

MENS

GEZOND (mens)	OPDRACHT	OPDRACHT	OPDRACHT	O-METING
ONBEWERKT (pakjes/zakjes)	Elke maand afscheid nemen van 1 bewerkt product.	Welk thema kan per maand de aandacht krijgen: <ul style="list-style-type: none">- Minder zout, vet, koolhydraten, suikers, e-nummers, calorieën, enz.- Meer vitaminen, vezels, mineralen, water, enz.	Doe een test (marktonderzoek) bij klanten om de smaken te verfijnen.	Hoeveel (on)bewerkte worden op dit moment in de keuken gebruikt (in aantallen/%)
PORTIEGROOTTE (hoeveelheid p.p.)	Zoek uit wat de gemiddelde man/vrouw per dag nodig heeft aan calorieën en communiceer dit 1 keer per maand via producten zoals een energiedrankje, portie friet, broodje gezond, kopje koffie, 1 appel, enz.	Voordelen van minder grote porties naar voren brengen en dit communiceren zoals: Minder gewicht, minder hoog aankoop bedrag of minder weggooien.	Analyseer wat er weg wordt gegooid om te bepalen waar meer aandacht op gezet kan worden. Zowel positief als negatief.	Weeg steekproefsgewijs de maaltijden af en bepaal het gewicht in kg. En calorieën
MEER PLANTAARDIG (o.a.groente/fruit)	Weet wat je eet, hoeveel lege calorieën liggen op het bord of in het bakje. Bedenk tips richting de gasten/klanten waarom goed om meer plantaardig te eten.	Hoeveel plantaardige producten zijn er in het assortiment en hoeveel wil men aan het einde van 2021 in het assortiment hebben.	Elke maand (periode) 1 vleesproduct (tijdelijk) vervangen voor een plantaardige variant. Koppel er een gave marketing om de positieve boodschap te onderstrepen. Denk ook in een tussenstap: Meer plantaardig door de hybride varianten te omarmen, minder vlees aanvullen met een	Wat heeft de gemiddelde man/vrouw nodig aan vitaminen en bepaal dan wat er gemiddeld gekocht dient te worden.

			waardevol plantaardig ingrediënt.	
--	--	--	-----------------------------------	--

SOCIAAL (mens)	OPDRACHT	OPDRACHT	OPDRACHT	O-METING
FAIRTRADE (e.o. keurmerken)	Rechtstreeks contact met een fabrikant/producent en dat in beeld brengen.	De successen gaan vertellen en ook koppelen in het lesmateriaal in de klassen.	Organiseer een Fairtrade week!	Wat is Fairtrade en komt het alleen in 3 ^e Wereld landen voor?
INTERCULTUREEL (internationale gerechten)	Diversiteit op de menukaart aanbrengen. Aanvoelen/onderzoeken welke culturen zullen in de desbetreffende school/locatie belangrijk gevonden worden.	Kooklessen organiseren voor teamleden en dit communiceren met de rest van de school (leerlingen/docenten). Misschien interessant om op te nemen in gewone les.	Kennis verruimen qua toepassen bepaalde ingrediënten: Smaak, houdbaarheid, verkrijgbaarheid, enz.	Wat zijn nu al de invloeden van internationaal denken op de menukaart en breng dit in beeld. Dat kunnen dus ingrediënten zijn uit Indonesië of Mexico.
LOKAAL	Hoeveel producten/ingrediënten zijn nu al lokaal? & wat zou dit eind 2022 moeten worden/zijn?	Wordt er ook lokaal ingekocht of gaat dat via allerlei tussenschakels? Moet dit meer of minder worden?	Op welk moment is iets lokaal te verkrijgen? Is er een overzicht te maken, seizoensgebonden producten? Een Foodkalender?	Wat is lokaal?

NATUUR

(H)EERLIJK (natuur)	OPDRACHT	OPDRACHT	OPDRACHT	O-METING
SEIZOEN	Is er een Foodkalender te ontwikkelen waar seizoensproducten op vermeld kunnen worden?	Ontwikkel een 4 seizoenen menukaart. Seizoensproducten kan je ook clusteren zoals	Hoe kan je hierover communiceren richting je gasten? Video van boeren, les materiaal of	Welke seizoenen zijn er en welke periode vindt dit plaats?

	Misschien ook andere thema's hieraan koppelen zoals Fairtrade, lokaal, internationale gerechten, meer plantaardig, biologisch, enz.	asperges verwerken in een soep, croquette, tussen een broodje en als groente.	de kantine aankleden in het seizoen (subtiel of uitbundig?).	
MINDER VLEES/VIS	Verwoord goed wat voor impact 1 kg. Vlees op het milieu heeft: Water, voer, uitstoot, enz. Maak hier een ludieke actie op.	Wat zijn de voor- en nadelen van vlees/vis en communiceer dit.	Door de pasta, macaroni en nasi geen vlees meer gebruiken maar alternatieven zoeken. Welke gerechten lenen zich hier makkelijk voor.	Hoeveel kg. Vlees wordt er per dag verkocht/verwerkt?
BIOLOGISCH	Bedenk een interessante campagne zoals Biologisch = Logisch. Communiceer dit dan ook overall.	Test de kennis van het team over biologisch en laat ze de voor- en nadelen van biologisch zien/ervaren.	Hoe belangrijk is biologisch voor de medewerkers, klanten en school. Vergeleken met andere onderwerpen zoals Fairtrade, lokaal en minder vlees/vis, waar staat dit onderwerp. Misschien een marktonderzoek afnemen.	Wat is nu al biologisch op de menukaart en wat zal dit eind 2022 moeten zijn?

VERSPILLING (natuur)	OPDRACHT	OPDRACHT	OPDRACHT	O-METING
DISPOSABLES (opslag en presentatie)	Is er actie te bedenken dat de klanten/gasten gestimuleerd kunnen worden minder disposables te gebruiken dan tot nu toe. Eigen bekertjes en bakjes gebruiken en dan korting krijgen	Er worden per 3 juli nieuwe Europese regels welke gevolgen heeft dat voor de locatie? Welke aanpassingen moeten nog worden doorgevoerd? Waarom worden deze regels aangescherpt en is dit eenvoudig te vertalen richting alle teamleden en de klanten/gasten.	Welke disposables zijn er te verkrijgen via het inkoopkanaal. Welke ontwikkelingen mag worden verwacht in het aankomend jaar. Ka	Hoeveel disposables worden per jaar ingekocht en wat zou dat eind 2022 moeten zijn?

VERPAKKING (inkoop)	Probeer te analyseren hoeveel producten onnodig "extra" worden verpakt. Welke acties zijn hier met de leveranciers over te maken.	Communiceer de besparingen richting het team en de klanten.	Ontwikkel een systeem dat periodiek wordt gecontroleerd of de gemaakte afspraken intern en met inkooppartners nog worden nageleefd.	Wat is wettelijk verplicht qua voedselveiligheid?
AFVAL (voedsel/verpakking/disposables)	Minder afval = minder verspillen. Probeer terug te redeneren, oftewel analyseer wat er wordt weggegooid en of daar acties op gemaakt kunnen worden?	Zoek samenwerking op met het verkleinen van de portie groottes, korting op tht-producten en wellicht de service "To Good To Go"	Maak afval onderdeel van het lesmateriaal.	Hoeveel kg. Afval wordt er dagelijks weggegooid en welk bedrag kan hieraan gekoppeld worden?

SPANNINGSVELDEN (opdrachten voor cat.beh.)

SPANNINGSVELDEN (voor cat.beh.)	Opdracht	Opdracht	
Prijs/kosten	<p>Mindset moet positief zijn t.o.v. de veranderingen. Besef dat niet alles zal slagen, maar dat iedereen achter de boodschap staat. De uiteindelijke prijs moet zo transparant mogelijk worden gecommuniceerd zodat de voordelen winnen van het negatieve sentiment. De missie moet voor iedereen duidelijk zijn! Oftewel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Weet ieder teamlid de "missie" van de organisatie? 	<p>Zorg dat alle acties goed worden gecoördineerd, dat er overzicht is wie wat doet en zorg voor de juiste verbindingen/overloop zodat afdelingen/opdrachten elkaar versterken. Communiceer de acties en resultaten ook als het niet het gewenste resultaat heeft. Oftewel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stem de verschillende acties goed op elkaar af en zorg dat je de juiste dingen op het juiste moment organiseert. Lage inkoopprijs van producten is tijdens het seizoen te verwachten. - Hoe flexibel is het systeem. 	<p>Denken in kosten belemmerd de creativiteit. Duidelijkheid vanuit de leidinggevende dat het doel is om balans te zoeken en kosten gemaakt moeten worden om uiteindelijk een eerlijke prijs te krijgen. Oftewel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ontwikkel een slimme marketing: Vertaal de acties positief zoals minder grote porties zal de prijs ook positief beïnvloeden, minder koolhydraten ook minder honger gevoel dus minder uitgaven.

<p>Gemak/afwisseling</p>	<p>Maak keuzes gemakkelijk. Zoals in de Gezonde Schoolkantine richtlijnen wordt meegegeven hoe er slim gepresenteerd dient te worden. De juiste producten op zichtplekken, als eerste tegenkomen en extra aantrekkelijk presenteren. Oftewel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hoe kan de keuze van de klant/gast nog gemakkelijker gemaakt worden? 	<p>Door het hanteren van een food kalender komen de juiste wisselingen aanbod. Oftewel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Communiceer deze foodkalender zowel met het team als met de gasten. 	<p>Verleiden van gasten is een heel belangrijk onderdeel van de taken van het team richting de klanten/gasten. Het gemakkelijk maken van de keuzes kan ook via de nieuwste technieken en sociale media. Oftewel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ontwikkel met het team een leuke app of bestelsite zodat de klanten/gasten makkelijker te sturen zijn qua bestelmoment, bestelhoeveelheid en productinformatie.
<p>Wat wil student en mdw-ers/ wat wil Alfa-college</p>	<p>Onderzoek regelmatig de wensen van de gasten/klanten, organisatie Alfa en de teamleden van de kantine. In dit onderzoek kan het heel goed gestuurd worden qua keuzes op de menukaart. Oftewel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ontwikkel een marktonderzoek. 	<p>Beleid moet gericht zijn op stimuleren i.p.v. straffen. Het heeft daarom ook geen zin om zaken te verbieden, maar te zoeken naar oplossingen. I.p.v. verbieden dat ze producten van buitenaf mee mogen nemen misschien uitgaan van je eigen kracht en dat je iets te bieden hebt wat een ander niet kan leveren. Sfeer, uitstraling en wellicht een andere naam dan kantine. Oftewel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hoe ziet de kantine er nu uit en welke veranderingen zouden eventueel doorgevoerd mogen worden om een andere mindset te verkrijgen. - Check wie hier binnen de organisatie geschikt voor is om over mee te denken/beslissen. Misschien onderdeel van het lesprogramma maken. 	<p>Zoek de samenwerking op met ondernemers uit de buurt. Ga in gesprek met deze partijen hoe de studenten/mdw-ers maximaal bedient kunnen worden binnen de normen en waarden van de school. Ga uit van je eigen sterkte maar ontken niet je zwaktes. Oftewel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stel een SWOT-analyse op

