Zelfs als men van bovenaf bepaalt dat de wijk anders ingericht moet worden, kan het effect averechts werken (NRC, 2022). Partijen zoals het Inloophuis en de Voedselapotheek zijn juist van onderaf bezig om meer sociale binding te creëren in de wijk, onder andere door samen te koken en te eten en daarbij gezonde en duurzame keuzes te stimuleren.

Lokale partijen en netwerken kunnen een belangrijke rol spelen bij het aanjagen van de voedseltransitie op wijkniveau. Van hieruit kan men samen met wijkbewoners en lokale voedselaanbieders in gesprek gaan, om elkaar te leren kennen en naar oplossingen te zoeken. Daarnaast is het belangrijk om met buurtbewoners te praten over de overtuigingen en emoties die van invloed zijn op hun voedselconsumptie. Hierbij kunnen ontwerpmethoden uit de creatieve industrie worden ingezet om tot een gemeenschappelijke basis te komen en te inspireren tot samenwerking om tot een gewenste gezonde voedselomgeving komen. Het is belangrijk om te realiseren dat deze er niet overal hetzelfde uit zal zien, juist omdat er op verschillende plekken rekening gehouden zal moeten worden met een andere mix aan identiteiten en emoties rondom voedsel.

Lokale trends naar globale trends

In de derde fase van het onderzoek worden de ideeën uit de wijk gepresenteerd in een aantal publieksprogramma's en getoetst door mensen uit het Global Health & Sustainability team van Ahold Delhaize. Dit gebeurt in een aantal expertinterviews en tijdens een masterclass voorbereid door Waag. In hoeverre sluiten de voorgestelde veranderingen in voedselomgevingen op lokaal niveau aan bij de globale strategie van een multinational? Ahold Delhaize, als moederbedrijf van onder andere Albert Heijn, heeft een globale strategie dat zich richt op lange termijn doelen en globale trends. Steeds meer echter wordt de nadruk gelegd op een lokale invulling van deze strategie, met aanpassingen per gebied. Zodoende heeft Ahold Delhaize via supermarkten in verschillende lokale contexten een grote invloed op het vormgeven van voedselomgevingen.

In eerste instantie lijken de dagelijkse realiteit van de teamleden van Ahold Delhaize en de wijkbewoners van Schothorst ver uit elkaar te liggen. De uitvoering van de duurzaamheidsstrategie is gericht op twee pijlers. 'Healthy people' en 'Healthy planet' en gaat ervan uit dat deze twee pijlers nauw met elkaar verbonden zijn. De strategie is gericht om klanten, medewerkers en omgevingen gezonder en duurzamere keuzes te laten maken en tegelijkertijd bij te dragen aan een duurzamere planeet. Niet alleen door middel van het duurzamer maken van de eigen operatie, maar ook van de gehele keten waar de merken van Ahold Delhaize in opereren. De gehele uitstoot van alle dochterbedrijven van Ahold Delhaize wordt bijvoorbeeld berekend en er worden strategieën bedacht om die omlaag te krijgen. Wat betreft gezonde producten werkt het team van Ahold Delhaize met labels zoals Nutri-score en worden producten ingedeeld in verschillende categorieën. Een uitdaging voor de

voedseltransitie is het feit dat in de praktijk duurzame producten niet per definitie gezond zijn, en gezonde producten niet per definitie duurzaam. De geïnterviewden streven ernaar om dit gelijk te trekken door te vervagen op wie of wat 'duurzaam' en 'gezond' betrekking hebben; duurzaam eten voor onszelf betekent ook gezond eten, en gezond eten voor de planeet, betekent duurzaam.

De overlap met de realiteit op wijkniveau is tweeledig: enerzijds hebben de keuzes die op het niveau van Ahold Delhaize gemaakt worden invloed op lokale voedselomgeving, door de aanwezigheid van supermarkten die worden ervaren als 'lokale' winkels of 'buurtsupers'. Hoewel Ahold Delhaize via haar dochterbedrijven duizenden van deze lokale supermarkten overziet, worden de keuzes op globaal niveau uiteindelijk zichtbaar in lokale voedselomgevingen. Anderzijds gaan de mensen die we bij Ahold Delhaize spreken, aan het einde van de dag ook naar huis en doen dan bijvoorbeeld ook boodschappen bij de Albert Heijn; zij komen zo ook continue in contact met de lokale voedselomgeving.

De rol van technologie in de voedseltransitie is ook vanuit het perspectief van Ahold Delhaize een belangrijke ontwikkeling. Op wijkniveau voorspelden een aantal bewoners de inzet van een 3D-printer (zie visualisaties). Deze printer zou gebaseerd op een persoonlijke scan een perfect dieet printen voor de persoon op dat moment. Ahold Delhaize beschrijft de ontwikkelingen in technologie op aan de hand van data-gedreven gepersonaliseerd aanbod door middel van de bonuskaart en een digitale voedselomgeving zoals de app. Een aantal merken kan nu al aanbiedingen doen op basis van eerdere aankopen. Deze aanbiedingen zouden verder gepersonaliseerd kunnen worden door meer datapunten te verzamelen bijvoorbeeld over leefstijl of consumptiepatroon. Deze informatie kan vervolgens gebruikt worden voor het aanbieden van duurzaam en gezond aanbod. Een voorbeeld uit België: bij de Delhaize supermarkten worden via de bonuskaart gezonde keuzes beloond: hoe meer gezonde producten men koopt, hoe groter het voordeel. Ook kan via de app van Albert Heijn bijvoorbeeld gefilterd worden op gezonde keuzes. Op deze manier kan een digitale voedselomgeving ingericht worden om gezondere en duurzame keuzes meer zichtbaar te maken. Dit zijn praktische manieren waarop voedselaanbieders gezond eten aantrekkelijker kunnen maken ten opzichte van ongezonde keuzes.

Kortom, de waarde van een lokale aanpak wordt erkend, maar wel blijft er een spanningsveld bestaan tussen het doorvoeren van lokale interventies die gezonde en duurzame keuzes bevorderen enerzijds en de schaalbaarheid van deze

interventies anderzijds. Terwijl (digitale) voedselomgevingen anders ingericht kunnen worden spelen er ook andere belangen mee bij de inrichting van deze omgevingen, zoals winstbelang. Er liggen mogelijkheden in de opschaling van het proces wat betreft co-ontwerpen van lokale interventies, in plaats van de noodzaak dat lokale interventies zelf schaalbaar moeten zijn. Samenwerkingen met lokale en creatieve partners kan hierin een kans bieden.

Meerwaarde creatieve processen

In Tipping the Balance hebben Waag, WUR en Ahold Delhaize onderzocht welke factoren invloed hebben op de voedselomgeving in de transitie naar gezond en duurzaam eten. En welke overtuigingen en emoties van belanghebbenden een rol spelen in de maatschappelijke acceptatie van zulke nieuwe voedselomgevingen. Dit hebben we gedaan door co-creatief onderzoek op wijkniveau in Amersfoort Schothorst, een aantal publieksprogramma's en een masterclass bij Ahold Delhaize. De methoden die daarbij zijn gebruikt worden stap voor stap uitgelegd in een practice timeline: <https://ccn.waag.org/navigator/practice/tipping-the-balance>.

Lessen

- Inclusiviteit voor bewoners om deel te nemen zijn op diverse manieren in het onderzoek bevorderd. Door samenwerken met lokale partners in de wijk is fysiek de drempel verlaagd om deel te nemen. Ook creatieve en laagdrempelige methoden en processen, zoals het combineren van onderzoek en gezamenlijk eten, leveren een bijdrage aan het inclusiever maken van het onderzoek voor verschillende doelgroepen en zodoende tot een representatiever beeld van de wijk.
- Het op lange termijn betrekken van voedselaanbieders in het onderzoek bleek uitdagend te zijn. Partijen met een belang bij verbinding met de wijk hadden een duidelijke aanleiding om deel te nemen, terwijl dit voor andere partijen minder speelt. Het proces en methodes verder toespitsen op de behoeften van lokale voedselaanbieders kan in de toekomst bijdragen aan het betrekken van deze aanbieders.
- Co-organisatie met lokale partijen versterkt het lokale eigenaarschap en geeft toegang tot waardevolle lokale kennis over context en netwerken, maar brengt ook uitdagingen met zich mee zoals het organiseren van

activiteiten. Er moet voldoende tijd en ruimte gemaakt worden voor deze processen.

- De samenwerkingen rondom voedsel in de buurt zijn van groot belang voor de transitie richting een duurzame en gezonde(re) voedselomgeving. Co-creatieve methoden kunnen een waardevolle bijdrage leveren aan het bevorderen van deze samenwerkingen.
- De methode emotienetwerken toegepast op de voedseltransitie heeft inzichten opgeleverd over de waarde om deze methode in de toekomst mogelijk in te zetten voor andere transitie's (e.g. digitalisering, energie). De voedseltransitie is een voordehand liggende transitie om in dit kader te onderzoeken omdat voedsel en gerelateerde praktijken en gebruiken sterk raken aan erfgoed en traditie, en zodoende de methode geschikt maken om in te zetten in het kader van voedseltransities en onderzoek hiernaar.
- Schetsen van toekomstscenario's biedt kansen om op een creatieve manier kernelementen te identificeren die bijdragen aan de voedseltransitie op lokaal niveau, gebaseerd op lokale waarden.

Conclusie

Gedurende het onderzoeksproject Tipping the Balance is zowel gekeken naar ingrepen in de fysieke en digitale voedselomgeving als naar maatschappelijke acceptatie van deze omgevingen. Het onderzoek geeft inzicht in de verbinding tussen deze aspecten en het belang om de voedseltransitie zowel vanuit sociaal, emotioneel als fysiek perspectief te duiden. Uit het onderzoek komt naar voren dat men zich bewust is van de problemen in het huidige voedselsysteem, maar dat ondanks deze kennis en bewustwording gedrag aanpassen in een onveranderde voedselomgeving uitdagend is. Anderzijds kan het top-down aanpassen van elementen in de voedselomgeving stuiten op maatschappelijke weerstand die de voedseltransitie juist afremmen. Door een inclusief proces waarbij alle partijen betrokken worden bij het opnieuw vormgeven van de voedselomgeving wordt zowel fysiek een nieuwe ruimte vormgegeven als 'emotionele' ruimte geboden. Ook leveren deze processen een belangrijke bijdrage aan het versterken van netwerken en samenwerkingen die de voedseltransitie aanjagen en bieden zij mogelijkheid tot kennisuitwisseling. Het is van belang dat voedselaanbieders, degenen die aanpassingen in de voedselomgeving kunnen doorvoeren, goed betrokken zijn. Het onderzoek heeft inzicht geboden aan de veelheid aan perspectieven omtrent de voedseltransitie en de noodzaak voor samenwerking tussen verschillende spelers blootgelegd. Echter is tegelijkertijd de uitdaging dat een breed geaccepteerd idee kan leiden

tot inefficiëntie van de interventie. De aanpassingen dienen dan ook aandachtig geëvalueerd te worden op hun positieve bijdrage aan de voedseltransitie.

Een mogelijke vervolgstap is in huidige voedselomgevingen 'gezonde' aspecten van voedselidentiteit te benadrukt en daarin duurzame veranderingen door te voeren, zoals bijvoorbeeld in Nederland, de Hollandse hap: aardappel, groente en vleesvervanger. Ook kan men in sociale settingen worden gestimuleerd om nieuwe dingen uit te proberen, ter illustratie deze gedachtewisseling tijdens een van de gezamenlijke diners: Scholier: "Mmm lekkere kip", tafelgenoot: "Dat zijn vegetarische kipstuckjes." Waarop de jongen reageert: "Oh, nou dat had ik anders nooit geprobeerd, maar misschien nu nog wel een keer". Door een omgeving te creëren waarin duurzame en gezonde keuzes sociaal geaccepteerd en zelfs aangemoedigd worden, zullen deze keuzes sneller gemakkelijker gemaakt worden.

Door het gebruik van creatieve methoden en het doorlopen van een onderzoeksproces waarbij eerst een wijk verkend wordt en vervolgens samen met relevante spelers co-creëren, kunnen beter passende oplossingen ontworpen worden die gedragen worden onder de bewoners in de wijk. Hierbij blijken methoden uit de creatieve industrie een waardevolle bijdrage te leveren in het opbouwen van vertrouwen, in het stimuleren van creatieve ontwerpen en samenwerkingsverbanden op wijkniveau. Deze lokale aanpak kan ingezet worden door grote spelers in het globale voedselsysteem. Zij kunnen verder – ondersteund door de creatieve industrie – processen en methodes toepassen die grote thema's en trends vertalen naar een lokale aanpak én hierbij zowel lokale kleine spelers als bewoners betrekken. Het onderzoek van Tipping the Balance biedt een eerste aanzet om zo'n proces vorm te geven en stap voor stap verder uit te werken. Zo kunnen grote partijen hun veranderkracht inzetten om de voedseltransitie vanuit een lokale aanpak te stimuleren.