



Stagerapport

Gezonde en duurzame
sportkantines in de
gemeente Bronckhorst

Juli 2025



gemeente Bronckhorst



Noord- en Oost-Gelderland



Lotte Abbink

studentnummer: 1040547

MSc Internship Communication, Health and Life Sciences

Vakcode: CHL70424

Begeleiders

Brenda van de Leemkolk (GGDNOG)

Dr. Geerke Duijzer (GGDNOG)

Dr. Annemien Haveman-Nies (GGDNOG & WUR)

Samenvatting

Onderstaande is een samenvatting gericht aan medewerkers van de gemeente Bronckhorst en de andere betrokken partijen. In deze samenvatting zullen de volgende onderdelen aan bod komen: korte toelichting van de gebruikte methoden, gevolgd door de belangrijkste bevinden, conclusie en een overzicht van de geformuleerde adviezen.

Samenvatting

De gemeente Bronckhorst streeft naar een gezonde en duurzame leefomgeving voor haar inwoners. Sportkantines kunnen hierin een rol spelen door gezonde en duurzame voedselkeuzes te ondersteunen. In dit onderzoek is verkend welke kansen en uitdagingen er zijn voor het implementeren van een gezonder en duurzamer voedingsaanbod in sportkantines in de gemeente Bronckhorst.

Doel en aanpak

Het doel was om te verkennen hoe sportkantines in de gemeente Bronckhorst hun voedingsaanbod kunnen verbeteren, en welke concrete kansen en belemmeringen hierbij een rol spelen. De onderzoeksvragen richtten zich op:

- De context en het huidige aanbod van sportkantines
- Relevante strategieën uit literatuur en praktijk
- Behoeften en wensen van bezoekers en verenigingen
- Kansen en uitdagingen voor implementatie van aanpassingen

Voor het beantwoorden van deze vragen is gebruik gemaakt van meerdere onderzoeksmethoden:

- **Literatuurstudie:** De *Richtlijn Eetomgevingen* en *Eetwissels* van het Voedingscentrum gaven concrete handvatten voor productaanpassingen. Daarnaast zijn strategieën in kaart gebracht die gezonde en duurzame keuzes stimuleren.
- **Expertinterviews:** Twee experts op het gebied van gezonde (JOGG) en duurzame (Achterhoek Food) kantines gaven inzichten over mogelijke aanpassingen en implementatie in de praktijk.
- **Observaties:** Twee sportkantines binnen de gemeente (Halmac Halle en Vordens Tennis Park) zijn geobserveerd met een checklist gebaseerd op de *Richtlijn Eetomgevingen* van het Voedingscentrum. Ook werd de context van de kantine in kaart gebracht (o.a. inkoop, bereidingsmogelijkheden en organisatie).
- **Toetsing productideeën:** Op basis van de opgedane inzichten zijn tijdens een brainstormsessie concrete productideeën opgesteld voor de sportkantines in de gemeente. Deze zijn getoetst onder bezoekers via een posteronderzoek (voorkeuren en prijsindicaties) en korte gesprekken met bezoekers en vrijwilligers (praktische haalbaarheid en behoeften).

Belangrijkste bevindingen

4.1

In dit hoofdstuk zijn effectieve strategieën verzameld uit literatuur en praktijkervaringen. Deze strategieën helpen om bezoekers op een laagdrempelige manier te stimuleren tot een gezondere of duurzamere keuze. Belangrijke inzichten:

- Het positioneren van duurzame en gezonde keuzes op opvallende plekken stimuleert de verkoop hiervan. Bijv. op ooghoogte of bij de kassa. Ook het fysiek toegankelijk maken van een product (bijv. plaatsen op de bar) stimuleert deze keuze.

- Het opvallend presenteren van duurzame en gezonde keuzes zoals het plaatsen van een afbeelding, uitlichten op de menu kaart of aantrekkelijk omschrijven ('dagkeuze') maakt deze aantrekkelijker.
- Prijsstrategieën zoals het verlagen van de prijs van duurzame en gezonde keuzes of het invoeren van een combi-deal zijn bewezen effectief.
- Communiceren of educatie geven over gezonde en duurzame keuzes zorgt voor meer bewuste keuzes bij bezoekers. Het plaatsen van duurzaamheids- of gezondheidlabels bij producten kan ondersteuning bieden.

4.2 In dit hoofdstuk zijn productaanpassingen uitgewerkt die aansluiten bij de mogelijkheden en praktijk van sportkantines in de gemeente Bronckhorst. Deze lijst is tot stand gekomen op basis van aanbevelingen uit de literatuur, inzichten van het Voedingscentrum en gesprekken met experts. Daarnaast is de context van de betrokken sportkantines in kaart gebracht door middel van observaties. Belangrijke inzichten hierbij zijn:

- Beide sportkantines zetten al stappen richting een gezonder en duurzamer aanbod. Zo zijn suikervrije dranken en alcoholvrije opties beschikbaar, wordt voedselverspilling beperkt door gerichte inkoop en zijn verpakking vaak herbruikbaar of recyclebaar.
- Tegelijkertijd bestaat een groot deel van het aanbod nog uit minder gezonde en niet duurzame producten, zoals patat of witte broodjes met bewerkt vlees.
- De *Richtlijn Eetomgevingen* en *Eetwissels* van het Voedingscentrum geven praktische en concrete aanpassingen voor het werken aan een duurzamer en gezonder aanbod in sportkantines (bijv. het toevoegen van fruit aan het assortiment). Een kanttekening hierbij is dat niet alle adviezen aansluiten bij de praktische context van de kleine sportkantines in de gemeente Bronckhorst. Alleen producten die houdbaar zijn en beperkte bereidingstijd vereisen sluiten goed aan.
- Gebaseerd op de observaties, richtlijnen van het Voedingscentrum en input van experts is een lijst met productaanpassingen opgesteld die aansluiten bij de (praktische) context van de sportkantines. De ideeën voor Halmac Halle waren *kwark met topping*, *(appel)sap met bruiswater*, *(maaltijd)soep*, *volkorenbroodje kipburger* en *Achterhoekse gehaktbal*. Voor Vordens Tennis Park waren de ideeën *alcoholarm speciaalbier uit de regio*, *(appel)sap met bruiswater*, *alternatieve tosti* en een *notenreep*.

4.3 Dit hoofdstuk richt zich op de toetsing van de voorgestelde productideeën, met als doel inzicht te krijgen in het draagvlak en de praktische uitvoerbaarheid binnen de sportkantines. Belangrijke inzichten uit dit hoofdstuk zijn:

- Bij Halmac Halle is er het meeste draagvlak voor de Achterhoekse gehaktbal, de volkorenkipburger en het zelfgemaakte ijsje.
- Bij Vordens Tennis Park worden de notenreep, het alcoholarme bier uit de regio en de alternatieve tosti het positiefst beoordeeld.
- Bezoekers vinden gezondheid belangrijker dan duurzaamheid, maar hun keuzes voor de productideeën worden vermoedelijk voornamelijk bepaald door aantrekkelijkheid van de producten.
- De motivatie om de kantine te bezoeken verschilt: bij Halmac Halle is dat functioneel (eten na inspanning), bij Vordens Tennis Park vooral sociaal (borrelmoment).

- Vrijwilligers geven aan open te staan voor veranderingen, mits deze voldoen aan de belangrijkste randvoorwaarden: houdbaarheid, beperkte bereidingstijd en mogelijkheid tot inkoop via huidige kanalen.

4.4 De belemmeringen en succesfactoren uit de praktijk en expertinterviews zijn in dit hoofdstuk samengevoegd. Hieruit volgen onderstaande kansen en uitdagingen:

Uitdagingen:

- **Beperkte tijd en capaciteit van vrijwilligers:** Zowel experts als kantines benoemen dat vrijwilligers beperkte tijd hebben. Veranderingen in de inkoop, bereiding of organisatie worden snel als extra werk gezien. Hierdoor worden aanpassingen vaak als ‘gedoe’ ervaren. Ook is er vaak weinig kennis over duurzaamheid bij de kantines.
- **Vaste inkoopstructuur met weinig speelruimte:** Kantines kopen vaak in bij vaste leveranciers (zoals de groothandel of supermarkt). Veranderingen in het aanbod die niet passen binnen de huidige inkoopstructuur betekent uitzoeken waar het wel verkrijgbaar is, afspraken maken met de leverancier en mogelijk producten afhalen. Dit vormt een drempel, zeker omdat het inkoopproces nu efficiënt verloopt.
- **Angst voor omzetverlies en voedselverspilling:** Kantines vrezen dat gezondere of duurzamere producten duurder zijn en wellicht slecht verkopen. Door de lage omloopsnelheid kan slechte verkoop al snel leiden tot veel verspilling en omzetverlies.
- **Praktische belemmeringen bij uitvoering:** Kantines hebben weinig apparatuur, voorzieningen om producten te bewaren en tijd voor bereiding. Alleen houdbare en eenvoudig te bereiden producten zijn realistisch voor de kantines.
- **Kantinecultuur:** Experts benoemen dat er in veel kantines sprake is van bepaalde gewoontes die bij de sportkantine horen. Bij beide verenigingen lijken inderdaad bepaalde eet- en drinkgewoontes te zijn. Bij Halmac Halle is het kantinegebruik gericht op iets eten (broodjes), bij Vordens Tennis Park is de kantine meer gericht op het sociale aspect (borrelen met een snack). Aanpassingen die hier niet bij aansluiten, zullen niet makkelijk geaccepteerd worden.

Kansen:

- **Kleine, concrete stappen hebben de meeste kans van slagen:** Zowel experts als vrijwilligers van de kantine geven aan dat er behoefte is aan overzichtelijke stappen. Deze zijn realistisch en kunnen wanneer deze lukken een succesgevoel geven wat verder kan motiveren. Denk bijvoorbeeld aan een waterkan of het aanbieden van fruit. Daarnaast is het belangrijk dat de aanpassingen aansluiten bij de praktijk (houdbaar, weinig bereiding, makkelijk inkopen).
- **Producten moeten aansluiten bij de kantinecultuur:** Als producten aansluiten bij wat bezoekers normaal vinden in de kantine, zijn ze waarschijnlijk succesvoller. Bij Halmac Halle kan er gedacht worden aan een alternatief voor een bestaand broodje (zoals de volkorenkipburger) en bij Vordens Tennis Park aan een gezonder alternatief passend bij een borrelmoment (alcoholvrij speciaalbier).
- **Evenementen om nieuwe producten aan te bieden:** Tijdens toernooien of competitiedagen zijn de kantines drukker bezocht en staan bezoekers mogelijk open voor iets nieuws. Omdat het assortiment slechts eenmalig aangepast hoeft te worden, verlaagt dit drempel tot het uitproberen van een gezond of duurzaam product.

- **Lokale samenwerkingen vergroten de haalbaarheid:** In de expertinterviews wordt benadrukt dat samenwerking met partijen uit het lokale netwerk (zoals sponsors, lokale bakkers) kunnen bijdragen aan een haalbaarder aanbod. Door producten lokaal in te kopen of via sponsors te laten betalen, kunnen gezondere en duurzamere producten goedkoper beschikbaar worden voor de kantines.

Conclusie

Dit onderzoek laat zien dat sportkantines in de gemeente Bronckhorst openstaan voor stappen richting een gezonder en duurzamer voedingsaanbod, maar daarbij tegen belemmeringen aanlopen. Zowel uit de observaties als gesprekken met betrokkenen blijkt dat tijdgebrek, beperkte inkoopmogelijkheden, beperkte bereidingsmogelijkheden en zorgen over omzetverlies een uitdaging vormen.

Dit onderzoek had als doel om inzicht te geven in de kansen en uitdagingen bij het implementeren van een gezonder en duurzamer voedingsaanbod in sportkantines in de gemeente Bronckhorst. Er kan worden geconcludeerd dat een gezonder en duurzamer aanbod haalbaar is, mits dit wordt afgestemd op de context van de sportkantine.

De resultaten laten zien dat er bij beide kantines al stappen zijn gezet op het gebied van gezondheid en duurzaamheid, zoals de verkoop van suikervrije dranken, het beperken van voedselverspilling en het gebruik van herbruikbare verpakkingen. Toch wordt de praktische uitvoerbaarheid van nieuwe productaanpassingen vaak belemmerd door beperkte tijd, een vaste inkoopstructuur en onzekerheid over verkoop en winst. Deze knelpunten kunnen echter ook worden gezien als randvoorwaarden: producten moeten eenvoudig, houdbaar zijn en binnen het huidige inkoopproces passen.

Concrete productideeën zoals zelfgemaakte ijsjes, notenrepen of hybride vleesproducten sluiten goed aan bij deze voorwaarden: ze zijn eenvoudig, houdbaar, betaalbaar en passen binnen het bestaande inkoopproces. Daarnaast blijkt uit dit onderzoek dat de kantinecultuur een belangrijke rol speelt in het succes van aanpassingen. Gezonde en duurzame producten sluiten beter aan wanneer ze passen bij het gebruik van de kantine (bijvoorbeeld ‘gezellig borrelen’ of ‘aanvulling na het sporten’), dan wanneer ze ingaan tegen vaste gewoonten of traditionele producten.

Kleine, concrete stappen, zoals het aanbieden van fruit of het plaatsen van een waterkan, zijn kansrijk. Daarnaast kunnen Gemeente Bronckhorst, Achterhoek Food en JOGG sportkantines verder ondersteunen bij het zetten van stappen richting een gezonder en duurzamer voedingsaanbod. Door praktische belemmeringen zoals uitdagingen in de inkoop zoveel mogelijk weg te nemen, wordt het voor sportkantines eenvoudiger om veranderingen door te voeren. In dit rapport zijn daarom concrete adviezen geformuleerd, waarmee sportkantines laagdrempelig kunnen starten en partners gerichte ondersteuning kunnen bieden.

Adviezen

Voor de adviezen gericht aan de deelnemende sportkantines ligt de nadruk op kleine, uitvoerbare stappen. De adviezen zijn opgedeeld in drie thema's, elk met voorbeelden voor implementatie:

- **Advies 1: Start met het invoeren van kleine productaanpassingen:** Onder dit advies vallen onder andere het aanbieden van gratis water in een waterkan, (gratis) fruit aanbieden of één bestaand broodje vervangen door een volkorenvariant met gezonder of duurzamer beleg.
- **Advies 2: Maak gezonde en duurzame keuzes aantrekkelijker:** Dit kan worden bereikt door het plaatsen van water/suikervrije frisdrank of andere gezonde en duurzame opties op ooghoogte. Ook kunnen kleine porties van ongezonde producten worden aangeboden of combideals met tenminste één gezonde en duurzame voedseloptie.
- **Advies 3: Verken de invoering van de specifieke productideeën:** Voeg één of meer van de productideeën met draagvlak toe aan het assortiment. Begin kleinschalig (bijv. eenmalig tijdens een evenement) en met producten die praktisch het meest haalbaar zijn (zelfgemaakte ijsjes en notenreep). Bij de andere productideeën met draagvlak is het verstandig om eerst te verkennen waar deze kunnen worden ingekocht en hoe de producten bewaard kunnen worden. Wanneer de kantines hier verder mee willen werken, kunnen zij gebruik maken van ondersteuning door de JOGG-regisseur en Achterhoek Food.

De adviezen gericht aan Gemeente Bronckhorst, Achterhoek Food en JOGG zijn gericht op het ondersteunen van de sportkantines bij implementatie van een gezonder en duurzamer voedingsaanbod. Deze adviezen zijn gebaseerd op de kansen en uitdagingen in sportkantines.

- **Advies 1: Faciliteer kleine, haalbare stappen:** Sportkantines geven aan dat zij behoefte hebben haalbare, concrete stappen die passen bij hun organisatie.
 - **Gemeente Bronckhorst** kan ondersteunen door het subsidiëren van quick wins, waaronder fruit bij evenementen en ijsvormen voor zelfgemaakte ijsjes.
 - **JOGG** kan sportkantines ondersteunen met advies over passende producten bij een klein assortiment met lage omloopsnelheid, zoals een lijst met gezonde, houdbare, kant- en klare producten.
- **Advies 2: Zet een pilot of proeverij op met één duurzaam en gezond product:** Een proeverij of pilot kan bezoekers kennis laten maken met duurzame en gezonde producten, en sportkantines inzicht geven in werkelijke verkoop van deze producten.
 - **Gemeente Bronckhorst** kan (in samenwerking met **JOGG en/of Achterhoek Food**) een pilot opzetten waarbij dit product tijdelijk wordt toegevoegd aan het assortiment.
 - **Achterhoek Food** kan in samenwerking met leveranciers producten leveren voor de uitvoering van een pilot of proeverij. Laat de proeverij aansluiten bij een bestaande bijeenkomst zoals een leernetwerk of informatiebijeenkomst.
- **Advies 3: Verken alternatieve inkoopmogelijkheden:** Sportkantines geven aan vaak beperkte kennis te hebben over waar ze gezonde en duurzame producten kunnen inkopen. Ook worden deze opties vaak als duur ervaren. Door middel van slimme inkoop, kunnen gezonde en duurzame opties aantrekkelijker worden voor sportkantines
 - **JOGG** kan onderhandelen met leveranciers over producten passend binnen het assortiment van sportkantines (bijv. houdbare snack of gezonde drankopties).
 - **Achterhoek Food** kan een overzicht creëren van regionale leveranciers die leveren aan sportkantines (bijv. lokale slaggers, bakkers, fruittelers). Ook kan **Achterhoek Food** onderzoek of gezamenlijke inkoop of gebundelde levering aan kantines mogelijk is.

- **Gemeente Bronckhorst** kan sportverenigingen in contact brengen om succesvolle voorbeelden te delen. Ook kan zij gesprekken voeren (of faciliteren) met supermarkten, producten of voedselcoöperaties over levering aan sportverenigingen
- Ook kan **gemeente Bronckhorst** een netwerk stimuleren waarin vraag en aanbod regionaal bij elkaar worden gebracht, eventueel via initiatieven zoals

Achterhoek Food

Voor een volledig overzicht van de geformuleerde adviezen, zie **hoofdstuk 6.1** en **hoofdstuk 6.2** in het onderzoeksrapport.

Inhoud

Inleiding.....	10
Probleemstelling.....	10
Kennishiaat	12
Context	13
Doelstelling en onderzoeksvragen	14
2. Theoretisch kader	15
2.1 Het concept gezonde en duurzame voeding.....	15
2.2 Theorie over voedselkeuzes en voedingsomgevingen	20
3. Methode.....	24
3.1 Onderzoeksopzet	24
3.2 Deelnemers van het onderzoek.....	25
3.3 Dataverzameling en analyse	25
4. Resultaten.....	27
4.1 Strategieën om gezonde en duurzame keuzes te stimuleren	27
4.2: Mogelijke aanpassingen in het aanbod van sportkantines	35
4.3 Wensen en behoeften van bezoekers en verenigingen bij een gezonder en duurzamer aanbod.....	50
4.4 Kansen en uitdagingen implementatie.....	56
5. Discussie	59
6. Adviezen.....	62
6.1 Advies aan sportkantines.....	62
6.2 Advies aan betrokken partijen	64
7. Conclusie.....	66
Referenties	68
Bijlages:	74
Bijlage 1: Vragenlijst expertinterviews	74
Bijlage 2: Observatielijst kantine.....	79
Bijlage 3: Voorbeeld poster toetsing productideeën - Vordens Tennis Park.....	96
Bijlage 4: vragen gesprekken bezoekers en betrokkenen kantine	99
Bijlage 5 Verwerking toetsing data posters in tabellen.....	100

Inleiding

Probleemstelling

Overgewicht vormt een toenemende bedreiging voor de volksgezondheid in Nederland. Ondanks diverse preventie-initiatieven wordt verwacht dat het aandeel Nederlanders met overgewicht stijgt van 50% in 2025 naar 64% in 2025 (Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu, 2024; Volksgezondheid Toekomst Verkenning, 2024). Deze ontwikkeling wordt voornamelijk toegeschreven aan een combinatie van onvoldoende lichaamsbeweging en een ongezond, calorierijk voedingspatroon.

Een gezond eetpatroon wordt door het Voedingscentrum omschreven als een dieet met daarin veel fruit, groente en volkorenproducten, en gematigde inname van vlees, suiker en verzadigde vetten. Toch blijkt dat een aanzienlijk deel van de bevolking zich hier niet aan houdt (Schuurman, Beukers & van Rossum, 2020). Zo at in 2016 slechts 16% van de volwassenen tussen de 18-64 jaar dagelijks groente en fruit (Schuurman, Beukers & van Rossum, 2020).

In westerse landen, waaronder Nederland, is al lange tijd sprake van een verschuiving naar ongezonde voedingsgewoonten. Deze trend kenmerkt zich door een hoge consumptie van bewerkt voedsel dat veel calorieën bevat, maar weinig essentiële voedingsstoffen. Voorbeelden zijn fastfood, suikerrijke dranken en voorverpakte snacks. Deze producten bevatten vaak grote hoeveelheden toegevoegde suikers, zout en verzadigde vetten, die gelinkt worden aan gezondheidsproblemen zoals obesitas, diabetes type 2 en hart- en vaatziekten (Clemente & Suárez, 2023; Chen & Antonelli, 2020). Ook een hoge inname van rood en bewerkt vlees draagt bij aan het risico op chronische ziekten, waaronder kanker.

Ook het aanbod van ongezonde voedingsmiddelen is in de afgelopen 30 jaar sterk toegenomen in Nederland, waaronder het aanbod van van gemaksvlees en kant- en klaarproducten. De verwachting is dat deze trend zich zal voortzetten, mede doordat er meer vraag naar deze producten is (Pinho et al., 2020). Deze trend kan op termijn gevolgen hebben voor de volksgezondheid. Ongezonde voeding draagt naar schatting 8,1% bij aan de totale ziektelast in Nederland en leidt tot ongeveer €6 miljard aan jaarlijkse zorguitgaven (Vellinga, 2024).

Impact ongezonde voedingspatroon op het klimaat

Niet alleen de gezondheid, ook het klimaat lijdt onder het huidige voedingspatroon. De teelt, productie, distributie en consumptie van dit type voedsel gaat gepaard met een hoge uitstoot van broeikasgassen (Vega Mejía et al., 2018). Ongeveer één derde van de mondiale uitstoot komt uit het voedselsysteem, onder andere door pesticidengebruik en methaanemissie uit veeteelt (Wijerathna-Yapa & Pathirana, 2022; Tilman et al., 2017). Daarnaast is het huidige voedselsysteem een grootverbruiker van natuurlijke hulpbronnen. Wereldwijd wordt 70% van het grondwater gebruikt voor irrigatie van landbouwgrond en wordt 40% van de bruikbare grond ingezet als intensieve landbouwgrond, met ontbossing en verlies van biodiversiteit als gevolg (Steffen et al., 2015; Tilman et al., 2017).

Ook in Nederland zijn deze effecten zichtbaar. Landbouw beslaat 54% van het grondverbruik en is verantwoordelijk voor 76% van de methaan- en 67% van de stikstofoxide uitstoot (Temme et al., 2015).

De belasting van ons voedingspatroon op het klimaat wordt in Nederland geschat op 3 tot 6 kilogram CO₂ per persoon, per dag (Temme et al., 2014). Nederlanders eten gemiddeld meer dan nodig is en kiezen relatief vaak voor dierlijke producten, die het zwaarst drukken op het milieu. Alleen al door de voedselconsumptie terug te brengen naar wat voldoende is, zou de uitstoot van broeikasgassen met circa 10% kunnen dalen (Volksgezondheid Toekomst Verkenning, 2024).

Noodzaak gezond en duurzaam voedingspatroon

Gezien de impact van ons huidige voedingspatroon op zowel gezondheid als milieu, is verandering noodzakelijk. Een verschuiving naar een gezonder en duurzamer eetpatroon heeft voordelen voor mens en planeet. Hoewel er geen concrete definitie is van wat een duurzaam én gezond voedingspatroon inhoudt, zijn er wel richtlijnen die handvatten geven. Het voornaamste kenmerk is een voedingspatroon met minder dierlijke en bewerkte producten, en meer plantaardige voeding zoals groenten, fruit, noten en volkorenproducten (Tilman & Clark, 2014). Concrete voorbeelden zijn het verminderen van de consumptie van rood vlees, het vergroten van het aandeel onbewerkt en plantaardig voedsel, en het kiezen voor lokale en seizoensgebonden producten waar mogelijk (Dixon et al., 2023; Vega Mejía et al., 2018; Wijerathna-Yapa & Pathirana, 2022).

Voedselomgeving aanpassen om eetgedrag te veranderen

Hoewel het steeds duidelijker is *wat* er zou moeten veranderen in het voedingspatroon, is de volgende vraag *hoe* deze verandering gerealiseerd kan worden. Daarbij speelt de context waarin voedselkeuzes worden gemaakt een belangrijke rol.

Voedselkeuzes worden deels beïnvloedt door kennis en vaardigheden over gezond en duurzaam eten. Anderzijds zijn voedselkeuzes voornamelijk gebaseerd op gewoontegedrag; veel eetgedrag gebeurt automatisch, zonder bewuste afweging (Roberto, 2020). Omdat gewoontegedrag sterk in stand wordt gehouden door prikkels uit de omgeving, zoals het voedselaanbod, is de fysieke omgeving een invloedrijke factor op ons eetgedrag (Geurts et al., 2017; Gids Gezonde Leefomgeving, z.d.).

Het is dan ook logisch dat de leefomgeving steeds meer aandacht krijgt in gezondheidsbeleid. In het Gezond en Actief Leven Akkoord (GALA), is het creëren van een gezonde leefomgeving zelfs een van de kerndoelen (Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, 2023). Ook in de nieuwe preventiestrategie van minister Karremans wordt ingezet op het gezonder inrichten van de leefomgeving. Er wordt benadrukt dat mensen pas gezond kunnen leven als de leefomgeving hen daarbij ondersteunt (Rijksoverheid, 2025). Binnen de bredere leefomgeving is de voedselomgeving een kans om eetgewoonten te veranderen.

De voedselomgeving omvat ‘alle plekken waar eet- en drinkaanbod aanwezig is, maar ook de plaatsen waar je wordt blootgesteld aan (online) beeldmateriaal en reclame van eten’ (Gids Gezonde Leefomgeving, z.d.) De voedselomgeving heeft een directe invloed op onze voedingskeuzes, omdat de context waarin we keuzes maken bepaalt welke opties we (kunnen) overwegen. Het is dan ook niet verrassend dat de voedselomgeving een aanzienlijke rol speelt in het bepalen van ons voedingspatroon en daarmee in de gezondheid en duurzaamheid van ons eetgedrag (Geurts et al., 2017; Gids Gezonde Leefomgeving, z.d.).

Om gezonde en duurzame keuzes te stimuleren, is het daarom belangrijk om niet alleen te focussen op individuele factoren zoals kennis en vaardigheden, maar ook de inrichting van de voedselomgeving. Als gezonde en duurzame opties de makkelijk en aantrekkelijke keuze zijn, wordt dit eetgedrag gestimuleerd. Maatregelen die zich richten op de hele bevolking kunnen, ondanks een klein effect per individu, een grote impact hebben op de algehele volksgezondheid. Dit principe is ook wel bekend als de ‘preventieparadox’ (WUR, 2022). Deze aanpak is daarnaast effectief om groepen met een lage sociaaleconomische status te bereiken, aangezien zij vaak niet bereikt worden met meer individuele maatregelen zoals voedingsadvies of voorlichting (WUR, 2022). Door in te zetten op aanpassingen in de voedselomgeving, wordt het mogelijk om gezonde en duurzame voeding te stimuleren voor iedereen.

De sportkantine als voedselomgeving

Binnen de context van voedselomgevingen biedt de sportkantine een kans om zowel gezondheid als duurzaamheid te bevorderen. Sportkantines zijn plekken waar veel mensen regelmatig voedselkeuzes maken. Toch sluit het huidige aanbod in de sportkantine vaak aan bij een ongezond voedingspatroon, met veel suikerrijke dranken, vette snacks en bewerkte producten. Terwijl de sportkantine juist een setting zou kunnen zijn waar naast sport en bewegen ook gezond voedingsgedrag kan worden gestimuleerd. Door het aanbod niet alleen gezonder te maken, maar ook duurzamer, kunnen sportkantines bijdragen aan een betere gezondheid van hun bezoekers en een lagere milieu-impact.

Uit het onderzoek van het Mulier Instituut (2020) blijkt dat sportverenigingen in Nederland al stappen zetten richting een gezonder aanbod. Zo schat een derde van de deelnemende sportverenigingen in dit onderzoek in dat het aanbod het afgelopen jaar ‘een beetje/veel gezonder’ is geworden (Slot-Heijs & Kalmthout, 2020). Daarnaast vindt ruim een derde van de verenigingsbestuurders in dit onderzoek dat sportverenigingen de consumptie van gezonde producten in de kantine moet stimuleren (Slot-Heijs & Kalmthout, 2020). Tegelijkertijd heeft 69% van de sportverenigingen met een eigen kantine nog een voornamelijk ongezond aanbod. Ook blijkt dat een kwart van de bestuurders geen behoefte heeft aan een gezondere sportkantine (Slot-Heijs & Kalmthout, 2020).

Kennishiaat

Hoewel deze cijfers laten zien dat er stappen worden gezet richting een gezonder aanbod in sportkantines, is het nog onduidelijk hoe dit proces precies verloopt in de praktijk. Zo is er weinig bekend over belemmeringen en succesfactoren die sportverenigingen ervaren bij het gezonder maken van het aanbod. Bovendien richt bestaand onderzoek zich vrijwel alleen op gezondheid, en is er nog weinig aandacht voor duurzaamheid. Er is weinig bekend over hoe sportverenigingen duurzaamheid kunnen meenemen in hun voedingsaanbod en in hoeverre bezoekers openstaan voor duurzamere alternatieven.

Samengevat, is er meer inzicht nodig in de effectiviteit, haalbaarheid en acceptatie van interventies die zich richten op het bevorderen van een gezonder en duurzamer voedselaanbod in sportkantines.

Context

Gemeente Bronckhorst, die de ambitie heeft om in 2035 gezondste gemeente te zijn binnen de Achterhoek, heeft interesse in dit vraagstuk. Een belangrijke stap in deze ambitie is het stimuleren van een gezonde en duurzame leefomgeving voor de inwoners. Deze ambitie is onder meer vastgelegd in de Omgevingsvisie 2035, waarin wordt benadrukt dat gezondheid en duurzaamheid moeten worden meegenomen in de inrichting van de fysieke leefomgeving (Gemeente Bronckhorst, z.d.). Ook ondertekende de gemeente in 2024 het ambitiedocument ‘Gezonder voedingsaanbod in gemeentehuizen en provinciehuizen’, waarmee ze het goede voorbeeld geven voor een gezonde eetomgeving op de werkvloer (Gemeente Bronckhorst, 2024).

Een andere belangrijke eetomgeving waar de gemeente Bronckhorst al actief is, is de sportomgeving en dan in het bijzonder de sportkantines in de gemeente. In samenwerking met JOGG worden sportkantines via de *Team: fit* – aanpak aangemoedigd om het voedingsaanbod gezonder te maken. Naast een gezonde fysieke leefomgeving, is er ook aandacht voor duurzaamheid en werkt de gemeente aan een gezond en veilig klimaat (Gemeente Bronckhorst, z.d.). Zo is het streefbeeld om in 2030 een energie neutrale gemeente te zijn (Gemeente Bronckhorst, 2022). Naast verduurzamingsmaatregelen zoals het vergroenen van de omgeving en het verduurzamen van bestaande gebouwen, zijn er ook kansen om duurzaamheid op kleinere schaal toe te passen (Gemeente Bronckhorst, 2022). Een initiatief dat op een kleinere schaal ook aansluit bij dit doel, is het verduurzamen van het aanbod in de sportkantine.

Achtergrondinformatie GGD Noord- en Oost-Gelderland

GGD Noord- en Oost-Gelderland is de gemeentelijke gezondheidsdienst van 22 gemeenten behorende tot deze regio. GGD NOG streeft naar het behalen van gezondheidswinst door het inzetten op preventie en het vroegtijdig opsporen van gezondheidsproblemen. Door het inzetten van kennis en expertise op verschillende gezondheidsonderwerpen wordt er gewerkt aan het bewaken, beschermen en bevorderen van gezondheid van de inwoners.

Binnen de GGD is team Onderzoek verantwoordelijk voor het uitvoeren van gezondheidsonderzoek, het analyseren van regionale data, en het adviseren van gemeenten en andere teams binnen de GGD op basis van deze inzichten. De onderzoeksvraag van gemeente Bronckhorst is ondergebracht bij dit team en vormt de basis voor dit stageonderzoek. Het onderzoek sluit goed aan bij de missie van de

Vanuit deze context heeft de gemeente Bronckhorst de volgende vraag voorgelegd aan de GGD Noord- en Oost-Gelderland; ‘*Wat zijn kansen en uitdagingen voor het creëren van een gezond en duurzaam voedingsaanbod in sportkantines in de gemeente Bronckhorst?*’

Voor dit stageonderzoek is er door gemeente Bronckhorst en GGD NOG samengewerkt met andere relevante, lokale partijen; JOGG en Achterhoek Food. JOGG is betrokken vanwege hun expertise op het gebied van een gezonde leefomgeving en hun ervaring met de *Team:fit-aanpak* in sportkantines. Achterhoek Food, die zich inzet voor duurzamer, lokaal geproduceerd en gezonder voedsel in de regio, is betrokken vanwege hun kennis over duurzaam voedsel en

duurzamere bedrijfskantines. Beide partijen kunnen waardevolle inzichten geven voor zowel de onderzoeksfase als de implementatiefase van de adviezen.

Doelstelling en onderzoeksvragen

Het doel van dit onderzoek is om te verkennen hoe sportkantines in de gemeente Bronckhorst hun voedingsaanbod gezonder én duurzamer kunnen maken, en welke concrete kansen en belemmeringen hierbij een rol spelen. Deze inzichten worden vervolgens vertaald naar praktische strategieën die aansluiten bij de wensen van de kantines en uitvoerbaar zijn in de praktijk. Daarom staat de volgende onderzoeksvraag centraal:

Welke kansen en uitdagingen zijn er voor het implementeren van een gezonder en duurzamer voedingsaanbod in de sportkantines in de gemeente Bronckhorst, en hoe kunnen inzichten uit literatuur, ervaringen uit de praktijk en kennis van experts worden vertaald naar breed gedragen en praktisch uitvoerbare strategieën?

Om deze hoofdvraag te beantwoorden, zijn de volgende deelvragen opgesteld:

- Welke aspecten in de context en het huidige aanbod van de sportkantines ondersteunen of belemmeren gezonde en duurzame keuzes?
- Welke inzichten uit literatuur, praktijk en van experts zijn relevant voor strategieën richting een gezonder en duurzamer voedingsaanbod?
- Welke behoeften en wensen hebben bezoekers en verenigingen met betrekking tot een gezonder en duurzamer voedingsaanbod in de sportkantine?
- Wat zijn kansen en uitdagingen voor het implementeren van deze gezonde en duurzame strategieën in de sportkantine?

Dit onderzoek heeft zowel wetenschappelijke als praktische relevantie. Wat betreft wetenschappelijke relevantie, kan dit onderzoek verder bijdragen aan gezondheidsbevordering en het toepassen van duurzaamheid binnen sportkantines. Door elementen uit de wetenschap rondom gezondheid en duurzaamheid te combineren, biedt dit onderzoek een nieuw perspectief op het aanpassen van eetomgevingen. Er zijn namelijk al eerder studies uitgevoerd naar gezonde eetomgevingen en duurzaam eetgedrag, maar de combinatie van beide, en specifiek de toepassing op sportkantines, is nog onderbelicht.

Wat betreft praktische relevantie, kan dit onderzoek bijdragen aan landelijke beleidsdoelen zoals een gezonde en duurzame leefomgeving. De bevindingen van dit onderzoek kunnen als inspiratie dienen voor gemeenten die met gezondheid en duurzaamheid in de sportkantine aan de slag willen gaan bijvoorbeeld door het formuleren van beleid.

De inzichten uit dit onderzoek leiden uiteindelijk tot een overzichtelijk rapport met hierin concrete adviezen voor succesvolle implementatie van een gezonder en duurzamer voedingsaanbod in de sportkantines in de gemeente Bronckhorst. Daarnaast wordt deze informatie samengevat in een factsheet.

2. Theoretisch kader

Om het voedingsaanbod in sportkantines gezonder én duurzamer te maken, is het belangrijk om te begrijpen welke factoren voedselkeuzes beïnvloeden. In dit theoretisch kader worden de belangrijkste begrippen en theoretische perspectieven besproken die relevant zijn voor het onderzoek.

Allereerst worden de begrippen gezonde en duurzame voeding afgebakend. Hiervoor worden definities en richtlijnen gebruikt van onder andere het Voedingscentrum en de Food and Agricultural Organization (FAO). Aansluitend wordt ingegaan op hoe deze begrippen specifiek kunnen worden toegepast op de sportkantine.

Vervolgens wordt het model van Chen en Antonelli (2020) besproken, dat inzicht geeft in factoren die voedselkeuzes beïnvloeden. Deze theorie helpt om te begrijpen hoe voedselkeuzes tot stand komen in eetomgevingen zoals sportkantines, en geeft inzicht waar kansen en belemmeringen liggen voor de implementatie van een gezond en duurzaam voedingsaanbod.

2.1 Het concept gezonde en duurzame voeding

In dit onderdeel worden de centrale begrippen van dit onderzoek, gezondheid en duurzaamheid, uitgewerkt en wordt beschreven wat er onder een gezond en duurzaam voedingsaanbod in sportkantines.

2.1.1 Gezonde voeding

In Nederland wordt de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum gebruikt om het concept van gezonde voeding te vertalen naar praktische richtlijnen. Deze uitwerking is gebaseerd op de Nederlandse Richtlijnen Goede Voeding (Gezondheidsraad, 2015). De Schijf van Vijf bestaat uit vijf productgroepen die gezamenlijk zorgen voor een voedzaam en gebalanceerd voedingspatroon (Voedingscentrum, z.d.; Voedingscentrum, 2020). Per vak zijn er adviezen opgesteld over aanbevolen hoeveelheden:

- **Dranken:** voorkeur voor suikervrije dranken zoals water, thee en koffie.
- **Groente en fruit:** eet veel groente en fruit en kies hierbij voornamelijk voor klimaatvriendelijke opties
- **Smeer en bereidingsvetten:** maak gebruik van zachte of vloeibare oliën en vetten
- **Zuivel, noten, vis, peulvruchten, vlees en ei:** eet elke dag een handje noten. Eet voornamelijk plantaardige producten en varieer voldoende, eet minstens één keer per week peulvruchten en minimaal één ei per week. Neem voldoende zuivel, maar overschrijd de aanbevolen hoeveelheden niet.



Producten die veel suiker, zout, verzadigd vet of weinig vezels bevatten, zijn buiten de Schijf van Vijf geplaatst. Het advies is om deze producten ‘niet te vaak’ en ‘niet te veel te consumeren’, en hierbij een kleine portiegrootte aan te houden (Voedingscentrum, 2020). Voorbeelden hiervan zijn frisdrank, snoep en koek.

Zoals te zien is in bovenstaande advisering, werkt de Schijf van Vijf als een richtlijn voor een gezond voedingspatroon. De richtlijnen zijn wetenschappelijk onderbouwd en voldoen aan de dagelijkse energie- en voedingsstoffenbehoefte (Voedingscentrum, 2020). De Schijf van Vijf omschrijft welke producten en in welke mate deze geconsumeerd zouden moeten worden.

2.1.2 Duurzame voeding

Het begrip duurzaamheid in relatie tot voedsel kent verschillende invalshoeken en definities. De definities van duurzaam voedsel richten zich vaak op het minimaliseren van de ecologische voetafdruk van voedselproductie- en consumptie, terwijl het tegelijkertijd bijdraagt aan gezondheid, voedselzekerheid en rechtvaardigheid. Een veelgebruikte definitie is die van de Food and Agriculture Organization (FAO), die een duurzaam voedingspatroon omschrijft als:

‘Diëten met een lage milieu-impact, die bijdragen aan voedselzekerheid en een gezond leven voor huidige en toekomstige generaties. Duurzame diëten zijn beschermend en respectvol voor biodiversiteit en ecosystemen, cultureel aanvaardbaar, toegankelijk, economisch eerlijk en betaalbaar, voedsaam, veilig en gezond, terwijl ze natuurlijke en menselijke hulpbronnen optimaliseren’ (FAO, 2010).

Deze omschrijving maakt duidelijk dat duurzaamheid verschillende aspecten heeft. Het gaat niet alleen om de invloed op het milieu, maar ook om de beschikbaarheid van voedsaam voedsel en de economische haalbaarheid hiervan. Daarnaast wordt culturele acceptatie benoemd, iets wat in andere onderzoeken ook wordt gezien als een belangrijke voorwaarde voor duurzame voedselconsumptie (Reisch, Eberle, Lorek, 2013).

Een andere omvattende omschrijving is gemaakt door de UK Sustainable Development Commission in 2009 (Reisch, Eberle, Lorek, 2013). In deze definitie wordt meer praktisch omschreven wat duurzame voeding precies inhoudt, namelijk:

- Het voedsel dat wordt geproduceerd en aangeboden in omgevingen zoals winkels, scholen en ziekenhuizen moet veilig, gezond en duurzaam zijn voor de consument. Dit benadrukt het belang van gezondheid van duurzaam voedsel.
- Daarnaast is het belangrijk dat duurzame voedselproductie zorgt voor voldoende inkomen voor boeren, voedselverwerkers en detailhandelaren. De werkomstandigheden waarin zij werken moeten veilig en hygiënisch zijn.
- Op ecologisch vlak moet de productie en verwerking van voedsel de biofysische grenzen respecteren. Dit houdt in dat energieverbruik voor productie wordt verminderd en er op een verantwoorde manier wordt omgegaan met natuurlijke hulpbronnen.
- Duurzaam voedsel houdt ook rekening met dierenwelzijn; de hoogste normen op het gebied van welzijn moeten worden nageleefd. Tegelijkertijd moet het voedsel wel betaalbaar blijven voor iedereen, ook voor mensen in lagere sociaaleconomische posities.

- Tot slot wordt er nadruk gelegd op het belang van het ondersteunen van lokale (plattelands)economieën. Door het gebruiken van lokale leveranciers en producten, kan er worden bijgedragen aan dit doel. Dit zorgt tegelijkertijd voor economische vitaliteit in lokale systemen en voor een duurzamere voedselproductie.

2.1.3 Gezond en duurzaam voedingsaanbod in sportkantines

Om toe te werken naar een gezonde en duurzame sportkantine, is het belangrijk om te weten wat een gezond en duurzaam aanbod inhoudt in deze context.

Gezond aanbod in sportkantines

Voor eetomgevingen zoals sportkantines heeft het Voedingscentrum de Schijf van Vijf vertaald naar praktische richtlijnen, die zijn uitgewerkt in de *Richtlijn Eetomgevingen* (Voedingscentrum, z.d.-a). Deze richtlijn bevat adviezen die gaan over de voedingswaarde van de producten, maar ook adviezen over hoe gezonde keuzes binnen de kantineomgeving aantrekkelijker en toegankelijker kunnen worden gemaakt.

Een belangrijk uitgangspunt voor het voedingsaanbod is het aanbieden van producten die passen binnen de Schijf van Vijf. Hierbij wordt bijvoorbeeld geadviseerd om volkorenbrood te serveren in plaats van witbrood, en om het drankaanbod aan te passen naar water, thee, koffie, magere of halfvolle zuiveldranken en dranken met weinig of geen suiker (Voedingscentrum, z.d.-b). Daarnaast wordt aanbevolen om gezonde en duurzame opties makkelijk beschikbaar te maken, bijvoorbeeld door hapklare groente en fruit aan te bieden. Er kan ook nagedacht worden over het verkleinen van de portiegrootte (met name van producten buiten de Schijf van Vijf) en de kleine portiegrootte de standaard te maken. Verder is een advies om voldoende vegetarische of plantaardige alternatieven aan te bieden (Voedingscentrum, z.d.-a).

Naast het aanbod zelf speelt ook de presentatie van voedsel een belangrijke rol in de *Richtlijn Eetomgevingen*. In de richtlijn wordt aangeraden om gezondere en duurzamere keuzes in het zicht te plaatsen, zoals op ooghoogte, bij de kassa of op een plek binnen handbereik (Voedingscentrum, z.d.-a). Daarnaast kan er voor kinderen gedacht worden aan een aantrekkelijke verpakking van gezonde en duurzame keuzes. Tot slot kan prijs een positieve stimulans zijn: door gezonde producten goedkoper aan te bieden en dit actief te communiceren (zoals met posters), worden ze aantrekkelijker (Voedingscentrum z.d.-a; Voedingscentrum z.d.-b).

Een overzicht van de belangrijkste adviezen uit de *Richtlijn Eetomgevingen* en hun mogelijke toepassingen bij sportkantines is weergegeven in **tabel 1**.

Tabel 1. Adviezen Richtlijn Eetomgevingen en toepassing sportkantines

Kenmerk	Toepassing sportkantine
Gezondere variant binnen Schijf van Vijf kiezen	Volkorenbrood in plaats van witbrood bij broodjes of tosti's.
Dranken zonder of met weinig suiker	Aanbieden van water, thee, koffie en suikervrije frisdranken/ frisdranken die minder suiker bevatten.
Hapklare groente en fruit	Er kan hapklare groente en fruit neergezet worden, zoals druiven en tomaatjes.
Vegetarische of plantaardige opties	Het toevoegen van een vegetarische of plantaardige optie in het aanbod, zoals een vleesvervanger of broodje zonder vleeswaren.
Kleine portiegrootte	De standaardportiegrootte die geserveerd wordt verkleinen, bijvoorbeeld bij patat.
Plaatsing in het zicht	De gezonde keuzes op de meest zichtbare plek presenteren, zoals op ooghoogte.
Gezonde keuzes promoten met een lagere prijs	De gezonde keuzes goedkoper prijzen dan ongezonde keuzes. Dit kan verder gepromoot worden met reclamemateriaal (bijv. een bord met daarop de aanbieding opgeschreven).

Duurzaam aanbod in sportkantines

Om duurzaamheid binnen sportkantines concreet te maken, wordt in dit onderzoek gewerkt met de conceptualisering van duurzaamheid van Downs et al. (2020) gebaseerd op Ahmed et al. (2019). Deze conceptualisering is specifiek gemaakt om toe te passen op voedselomgevingen. De kenmerken van duurzaamheid sluiten aan bij de dimensies die vaak terugkomen in duurzaamheidsdefinities (zoals die van de FAO (2010) en UK Sustainable Development Commission (2009): ecologische duurzaamheid, sociaal-culturele en politieke acceptatie, economische haalbaarheid en gezondheid.

Omdat dit onderzoek een praktijkgerichte insteek heeft, zijn alleen de kenmerken meegenomen die toepasbaar zijn in de context van de sportkantine. In **tabel 2** is per dimensie uitgewerkt welke kenmerken relevant zijn, met daarnaast een korte toelichting hoe deze concreet vertaald kunnen worden naar de praktijk in de sportkantine.

De ecologische dimensie omvat het beperken van de belasting op het milieu door voedselproductie en -consumptie. Hierbij kan gedacht worden aan het gebruiken van lokale en seizoensgebonden producten, het verminderen van voedselverspilling, en het aanbieden van plantaardige alternatieven om zo de uitstoot van broeikasgassen te beperken.

De sociaal-culturele en politieke dimensie gaat over de sociale rechtvaardigheid, ethiek en culturele acceptatie van het voedselaanbod. Duurzaam voedsel zou voor iedereen beschikbaar moeten zijn. Relevante kenmerken zijn een gevarieerd en betaalbaar aanbod, het respecteren van dierenwelzijn. Er kan bijvoorbeeld gebruik gemaakt worden van producten met een erkend keurmerk.

De economische dimensie benadrukt het belang van kosten-efficiëntie van het voedsel en dat duurzaam voedsel lokale economieën zou moeten ondersteunen. Daarnaast is het belangrijk

dat duurzaam voedsel betaalbaar blijft. Er kan gedacht worden aan het gebruik van duurzame verpakkingen, het voorkomen van voedselverspilling (dit werkt kostenbesparend) en het inkopen via lokale voedselsystemen.

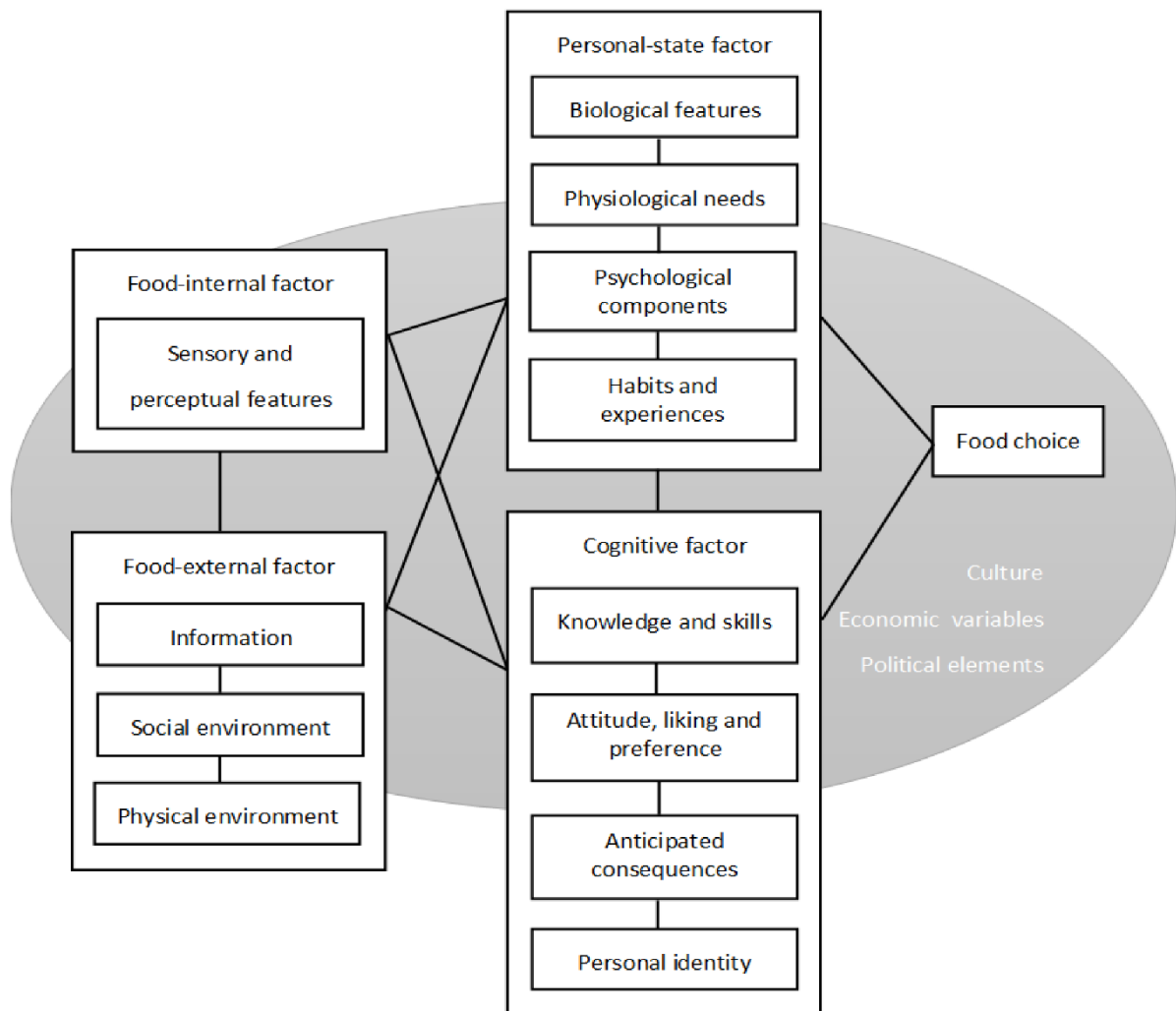
Tot slot gaat de gezondheidsdimensie over het belang van voedselveiligheid en goede voedingswaarden van duurzaam voedsel. Duurzaam voedsel moet niet alleen milieuvriendelijk, maar ook voedzaam en veilig zijn. Gezond voedsel bevat goede voedingsstoffen en duurzaam voedsel wordt geproduceerd met zo min mogelijk gebruik van pesticiden.

Tabel 2. *Dimensies duurzaamheid Downs et al. (2019) en toepassing sportkantines*

Dimensie	Kenmerk	Toepassing sportkantine
Ecologisch	Lokale en seizoensgebonden producten	Inkopen van groente en fruit van lokale boeren of volgens het seizoen.
	Lage uitstoot van broeikasgassen bij productie	Meer plantaardige opties aanbieden zoals vegetarische snacks of peulvruchten.
	Voedselverlies- en verspilling	Werken met kleinere porties, hergebruik van restjes, beter voorraadbeheer.
Sociaal-culturele en politieke dimensie	Gelijkheid en toegankelijkheid	Betaalbare (vegetarische) opties toevoegen, zodat een breder publiek aangesproken wordt.
	Dierenwelzijn	Producten aanbieden met keurmerken voor dierenwelzijn (zoals vrije-uitloopeieren).
Economisch	Lokale voedselsystemen	Inkoop bij lokale producenten.
	Duurzame voedselverpakking	Gebruik maken van herbruikbare of biologisch afbreekbare verpakkingen.
	Verminderen van verspilling	Inkoop gebaseerd op aanvraag, houdbaarheidsdatum bijhouden en restjes verwerken.
Gezondheid	Voedzaam plantaardig aanbod	Toevoegen van plantaardige alternatieven zoals noten, peulvruchten; draagt bij aan gezondheid én duurzaamheid.
	Voedselveiligheid	Producten inkopen die zo min mogelijk verontreinigd zijn (door pesticiden); biologisch inkopen.

2.2 Theorie over voedselkeuzes en voedingsomgevingen

Om het voedingsaanbod in sportkantines gezonder en duurzamer te maken, is het belangrijk om te begrijpen hoe mensen hun voedselkeuzes maken en welke factoren deze keuzes beïnvloeden. Voedselkeuze is geen puur rationele afweging, maar een afweging van allerlei persoonlijke, sociale, en omgevingsfactoren. Dit onderzoek maakt daarom gebruik van het raamwerk van Chen en Antonelli (2020), dat gebaseerd is op een systematische review van 59 studies en op het model van Eertmans et al. (2001). Dit raamwerk helpt om voedselkeuzes inzichtelijk te maken.



Figuur 1. Raamwerk van Chen en Antonelli (2020): schematische weergave van factoren die voedselkeuzes beïnvloeden

Zoals weergegeven in **figuur 1**, is dit raamwerk opgedeeld in drie categorieën die voedselkeuzes beïnvloeden: voedselgerelateerde factoren, individuele kenmerken en socio-culturele factoren. Binnen deze categorieën zijn verschillende subfactoren te onderscheiden die gezamenlijk invloed hebben op voedselkeuzes. De inzichten uit deze theorie zijn relevant voor sportkantines, omdat ze duidelijk maken hoe de eetomgeving kan bijdragen aan gezonde en duurzame keuzes.

2.2.1 Voedsel gerelateerde factoren

Voedselkeuze wordt deels beïnvloed door de kenmerken van het voedsel zelf. Zintuigelijke kenmerken zoals smaak, geur en textuur zijn hierin belangrijk. Als voedsel niet lekker wordt gevonden, is de kans klein dat het gekozen wordt. Ook visuele kenmerken zoals kleur, portiegrootte en de manier waarop het product gepresenteerd wordt spelen een rol. In de context van de sportkantine betekent dit bijvoorbeeld dat felgekleurde, grotere en aantrekkelijk gepresenteerde producten de voorkeur hebben boven minder opvallende producten (Chen & Antonelli, 2020).

Naast deze interne voedsleigenschappen, zijn er externe kenmerken van het voedsel die invloed uitoefenen, waaronder verpakkingen, etiketten, merknamen en prijs. Deze kenmerken geeft consumenten informatie over het product, die hun perceptie kan beïnvloeden. Gezondheidsclaims en duurzaamheidskeurmerken kunnen de perceptie positief beïnvloeden, vooral als de consumenten geïnteresseerd zijn in deze thema's (Cowburn & Stockley, 2005). Voor sportkantines kan dit betekenen dat duidelijke labelling van gezonde of duurzame keuzes (bijv. door een stoplichtsysteem), kan helpen om deze keuze te stimuleren (Chen & Antonelli, 2020; Osman & Thornton, 2019).

Tot slot speelt ook de omgeving waarin de voedselkeuzes gemaakt worden een belangrijke rol. Dit omvat zowel de fysieke eetomgeving als de sociale omgeving. De fysieke omgeving is een factor die bijdraagt aan voedselkeuzes omdat deze bepaalt welke voedselproducten fysiek aanwezig zijn en in hoeverre deze toegankelijk zijn. De inrichting van verkooppunten heeft daarom invloed op voedselkeuzes. Inrichtingselementen zijn bijvoorbeeld plaatsing in het schap, hoe de producten uitgesteld staan, zichtbaarheid van bekende merken en kenmerken van het fysieke product. In een sportkantine kunnen kleine aanpassingen in de inrichting dus bijdragen aan het stimuleren van gezonde keuzes (Chen & Antonelli, 2020). De sociale omgeving is ook bepalend. Mensen laten zich, vaak onbewust, beïnvloeden door het gedrag van anderen. Dit komt door de invloed van sociale normen waardoor de houding richting bepaald voedsel wordt overgenomen van belangrijke anderen (zoals vrienden, collega's). Dit is voornamelijk het geval wanneer mensen zich kunnen identificeren met de ander, en op plekken waar mensen samen eten (Cruwys, Bevelander & Hermans, 2015; Chen & Antonelli, 2020). In sportkantines waar mensen samenkomen en zich vaak verbonden voelen met anderen omdat ze dezelfde sport beoefenen of tot hetzelfde team behoren, is het aannemelijk dat dit effect plaatsvindt. Voedselkeuzes worden hier dus mogelijk gestuurd door sociale normen binnen de groep.

2.2.2 Individuele factoren

Naast de eigenschappen van het voedsel zelf en de omgeving waarin het aangeboden wordt, spelen persoonlijke kenmerken een rol bij het maken van voedselkeuzes. Hierbij gaat het om fysieke en emotionele factoren zoals honger, stemming, motivatie, emoties en gewoonte. Onderzoek toont bijvoorbeeld aan dat bepaald voedsel bepaalde emoties oproept, zoals troost (Chen & Antonelli, 2020). Daarnaast speelt motivatie een rol in voedselkeuzes. Mensen kiezen vaak voor voedsel dat op de korte termijn dopamine geeft, maar de gevolgen op lange termijn (zoals gezondheid) worden vaak niet meegenomen (Leng et al., 2017).

Ook gewoontes en eerdere ervaringen zijn belangrijk. Mensen kiezen onbewust het liefst voor producten die ze al kennen en waar ze positieve ervaringen mee hebben (Köster, 2009). Wanneer

dit gedrag een gewoonte wordt, is het nog moeilijker om te veranderen. Gewoontes zijn niet te doorbreken met cognitieve informatie zoals kennis. Dit komt doordat mensen gehecht zijn aan hun vertrouwd aanvoelende (vaak ongezonde) gewoontes (Köster, 2009). Als het gaat om gezond en duurzaam voedsel in de sportkantine, betekent dit dat het alleen aanbieden van gezond en duurzaam voedsel of het geven van informatie hierover niet voldoende is. Mensen moeten positieve ervaringen opdoen met het nieuwe, gezonde en duurzame voedsel, om hun gedrag blijvend te veranderen (Köster, 2009).

Niet alle voedselkeuzes zijn gebaseerd op gewoontes, en bepaalde voedselkeuzes kunnen daarom wel beïnvloed worden door cognitieve factoren zoals kennis, attitude en persoonlijke voorkeuren. Zo blijkt dat kennis over voedingswaarden van voedsel deels het verschil van inname in fruit en groente tussen sociaal demografische klassen kan verklaren (Chen & Antonelli, 2020). Cognitieve factoren beïnvloeden voedselkeuze ook via de manier waarop mensen voedsel evalueren. Een belangrijke factor hierbij is attitude; de manier waarop iemand naar bepaald voedsel kijkt en dit beoordeelt. Zo kan voedsel als gezond of ongezond worden gezien. Attitudes zijn vaak verbonden met iemands identiteit. Uit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat mensen die zichzelf als gezond zien, ook vaker fruit en groente eten (Jayne et al., 2018).

Tot slot spelen bepaalde voorkeuren een rol in voedselkeuzes. Mensen vergelijken voedingsmiddelen met elkaar en maken keuzes op basis van wat zij aantrekkelijker vinden (Chen & Antonelli, 2020). Welk voedsel wordt gekozen hangt soms ook af van de verwachte consequenties van het consumeren van het voedsel. Hierbij denken mensen na over wat de lange termijneffecten zijn van het consumeren, bijvoorbeeld of het risico's met zich meebrengt of juist gezondheid bevordert (Chen & Antonelli, 2020).

2.2.3 Socio-culturele factoren

Tot slot zijn er socio-culturele factoren als culturele normen, economische invloeden en politieke factoren die invloed hebben op voedselkeuzes. Culturele normen bepalen wat er binnen een maatschappij als acceptabel of wenselijk wordt gezien, ook wat betreft voedingskeuzes. Wat in een bepaalde cultuur als gezond of lekker wordt gezien, is afhankelijk van culturele normen.

Economische factoren zoals prijs van het voedsel en inkomen van consumenten zijn daarnaast belangrijk. Gezond en duurzaam voedsel wordt vaak als duurder ervaren, wat voor sommige consumenten een belemmering kan zijn (Larson & Story, 2009). Aan de andere kant kan prijs ook worden ingezet als hulpmiddel om gezonde en duurzame opties te stimuleren. Door gezonde en duurzame opties goedkoper te maken in de sportkantine en de prijs van ongezonde en niet duurzame opties te verhogen, kunnen keuzes worden gestuurd (Larson & Story, 2009).

Tot slot kunnen politieke invloeden ook een rol spelen in voedselkeuzes, doordat deze prijsstelling en beschikbaarheid van voedsel mede bepalen. Beleidsmaatregelen op het gebied van voeding zoals regelgeving rondom reclames, etiketten en keurmerken kunnen indirect de keuzes van de consument sturen. Daarnaast kunnen subsidies worden ingezet om het aanbod voor gezond en duurzaam voedsel te vergroten. Deze maatregelen dragen bij aan een gezondere en duurzamere voedselomgeving en kunnen mensen stimuleren om bewustere keuzes te maken.

2.2.4 Relevantie voor het onderzoek

Het raamwerk van Chen en Antonelli (2020) laat zien dat het veranderen van voedselkeuzes niet alleen een kwestie is van het aanbieden van gezondere en duurzamere producten. Naast het veranderen van het aanbod, is het belangrijk om de keuze voor de gezonde en duurzame producten te stimuleren. Om dit te kunnen doen, is het essentieel om inzicht te hebben in de context van voedselkeuzes. Voor sportkantines betekent dit dat er niet alleen inzicht moet zijn in welke veranderingen in het aanbod kunnen worden doorgevoerd, maar ook hoe de fysieke omgeving, sociale context en persoonlijke voorkeuren hierin meegenomen kunnen worden.

3. Methode

3.1 Onderzoeksopzet

Dit onderzoek had als doel om inzicht te krijgen in hoe het voedingsaanbod in sportkantines in de gemeente Bronckhorst gezonder en duurzamer kan worden ingericht. Om deze vraag te beantwoorden, is gebruik gemaakt van verschillende kwalitatieve en praktijkgerichte methodes. Het onderzoek is opgebouwd op basis van de hoofd- en deelvragen, waarbij inzichten uit literatuur, en kennis van experts en uit de praktijk zijn geïntegreerd.

De methodes die in dit onderzoek gebruik zijn voor de beantwoording van de onderzoeksvragen vullen elkaar aan en bouwen op elkaar voort. **Figuur 2** geeft een overzicht van de verschillende gebruikte methodes per deelvraag. De resultaten zijn voornamelijk kwalitatief, maar aangevuld met enkele kwantitatieve data.

Figuur 2. Onderzoeksmethoden per deelvraag

Deelvragen	Onderzoeksmethoden
deelvraag 1: Welke aspecten in de context en het huidige aanbod van de sportkantines ondersteunen of belemmeren gezonde en duurzame keuzes?	observaties literatuurverkenning expertinterviews
deelvraag 2: Welke inzichten uit literatuur, praktijk en van experts zijn relevant voor strategieën richting een gezonder en duurzamer voedingsaanbod?	observaties gesprekken met bestuur/kantinevrijwilligers
deelvraag 3: Welke behoeften en wensen hebben bezoekers en verenigingen met betrekking tot een gezonder en duurzamer voedingsaanbod in de sportkantine?	gesprekken met bestuur/kantinevrijwilligers posters met productideeën
deelvraag 4: Wat zijn kansen en uitdagingen voor het implementeren van deze gezonde en duurzame strategieën in de sportkantine?	gesprekken met bestuur/kantinevrijwilligers observaties gesprekken met bezoekers expertinterviews

3.2 Deelnemers van het onderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd bij twee sportkantines in de gemeente Bronckhorst. In totaal zijn vier sportkantines benaderd via het netwerk van JOGG en de gemeente Bronckhorst.

Motorcrossvereniging Halmac Halle en tennisvereniging Vordens Tennis Park waren bereid om deel te nemen. Per kantine zijn er observaties uitgevoerd, gesprekken gevoerd met twee betrokkenen (een vrijwilliger, een bestuurslid of iemand van de inkoop), en zijn er vragen gesteld aan bezoekers tijdens gesprekken (n=10) en via posters (n=21).

Daarnaast zijn twee experts geïnterviewd met (praktische) kennis van een gezond en duurzaam voedingsaanbod in kantines. Één van deze experts is betrokken bij Achterhoek Food, de andere expert is betrokken bij JOGG in de regio.

3.3 Dataverzameling en analyse

Literatuurverkenning

Om bestaande strategieën voor het bevorderen van gezonde en duurzame eetomgevingen in kaart te brengen, is een literatuurverkenning uitgevoerd. Hierbij is gezocht naar wetenschappelijke en grijze literatuur (bijv. documenten van het Voedingscentrum).

Er is gezocht naar relevante literatuur via Google, Google Scholar en WUR library. De zoektermen die zijn gebruikt zijn: 'gezond* sportkantine', 'gezond* voedselkeuze', 'gezond* eetomgeving' 'duurzame kantine', 'duurzame voedselkeuze', 'duurzame eetomgeving' en Engelse synoniemen. De gevonden informatie is geordend op basis van thema's van de strategieën zoals prijs en aanbod. De literatuurstudie is gebruikt om de vragenlijsten voor de expertinterviews op te stellen, de expertinterviews te duiden en vormde de basis voor de productaanpassingen en de opgestelde adviezen voor de gemeente en de kantines.

Expertinterviews

Er zijn twee experts op het gebied van gezondheid en duurzaamheid benaderd. De expert op het gebied van gezondheid is werkzaam als JOGG-regisseur in de regio en heeft ervaring met het adviseren van sportkantines over een gezonder voedingsaanbod. De expert op het gebied van duurzaamheid is werkzaam bij Achterhoek Food en is gespecialiseerd in duurzame voedselketens. Daarnaast heeft hij ervaring met het verduurzamen van het aanbod bij bedrijfskantines. Beide interviews zijn afgenomen aan de hand van een semigestructureerde vragenlijst (zie *bijlage 1*). De interviews hadden als doel om inzichten te verzamelen over:

- Verheldering van het concept gezondheid en duurzaamheid binnen sportkantines
- Mogelijke strategieën en praktijkvoorbeelden
- Kansen en belemmeringen voor succes

De interviews zijn getranscribeerd en vervolgens thematisch gecodeerd op basis van deze onderwerpen.

Observaties en context sportkantines

Om het huidige voedingsaanbod bij de sportkantines in kaart te brengen, zijn observaties uitgevoerd op basis van een observatielijst. Deze lijst is geïnspireerd op de *Checklist Richtlijn Eetomgevingen* van het Voedingscentrum. Er werd bijvoorbeeld geïnformeerd naar de samenstelling van het aanbod, de presentatie en maatregelen voor duurzaamheid. Daarnaast is er op advies van Achterhoek Food informatie verzameld over de context van de sportkantine, via

een korte vragenlijst. Er is onder meer gevraagd naar inkoopkanalen, bereidingsmogelijkheden en de organisatie van de kantines. Voor de volledige observatielijst inclusief contextvragen, zie *bijlage 2*. De resultaten van de observaties zijn per kantine uitgewerkt in tabellen met hierin een overzicht en een toelichting.

Brainstormsessie en productaanpassingen

Op basis van de inzichten uit literatuur, de kennis van experts en observaties is een brainstormsessie georganiseerd met de projectgroep. Het doel was om mogelijke productaanpassingen te formuleren die passen bij een gezonder en duurzamer aanbod, en aansluiten bij de context van de twee sportkantines. Tijdens deze sessie zijn bestaande productaanpassingen uit de expertinterviews en literatuur gebruikt ter inspiratie. Vervolgens is er nagedacht over aanpassingen die haalbaar zijn binnen de lokale sportkantines. De brainstormsessie vond online plaats. Er is gewerkt met Microsoft Whiteboard om deelnemers de mogelijkheid te bieden post-its te plaatsen. De ideeën zijn vervolgens beoordeeld door middel van een ‘now-how-wow’-matrix (Dam & Siang, 2018).

Peiling bij bezoekers: behoeften en wensen

Om inzicht te krijgen in wensen en behoeften van kantinebezoekers zijn bij beide sportkantines gesprekken gevoerd en is een lijst met productaanpassingen voorgelegd. Via posters (*bijlage 3*) konden bezoekers welke producten zij zouden kopen, wat zij een redelijke prijs vonden, en eigen suggesties achterlaten. De posters zijn in totaal 21 keer ingevuld, waarvan 9 keer bij Halmac Halle en 12 keer bij Vordens Tennis Park. Voor een overzicht van de antwoorden op de posters zie *bijlage 5*. De respons op de vraag over de gewenste prijs was bij Vordens Tennis Park onvolledig; niet alle bezoekers vulden dit onderdeel in. Hierom is ervoor gekozen om de prijsgegevens beschrijvend te verwerken. Daarnaast zijn gesprekken gevoerd met in totaal 10 bezoekers, over hun motieven voor kantinegebruik, hun voedselkeuzes en het belang dat zij hechten aan gezondheid en duurzaamheid. Op deze manier is onderzocht in hoeverre er draagvlak is voor de voorgestelde productaanpassingen, en welke wensen en behoeftes meespelen. De antwoorden zijn thematisch samengevat en verder aangevuld met de kwantitatieve resultaten van de posters. De gegevens van de posters zijn verwerkt in frequenties en percentages.

Peiling bij kantinevrijwilligers en bestuur: praktische haalbaarheid productaanpassingen

Om de praktische haalbaarheid van de voorgestelde productaanpassingen te toetsen, zijn informele gesprekken gevoerd met bestuursleden (n=1) en kantinevrijwilligers zoals iemand van de inkoop (n=3). Er is gevraagd naar de haalbaarheid van de productaanpassingen, bijvoorbeeld door te vragen naar hun mening over de prijs en de bereidingsmogelijkheden. De gespreksvragen zijn opgenomen in *bijlage 4*. De inzichten zijn geanalyseerd aan de hand van thema's zoals haalbaarheid, verwachte belemmeringen en randvoorwaarden, om zo in kaart te brengen welke overwegingen voor hen belangrijk zijn bij het doorvoeren van aanpassingen in het aanbod.

4. Resultaten

4.1 Strategieën om gezonde en duurzame keuzes te stimuleren

In dit onderdeel wordt op basis van de literatuurverkenning en expertinterviews besproken welke strategieën bijdragen aan het stimuleren van gezonde en duurzame keuzes in de sportkantine. In het theoretisch raamwerk is door middel van de theorie van Chen & Antonelli (2020) uitgewerkt *waarom* mensen bepaalde voedselkeuzes maken. In dit hoofdstuk ligt de focus op *hoe* voedselkeuzes in de richting van gezondheid en duurzaamheid kunnen worden gestuurd.

4.1.1 Resultaten literatuurverkenning

Het doel van deze literatuurverkenning is om in kaart te brengen welke gedragsveranderingsstrategieën in eerder onderzoek succesvol zijn gebleken. De onderzoeken in deze literatuurverkenning richten zich op het stimuleren van gezonde of duurzame keuzes in soortgelijke settings, zoals ziekenhuis-, bedrijfs- en schoolkantines.

De strategieën die zijn gevonden gaan vaak over aanpassingen in de voedingsomgeving, maar omvatten ook gedragsveranderingstechnieken op het gebied van communicatie, prijs en educatie. Veel van de strategieën die effectief zijn in het stimuleren van gezonde en duurzame keuzes, vallen onder het begrip nudging (Wilson et al., 2016; Blackford 2021). Nudging is het subtiel beïnvloeden van keuzegedrag, door veranderingen aan te brengen in de omgeving waarin keuzes worden gemaakt. Belangrijk daarbij is dat de keuzevrijheid niet wordt ingeperkt en er geen opties worden weggenomen, maar dat andere opties onbewust aantrekkelijker worden gemaakt (Wilson et al., 2016; Abrahamse, 2020; Van Rookhuijzen en De Vet 2021). Nudging is een complexe term en er is overlap tussen de verschillende nudgingstrategieën. Er is daarom gekozen om de strategieën meer thematisch in te delen naar de beïnvloedingsstrategie op aanbod, presentatie, prijs en communicatie.

Aanpassen van het aanbod als strategie

Een effectieve manier om gezondere en duurzamere keuzes te stimuleren, is door het aanbod in de kantines zelf aan te passen. Verschillende onderzoeken laten zien dat een toename van gezonde en duurzame producten in het aanbod leidt tot een stijging in aankopen van deze producten. Wolfenden et al. (2015) onderzochten in hun gerandomiseerde studie bij sportclubs het effect van het vergroten van het aanbod naar 6 groente of fruit opties en minimaal 75% van het drankaanbod suikervrij op de consumptie. Het vergroten van het aanbod leidde tot significant meer gezonde aankopen. Ook de studie van Olstad et al. (2015) bevestigde dat een groter aanbod leidt tot meer gezonde aankopen. Ook voor duurzame producten lijkt deze strategie te werken. Zo vonden Garnett et al. (2019) dat het verdubbelen van het vegetarische aanbod van 25% naar 50% resulteerde in een stijging van 8% in de verkoop van deze producten.

Naast het aanbieden van meer gezonde en duurzame opties, kan ook de optie die standaard aangeboden wordt (default) keuzes stimuleren. In de case study van Van Rookhuijzen en de Vet (2021), werd bijvoorbeeld standaard cola zero aangeboden wanneer om 'cola' werd gevraagd, in plaats van cola met suiker. Deze vorm van nudging (in combinatie met andere nudges) leidde tot een verhoogde keuze voor de gezondere variant. Ook op het gebied van duurzaamheid is het wijzigen van de standaardoptie effectief. In het onderzoek van Campbal-Arvai, Arvai en Kalof

(2014), leidde het standaard aanbieden van een plantaardig menu tot meer verkochte plantaardige maaltijden.

Aanpassen van de presentatie als strategie

De manier waarop producten gepresenteerd worden, beïnvloedt onbewust het keuzegedrag van mensen (Abrahamse, 2021). Presentatie van producten omvat zowel plaatsing in de ruimte, als zichtbaarheid en opvallendheid van producten.

Een bekende aanpak is het strategisch positioneren van producten op plekken waar deze opvallen. Meerdere onderzoeken laten zien dat het strategisch plaatsen van gezonde of duurzame producten leidt tot een grotere kans dat deze worden gekozen. In de systematische review van Wilson et al. (2016) wordt bijvoorbeeld geconcludeerd dat het plaatsen op ooghoogte of vlak bij een kassa leidt tot een toename in gezonde aankopen. Ook in de meta-analyse van Cadario en Chandon (2020) wordt dit effect gevonden, en wordt geconcludeerd dat veranderingen in de presentatie effectiever zijn dan educatieve boodschappen of andere strategieën die meer cognitief zijn ingesteld.

Een andere strategie is het inzetten van visuele cues om een product aantrekkelijker te maken. Zo werd in de studie van Van Rookhuijzen en de Vet (2021) gevonden dat het plaatsen van een afbeelding van een gezonde optie (in combinatie met andere nudges) de verkoop hiervan positief beïnvloedde.

Ook labeling kan worden ingezet als strategie om het product meer op te laten vallen. Door producten labels te geven als 'dagkeuze' of 'keuze van de chef', worden deze producten opvallender en op een speciale manier gepresenteerd. Hoewel Zhou et al. (2019) geen effect vond voor het stimuleren van duurzame opties, vonden Saulais et al. (2019) wel een positief effect van het label 'gerecht van de dag' op de keuze van groenterijke en vegetarische menu's. Een kanttekening bij dit effect is dat het alleen is gevonden bij producten die aansluiten bij de eetgewoonten van de studenten. Een andere vorm van labelling die effectief blijkt voor duurzame opties, is het aanpassen van de naam van het gerecht op de menukaart. Het wisselen van de standaard namen naar meer aantrekkelijke namen voor het gerecht (bijv. bloemkoolsoep naar geroosterde bloemkoolsoep) leidde tot significant meer verkopen in de studie van Buratto en Lotti (2024).

Aanpassen van de prijs als strategie

Een belangrijke factor die meeweegt bij keuzegedrag van gezonde en duurzame producten is de prijs (Larson & Story, 2009). Door gezonde of duurzame producten goedkoper aan te bieden, of ongezonde en niet duurzame producten duurder te maken, kan de keuze richting de duurzame en gezonde opties worden gestuurd (Larson & Story, 2009). Er zijn verschillende onderzoeken uitgevoerd naar het effect van prijsaanpassingen op duurzaam en gezond voedsel keuzegedrag. Het onderzoek van Hodges (2017) onderzocht het effect van verlaagde prijzen voor gezonde producten tijdens een basketbalevenement. Het verlagen van de prijzen leidde tot een significante stijging in de verkoop van deze producten. Ook Prowse et al. (2023) benadrukten op basis van hun synthese van (grijze) literatuur dat prijsstrategieën effectief kunnen zijn in sportsettings. In hun advies wordt onder andere aangeraden om de prijs van gezonde producten te verlagen, en dit te compenseren met een prijsstijging van ongezonde producten. Ook voor duurzame producten blijkt prijsverlaging een strategie om de keuze te stimuleren. Uit het keuze

experiment van Hoek et al. (2017) bleek dat prijsverlagingen van duurzame opties een significant positief effect hebben op de keuze van duurzame opties.

Inzetten van communicatie-, informatie-, en educatiestrategieën

Naast strategieën die het aanbod, de presentatie en de prijs aanpassen, zijn er communicatie- en gedragsgerichte strategieën gericht op het beïnvloeden van het denkproces van consumenten. Deze strategieën proberen de keuze voor gezonde en duurzame opties te stimuleren door kennis over te dragen of bewustwording te creëren.

Een veel onderzochte strategie in deze categorie is het inzetten van gezondheids- en duurzaamheidslabels op producten. Deze labels geven informatie over de mate waarin het product gezond of duurzaam geproduceerd is. In een experiment van Eloffsen et al. (2016) werd gevonden dat het plaatsen van milieulabels op zuivelproducten leidde tot een stijging van 6-8% in de verkoop van de producten met dit label. Ook in de synthese van Abrahamse (2020) werd geconcludeerd dat het inzetten van labels mensen bewust kan maken van de milieu-impact van hun voedselkeuze en ze daarmee in een meer duurzame richting kan sturen. Een andere vorm van labelling die effectief is voor het stimuleren van gezonde keuzes en duurzame keuzes is het inzetten van een verkeerslichtlabel, waarbij de gezondheid of milieubelasting van de producten wordt aangegeven met de kleuren rood, oranje en groen. Op deze manier verwerken consumenten binnen één oogopslag de informatie over gezondheid en duurzaamheid van de producten. Uit verschillende onderzoeken blijkt dat het werken met een verkeerslichtlabel effectief is voor het stimuleren van gezonde en duurzame producten. In de experimentele studie van Osman en Thornton (2019) werd een verkeerslichtlabel aan maaltijden toegevoegd dat zowel de gezondheidsaspecten als de milieu-impact van het voedsel weergaf. Na invoering van deze labels werd er vaker gekozen voor gezonde maaltijden met een lagere milieu-impact. Ook binnen sport- en recreatievoorzieningen blijkt labelling een effectieve strategie. Zo vonden Olstad et al. (2015) dat de invoering van verkeerslichtlabels leidde tot een significante afname van de verkoop van ongezonde voedingsmiddelen. Een vergelijkbaar effect werd gevonden in de studie van Calabro et al. (2024), waarin verkeerslichtlabels werden gecombineerd met een ruimer aanbod van gezonde opties in frisdrankautomaten. Als gevolg van deze aanpassingen nam de verkoop van gezonde opties toe. Een kanttekening bij het inzetten van labels als strategie is dat deze meer invloed lijken te hebben wanneer ze gecombineerd worden met andere strategieën, zoals het aanbod vergroten of producten aantrekkelijker maken (Abrahamse, 2020). Het effect is ook sterker wanneer consumenten interesse hebben in gezondheid of duurzaamheid (Abrahamse, 2020).

Andere communicatiestrategieën zorgen voor meer bewustzijn over gezonde en duurzame keuzes, wat kan leiden tot verandering in keuzegedrag van deze producten. In dit proces speelt educatie een grote rol. Door meer informatie te ontvangen over gezondheid en duurzaamheid worden mensen meer bewust van hun keuzes (Monroe et al., 2015; Carfora et al., 2019). De vorm waarin de informatie wordt aangeboden is daarnaast belangrijk. Zo blijkt uit onderzoek van Bernstad (2014) dat bij het verminderen van voedselverspilling mondelinge uitleg effectiever is dan het geven van schriftelijke informatie. Daarnaast kunnen visuele prompts ondersteunend werken na het geven van informatie. Voorbeelden als stickers en posters helpen mensen herinneren aan bepaald gewenst gedrag. Shearer et al. (2017) vonden bijvoorbeeld dat

afvalscheiding met 20% toenam na het plaatsen van een sticker over afvalscheiding op een prullenbak.

Tot slot kan het communiceren over sociale normen zorgen voor een verandering in keuzegedrag in voedselomgevingen. Voedselkeuzes worden aanzienlijk beïnvloedt door sociale normen, oftewel wat andere mensen doen of wat mensen denken dat anderen van hen verwachten (Abrahamse, 2020). Door sociale normen actief te communiceren, kunnen mensen hun keuzegedrag aanpassen. In de studie van Sparkman en Walton (2017) werd onderzocht wat het effect is van de norm ‘steeds meer mensen verminderen hun vleesconsumptie’. Deze norm leidde tot een significante stijging van gekozen plantaardige opties. Ander onderzoek van Collins et al. (2019) vond dat het communiceren van sociale normen in universiteitskantines leidde tot een toename in verkoop van groenterijke gerechten.

4.1.2 Resultaten expertinterviews

De uitkomsten uit de literatuur kunnen worden aangevuld met inzichten uit de expertinterviews over het stimuleren van duurzame en gezonde keuzes. Er zijn twee interviews afgenomen, één met een expert op het gebied van gezonde sportkantines, en één met een expert op het gebied van duurzame bedrijfskantines. Het doel van het interview was om praktijkgerichte informatie over haalbare strategieën voor sportkantines te verkrijgen. Op basis van deze interviews zijn er verschillende strategieën gevonden die ingezet kunnen worden om gezonde en duurzame keuzes te stimuleren binnen sportkantines. Deze strategieën komen vaak overeen met de strategieën gevonden in de literatuur, maar vullen deze verder aan met een meer praktische toepassing.

Aanpassen van het aanbod als strategie

Beide experts zien het belang van het toevoegen van gezonde en duurzame opties aan het bestaande aanbod, omdat in kantines vaak een beperkt aanbod van gezonde en duurzame keuzes is. In de expertinterviews worden daarom veel suggesties gedaan voor concrete toevoegingen in het aanbod, deze worden besproken in *hoofdstuk 4.2*. Naast deze concrete veranderingen spreken beide experts ook over hoe de samenstelling van het aanbod een rol kan spelen in het stimuleren van gezonde en duurzame keuzes.

De gezondheidsexpert noemt als strategie het verkleinen en optimaliseren van het assortiment. Door het aantal opties per productgroep te beperken blijven alleen goedlopende producten in het assortiment en is het assortiment overzichtelijk voor bezoekers. Voor de producten die worden verwijderd uit het assortiment kan dan een gezonde variant worden toegevoegd. Op die manier wordt het aanbod van gezonde opties relatief vergroot. Ook kan er worden nagedacht over het aanpassen van de portiegroottes binnen het aanbod.

De duurzaamheidsexpert legt uit dat er verschillende soorten strategieën mogelijk zijn om duurzaamheid in het aanbod te vergroten. Naast het vervangen van dierlijke producten door plantaardige producten, kan ook gedacht worden aan het inkopen van dierlijke producten met een duurzaamheidskeurmerk of het kiezen voor ‘hybride’ opties. Bij ‘hybride’ opties wordt de hoeveelheid vlees verminderd door deze te mixen met plantaardige ingrediënten. Een ander voorbeeld is soep waar vlees in zit, maar die verder voornamelijk is gevuld met plantaardige ingrediënten zoals groente of peulvruchten.

Aanpassen van de presentatie als strategie

De gezondheidsexpert benoemt tijdens het interview het belang van de fysieke omgeving in het stimuleren van gezonde keuzes. Zij adviseert kantines om gezonde producten op ooghoogte te plaatsen, bijvoorbeeld suikervrije dranken in de koelkast. Producten die direct zichtbaar zijn worden sneller gekozen. Daarnaast benoemt zij dat fysieke toegankelijkheid van de producten ook een rol speelt. Wanneer een product voor bezoekers makkelijk te pakken en te eten is, zoals bij gesneden groente en fruit, is de drempel om voor deze producten te kiezen lager.

Een ander aspect dat door haar wordt benoemd is het promoten van producten door middel van menukaarten, afbeeldingen of presentatie op de bar. Het zichtbaar maken van de gezonde keuze, en tegelijkertijd het verminderen van de zichtbaarheid van ongezonde keuzes, kan bezoekers in de richting van de gezonde producten sturen. Een concreet voorbeeld dat zij benoemt is het weghalen van reclame van biermerken (bijv. bordjes en posters) en het toevoegen van reclame voor gezonde producten (zoals een kaartje op de bar met een gezond product).

Hoewel deze strategie niet nadrukkelijk werd benoemd door de duurzaamheidsexpert, zijn deze technieken ook toepasbaar op duurzame producten. Er kan bijvoorbeeld gekozen worden om een kaartje op de bar te plaatsen met daarop een duurzaam product, zoals een broodje met een hybride gehaktbal.

Aanpassen van de prijs als strategie

De invloed van de prijs op productkeuze wordt door de gezondheidsexpert erkent. Zij adviseert om gezonde producten goedkoper aan te bieden, eventueel door ongezonde producten duurder te prijzen. Ook ziet zij combi-deals als een strategie om gezonde keuzes te stimuleren. Voor een sportkantine is een concreet voorbeeld het aanbieden van een suikervrije drank met een gezonde notenreep. Bij deze strategieën is de prijs dan de reden om te kiezen voor het gezonde product, in plaats van bezoekers te wijzen op de gezondheidsaspecten van de producten.

De duurzaamheidsexpert geeft tijdens het interview ook aan dat de prijs vaak een barrière is bij de verkoop van duurzame producten. Hij stelt dat bij gelimiteerde interesse in duurzame producten het des te belangrijker is dat de prijs aantrekkelijk is. De duurzaamheidsexpert stelt daarom voor om binnen sportkantines te starten met aanpassingen die weinig invloed hebben op de prijs. Een voorbeeld is het inkopen van producten met een duurzaamheidskeurmerk bij supermarkten, of de hoeveelheid vlees op broodjes te verminderen en deze eventueel te vervangen door plantaardige of hybride opties.

Een optie die beide experts benoemen om de prijs van gezonde en duurzame producten betaalbaar te houden, is zoeken naar een sponsor (bijv. in het ledenbestand) die gezonde en duurzame producten (voor een deel) kan sponsoren.

Inzetten van communicatie-, informatie- en educatie strategieën

Volgens de duurzaamheidsexpert ontbreekt er bij kantines vaak kennis over wat duurzame producten zijn en hoe deze kunnen worden toegevoegd aan het assortiment. Hij wijst daarom op het belang van educatie bij kantines. Hij noemt als concrete voorbeelden om visuele communicatiemiddelen te gebruiken, bijvoorbeeld het aantal suikerklontjes per product en om gebruik te maken van campagnes van keurmerken, zoals Fair Trade of Beter Leven.

4.1.3 Samenvatting strategieën en toepassing op kantines

In **tabel 3** zijn de strategieën vanuit de literatuur en de expertinterviews samengevoegd. Deze tabel geeft een overzicht van de strategieën die in de literatuur en expertinterviews naar voren zijn gekomen om gezonde en duurzame keuzes te stimuleren. In deze tabel worden de strategieën toegelicht en worden er concrete toepassingen voor de sportkantines aangedragen, om zo tot praktische en haalbare strategieën te komen die gezonde en duurzame producten in de sportkantine kunnen stimuleren.

In de tabel is te zien dat er overlap is tussen de strategieën uit de literatuur en de expertinterviews. Met name strategieën als het vergroten van het aanbod, het prominenter zichtbaar maken van gezonde en duurzame producten en het aanpassen van de prijs worden gezien als effectief in de literatuur en door de experts. Daarnaast vullen de expertinterviews de bevindingen uit de literatuur aan. Zo worden er suggesties gegeven voor welke producten waar geplaatst kunnen worden en bijvoorbeeld ook hoe prijsverlagingen praktisch haalbaar gemaakt kunnen worden.

4.1.4 Samenvatting

Uit de literatuurstudie en expertinterviews komt naar voren dat er verschillende strategieën zijn die effectief kunnen bijdragen aan het stimuleren van gezonde en duurzame keuzes. Er worden positieve effecten gevonden voor strategieën die gericht zijn op het veranderen van de omgeving (zoals plaatsing en communicatie), strategieën die gericht zijn op aanpassingen in het aanbod (zoals vergroten aanbod en defaults) en strategieën die gericht zijn op prijsveranderingen. De experts bevestigen veel van deze strategieën en voegen daarnaast praktische voorbeelden toe die aansluiten bij de sportkantine. Deze inzichten worden meegenomen in de rest van dit onderzoek. Ze dragen bij aan het vinden van geschikte productaanpassingen en helpen bij het opstellen van realistische adviezen.

Tabel 3. Overzicht strategieën uit literatuur en expertinterviews en mogelijke toepassing op sportkantines

Strategie	Bron	Toepassing /Toelichting
Vergroten van het aandeel gezonde en duurzame producten in het aanbod	Literatuur Expertinterviews	- Toevoegen van groente- en fruit aan het aanbod - Toevoegen van vegetarische snacks aan het aanbod - Toevoegen van dierlijke producten met een keurmerk aan het aanbod - Het assortiment verkleinen zodat er relatief meer gezonde of duurzame opties aanwezig zijn
Gezonde en duurzame keuze aanbieden als standaardoptie (default)	Literatuur	- Bijv. bij de vraag naar cola standaard cola zero aanbieden - Bij de vraag naar een broodje ham standaard een volkorenbroodje met ham met een beter leven keurmerk aanbieden - Bij de vraag naar een snack als een frikandel standaard de vegetarische variant aanbieden
Gezonde en duurzame producten op prominente plekken plaatsen	Literatuur Expertinterviews	- Plaatsen van groente en fruit binnen handbereik - Plaatsen op de bar, op ooghoogte of bij de kassa van gezonde of duurzame opties
Gezonde en duurzame producten visueel zichtbaar maken	Literatuur Expertinterviews	- Posters of afbeeldingen van gezonde en duurzame opties plaatsen - Gezonde en duurzame opties labelen als 'dagkeuze' of 'keuze van de chef' - Gezonde en duurzame keuzes aantrekkelijke omschrijvingen geven, in plaats van soep 'huisgemaakte soep' bijvoorbeeld.
Gezonde en duurzame producten aantrekkelijk prijzen	Literatuur Expertinterviews	- Prijzen van gezonde en duurzame opties verlagen - Combi-deals aanbieden van gezonde en duurzame producten (bijv. suikervrije frisdrank en een broodje vegetarische kroket). Prijsverlagingen kunnen eventueel opgevangen worden door: - Prijzen op ongezonde en niet duurzame opties te verhogen - Zoeken naar een sponsor van gezonde en duurzame producten, bijv. een lokale biologische boer.
Gezondheid- en duurzaamheid labels plaatsen op gezonde en duurzame producten	Literatuur	- Binnen de kantine gezonde en duurzame producten labelen met groen, ongezonde en niet duurzame producten labelen met rood (bijv. op de menukaart)

Educatie geven over gezonde en duurzame producten	Literatuur Expertinterviews	- Het aantal suikerklontjes wat een product bevat fysiek bij het product plaatsen - Gebruik maken van bestaande campagnes (bijv. Beter Leven Week)
Visueel herinneren aan gezonde en duurzame keuzes	Literatuur	- Plaatsen van stickers met gewenst gedrag zoals afvalscheiding
Communiceren over gezonde en duurzame producten door middel van sociale normen	Literatuur	- Posters plaatsen die de sociale norm communiceren. Bijv. 'steeds meer mensen verminderen hun vleesconsumptie'

4.2: Mogelijke aanpassingen in het aanbod van sportkantines

In aansluiting op de algemene strategieën uit het vorige hoofdstuk, worden in dit hoofdstuk productaanpassingen uitgewerkt die in de praktijk toepasbaar zijn bij sportkantines in de gemeente Bronckhorst. Op basis van inzichten uit de expertinterviews en praktijkgerichte literatuur is een overzicht opgesteld van mogelijke productaanpassingen die gezonder en duurzamer zijn. De aanpassingen sluiten aan bij de richtlijnen van het Voedingscentrum voor een gezonder en duurzamer voedingsaanbod en zijn daarnaast geïnspireerd op voorbeelden die eerder in de praktijk zijn toegepast. Bovendien zijn de inzichten uit de observaties gebruikt om deze productaanpassingen verder af te stemmen op de lokale context. Tijdens een brainstormsessie met de projectgroep is op basis van al deze inzichten een concrete lijst met productaanpassingen opgesteld die passend bij de sportkantines in gemeente Bronckhorst.

4.2.1 Productaanpassingen op basis van expertinterviews

Een inzicht uit de expertinterviews is dat een gezond en duurzaam voedingsaanbod in sportkantines verschillende elementen omvat. Zowel de samenstelling van het aanbod als de keuze van de producten in het aanbod (en dan met name de herkomst) staan hierbij centraal.

Gezond voedingsaanbod

Het aanbod van een gezonde sportkantine bestaat volgens de gezondheidsexpert voornamelijk uit producten die voldoen aan richtlijnen voor gezonde voeding. De richtlijnen die daarin gehanteerd worden volgens haar zijn dat dranken maximaal 4kcal per 100 ml bevatten. Gezondere snacks mogen maximaal 75kcal per portie bevatten, en daarnaast maximaal 1,7 gram verzadigd vet en 0,5 gram zout bevatten. Daarnaast worden er in een gezonde kantine fruit, snackgroente en plantaardige opties aangeboden, en is het belangrijk dat er gratis (kraan)water beschikbaar is. Bij alcoholische dranken moet er ook een 0.0 alternatief aanwezig zijn.

Gezonde productaanpassingen

De gezondheidsexpert noemt verschillende voorbeelden van hoe het assortiment concreet aangepast kan worden:

- Wit brood vervangen door volkorenbrood
- Vervangen van snacks als hotdogs door gezondere alternatieven zoals halal knakworstjes
- Aanpassen van het beleg: bijvoorbeeld 48+ kaas vervangen door 30+ kaas of gebakken ei als beleg.
- Toevoegen van nieuwe gezondere producten zoals een volkorenwrap of een gezonde snackreep.

Duurzaam voedingsaanbod

Volgens de duurzaamheidsexpert omvat een duurzaam voedingsaanbod verschillende aspecten. Eén daarvan is een balans tussen dierlijke en plantaardige producten in het aanbod. Over het algemeen worden er nog te veel dierlijke producten aangeboden in kantines, en is er minder keuze in plantaardige opties. Het verminderen van het aanbod van dierlijke producten en tegelijkertijd vergroten van plantaardige opties is een belangrijke stap richting duurzaamheid.

Naast de productenkeuze speelt ook de herkomst van de producten een rol in duurzaamheid. Producten met een duurzaamheidskeurmerk, zoals MSC-gecertificeerde vis, vrije uitloopeieren

of Fair-Trade groente en fruit, hebben een lagere milieu-impact. Bijvoorbeeld doordat er minder pesticiden zijn gebruikt en er aandacht is voor dierenwelzijn. Dierlijke producten in het assortiment kunnen dus ook duurzamer worden door te kiezen voor varianten met een keurmerk.

Tot slot benoemt de duurzaamheidsexpert dat duurzaamheid in sportkantines ook gaat over consumptie en voedselverspilling. Door de inkoop beter af te stemmen op de werkelijke vraag, kan voedselverspilling worden verminderd. Dit zorgt zowel voor zowel lagere milieu-impact als voor economische voordelen voor de sportkantine. Een duurzaam voedingsaanbod is dus ook een aanbod dat is afgestemd op de vraag van de kantinebezoekers.

Duurzame productaanpassingen

De duurzaamheidsexpert noemt verschillende voorbeelden van hoe het assortiment concreet aangepast kan worden (**tabel 4**):

- Vlees zonder keurmerk vervangen door vlees met keurmerk (bijv. broodbeleg, hamburger, kroket)
- Toevoegen (of vervangen) van een snack met vlees door een hybride variant, bijvoorbeeld een gehaktbal.
- Toevoegen van een broodje dat plantaardig of vegetarisch belegd is (zoals een tosti)
- Toevoegen van een gezonde maaltijdsoep; plantaardig, met biologisch vlees of hybride vlees
- Toevoegen van fruit en groente aan het aanbod, met een FairTrade logo
- Vervangen producten door producten met een duurzaamheidskeurmerk (waaronder biologisch)

Tabel 4. Samenvatting productaanpassingen uit expertinterviews

	Van	Naar
Vervanging van bestaande producten door alternatief	Wit brood	Volkorenbrood
	Hotdog	Knakworstje (vegetarisch/halal)
	Dierlijk, ongezond broodbeleg - 48+ kaas - Vleeswaren zonder keurmerk	Gezond, plantaardig, broodbeleg met keurmerk - 30+ kaas - Vleeswaren met keurmerk als Beter Leven of EU-biologisch - Plantaardige opties (bijv. hummus) - Vegetarisch beleg zoals een tosti met kaas - Gebakken (vrije uitloop) ei
	Dierlijke snacks - Kroket	Dierlijke snacks met keurmerk/ vegetarische/plantaardige snacks

		- Krokot met keurmerk of groentekrokot
Toevoegingen aan het assortiment	Gezonde snack zoals een notenreep	
	Gezond broodje zoals een volkoren wrap	
	Gezonde plantaardige/vegetarische maaltijdsoep OF maaltijdsoep met duurzaam vlees/ hybride vlees	
	Toevoegen van groente/fruit met een FairTrade logo.	

4.2.2 Productaanpassingen op basis van aanbevelingen Voedingscentrum

Het Voedingscentrum geeft verschillende richtlijnen en aanbevelingen voor gezondere en duurzame voedselkeuzes. De productaanpassingen in dit hoofdstuk zijn met name gebaseerd op de adviezen van het Voedingscentrum, die samengevoegd zijn in de *Richtlijn Eetomgevingen* en hun *Eetwissels* campagne. De aanbevelingen geven concrete productaanpassingen die ook toepasbaar zijn in de kantines in dit onderzoek.

Eetwissels: gezondere en duurzamere alternatieven

De 'Eetwissels' die zijn opgesteld door het Voedingscentrum zijn kleine, haalbare aanpassingen die aansluiten bij bestaande keuzes en een stap in de richting van duurzaam en gezond zijn. De wissels zijn alternatieven voor veelgebruikte ongezonde en niet-duurzame producten. Het alternatieve product heeft betere voedingswaarden en een lagere milieu-impact. *Eetwissels* die gemaakt kunnen worden zijn weergegeven in **figuur 2**.

Het voordeel van deze *Eetwissels* is dat ze slechts een onderdeel of ingrediënt van een gerecht of product vervangen, waardoor bezoekers van kantines nog steeds de gerechten kunnen kopen die ze gewend zijn.

Naast het overzicht met wissels van ingrediënten, geeft het

Voedingscentrum ook inspiratie voor

het wisselen van producten per eetmoment. Voorbeelden van concrete *Eetwissels* passend bij kantines zijn weergegeven in **figuur 3**.

van		naar
witte graanproducten witte pasta, witbrood, witte rijst, witte wraps	 	volkoren graanproducten volkoren pasta, volkorenbrood, volkorenrijst, volkorenwrap
rood en bewerkt vlees hamburgers, vleeswaren, worst	 	wit en onbewerkt vlees kipfilet, kalkoenfilet, mager rundergehakt, vis
vlees of kaas	 	plantaardige producten tofu, ei, noten, peulvruchten, kant-en-klare vleesvervanger
grote portie vlees, vis of kaas	 	kleine portie vlees, vis of kaas
volle zuivel volle melk, volle yoghurt	 	magere, halfvolle of light zuivel halfvolle melk, halfvolle yoghurt
dierlijke zuivel melk, yoghurt	 	plantaardige opties haverdrink, soyayoghurt
hard vet of roomboter	 	vloeibaar vet of olie bak en braad, zonnebloemolie
producten uit frituur krokot, bitterbal	 	producten uit oven of airfryer ovenkrokot, ovenbitterbal
gezouten noten gezouten amandelen, gezouten pinda's	 	ongezouten noten ongezouten amandelen, ongezouten pinda's
geen klimaatvriendelijk (seizoens) fruit of groente appel of courgette in de zomer	 	klimaatvriendelijk (seizoens) fruit of groente aardbei of kropsla in de zomer

Figuur 2. Overzicht *Eetwissels* Voedingscentrum

van		naar
koek	 	banaan
chips	 	ongezouten noten
broodje kroket	 	volkorentosti kaas
broodje ham	 	volkorenbroodje gegrilde groenten
croissant	 	mueslibol
sinaasappelsap	 	water met sinaasappel
energiedrank	 	zwarte koffie

Figuur 3. Overzicht Eetwissels Voedingscentrum passend bij sportkantines

Richtlijn Eetomgevingen: minimale standaarden voor een gezond en duurzaam aanbod

Naast de *Eetwissels* geeft het Voedingscentrum ook een richtlijn wat minimale standaarden zijn voor een gezond en duurzaam voedingsaanbod. De adviezen die zij hierin geven gaan zowel over de samenstelling van het aanbod als de herkomst van de producten van het aanbod. Om de veranderingen haalbaar en overzichtelijk te houden, zijn er in de *Richtlijn Eetomgevingen* ‘quick wins’ geformuleerd. Deze zijn relatief simpel om in te voeren en helpen kantines met het starten met aanpassen van het aanbod. De concrete productaanpassingen die hierin naar voren komen zijn:

Dranken

- Gratis kraanwater beschikbaar stellen (het liefst in waterkan)
- Zoveel mogelijk gezonde drankopties aanbieden (zoals thee, koffie, suikervrije dranken)
- Koffie en thee aanbieden met een duurzaamheidskeurmerk
- Melk met een duurzaamheidskeurmerk of biologische melk aanbieden
- Altijd één plantaardige drankoptie (zoals sojadrink) aanbieden naast koemelk

Belegde broodjes

- Volkoren of bruin brood aanbieden
- Broodjes standaard beleggen met groente en fruit (bijv. komkommer of sla)
- Het aanbod van bewerkt en rood vlees (zoals ham en salami) beperken

- Minimaal één gezonde plantaardige optie aanbieden als beleg, zoals hummus.
- Dierlijke producten inkopen met een keurmerk, zoals Beter Leven.

Snacks

- Snackgroenten aanbieden, het liefst hapklaar
- Beperken van het aantal ongezonde snacks en deze waar mogelijk vervangen door gezondere alternatieven
- Het standaard aanbieden van kleinere porties bij ongezonde snacks
- Minimaal één plantaardige hartige snack aanbieden.
- Snacks zoveel mogelijk bereiden in de airfryer

De *Eetwissels* en aanbevelingen vanuit de *Richtlijn Eetomgevingen* zijn een startpunt voor het formuleren van onderbouwde productaanpassingen in de sportkantines, die zowel gezondheid als duurzaamheid bevorderen. Om beter te begrijpen in hoeverre de geadviseerde productaanpassingen passend zijn in de praktijk van sportkantines in de gemeente Bronckhorst, zijn observaties uitgevoerd bij twee kantines. In het volgende onderdeel worden de resultaten van de observaties besproken.

4.2.3 Kantineschetsen

Om in kaart te brengen in hoeverre productaanpassingen die zijn aanbevolen door de experts en het Voedingscentrum ook praktisch haalbaar zijn, zijn twee sportkantines geobserveerd in de gemeente Bronckhorst. Deze observaties richtten zich niet alleen op het voedingsaanbod, maar ook op de bredere context van de kantines. Daarbij is onder andere gekeken naar de inrichting van het aanbod, de organisatie en beheer van de kantine, beschikbare voorzieningen en apparatuur en het kantinebezoek.

Kantineschets van Halmac Halle

De motorcrossvereniging Halmac Halle is voornamelijk op zaterdag actief tijdens trainingsmiddagen. Daarnaast organiseert de vereniging regelmatig evenementen, waarbij het bezoekersaantal varieert tussen de 500 en 2000 personen. De leden van de vereniging bestaan grotendeels uit jongeren (10-20 jaar), aangevuld met een kleinere groep kinderen en een groep recreatief rijdende volwassenen. De bezoekers van de kantine zijn voornamelijk bezoekers en familieleden van de crossers en recreatieve crossers.

Organisatie en beheer van de kantine

De kantine wordt gerund door een vaste groep vrijwilligers. Er zijn ‘hoofden van dienst’ die taken verdelen en aanspreekpunt zijn voor de vrijwilligers. Verder zijn er verschillende commissies, waaronder de cateringcommissie. De inkoop van het assortiment is grotendeels in handen van één persoon. Inkoop vindt plaats via groothandels (Jansen Food Service en Vrumona), supermarkt (Jumbo) en lokale ondernemers (bakkerij Scholten, slagerij Heinen, cateraars zoals Boldiek, Smoks, Jansen en Jansen). Er zijn weinig formele richtlijnen voor het aanbod, behalve een goede prijs-kwaliteitverhouding en houdbaarheid wegens weersafhankelijke opening. Voorraden worden actief bijgehouden om verspilling zoveel mogelijk tegen te gaan.

Voorzieningen en apparatuur

De kantine heeft verschillende basisvoorzieningen, zoals een koelkast, diepvries, magnetron en

hotpot. Tijdens evenementen wordt aanvullende apparatuur ingezet, waaronder een bakplaat en frituur.

Kantinebezoek

Bezoekers en sporters maken in wisselende mate gebruik van de kantine. Wedstrijddeelnemers nemen regelmatig eigen eten mee zoals breakers, fruit en noedels. Recreatieve rijders en familieleden of andere bezoekers maken daarentegen wel gebruik van de kantine. Ook is er een groep oudere bezoekers die meer ‘traditionele’ keuzes maken, zoals bier en braadworst.

Duurzaamheid en gezondheid

Hoewel er wordt aangegeven dat er relatief weinig interesse is in duurzaamheid, dragen enkele gebruikers van de kantine wel bij aan duurzaamheid. Zo wordt voedselverspilling actief tegengegaan door producten in te vriezen, precies in te kopen en neer te zetten zodat de producten die het eerst over datum zullen gaan als eerste gepakt worden. Daarnaast is er de mogelijkheid om blikjes en plastic te scheiden in een speciale prullenbak. De kantine lijkt open richting een gezonder aanbod. Er is al wel eens geprobeerd het wittebrood te wisselen voor volkorenbrood, maar hier waren bezoekers niet enthousiast over.

Aanbod

Het aanbod van de kantine bij Halmac Halle is geobserveerd door middel van een observatielijst, gebaseerd op de *Richtlijn Eetomgevingen* van het Voedingscentrum. Voor de volledige observatielijst, zie *bijlage 2*. In **tabel 5** is de observatie van het aanbod samengevat. Wat opvalt aan het aanbod van Halmac Halle is dat er een beperkt assortiment wordt aangeboden. Het aanbod kenmerkt zich door gemak en houdbaarheid, omdat het lastig te voorspellen is of de kantine open is en hoeveel bezoekers er zullen komen.

Dranken

Het drankenaanbod bestaat voornamelijk uit frisdranken, waarbij er relatief veel gezondere (suikervrije) drankenopties aanwezig zijn. Er worden daarnaast flesjes water aangeboden. Er wordt alcohol verkocht (bier en wijn), maar er is ook een alcoholvrij alternatief aanwezig (radler 0.0). Verder is er koffie, thee en chocomelk uit zakjes.

Broodjes en snacks

Het voedingsaanbod bestaat voornamelijk uit witbrood met dierlijk beleg (ham en kaas, hotdog, gehaktbal), en dit wordt tijdens evenementen aangevuld met snacks als braadworst, patat en frikandellen. Wat snacks betreft zijn er veel houdbare en ongezonde snacks aanwezig, zoals ijsjes, candybars en chips.

Duurzaamheid

Het voedingsaanbod bestaat niet uit bewust duurzame opties, er zijn bijvoorbeeld geen producten die met keurmerk worden ingekocht. Ook bestaat het aanbod voornamelijk uit dierlijke producten en is er gebrek aan plantaardige keuzes. Wel zijn sommige producten van lokale afkomst (het brood en gehaktbal van de slagerij), maar daarbij is het onduidelijk of deze ook daadwerkelijk duurzaam geproduceerd zijn.

Tabel 5. Observatietabel sportkantine Halmac Halle

Categorie	Huidige situatie (observatie)	Evaluatie/ aandachtspunten
Dranken	Er wordt zwarte koffie en thee uit theezakjes aangeboden.	Het drankenaanbod bevat relatief veel gezonde opties (koffie, thee, suikervrije varianten) en voor bier is een alcoholvrije variant. Er is nog ruimte voor verbetering op het gebied van duurzaamheid. Koffie en thee kunnen bijvoorbeeld met keurmerk worden ingekocht. Ook zou water kunnen worden aangeboden in herbruikbare bekertjes en een kan.
	Er is een breed en gevarieerd frisdrankaanbod, dat zowel reguliere (pepsi regular, fristi, chocomel, redbull) als light/zero (pepsi max, sourcy vitamine water zero, sissi zero) varianten bevat.	
	Er is wijn en bier en er wordt ook één alcoholvrije variant aangeboden (radler 0.0)	
Snacks	Hartige snacks die worden aangeboden zijn een zakje chips en een gehaktbal. Tijdens evenementen ook een kroket, frikandel, braadworst en hamburger	Het aanbod snacks is beperkt gehouden, wat een stap in de goede richting is. Er is nog ruimte voor verbetering door de hartige snacks aan te vullen/vervangen door plantaardige snacks of een duurzamer alternatief. Voor de zoete snacks zijn er al gezondere ijsjes, maar zou een gezonder alternatief voor een candybar een toevoeging zijn.
	Zoete snacks die worden aangeboden zijn candybars (m&ms, mars, twix, snickers), snoepzakjes en ijsjes (raketje, magnum, split).	
Broodjes en beleg	De broodjes opties zijn ham of kaas, een tosti, broodje hotdog en een broodje gehaktbal.	Voornamelijk dierlijke keuzes dus een verbetering zou zijn om een plantaardige of hybride optie toe te voegen. Er kan verder nog gedacht worden aan gezonder en duurzamer beleg en de broodjes vervangen door volkoren alternatieven.
	Tijdens evenementen zijn er ook broodjes kroket en hamburger beschikbaar. De basis van deze broodjes is wit.	

Duurzaamheid	Er zijn geen producten met keurmerk. Er wordt wel lokaal ingekocht (bakker en slager), hoewel onduidelijk is of de producten ook duurzamer zijn geproduceerd.	Het is goed dat voedselverspilling actief wordt tegengegaan. Ook positief dat er lokaal wordt ingekocht. Er kan verder gewerkt worden aan duurzaamheid binnen het aanbod (bijv. inkopen met keurmerk of plantaardige optie toevoegen).
	Veel dierlijke en weinig plantaardige opties in het aanbod.	
	Er wordt gewerkt met glazen en mokken. Ander drinken wordt in blik geserveerd, de blikken worden gerecycled.	
	Voedselverspilling wordt actief tegengegaan door: - Voedsel wordt zoveel mogelijk ingevroren. - Precies in te kopen - Producten FiFo opslaan.	
Organisatie kantine	De kantine draait op een vaste groep vrijwilligers.	Producten moeten houdbaar zijn. Bereiding van de producten moet duidelijk zijn.
	Kantine is alleen op zaterdag geopend en weersafhankelijke opening.	
Voorzieningen en bereiding	Er is een hotpot, magnetron en tosti-ijzer.	Goed dat de frituur alleen tijdens evenementen beschikbaar is.
	Tijdens evenementen is er een bakplaat en frituur.	
Inkoop	Er wordt ingekocht door één inkoper bij de groothandel, supermarkt, lokale bakker en slager.	Bewuste inkoop op verschillende plekken, flexibel qua inkoop. Service van de supermarkt (bijv. ophalen statiegeld) fijn voor kantine.
	Er wordt strak gepland en het is mogelijk om aanvragen te doen voor de inkoop.	
	Tijdens evenementen zijn er ook broodjes kroket en hamburger beschikbaar. De basis van deze broodjes is wit.	

Kantineschets van Vordens Tennis Park

De tennisvereniging Vordens Tennis Park is op verschillende dagen geopend. Doordeweeks is er de mogelijkheid om te tennissen, maar de kantine is dan vaak gesloten. In het weekend zijn er competitiedagen waarop de kantine wel geopend is. Daarnaast worden er jaarlijks twee grote toernooien georganiseerd die meer bezoekers trekken. De leden van de vereniging bestaan grotendeels uit senioren en volwassenen in de leeftijdscategorie 40-50. Er zijn ook kinderen en jeugdleden actief, al zijn er weinig jongeren lid.

Organisatie en beheer van de kantine

De kantine is in eigen beheer en wordt voornamelijk aangestuurd door de kantinecommissie. Er werken veel verschillende vrijwilligers in de kantine. De kantine wordt gezien als een manier om omzet te behalen, waardoor de contributie voor de leden omlaag kan. De inkoop wordt uitgevoerd door één persoon. De club heeft geen vaste leveranciers of contracten met groothandels, er wordt namelijk ingekocht bij de lokale Albert Heijn die ook sponsor is. Het inkopen bij de supermarkt zorgt voor voordelen voor de kantine, zoals het ophalen van de statiegeldblikjes en het bezorgen van de boodschappen bij de kantine. De voorraad wordt nauwkeurig bijgehouden en er wordt bewust beperkt ingekocht om zo verspilling te voorkomen. Wel is het mogelijk voor leden om verzoeken in te dienen voor specifieke producten, die indien mogelijk worden ingekocht voor hen.

Voorzieningen en apparatuur

De kantine heeft verschillende basisvoorzieningen zoals een koelkast voor dranken, een koelkast voor voorraad en een kleine diepvries. Verder is er een magnetron, tosti-ijzer en airfryer om de hapjes en broodjes in te bereiden.

Kantinebezoek

Doordeweeks is de kantine beperkt geopend en wordt daarom weinig bezocht, met uitzondering van een vaste groep die komt kaarten in de kantine. De grootste kantineomzet wordt gedraaid tijdens weekenden wanneer er competitiedagen zijn. Er worden voornamelijk dranken verkocht, maar op competitiedagen lopen de tosti's ook goed.

Duurzaamheid en gezondheid

Er wordt gewerkt met herbruikbare glazen en mokken in de kantine. Andere dranken worden in blik uitgegeven, die vervolgens weer worden gerecycled. Om voedselverspilling tegen te gaan wordt er precies ingekocht en is het mogelijk verzoeken voor een product bij de inkoop door te geven. Verder wordt er zoveel mogelijk houdbaar voedsel (diepvries of individuele verpakkingen) ingekocht. De kantine staat open voor gezondere alternatieven en probeert zelf gezondere alternatieven te verkennen. Tijdens evenementen is er bijvoorbeeld al eens fruit aangeboden en er zijn verschillende suikervrije dranken toegevoegd aan het assortiment.

Aanbod

Dranken

Het drankenaanbod bestaat uit koffie (waaronder cappuccino) en thee, uit een automaat of theezakje. Verder is er een breed aanbod frisdranken, waaronder een aantal suikervrije alternatieven zoals cola zero, ice tea zero en bitter lemon zero. Ook worden er verschillende opties van water aangeboden, namelijk water in flesjes, spa rood en O2-water (met een

smaakje). Qua alcoholische dranken is er standaard bier en wijn beschikbaar, inclusief een alcoholvrij bier. Verder wordt er op aanvraag speciaalbier ingekocht.

Broodjes en snacks

Er worden broodjes kroket of frikandel aangeboden op witbrood. Verder is er een kant-en-klare tosti verkrijgbaar. Er worden geen plantaardige of volkorenopties aangeboden. Het snackaanbod bestaat uit houdbare producten zoals candybars, chips en lolly's. Verder is het mogelijk om 16 stuks bittergarnituur te bestellen en in de zomer worden er ijsjes aangeboden (een raketje of cornetto).

Duurzaamheid

Binnen het aanbod wordt er weinig rekening gehouden met duurzaamheid; er worden geen producten met keurmerk aangeboden en het aanbod is voor een groot deel dierlijk.

Tabel 6. *Observatielijst sportkantine Vordens Tennis Park*

Categorie	Huidige situatie (observatie)	Evaluatie/ aandachtspunten
Dranken	Er wordt koffie, cappuccino (automaat) en thee uit zakjes aangeboden.	Goed dat er een breed aanbod van zero-varianten is en daarnaast verschillende opties voor water zijn. Verbeteringen zouden zijn om meer variatie in alcoholvrije dranken toe te voegen en koffie en thee zouden kunnen worden ingekocht.
	Er is een breed aanbod van frisdranken met reguliere en zero-varianten (cola, ice-tea, bitter lemon)	
	Er is standaard wijn en bier beschikbaar. Speciaalbier is op aanvraag aanwezig. Er is één 0.0 optie voor bier (radler).	
Snacks	Hartige snacks in het assortiment zijn zakje chips en bittergarnituur.	De snacks zijn voornamelijk ongezond en/of dierlijk. Het toevoegen van plantaardige en gezonde alternatieven (bijv. fruit, noten) zou het aanbod verbeteren. Positief dat er tijdens toernooien door ouders fruit wordt aangeboden. Het structureel aanbieden van fruit zou een verbetering zijn.
	Zoete snacks in het assortiment zijn chocolade, lolly's en in de zomer ijsjes.	
	Ouders van kinderen nemen zelf snacks mee waaronder fruit.	
	Tijdens toernooien wordt er wel eens fruit aangeboden.	
Broodjes en beleg	Broodjes worden gemaakt met witbrood.	Het aanbod is beperkt en alleen dierlijk. Het toevoegen van een plantaardig of gezonder alternatief zou een verbetering zijn.
	Belegopties zijn een frikandel of kroket.	
	Er is een kant- en klare tosti in het aanbod.	
Duurzaamheid	Er zijn geen producten met keurmerk.	Het is goed dat voedselverspilling actief

	Weinig plantaardige opties in het aanbod.	wordt tegengegaan door strakke inkoop en inkopen op aanvraag.
	Er wordt gewerkt met glazen en mokken. Ander drinken wordt in blik gereserveerd, de blikken worden gerecycled.	Er kan verder gewerkt worden aan duurzaamheid binnen het aanbod (bijv. inkopen met keurmerk of plantaardige optie toevoegen).
	Er wordt strak ingekocht om voedselverspilling tegen te gaan.	
Organisatie kantine	De kantine draait op wisselende vrijwilligers.	Eenvoudige bereiding noodzakelijk
	Kantine is alleen in het weekend drukbezocht.	Producten moeten houdbaar zijn.
Voorzieningen en bereiding	Er is een magnetron, tosti-ijzer en airfryer beschikbaar.	Goed dat bittergarnituur in de airfryer wordt bereid, oven bittergarnituur is namelijk een gezondere keuze.
Inkoop	Er wordt ingekocht door één inkoper bij de lokale Albert Heijn.	Weinig verandering mogelijk qua inkoop.
	Er wordt strak gepland en het is mogelijk om aanvragen te doen voor de inkoop.	Service van de supermarkt (bijv. ophalen statiegeld) fijn voor kantine.

4.2.4 Opgestelde lijst met aanpassingen

Op basis van de inzichten uit de expertinterviews, aanbevelingen vanuit het Voedingscentrum en observaties is tijdens een gezamenlijke brainstormsessie met experts een lijst met mogelijke productaanpassingen opgesteld. Deze productaanpassingen houden zowel rekening met gezondheids- en duurzaamheidsaanbevelingen vanuit het Voedingscentrum en de expertinterviews, als met de praktische context van de kantines. Een toelichting op de keuzes is uitgewerkt in **tabel 7**.

Tabel 7. Toelichting opgestelde lijst met productaanpassingen per kantine

Halmac Halle		
Productaanpassing	Aansluiting context	Aansluiting richtlijnen Voedingscentrum (gezonder en/of duurzamer omdat...)
Kwark (evt. met topping als noten of muesli)	- Tijdens de observatie werd aangegeven dat mensen eigen Breakers meenemen. Dit als een alternatief hiervoor. - Om het aantrekkelijker te maken de keuze om er een topping aan te voegen. Noten en muesli zijn beide relatief lang houdbare toppings.	- Gezonder door voor (magere) kwark te kiezen, zonder toevoegingen. - Kan duurzamer zijn als het met keurmerk (bijv. EKO, Demeter) of biologisch wordt ingekocht. - De toppings kunnen lokaal worden ingekocht of er kan gekozen worden voor noten uit Nederland.
(Appel)sap met bruiswater	- Uit de observatie blijkt dat er veel drankenkeuzes zijn, maar weinig alcoholvrije alternatieven. Dit zou als een soort mocktail kunnen worden neergezet of een gezondere frisdrank optie. - Er zijn ook mogelijkheden om het sap houdbaar in te kopen, bijv. bij het initiatief de AchterhoekseSapPers (Verpakking Bag-in-box, luchtdicht en milieuvriendelijk)	- Gezonder door sap te mengen met bruiswater. - Duurzamer door biologisch sap in te kopen, zoals bij de AchterhoekseSapPers.
Zelfgemaakte ijsjes (bijv. van zero ranja of yoghurtdrink)	- Er worden in de zomer ijsjes aangeboden voor kinderen. Dit zou als een aanvulling of alternatief kunnen werken voor een waterijsje. - Relatief goedkoop om in te kopen en makkelijk om te maken. Daarnaast is het houdbaar in de diepvries. - Eventueel kunnen deze aantrekkelijker worden gemaakt door een speciale ijsvorm te maken/ zoeken met motorvorm.	- Gezonder door de ijsjes te maken met zero ranja of yoghurtdrink zonder vet. - Qua duurzaamheid minder winst; verpakkingsvrij alternatief.
(Maaltijd)soep	Vrijwilligers krijgen soep aangeboden tijdens evenementen, dit wordt goed ontvangen. Wellicht ook passend voor bezoekers tijdens de wintermaanden.	Gezonder omdat soepen kunnen worden gevuld met groente en vullende ingrediënten als peulvruchten. Er kan gebruik worden gemaakt van een zoutarm recept.

	• Kan worden ingevroren in porties en is daardoor goed houdbaar. • Na het maken van de soep kost het geen extra werk. Eventueel een optie om soepen in te kopen en dan in te vriezen.	• Duurzamer wanneer er bijvoorbeeld een plantaardige soep wordt toegevoegd aan het assortiment, kan een vervanger zijn van een broodje. • Duurzamer wanneer de ingrediënten van de soep keurmerken bevatten (waaronder vlees met keurmerk).
Volkorenbroodje kipburger	• Veel vraag naar burgers tijdens evenementen. • Sluit aan bij de andere producten die worden klaargemaakt (zoals hamburgers)	• Kip is een gezonder alternatief voor bewerkt en rood vlees. Kip heeft daarnaast een lagere milieu-impact dan rund of varken. • Aanbieden op een volkorenbroodje is gezonder dan op het witbrood wat nu standaard is. • Kan duurzamer zijn door de kipburger in te kopen bij een biologische lokale boer of met een keurmerk.
Achterhoekse hybride gehaktbal/burger	• Sluit aan bij andere producten die worden klaargemaakt (bijv. gehaktbal) • Mogelijk sluit het benoemen van de Achterhoek aan bij een gevoel van trots en verbondenheid met de regio.	• De Achterhoekse hybride gehaktbal of burger bestaat voor 50% uit vlees, 50% uit erwtenewit. Daardoor is het een duurzamere optie dan de reguliere gehaktbal of burger.
Vordens Tennis Park		
Productaanpassing	Aansluiting context	Aansluiting richtlijnen Voedingscentrum (gezonder en/of duurzamer omdat...)
Alcoholarm speciaalbier (uit de regio)	• Tijdens de observatie werd er aangegeven dat er graag wordt geborreld bij de kantine. Bovendien wordt er soms speciaalbier gevraagd voor de inkoop.	• Alcoholarm speciaalbier is gezonder dan regulier speciaalbier omdat het geen alcohol bevat. • Alcoholarm speciaalbier kan duurzamer zijn als deze lokaal wordt ingekocht bij een brouwer die gebruik maakt van lokale grondstoffen (bijv. Wentersch Bierbrouwerij Winterswijk - Brouwerij Wentersch).

(Appel)sap met bruiswater	Tijdens de observatie werd er aangegeven dat er graag wordt geborreld bij de kantine. Dit zou een alternatief kunnen zijn als een mocktail of een alternatieve gezondere frisdrank.	Zie toelichting Halmac Halle
Zakje popcorn	- Er zijn weinig gezonde hartige snacks. - Verhoudingsgewijs zijn veel van de hartige snacks ook dierlijk. - Popcorn zou een alternatief kunnen zijn voor chips of als plantaardige toevoeging aan het assortiment kunnen werken.	- Gezonder omdat popcorn minder vet bevat dan chips. - Popcorn zelf is niet per se duurzamer, maar een plantaardige toevoeging voor de hartige snacks zorgt wel voor een duurzamer assortiment.
Alternatieve tosti (bijv. vlam tosti met gehakt en groente)	- De tosti wordt veel verkocht in de kantine. - Deze tosti's kunnen van tevoren klaargemaakt worden en worden ingevroren. Zo zijn deze houdbaar en kost het de vrijwilligers weinig extra moeite.	- De alternatieve tosti is gezonder omdat deze gemaakt kan worden van volkorenbrood in plaats van witbrood. Daarnaast kan er groente worden toegevoegd en is mager rulgehakt gezonder dan ham. - Het is duurzamer wanneer het rulgehakt wordt ingekocht met een keurmerk of biologisch/lokaal wordt ingekocht.
Notenreep	- De kantine maakt het liefst gebruik van zoveel mogelijk kant- en klare-opties. - Tijdens de observatie werd genoemd dat de kantine door ouders vaak wordt gebruikt om koffie of thee te drinken. - Een notenreep is wellicht een keuze die ze kopen als snack bij de koffie of thee.	De zoete snack opties in het aanbod zijn voornamelijk ongezond. Deze notenreep zou een aanvulling kunnen zijn op dit aanbod.

4.2.5 Samenvatting

Beide sportkantines in de gemeente Bronckhorst kenmerken zich door een relatief klein aanbod, dat is afgestemd op de vraag van bezoekers. De producten in het aanbod zijn voornamelijk houdbare of diepvriesproducten. Deze passen bij de weersafhankelijke opening en lage omloopsnelheid van de producten bij beide kantines.

Binnen beide kantines zijn er al een aantal zaken die goed gaan met betrekking tot gezondheid en duurzaamheid. Zo geven beide kantines aan wel eens bezig te zijn geweest met het bedenken van een gezonde optie zoals het aanbieden van volkorenbrood of fruit tijdens evenementen, biedt Vordens Tennis Park bittergarnituur aan dat wordt bereid in een airfryer en heeft Halmac Halle een vegetarisch broodje (met kaas) in het assortiment. Daarnaast wordt voedselverspilling actief tegengegaan door gericht in te kopen en producten waar mogelijk in te vriezen. Ook worden drankenverpakkingen gerecycled.

Tegelijkertijd zijn er verschillende verbeterkansen voor beide kantines op het gebied van gezondheid en duurzaamheid. Experts geven aan dat een gezond en duurzaam aanbod draait om zowel *wat* er wordt aangeboden als *hoe* het wordt aangeboden. Voor gezondheid zijn dat producten die voldoen aan voedingskundige richtlijnen zoals caloriearme dranken, suikervrije snacks en voldoende groente of fruit. Voor een duurzaam aanbod ligt de nadruk op een betere balans tussen dierlijk en plantaardig aanbod, bijvoorbeeld door minder dierlijke ingrediënten te gebruiken of een hybride variant te kiezen. Ook is het belangrijk om bestaande producten in het aanbod in te kopen met een keurmerk en voedselverspilling tegen te gaan.

De aanbevelingen uit de expertinterviews sluiten aan bij de richtlijnen van het Voedingscentrum, met name de *Richtlijn Eetomgevingen*. De richtlijn biedt concrete aanpassingen die toepasbaar zijn in kantines, zoals het aanbieden van gratis kraanwater, het beperken van bewerkt vlees en het toevoegen van fruit of een plantaardige optie aan het aanbod. Daarnaast biedt het Voedingscentrum praktische suggesties door '*Eetwissels*', waarbij ingrediënten van of gehele producten gewisseld worden voor een duurzame en gezondere variant, zoals het wisselen van chips naar ongezouten noten.

Op basis van de inzichten uit de observatie, expertinterviews en richtlijnen van het Voedingscentrum is tijdens een brainstormsessie een lijst met mogelijke productaanpassingen opgesteld. Deze aanpassingen sluiten aan bij het huidige aanbod, houding rekening met huidige voorzieningen en voldoen aan de richtlijnen voor een gezonder en duurzamer aanbod aangegeven door de experts en het Voedingscentrum.

Hoewel de productaanpassingen theoretisch gezien goed passen bij een gezonder en duurzamer voedingsaanbod in sportkantines, is het belangrijk om te onderzoeken of ze ook daadwerkelijk haalbaar en aantrekkelijk zijn voor sportkantines in de gemeente Bronckhorst. In het volgende hoofdstuk wordt deze toetsing verder uitgewerkt.

4.3 Wensen en behoeften van bezoekers en verenigingen bij een gezonder en duurzamer aanbod

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de toetsing van de behoeften en wensen van bezoekers en verenigingen met betrekking tot een gezonder en duurzamer voedingsaanbod in de sportkantine besproken. Om deze behoeften en wensen in kaart te brengen, is gebruikgemaakt van een lijst met mogelijke productaanpassingen die in het vorige hoofdstuk is opgesteld. Deze productaanpassingen zijn voorgelegd aan zowel bezoekers als betrokkenen van de sportvereniging.

4.3.1 Voorkeuren van bezoekers

Motieven voor kantinebezoek

Halmac Halle

Bezoekers bij Halmac Halle geven aan dat zij de kantine frequent bezoeken. De meesten maken bij elk bezoek aan de crossbaan gebruik van de kantine, enkelen bezoeken de kantine eens per maand. De kantine wordt zowel individueel als samen met teamgenoten of bekenden bezocht. De belangrijkste reden voor het bezoek is het kopen van eten of drinken. Bezoekers geven aan trek te hebben of weer energie op te doen, voornamelijk als zij gecrosst hebben. Daarbij zijn ze dan op zoek naar iets suikerrijks. Voor bezoekers die samen met bekenden de kantine bezoeken, speelt gezelligheid ook een rol. Zij geven aan gezamenlijk wat te drinken. De bezoekers geven aan dat zij variëren in welke keuzes zij maken, dit komt mede doordat zij alle producten (met name de broodjes) in het aanbod lekker vinden. Wat betreft gezondheid en duurzaamheid geven zij aan dat ze vooral gezondheid belangrijk vinden. Op een schaal van 1 tot 10 scoorde het belang van gezonde voeding gemiddeld een 6,2, terwijl duurzaamheid slechts een 1,2 kreeg. De toelichting die hierbij gegeven werd door de bezoekers is dat zij graag gezond willen zijn, maar dat het aanbod in de kantine hun keuzevrijheid niet moet beperken. Duurzaamheid speelt voor de meeste van hen geen belangrijke rol in hun voedingskeuzes.

Vordens Tennis Park

Ook bij Vordens Tennis Park zijn bezoekers gevraagd naar hun kantinegebruik. De frequentie van het kantinegebruik verschilt: sommige bezoekers gebruiken de kantine wekelijks, terwijl anderen dit eerder maandelijks doen. Alle bezoekers geven aan dat ze de kantine vrijwel altijd samen met teamgenoten bezoeken. De belangrijkste reden voor het kantinebezoek is dan ook de sociale functie. Bezoekers geven aan dat zij het gezellig vinden om na het sporten samen iets te drinken. Het sociale aspect lijkt daarmee belangrijker te zijn voor hen dan de behoefte aan eten of drinken zelf. Wat betreft de producten die zij kopen, wordt aangegeven dat de keuze per keer kan verschillen. Wel komt het vaak neer op een combinatie van een (alcoholische) drank met een snack zoals chips of de bittergarnituur. Tijdens competitiedagen of toernooien wordt daarnaast veel gekozen voor een tosti. De bezoekers geven aan dat zij gezondheid wel belangrijk vinden in hun voedselkeuzes. Op een schaal van 1 tot 10 werd gezondheid gemiddeld beoordeeld met een 7,8. Duurzaamheid werd minder belangrijk gevonden, met een gemiddelde score van 3,8.

Vergelijking motieven kantinebezoek Halmac Halle en Vordens Tennis Park

Bij vergelijking van motieven van kantinebezoek tussen beide sportkantines valt op dat er verschillen zijn in de manier waarop mensen gebruik maken van de kantine (**tabel 8**). Bij Halmac

Halle is de voornaamste functie kopen van eten en drinken, om weer energie te krijgen na het sporten of trek te stillen. Bij Vordens Tennis Park staat de sociale functie van de kantine meer centraal. Bezoekers komen samen met teamgenoten om iets te drinken voor de gezelligheid. Beide kantines laten een vergelijkbaar patroon zien in het belang van gezondheid en duurzaamheid in voedselkeuzes. Gezondheid wordt bij beide kantines belangrijker gevonden dan duurzaamheid. Wel wordt bij Vordens Tennis Park zowel gezondheid als duurzaamheid belangrijker gevonden dan bij Halmac Halle.

Deze bevindingen laten zien dat de aanpassingen voor de kantines mogelijk een andere insteek nodig hebben. Bij Halmac Halle is het belangrijk dat de aanpassingen bijdragen aan het aanvullen van energie en aansluiten bij een eetmoment zoals de lunch. Bij Vordens Tennis Park is het belangrijk dat de aanpassingen aansluiten bij het sociale aspect van de kantine en passen bij gezelligheid, bijvoorbeeld producten die passen bij de borrel of gedeeld kunnen worden.

Tabel 8. Kantinebezoek en voedselkeuze van twee sportverenigingen

	Halmac Halle	Vordens Tennis Park
Frequentie kantinebezoek	Regelmatig: bij elk bezoek aan de crossbaan	Wekelijks of maandelijks
Bezoek samen of alleen	Alleen en met teamgenoten/bekenden	Vrijwel altijd met teamgenoten
Belangrijkste motief	Eten en drinken bij trek/ energie aanvullen	Gezelligheid en sociale functie
Voedingskeuze	Zoet, energierijk, broodjes	Keuze wisselt maar gericht op drinken met een snack
Belang gezondheid (1-10)	6,2	7,8
Belang duurzaamheid (1-10)	1,2	3,8

Beoordeling van de productideeën

Het enthousiasme van kantinebezoekers voor de voorgestelde productideeën liep sterk uiteen (**tabel 9**). Bij Halmac Halle werden de *Achterhoekse gehaktbal* (100%) en het *volkorenbroodje kipburger* (89%) positief beoordeeld. Ook waren mensen enthousiast over het *zelfgemaakte ijsje* (78%).

Bij Vordens Tennis Park waren bezoekers over het algemeen minder enthousiast over de voorgestelde producten. De alternatieve tosti (36%), notenreep (36%) en het alcoholarm speciaalbier (33%) werden het beste ontvangen.

Gemiddeld stemden meer bezoekers van Halmac Halle op 'ja, zou ik kopen' voor de top 3 productideeën. Wanneer er bij Halmac Halle niet 'ja' werd gestemd, werd er relatief vaak aangegeven dat bezoekers producten 'misschien' zouden kopen (32%). Bij Vordens Tennis Park was dit niet het geval, wanneer bezoekers niet 'ja' stemden, stemden deze relatief weinig 'misschien' (9%). Er lijkt dus minder interesse te zijn in de productideeën bij Vordens Tennis Park. Dit zou kunnen wijzen op een minder open houding ten aanzien van aanpassingen in kantineaanbod, of op minder goed aansluiten van de productideeën op voorkeuren van kantinebezoekers. Op basis van de cijfers van deze klein groep kan hier geen verdere uitspraak over worden gedaan.

Tabel 9. Beoordeling productideeën bij sportkantines

Productideeën Halmac Halle	Zou je dit product kopen?		
	Ja	Misschien	Nee
Achterhoekse gehaktbal/burger (gemaakt van groent en vlees uit de regio)	9 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
Volkoren kipburger	8 (89%)	0 (0%)	1 (11%)
Zelfgemaakte ijsjes (bijv. van ranja of yoghurt drink)	7 (78%)	1 (11%)	1 (11%)
(Maaltijd)soep	1 (11%)	5 (56%)	3 (33%)
Kwark evt. met topping (bijv. muesli of noten)	0 (0%)	2 (22%)	7 (78%)
(Appel)sap met bruiswater	0 (0%)	5 (55%)	4 (44%)
Productideeën Vordens Tennis Park	Zou je dit product kopen?		
	Ja	Misschien	Nee
Alternatieve tosti (bijv. vlam tosti met gehakt en groente)	4 (36%)	0 (0%)	7 (64%)
Notenreep	4 (36%)	1 (9%)	6 (55%)
Alcoholarm speciaal bier (uit de regio)	4 (33%)	1 (8%)	7 (58%)
(Appel)sap met bruiswater	2 (17%)	0 (0%)	10 (83%)
Zakje popcorn	1 (8%)	0 (0%)	11 (92%)

Samenvatting van voorkeuren en behoeften bezoekers

Op basis van de gesprekken met bezoekers en de ingevulde posters valt op dat er verschillen zijn tussen wat bezoekers aangeven belangrijk te vinden en hoe zij de concrete productideeën beoordelen. Gezondheid scoorde bijvoorbeeld relatief hoog bij Vordens Tennis Park, maar er lijkt weinig interesse te zijn in de gezonde productideeën die zijn voorgelegd. Bij duurzaamheid lijkt het tegenovergestelde te gebeuren; bezoekers van Halmac Halle geven aan duurzaamheid niet belangrijk te vinden, maar kozen wel unaniem voor een product met duurzame insteek: de Achterhoekse hybride gehaktbal. Dit suggereert dat bezoekers geen of minder moeite hebben met duurzame producten als deze lekker lijkt voor hen.

Een ander belangrijk inzicht is dat het motief voor het kantinebezoek verschilt per locatie. Bij Halmac Halle is het gebruik van de kantine vooral functioneel; om iets te eten of te drinken. Bij Vordens Tennis Park heeft het kantinebezoek voornamelijk een sociale functie. Het aanbod van beide kantines lijkt ook aangepast op deze motieven. Bij Halmac Halle zijn relatief meer opties

voor broodjes, bij Vordens Tennis Park zijn er speciale frisdranken en bittergarnituur. Hoewel beide kantines een klein aanbod hebben, bepalen de gewoontes waar het aanbod op gericht is.

Tot slot valt op dat, ondanks dat de productideeën zijn opgesteld op basis van de observaties, alle ideeën wisselend worden ontvangen. Dit laat zien dat het belangrijk is om bij het aandraagen van aanpassingen het kantinepersoneel en de bezoekers actief te betrekken en op basis van hun feedback verder te werken aan veranderingen.

4.3.2 Haalbaarheid van aanpassingen vanuit kantineperspectief

Waar in de vorige paragraaf de voorkeuren van bezoekers centraal stonden, richt dit onderdeel zich op de haalbaarheid van aanpassingen vanuit de kantineorganisatie zelf. Voor het invoeren van gezondere en duurzame producten is niet alleen draagvlak nodig, maar dienen de aanpassingen ook praktische uitvoerbaarheid te zijn.

Inzicht in de haalbaarheid vanuit het perspectief van het kantinepersoneel is verkregen door gesprekken met een bestuurslid, de verantwoordelijken voor inkoop en een vrijwilliger. Daarnaast zijn de resultaten uit de eerder uitgevoerde kantinescan meegenomen. Op basis hiervan worden de verwachte belemmeringen bij invoering van de voorgestelde productideeën en voorwaarden voor succesvolle productaanpassingen besproken.

Belemmeringen voorgestelde productideeën

Uit gesprekken met de betrokkenen van de kantine komen verschillende belemmeringen naar voren bij de voorgestelde productideeën. De meest benoemde belemmering die zij zien voor de invoering is de prijs en beschikbaarheid. Beide kantines hebben een uitgedacht inkoopproces, waarbij producten worden afgenomen bij vaste leveranciers zoals een supermarkt of groothandel. Doordat hun inkoopproces efficiënt is, hebben ze weinig derving van producten. Bovendien kost de inkoop op deze manier zo min mogelijk inspanning. Wanneer het inkoopproces moet worden aangepast door een nieuw product van een andere leverancier toe te voegen, wordt dit door vrijwilligers omschreven als ‘veel gedoe’. Bij Vordens Tennis Park wordt bijvoorbeeld opgemerkt dat het inkopen van een alcoholarm speciaalbiertje uit de regio niet mogelijk is via de reguliere supermarkt, maar dat moet worden gezocht naar een aanbieder. Hiermee moeten dan nieuwe afspraken gemaakt worden over inkoop en levering. Deze zorg werd ook genoemd bij Halmac Halle, waar voor het invoeren van het volkorenbroodje kipburger een andere slager gezocht zou moeten worden. Voor beide kantines zorgt het toevoegen van een nieuw product voor extra werk en organisatie, wat zij liever voorkomen.

Dit praktische bezwaar hangt grotendeels samen met de kostprijs van de productideeën. Bij beide kantines wordt aangegeven dat de inkoopprijs van producten hoog ligt, en dat zij vermoeden dat bezoekers niet bereid zijn om hoge prijzen te betalen voor de producten. Wanneer er wordt gekeken naar de uitkomsten van de betalingsbereidheid van de posters, lijkt deze inschatting te worden bevestigd. **Tabel 9** laat per product zien welke prijscategorie door de meeste bezoekers is gekozen.

Tabel 9. Meest gekozen prijscategorieën bij productideeën

Productideeën Halmac Halle	Meest genoemde prijscategorie
Achterhoekse gehaktbal/burger (gemaakt van groent en vlees uit de regio)	€3,00-€4,00
Volkorenbroodje kipburger	€3,00-€4,00
Zelfgemaakte ijsjes (bijv. van ranja of yoghurt drink)	€0,50-€1,00
(Maaltijd)soep	€3,00-€4,00
Kwark evt. met topping (bijv. muesli of noten)	€1,00-€2,00
(Appel)sap met bruiswater	€1,00-€1,50
Productideeën Vordens Tennis Park	Meest genoemde prijscategorie
Alternatieve tosti (bijv. vlam tosti met gehakt en groente)	€2,00-€3,00
Notenreep	€0,50-€1,00
Alcoholarm speciaal bier (uit de regio)	€2,00-€3,00
(Appel)sap met bruiswater	€0,50-€1,00
Zakje popcorn	€0,50-€1,00

Hoewel de gekozen prijscategorieën veelal aansluiten bij de bestaande prijzen in het aanbod (een tosti kost bijvoorbeeld €2,50 bij Vordens Tennis Park en een gehaktbal kost €3,50 bij Halmac Halle), zijn deze prijzen relatief laag vanuit inkoop perspectief. Voor sommige productideeën is het prijsniveau misschien wel haalbaar, maar blijft de winstmarge alsnog beperkt. Wanneer er ook nog extra inkoop aanpassingen bij komen kijken, weegt de winst van het ingevoerde product amper of niet op tegen de praktische lasten van de kantines.

Een andere belemmering die wordt genoemd in de gesprekken is de lage omloopsnelheid van de producten, doordat er beperkt gebruik wordt gemaakt van de kantine. Beide kantines hebben bewust een klein aanbod met producten die lang houdbaar zijn of kunnen worden ingevroren. Bij het toevoegen van een nieuw product moeten de verkoopcijfers opnieuw worden ingeschat en brengt het risico met zich mee dat producten niet of minder worden verkocht. Ook de bereiding moet eenvoudig en snel zijn. Hoewel veel van de voorgestelde producten hierop aansluiten, kost

ook het op de hoogte brengen van vrijwilligers tijd en inzet. Vooral bij Vordens Tennis Park wordt benadrukt dat de bereiding praktisch geen extra tijd of uitleg mag kosten.

Tot slot uiten de betrokkenen van de kantines hun twijfel over de interesse in de nieuwe producten. Hoewel de bezoekers enthousiast reageren op sommige productideeën, verwachten de kantines dat dit tijdelijk is of dat hun koopgedrag niet veranderd. Als de verkoop uiteindelijk toch tegenvalt, kan dit weer leiden tot extra verspilling en onnodige tijd en moeite.

Voorwaarden voor succesvolle aanpassingen

Ondanks dat er verschillende belemmeringen worden ervaren bij het invoeren van nieuwe producten in de sportkantine, geeft dit ook inzichten in wat er wél mogelijk is. Op basis van deze gesprekken en observaties zijn er een aantal voorwaarden te noemen die belangrijk zijn voor het invoeren van aanpassingen.

Een eerste voorwaarde is dat de nieuwe producten passen binnen het bestaande inkoopproces. De nieuwe producten zijn idealiter in te kopen bij hun huidige leveranciers. Producten die alleen op specifieke plekken kunnen worden ingekocht kosten extra tijd en moeite voor de kantine organisatie en worden daarom als minder haalbaar gezien.

Een tweede voorwaarde is dat nieuwe producten houdbaar zijn of kunnen worden ingevroren. Door de beperkte omloop van producten is er geen ruimte voor verse producten. Wanneer producten lang houdbaar zijn of kunnen worden ingevroren, kan verspilling worden voorkomen.

Daarnaast is de prijs een belangrijke afweging. Beide kantines geven aan dat winst maken niet het hoofddoel is, maar dat het wel belangrijk is dat de winstmarge ruim genoeg is. De producten die worden toegevoegd moeten hier dan ook aan voldoen. Zelfs als de kantines enthousiast zijn over het product, moeten de kosten opwegen tegen de (praktische) baten.

Tot slot is het belangrijk dat de producten langdurig aantrekkelijk zijn voor de bezoekers. Er wordt benoemd dat er geen structurele veranderingen kunnen worden gemaakt als de interesse slechts tijdelijk is.

4.3.3 Samenvatting

De resultaten in dit hoofdstuk laten zien dat er onder bezoekers van beide sportkantines interesse is in een aantal van de voorgestelde duurzame en gezonde productideeën. De productideeën en voorkeuren hierin verschillen per kantine, onder andere gerelateerd aan de functie van de kantine. Bij Halmac Halle is het bezoek aan de kantine voornamelijk functioneel, waar bij Vordens Tennis Park de kantine een meer sociale functie lijkt te hebben.

Uit de gesprekken met de bestuursleden en andere betrokkenen bij de kantine blijkt dat de productaanpassingen gepaard gaan met een aantal belemmeringen. De zorgen over winstgevendheid, het aanpassen van het inkoopproces en de beperkte bereidingsmogelijkheden maken dat de productaanpassingen nog niet als volledig haalbaar worden gezien.

Desondanks laten de resultaten zien dat er ook kansen zijn. Met name producten die eenvoudig te bereiden zijn, houdbaar zijn, passen binnen de prijscategorie en via bestaande inkoopprocessen beschikbaar zijn, zijn mogelijk succesvol bij de kantines.

4.4 Kansen en uitdagingen implementatie

Om strategieën voor een gezonder en duurzamer voedingsaanbod te kunnen implementeren in sportkantines in de gemeente Bronckhorst, is het belangrijk om inzicht te hebben in welke factoren daarbij helpen en wat uitdagingen zijn. In dit hoofdstuk worden kansen en uitdagingen besproken op basis van de expertinterviews en vergeleken met inzichten uit de praktijk die zijn verkregen via observaties en de gesprekken met bezoekers, het bestuur en kantinevrijwilligers.

4.4.1 Kansen en uitdagingen volgens experts

Beide experts geven aan dat er in sportkantines mogelijkheden zijn voor een gezonder en duurzamer aanbod. Tegelijkertijd benadrukken zij ook dat het belangrijk is om rekening te houden met verschillende uitdagingen en geven zij tips om met deze uitdagingen om te gaan.

Uitdagingen

Sportkantines draaien vaak op basis van vrijwilligers die beperkt tijd hebben om zich bezig te houden met thema's als duurzaamheid en gezondheid. Er is daarom mogelijk een gebrek aan kennis over duurzaamheid (bijvoorbeeld wat duurzame producten zijn). Volgens beide experts zijn vrijwilligers vaak terughoudend als het gaat om aanpassen van taken, zeker wanneer deze als extra werk worden ervaren. Daarnaast speelt het idee bij kantines dat een gezonder en duurzamer aanbod meer moeite kost, wat kan leiden tot weerstand. Ook is er de angst dat de omzet daalt bij het invoeren van gezondere en duurzame alternatieven. Er is dus een risico dat aanpassingen in eerste instantie met terughoudendheid worden ontvangen vanuit de kantines.

Een andere belangrijke uitdaging die wordt genoemd is de kantinecultuur. Deze cultuur bestaat vaak uit bepaalde producten die gewoonlijk gegeten of gedronken worden en die horen bij de sportkantine. Er kan bijvoorbeeld gedacht worden aan snoepzakjes, een gehaktbal of een bepaald biermerk. Deze producten hangen soms samen met de identiteit van de kantine. Het is daarom belangrijk om veranderingen niet te richten op deze producten, maar te zoeken naar aanpassingen van producten die niet samenhangen met traditie en gewoonte.

Ook kan de inkoop een belemmering vormen voor kantines. Veel kantines werken met vaste leveranciers, zoals groothandels of supermarkten. Vaak zijn er ook contracten met daarin afspraken over de afname. Bij deze leveranciers zijn gezonde of duurzame producten vaak niet beschikbaar, en als ze wel beschikbaar zijn, liggen de prijzen vaak hoger. Een alternatief zou zijn om de producten ergens anders in te kopen, maar dit gaat weer gepaard met extra tijd en moeite wat meestal niet haalbaar is met vrijwilligers.

De genoemde uitdagingen sluiten veel aan bij de uitdagingen die in de praktijk zijn geobserveerd (zie paragraaf 4.2), en laten zien dat het belangrijk is om met contextspecifieke aanpassingen aan de slag te gaan bij de kantines.

Kansen

Ondanks deze uitdagingen zien experts ook verschillende kansen voor een gezonder en duurzamer voedingsaanbod in sportkantines. Een van de belangrijkste inzichten uit de interviews is dat kleine, haalbare stappen meer kans van slagen hebben. Wanneer de stappen concreet worden gemaakt, wordt angst weggenomen bij kantines dat het extra inspanning of verlies van omzet kost, dit kan meer openheid om aan de slag te gaan creëren. Experts benoemen als kleine stappen het invoeren van één product, portiegrootte aanpassen of gezonde

en duurzame opties aantrekkelijker presenteren. Om de weerstand bij kantines te verkleinen, is het belangrijk om in gesprek te gaan en de kantine goed te leren kennen.

Een kans die hierbij aansluit, is om te zorgen voor draagvlak voor de veranderingen bij de verenigingen. Een van de expert benoemde het belang om daarbij niet alleen draagvlak te krijgen vanuit het bestuur, maar ook te zorgen dat er steun is vanuit de vrijwilligers en bezoekers. Het bestuur moet de meerwaarde zien van de aanpassingen (bijv. financieel haalbaar), het moet voor de vrijwilligers makkelijk uitvoerbaar zijn en de bezoekers moeten de producten willen kopen.

Tot slot geven beide experts als kans om in te zetten op enthousiasme en te benadrukken wat al goed gaat. Door verder te werken op bestaande successen voelen kantines mogelijk meer erkenning en daardoor motivatie om verdere stappen te zetten. Ook kan het bijdragen aan een gevoel van haalbaarheid. Daarnaast wordt het versterken van lokale samenwerkingen als motivator benoemd. Binnen het bestaande netwerk van de vereniging (zoals sponsors of leden) kunnen samenwerkingen worden opgezet die ondersteunen bij veranderingen, bijv. door lagere prijzen voor de producten. Naast de praktische ondersteuning kunnen deze samenwerkingen ook zorgen voor motivatie en betrokkenheid bij de vereniging.

4.4.2 Kansen en uitdagingen uit de praktijk

De inzichten uit de praktijk bevestigen veel van de inzichten van de experts. Zo wordt er bij kantines aangegeven dat ze tevreden zijn over hun huidige inkoop. Het aanpassen hiervan wordt door vrijwilligers als extra moeite en gedoe ervaren. Net als in de expertinterviews wordt er benoemd dat zij verwachten dat het extra werk met zich mee brengt, waardoor zij wat terughoudend zijn met het invoeren van deze veranderingen.

Ook komt er bezorgdheid over de omzet naar voren uit de observaties. Vrijwilligers geven aan dat ze verwachten dat gezondere en duurzamere producten duurder zijn om in te kopen, en deze daarom financieel niet haalbaar zijn. Ook zetten zij hun twijfels bij de daadwerkelijke verkoop van de producten. De combinatie van onzekerheid over de verkoop, beperkte inkoopmogelijkheden en verwachte kosten, maakt dat het voor de kantines niet aantrekkelijk is om deze producten in te voeren.

Verder komt de kantinecultuur zoals benoemd in de expertinterviews ook terug tijdens de observaties. Bij Halmac Halle wordt er vaak wat gegeten en gedronken, daar horen voor hen broodjes met beleg als braadworst of gehaktbal bij. Bij Vordens Tennis Park lijkt er sprake te zijn van een borrelcultuur, waarbij teamgenoten na het sporten samen wat drinken en hier snacks bij eten. In beide gevallen hoort de cultuur bij de vereniging. Verandering in het assortiment zullen daarom moeten passen binnen deze cultuur, zodat niet het gevoel wordt gegeven dat er iets van hen 'wordt afgepakt'.

De kansen die de experts benoemen sluiten aan bij wat als kansen gezien worden in de praktijk. Vrijwilligers geven aan dat ze de behoefte hebben aan eenvoudige, concrete en makkelijk uitvoerbare aanpassingen. Deze producten moeten houdbaar zijn, eventueel kant- en klaar of in ieder geval minimale bereiding vereisen. Dit sluit aan bij het advies van de experts om te beginnen met laagdrempelige veranderingen die passen bij de organisatie van de kantine.

4.4.3 Samenvatting

De bevindingen in dit hoofdstuk laten zien dat implementeren van een gezonder en duurzamer aanbod in de sportkantines verschillende kansen biedt, maar ook gepaard gaat met een aantal uitdagingen. Er zijn verschillende praktische belemmeringen zoals prijs, aanpassen van de inkoop en extra werk. Toch zijn er verschillende kansen die deze uitdagingen verminderen, zoals het zetten van kleine, concrete stappen en aan te sluiten bij wat al goed gaat. Deze inzichten zijn dragen bij aan een praktisch en haalbaar advies.

5. Discussie

Het doel van dit onderzoek was om te achterhalen welke kansen en uitdagingen er zijn voor het implementeren van een gezonder en duurzamer voedingsaanbod in sportkantines in de gemeente Bronckhorst. De resultaten laten zien dat er kansen zijn voor een gezonder en duurzamer voedingsaanbod in de sportkantines, maar dat het belangrijk is om de lokale context van de sportkantines in de gemeente Bronckhorst hierin mee te nemen.

Een opvallend bevinding is dat beide onderzochte sportkantines werken met een klein en vooral houdbaar assortiment. Dit komt door factoren zoals een lage omloopsnelheid, beperkte voorzieningen en beperkte tijd die zij tot hun beschikking hebben. Hierdoor sluiten algemene adviezen en strategieën die naar voren kwamen in de literatuur, expertinterviews en richtlijnen van het Voedingscentrum, niet altijd aan op de praktijk in deze sportkantines. Veel van de adviezen zijn in theorie simpel (bijvoorbeeld het toevoegen van groente aan een broodje), maar zijn in de praktijk voor deze kantines lastig uitvoerbaar door de beperkingen van het kleine aanbod (zoals in dit voorbeeld houdbaarheid van de groente). Daarnaast geven betrokkenen van de kantines aan dat het invoeren van nieuwe producten risico's met zich meebrengt: als producten niet worden verkocht, leidt dat snel tot verspilling en minder winst. Dit is zowel vanuit duurzaamheids- en financieel oogpunt niet wenselijk. Deze praktische belemmeringen komen overeen met eerdere literatuur, zoals het onderzoek van Steenbergen, Boers en Lovink (2016), waarin soortgelijke belemmeringen werden gevonden bij de implementatie van een gezond aanbod in sportkantines. Zij adviseren het instellen van een proeffase om de verkopen te analyseren, en het inzetten van subsidieregelingen om eventuele verliezen op te vangen. Dit laat het belang zien van het vertalen van algemene richtlijnen naar stappen die haalbaar zijn voor de lokale sportkantines, waarbij er aandacht is voor de praktische uitvoerbaarheid.

In dit onderzoek zijn verschillende productideeën ontwikkeld waarin zowel inzichten uit de literatuur als uit de praktijk zijn samengenomen. De productideeën zijn specifiek afgestemd op de mogelijkheden en beperkingen van de deelnemende sportkantines. De toetsing van deze productideeën bij de kantines laat zien dat er draagvlak is onder bezoekers van de kantines voor een aantal duurzamere en gezondere productideeën. Producten zoals de Achterhoekse hybride gehaktbal en een alcoholarm speciaalbier uit de regio werden positief ontvangen. Opvallend hierbij is dat de voorkeuren voor de productideeën niet altijd overeenkomen met de overtuigingen die bezoekers benoemden. Zo werd bij Vordens Tennis Park gezondheid vaak genoemd als belangrijk, maar leek er over het algemeen minder interesse te zijn in de productideeën dan bij Halmac Halle. Deze bevinding lijkt verklaarbaar door de zogenoemde attitude-behaviour gap, waarbij mensen aangeven gezondheid en duurzaamheid belangrijk te vinden, maar daar in hun gedrag niet altijd naar handelen (Hoek et al., 2021; Vandenbroele et al., 2021).

Bij Halmac Halle leek de attitude-behaviour gap omgekeerd te werken: mensen kozen hier unaniem voor een duurzaam product (de Achterhoekse hybride gehaktbal), terwijl ze aangaven weinig waarde te hechten aan duurzaamheid. Dit resultaat suggereert dat bezoekers wel bereid zijn om duurzame producten te kiezen, als deze aansluiten bij hun voorkeuren zoals smaak, uiterlijk of eetgewoontes. Mogelijk speelde in dit specifieke geval ook de regionale identiteit van de Achterhoek een positieve rol. Dit voorbeeld impliceert dat als bezoekers een product als

aantrekkelijk zien, zij er geen moeite mee hebben dat een product daarnaast duurzaam of gezond is. Het zou kunnen zijn dat via dit mechanisme ook de voorkeuren bij Vordens Tennis Park kunnen worden verklaard. Hoewel gezondheid belangrijk is voor de bezoekers, moeten de gezondere alternatieven aantrekkelijk genoeg blijven om gekozen worden. Mogelijk waren de voorgestelde productideeën niet aantrekkelijk genoeg, en was er daarom weinig interesse in.

Deze inzichten doen vermoeden dat een product expliciet neerzetten als ‘gezond’ of ‘duurzaam’ wellicht niet het gewenste effect heeft. In plaats daarvan lijkt het effectiever om de aantrekkelijke eigenschappen van het product, zoals smaak of herkomst, te benadrukken. Dit sluit aan bij onderzoek van Erhard, Jahn en Boztug (2024), waaruit blijkt dat het benadrukken van smaak effectiever is dan het benadrukken van duurzaamheid wanneer consumenten hun keuze baseren op eetbeleving. Voor de praktijk betekent dit dat het mogelijk effectiever is om producten te presenteren als ‘lekker’ en ‘lokaal’ om de keuze hiervoor te stimuleren. Het zou interessant zijn om in vervolgonderzoek te onderzoeken hoever consumenten bereid zijn te compenseren op smaak of prijs in ruil voor een gezonder of duurzamer product. Bijvoorbeeld: accepteren mensen een iets minder lekkere snack als deze gezonder is, en hoe verandert deze acceptatie als de prijs hoger of lager wordt.

Hoewel er draagvlak is vanuit de bezoekers van de sportkantines voor verschillende gezondere en duurzame productideeën, zien bestuursleden en vrijwilligers van de kantine een aantal belemmeringen voor implementatie. Productideeën zijn voor hen niet haalbaar wanneer deze duurder zijn dan het reguliere aanbod, niet passen binnen hun bestaande inkoopproces of veel bereidingstijd kosten. Er wordt aangegeven dat gezonde en duurzame producten vaak niet aanwezig zijn op de plekken waar er wordt ingekocht, of dat deze duur zijn om in te kopen. Zelfs als kantines open staan voor verandering, kan deze belemmering ervoor zorgen dat er in de praktijk niks wordt aangepast. Een mogelijke oplossing hiervoor is het verkennen van alternatieve inkoopmogelijkheden voor sportkantines, die duurzaam en gezond voedsel wel toegankelijk maken. Een voorbeeld waar een alternatieve vorm van inkoop is toegepast is het ‘Food for Care’ initiatief, waarbij werd onderzocht hoe lokale voedselbedrijven kunnen leveren aan ziekenhuizen. Hierbij werden lokaal geproduceerde producten gebundeld in zogenaamde ‘food hubs’ in de regio, vanuit waar distributie plaatsvond naar betrokken zorginstellingen en bedrijven (Alsem, 2024). Hoewel de context anders is dan bij de sportkantines in de gemeente Bronckhorst, laat dit voorbeeld zien dat het mogelijk is om collectieve inkoopstructuren op te zetten die duurzamer voedsel toegankelijk maken.

Het zou daarom interessant zijn om te verkennen of er op lokaal of regionaal niveau samenwerking mogelijk is met andere kantines, lokale boeren of andere ondernemers. Door gezamenlijk in te kopen kunnen drempels als beschikbaarheid en de prijs mogelijk worden verlaagd. Er kan bijvoorbeeld een vervolgonderzoek worden opgezet waarbij wordt verkend welke vormen van samenwerking in de gemeente Bronckhorst mogelijk zijn en welke ondersteuning kantines nodig hebben om dit te organiseren.

In dit onderzoek is gekozen voor een combinatie van methoden: een literatuurverkenning, interviews met experts, observaties op locatie, gesprekken met betrokkenen, en een visuele toetsing van productideeën via posters. Deze combinatie van methoden waarin zowel theoretische kennis als praktijkinzichten zijn meegenomen, heeft geleid tot context specifieke bevindingen voor de gemeente Bronckhorst.

Een belangrijke beperking ligt in omvang van deelnemers aan dit onderzoek. Slechts twee sportkantines deden mee, en het aantal ingevulde posters en gesprekken per kantine waren relatief laag. Beide kantines zijn bovendien gericht op vrij individuele sporten, namelijk tennis en motorcross. Het is aannemelijk dat sportkantines van teamsporten, andere behoeften en bezoekersgroepen hebben. Hierdoor is het mogelijk dat bepaalde relevante inzichten gemist zijn. Daarnaast is bij de toetsing van de productideeën geen onderscheid in kenmerken van de respondenten zoals leeftijd, geslacht of specifieke doelgroep. Het kan zijn dat hierdoor bepaalde perspectieven (bijv. die van ouders van kinderen) niet zijn meegenomen. De resultaten van de toetsing bij de kantines zijn daardoor slechts indicatief en niet generaliseerbaar naar andere sportkantines of brede doelgroepen.

Daarnaast heeft de uitvoering van de toetsing met posters mogelijk geleid tot sociaal wenselijke antwoorden. Doordat de onderzoeker aanwezig was bij het invullen van de posters, bestaat de kans dat deelnemers positiever hebben gereageerd dan zij zouden hebben gedaan als zij anoniem hadden kunnen antwoorden. Een alternatieve aanpak als een (digitale) vragenlijst had deze bias misschien verminderd.

Tot slot is er in dit onderzoek alleen gekeken naar voorkeuren en intenties voor gezondere en duurzame producten, zonder daarbij objectieve gegevens als daadwerkelijke verkoopcijfers te gebruiken. Hoewel respondenten aangaven bepaalde productideeën te kopen, blijft het onzeker of zij dit in de praktijk ook daadwerkelijk zullen doen. Vervolgonderzoek waarin productaanpassingen daadwerkelijk worden ingevoerd en waarbij verkoopcijfers worden geanalyseerd zouden daarom een waardevolle aanvulling zijn op dit onderzoek.

6. Adviezen

Op basis van de literatuur, observaties en producttoetsing worden hieronder praktische en haalbare adviezen gegeven om het aanbod in de sportkantines gezonder en duurzamer te maken. De nadruk ligt op kleine, uitvoerbare stappen die passen bij de organisatie van sportkantines in de gemeente Bronckhorst

6.1 Advies aan sportkantines

Advies 1: Start met het invoeren van kleine productaanpassingen:

- Bied gratis water aan in een waterkan.
- Bied (gratis) fruit aan.
- Vervang één bestaand broodje door een volkorenvariant met gezonder of duurzamer beleg (bijv. tosti met ham/kaas door volkoren tosti met kipfilet en 30+ kaas).
- Koop producten waar mogelijk in met een duurzaamheidskeurmerk. Bijv. de kroket met een Beter-Leven keurmerk (verkrijgbaar via de supermarkt).
- Gebruik de *Eetwissels* van het Voedingscentrum als inspiratie voor aanpassingen (bijv. gehaktbal naar kipdrumstick).

Kleine veranderingen zijn laagdrempelig. Tip: Deze aanpassingen kunnen eerst getest worden tijdens evenementen of toernooien. Zo hoeft het reguliere aanbod niet direct structureel te veranderen.

Advies 2: Maak gezonde en duurzame keuzes aantrekkelijker

- Plaats water/suikervrije frisdrank of andere gezonde en duurzame opties op ooghoogte.
- Bied kleinere porties aan van ongezonde producten (bijv. kleine candybars of een kleine patat).
- Stel combinatie aanbiedingen (combideal) op met daarin een gezondere of duurzame productoptie. Denk bijvoorbeeld aan een broodje uit het huidige assortiment met daarbij een gezondere drankenoptie als water of suikervrije frisdrank.

Deze acties vergen geen aanpassing van het aanbod zelf, maar sturen wel het keuzegedrag van bezoekers.

Advies 3: Verken de invoering van de specifieke productideeën

- Voeg één of meer van de volgende productideeën toe aan het assortiment.
- Begin kleinschalig, bijvoorbeeld als tijdelijke proef of tijdens een evenement.
- Verken waar de producten kunnen worden ingekocht en hoe ze houdbaar kunnen worden opgeslagen.

Advies 3 gaat verder op de volgende pagina

Productideeën met draagvlak

Productidee	Kantine	Advies
Achterhoekse hybride gehaktbal	Halmac Halle	Promoot dit artikel als lokaal en lekker in plaats van duurzaam.
Volkorenbroodje kipburger	Halmac Halle	Vervang één bestaand broodje door deze gezondere variant.
Zelfgemaakt ijsje van zero ranja / magere yoghurt drank	Halmac Halle	Vries de ijsjes in een ijsvorm met een houten stokje en presenteer een aantal losse ijsjes in de diepvries in de kantine.
Alternatieve tosti met volkorenbrood	Vordens Tennis Park	Voeg deze tosti toe aan het assortiment. Maak deze met volkorenbrood en een gezonder en duurzamer beleg (zoals pittige gehakt en groente of kipfilet en 30+ kaas)
Notenreep	Vordens Tennis Park	Voeg een notenreep toe aan het assortiment, deze kan worden ingekocht bij de supermarkt.
Alcoholarm speciaalbier uit de regio	Vordens Tennis Park	Biedt tijdens de borrel (bijv. bij evenementen of toernooien) een alcoholarm speciaalbier aan afkomstig uit de Achterhoek.

Kansen en haalbaarheid

Begin met het invoeren van de volgende productideeën:

- Zelfgemaakte ijsjes (houdbaar, relatief weinig bereiding, inkoop ranja bij supermarkt)
- Notenreep (houdbaar, geen bereiding, inkoop bij supermarkt)

Productideeën die lang houdbaar, kant-en klaar of makkelijk te bereiden zijn en via bestaande inkoopkanalen kunnen worden gekocht passen het beste bij de sportkantines.

Andere ideeën (zoals de Achterhoekse gehaktbal) vragen mogelijk meer voorbereiding bij de sportkantines. Hier is het verstandig om eerst te verkennen:

- Waar ze ingekocht kunnen worden en hoe dit past binnen het bestaande inkoopproces (supermarkt, groothandel, lokale producent).
- Hoe de producten (gekoeld of bevroren) bewaard kunnen worden.

Ondersteuning mogelijk

Kantines kunnen gebruik maken van de (kosteloze) ondersteuning van de JOGG-regisseur of Achterhoek Food om de invoering van de productideeën verder te verkennen of advies in te winnen over andere passende producten.

- De JOGG-regisseur kan meedenken over het toepassen van gezondere producten, presentatie en gedragsstrategieën.
- Achterhoek Food kan meedenken over het vinden van lokale leveranciers, duurzame producten en inspirerende voorbeelden uit de regio.

6.2 Advies aan betrokken partijen

De resultaten van dit onderzoek laten zien dat sportkantines in de gemeente Bronckhorst openstaan voor een gezonder en duurzamer voedingsaanbod. Er is draagvlak voor kleine, haalbare stappen. Tegelijkertijd ervaren de sportkantines verschillende praktische belemmeringen bij het zetten van deze stappen, zoals beperkte tijd, onzekerheid over de verkoop en weinig ruimte om af te wijken van hun huidige inkoopstructuur.

Omdat sportkantines beperkte middelen en tijd hebben, kan ondersteuning van andere partijen helpen om deze belemmeringen te verkleinen. Gemeente Bronckhorst, Achterhoek Food en JOGG kunnen hier een waardevolle rol in spelen. Op basis van de resultaten zijn er drie thema's waarin deze partijen sportkantines kunnen ondersteunen: het faciliteren van kleine, haalbare aanpassingen; het stimuleren van pilots of proeverijen en het verkennen van alternatieve inkoopmogelijkheden en samenwerking.

Advies 1: Faciliteer kleine en haalbare aanpassingen in de praktijk

Kantines hebben behoefte aan haalbare, aanpassingen die passen binnen hun organisatie. Kleine stappen kunnen leiden tot een succesgevoel, wat weer verdere enthousiasme kan opwekken bij de sportkantines.

- Ondersteun laagdrempelige productaanpassingen zoals quick wins van het Voedingscentrum. Er kan gedacht worden aan:
 - Het (gedeeltelijk) subsidiëren van gezondere en duurzamere producten (bijv. ijsvormen of notenrepen). – Gemeente Bronckhorst
 - Het ondersteunen van eenmalige acties tijdens een evenement, bijvoorbeeld het aanbieden van gratis fruit en groente tijdens een toernooi. – Gemeente Bronckhorst
- Bied adviezen voor productaanpassingen passend bij een kantine met een klein aanbod en lage productomloop. Bijvoorbeeld:
 - Stel adviezen op met daarin gezonde houdbare, kant- en klare producten. – JOGG
 - Stel een lijst met gezonde en duurzame productopties op die passen bij toernooien of evenementen. – JOGG en Achterhoek Food
- Geef educatie over duurzame keuzes. Bijvoorbeeld door:
 - Een lijst aan te bieden met duurzame producten (bijv. groente en fruit per seizoen) – Achterhoek Food
 - Een lijst aan te bieden van duurzame keurmerken en bij welke supermarkt of leverancier deze kunnen worden ingekocht – Achterhoek Food
 - Het aanbieden van recepten voor duurzame gerechten (bijv. een maaltijdsoep) – Achterhoek Food

Advies 2: Zet een pilot of proeverij op met één duurzaam en gezond product

Een proeverij of pilot kan bezoekers kennis laten maken met een duurzaam en gezond product, zonder dat hier risico's aan zitten voor de sportkantine. Er kan daarnaast verder onderzocht worden wat het daadwerkelijke draagvlak is voor het product. De uitkomsten hiervan kunnen als inspiratie worden gebruikt bij andere kantines.

- Organiseer een proeverij met de Achterhoekse hybride gehaktbal bij Halmac Halle – Gemeente Bronckhorst, JOGG en Achterhoek Food
 - Waarbij Achterhoek Food samen met een leverancier de Achterhoekse hybride gehaktbal kan aanleveren.
 - Laat de proeverij aansluiten bij een bestaande bijeenkomst zoals een leernetwerk of informatiebijeenkomst.
- Zet een pilot op de Achterhoekse hybride gehaktbal bij Halmac Halle, waarbij dit product tijdelijk wordt toegevoegd aan het assortiment. Zo kan de daadwerkelijke interesse en praktische haalbaarheid verder onderzocht worden. – Gemeente Bronckhorst, JOGG en Achterhoek Food

Advies 3: Verken alternatieve inkoopmogelijkheden

Sportkantines geven aan dat zij beperkte tijd en kennis hebben om gezonde en duurzame producten in te kopen. Vaak is onduidelijk waar deze producten beschikbaar zijn. Daarnaast worden gezonde producten bij groothandels vaak als duur ervaren. Door de inkoop slimmer te organiseren (zoals lokale netwerken, centrale afspraken of gezamenlijk inkoop), kunnen gezonde en duurzame keuzes inkopen aantrekkelijker worden voor sportkantines.

- Maak landelijke afspraken met groothandels over gezondere producten – JOGG
 - Onderhandel met leveranciers over een passend assortiment voor sportkantines (bijv. houdbare snacks of gezondere drankopties).
 - Zet in op aantrekkelijke prijzen en eenvoudige levering.
- Vergroot de vindbaarheid van duurzame en lokale producenten – Achterhoek Food
 - Stel een overzicht op van regionale leveranciers die leveren aan sportkantines (bijv. lokale slagers, bakkers, fruittelers).
 - Onderzoek mogelijkheden voor gezamenlijke inkoop of gebundelde levering tussen meerdere verenigingen.
- Ondersteun samenwerking en kennisdeling op lokaal niveau – Gemeente Bronckhorst
 - Breng sportverenigingen in contact met elkaar om succesvolle voorbeelden van alternatieve inkoop te delen.
 - Organiseer (of faciliteer) gesprekken met lokale supermarkten, producenten of voedselcoöperaties over levering aan sportverenigingen.
 - Stimuleer een netwerk waarin vraag en aanbod regionaal bij elkaar worden gebracht, eventueel via bestaande initiatieven zoals Achterhoek Food.

7. Conclusie

Dit onderzoek had als doel om kansen en uitdagingen in kaart te brengen voor het implementeren van een gezonder en duurzamer voedingsaanbod in sportkantines in de gemeente Bronckhorst. Resultaten uit dit onderzoek laten zien dat er bij beide kantines uit de gemeente een aantal dingen goed gaan op het gebied van een gezonder en duurzamer voedingsaanbod. Zo worden er verschillende drankopties aangeboden die als een gezondere keuze worden omschreven door het Voedingscentrum en de gezondheidsexpert. Ook op het gebied van duurzaamheid zetten beide sportkantines al enkele stappen, zoals het minimaliseren van voedselverspilling door gericht in te kopen en drankenverpakkingen te recyclen.

Om hier verdere stappen in te zetten kunnen verschillende strategieën en praktische adviezen uit de literatuur, expertinterviews en richtlijnen van het Voedingscentrum richting geven. Verschillende bewezen effectieve strategieën sluiten aan bij de context van de sportkantines in de gemeente Bronckhorst, zoals het plaatsen van een waterkan, het presenteren van suikervrije dranken op ooghoogte of het toevoegen van fruit.

Om de behoeften en wensen van bezoekers en vereniging met betrekking tot een gezonder en duurzamer voedingsaanbod in kaart te brengen, is er een lijst met concrete productideeën opgesteld om te verkennen welke productideeën haalbaar en aantrekkelijk zijn voor de sportkantines in de gemeente Bronckhorst. De toetsing liet zien dat er een aantal duurzame en gezonde producten zijn die als aantrekkelijk worden beschouwd door bezoekers van de kantines, namelijk:

- Bij Halmac Halle het volkorenbroodje kipburger, de Achterhoekse gehaktbal en het zelfgemaakte ijsje
- Bij Vordens Tennis Park de alternatieve tosti, de notenreep en het alcoholarme speciaalbier uit de regio

Tijdens korte gesprekken gaven de bezoekers aan dat zij weinig waarde hechten aan duurzaamheid bij keuzes en dat gezondheid voor hen een belangrijkere factor is. Een kans voor de productaanpassingen in de kantines is om aan te sluiten bij het gebruik van de kantines. Bij Vordens Tennis Park kan er gedacht worden aan producten die aansluiten bij de sociale functie van de kantine, bij Halmac Halle sluiten producten die vullend zijn en energie geven (zoals een broodje) beter aan.

Hoewel de toetsing liet zien dat er draagvlak is voor verschillende productideeën, worden er door de vrijwilligers en bestuursleden verschillende belemmeringen genoemd waardoor zij de haalbaarheid in twijfel trekken. De voornaamste belemmeringen zijn:

- Het huidige inkoopproces dat moeilijk aanpasbaar is
- Beperkte bereidingsmogelijkheden en tijd
- Zorgen over werkelijke interesse in de producten, de prijs en mogelijke omzetsdaling
- Producten moeten houdbaar en eenvoudig zijn

Bovengenoemde belemmeringen kunnen echter ook gezien worden als randvoorwaarden voor succesvolle implementatie. Producten waar draagvlak voor is en die voldoen aan deze

voorwaarden zijn kansrijk om in te voeren bij de sportkantines. Productideeën als de zelfgemaakte ijsjes en de notenreep zijn een geschikt startpunt voor aanpassingen in het assortiment.

De resultaten in dit onderzoek laten zien dat het mogelijk is om het voedingsaanbod in sportkantines in de gemeente Bronckhorst gezonder en duurzamer te maken, zolang de aanpassingen aansluiten bij de context van de sportkantines en praktisch haalbaar zijn. De kansen liggen vooral in het zetten van kleine, concrete stappen, zoals het plaatsen van een waterkan of het aanbieden van fruit.

Gemeente Bronckhorst, Achterhoek Food en JOGG kunnen sportkantines ondersteunen bij het zetten van stappen richting een gezonder en duurzamer voedingsaanbod. Door praktische belemmeringen zoals uitdagingen in de inkoop zoveel mogelijk weg te nemen, wordt het voor sportkantines makkelijker om veranderingen door te voeren.

De inzichten uit dit onderzoek zijn omgezet in concrete adviezen. Hiermee kunnen sportkantines starten met kleine aanpassingen, waarbij de betrokken partijen hen gericht kunnen ondersteunen.

Referenties

Abrahamse, W. (2020). How to effectively encourage sustainable food choices: a mini-review of available evidence. *Frontiers in psychology*, 11, 589674.

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.589674>

Ahmed, S., Shanks, C.B., Dupuis, V., Pierre, M. Advancing healthy and sustainable food environments: The Flathead Reservation case study. *UNSCN Nutr.* 2019, 44, 38–45.

Alsem, K. J., Niewold, B., Hogerhuis, R., Peek, R., Berens, B., Hendrikse, D., Onrust, A., Jager-Wittenaar, H., Dewansingh-Leeffers, P., & Tuinman, W. (2025). Food for Care 'Hoe lokale food bedrijven voedsel kunnen leveren aan de zorg.' In

https://research.hanze.nl/ws/portalfiles/portal/66003639/29-2024Food_for_care_eindrapportage_2024.pdf. Hanze.

Aschemann-Witzel, J. (2015). Consumer perception and trends about health and sustainability: Trade-offs and synergies of two pivotal issues. *Current Opinion in Food Science*, 3, 6-10.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.cofs.2014.08.002>

Bernstad, A. (2014). Household food waste separation behavior and the importance of convenience. *Waste management*, 34(7), 1317-1323.

<https://doi.org/10.1016/j.wasman.2014.03.013>

Bernstad, A., la Cour Jansen, J., & Aspegren, A. (2013). Door-stepping as a strategy for improved food waste recycling behaviour–Evaluation of a full-scale experiment. *Resources, Conservation and Recycling*, 73, 94-103. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2012.12.012>

Blackford, B. (2021). Nudging interventions on sustainable food consumption: a systematic review. *the journal of population and sustainability*, 5(2), 17-62.

Calabro, R., Kemps, E., Prichard, I., & Tiggemann, M. (2024). Effects of traffic light labelling and increased healthy range on beverage choices from vending machines. *Public Health Nutrition*, 27(1), e113.

Campbell-Arvai, V., Arvai, J., & Kalof, L. (2014). Motivating sustainable food choices: The role of nudges, value orientation, and information provision. *Environment and Behavior*, 46(4), 453-475.

<https://doi.org/10.1177/0013916512469099>

Carfora, V., Catellani, P., Caso, D., & Conner, M. (2019). How to reduce red and processed meat consumption by daily text messages targeting environment or health benefits. *Journal of Environmental Psychology*, 65, 101319. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2019.101319>

Chen, P. J., & Antonelli, M. (2020). Conceptual models of food choice: influential factors related to foods, individual differences, and society. *Foods*, 9(12), 1898.

<https://doi.org/10.3390/foods9121898>

Clemente-Suárez, V. J., Beltrán-Velasco, A. I., Redondo-Flórez, L., Martín-Rodríguez, A., & Tornero-Aguilera, J. F. (2023). Global impacts of western diet and its effects on metabolism and health: A narrative review. *Nutrients*, 15(12), 2749. <https://doi.org/10.3390/nu15122749>

Collins, E. I., Thomas, J. M., Robinson, E., Aveyard, P., Jebb, S. A., Herman, C. P., & Higgs, S. (2019). Two observational studies examining the effect of a social norm and a health message on the purchase of vegetables in student canteen settings. *Appetite*, 132, 122-130. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.09.024>

Dixon, K. A., Michelsen, M. K., & Carpenter, C. L. (2023). Modern diets and the health of our planet: An investigation into the environmental impacts of food choices. *Nutrients*, 15(3), 692. <https://doi.org/10.3390/nu15030692>

dos Santos, Q., Nogueira, B. M., Rodrigues, V. M., Hartwell, H., Giboreau, A., Monteleone, E., ... & Perez-Cueto, F. J. (2018). Nudging using the 'dish of the day' strategy does not work for plant-based meals in a Danish sample of adolescent and older people. *International Journal of Consumer Studies*, 42(3), 327-334. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12421>

Downs, S. M., Ahmed, S., Fanzo, J., & Herforth, A. (2020). Food environment typology: advancing an expanded definition, framework, and methodological approach for improved characterization of wild, cultivated, and built food environments toward sustainable diets. *Foods*, 9(4), 532. <https://doi.org/10.3390/foods9040532>

Elofsson, K., Bengtsson, N., Matsdotter, E., & Arntyr, J. (2016). The impact of climate information on milk demand: Evidence from a field experiment. *Food policy*, 58, 14-23. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2015.11.002>

Erhard, A., Jahn, S., & Boztug, Y. (2024). Tasty or sustainable? Goal conflict in plant-based food choice. *Food Quality and Preference*, 120, 105237. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2024.105237>

FAO (2010). Sustainable diets and biodiversity: directions and solution for policy, research and action. [Rapport]. Geraadpleegd van [Sustainable diets and Biodiversity - Directions and solutions for policy, research and action](#)

Garnett, E. E., Balmford, A., Sandbrook, C., Pilling, M. A., & Marteau, T. M. (2019). Impact of increasing vegetarian availability on meal selection and sales in cafeterias. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(42), 20923-20929. <https://doi.org/10.1073/pnas.1907207116>

Gemeente Bronckhorst (2024, november). LinkedIn-post. Geraadpleegd van https://www.linkedin.com/posts/gemeente-bronckhorst_we-zijn-trots-dat-wethouder-evert-blaauw-activity-7265676360306548736--5cZ?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAADOwISoB2-5IRChl0OtpiZeEMbGPn2u8QI

Gemeente Bronckhorst (z.d.). *Omgevingsvisie 2035: Gezonde leefomgeving*. Geraadpleegd op 29 oktober 2024, van [Gezonde leefomgeving 2035 - Bronckhorst](#)

Gemeente Bronckhorst. (2022). Vinden en verbinden; *Uitgangspuntennotitie Sport en Leefbaarheid voor een vitaal Bronckhorst*. Geraadpleegd van [Leefbaar en sportief Bronckhorst | Gemeente Bronckhorst](#)

Gezondheidsraad (2015). Richtlijnen goede voeding 2015 [Adviesrapport]. Geraadpleegd van [Richtlijnen goede voeding 2015 | Advies | Gezondheidsraad](#)

Gids Gezonde Leefomgeving (z.d.). *Voedselomgeving*. Geraadpleegd op 28 oktober 2024, van [Voedselomgeving - Introductie | Gids Gezonde Leefomgeving](#).

Hodges, B. C. (2017). Health promotion at the ballpark: peanuts, popcorn, and mighty molar. *Health Promotion Practice*, 18(2), 229-237. <https://doi.org/10.1177/1524839916663684>

Hoek, A. C., Malekpour, S., Raven, R., Court, E., & Byrne, E. (2021). Towards environmentally sustainable food systems: decision-making factors in sustainable food production and consumption. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 610-626. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.12.009>

Hoek, A. C., Pearson, D., James, S. W., Lawrence, M. A., & Friel, S. (2017). Healthy and environmentally sustainable food choices: Consumer responses to point-of-purchase actions. *Food quality and preference*, 58, 94-106.

Jayne, J. M., Frongillo, E. A., Torres-McGehee, T. M., Emerson, D. M., Glover, S. H., & Blake, C. E. (2018). A healthy eating identity is associated with healthier food choice behaviors among US Army soldiers. *Military medicine*, 183(11-12), e666-e670. <https://doi.org/10.1093/milmed/usy056>

Köster, E. P. (2009). Diversity in the determinants of food choice: A psychological perspective. *Food quality and preference*, 20(2), 70-82. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2007.11.002>

Larson, N., & Story, M. (2009). A review of environmental influences on food choices. *Annals of Behavioral Medicine*, 38(suppl_1), s56-s73. <https://doi.org/10.1007/s12160-009-9120-9>

Leng, G., Adan, R. A., Belot, M., Brunstrom, J. M., De Graaf, K., Dickson, S. L., ... & Smeets, P. A. (2017). The determinants of food choice. *Proceedings of the Nutrition Society*, 76(3), 316-327. <https://doi.org/10.1017/S002966511600286X>

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (2023). GALA, *Gezond en Actief Leven Akkoord*. Rijksoverheid. Geraadpleegd van [GALA - Gezond en Actief Leven Akkoord | Rapport | Rijksoverheid.nl](#)

Mollen, S., Rimal, R. N., Ruiter, R. A., & Kok, G. (2013). Healthy and unhealthy social norms and food selection. Findings from a field-experiment. *Appetite*, 65, 83-89. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2013.01.020>

Monroe, J. T., Lofgren, I. E., Sartini, B. L., & Greene, G. W. (2015). The Green Eating Project: web-based intervention to promote environmentally conscious eating behaviours in US university students. *Public health nutrition*, 18(13), 2368-2378. <https://doi.org/10.1017/s1368980015002396>

Olstad, D. L., Goonewardene, L. A., McCargar, L. J., & Raine, K. D. (2015). If we offer it, will children buy it? Sales of healthy foods mirrored their availability in a community sport,

commercial setting in Alberta, Canada. *Childhood Obesity*, 11(2), 156-164.

<https://doi.org/10.1089/chi.2014.0131>

Olstad, D. L., Vermeer, J., McCargar, L. J., Prowse, R. J., & Raine, K. D. (2015). Using traffic light labels to improve food selection in recreation and sport facility eating environments. *Appetite*, 91, 329-335. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.04.057>

Osman, M., & Thornton, K. (2019). Traffic light labelling of meals to promote sustainable consumption and healthy eating. *Appetite*, 138, 60-71. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.03.015>

Perignon, M., Vieux, F., Soler, L. G., Masset, G., & Darmon, N. (2017). Improving diet sustainability through evolution of food choices: review of epidemiological studies on the environmental impact of diets. *Nutrition reviews*, 75(1). <https://doi.org/10.1093/nutrit/nuw043>

Pinho, M. G. M., Mackenbach, J. D., den Braver, N. R., Beulens, J. J., Brug, J., & Lakerveld, J. (2020). Recent changes in the Dutch foodscape: socioeconomic and urban-rural differences. *International journal of behavioral nutrition and physical activity*, 17, 1-11. <https://doi.org/10.1186/s12966-020-00944-5>

Pradhan, P., & Kropp, J. P. (2020). Interplay between diets, health, and climate change. *Sustainability*, 12(9). <https://doi.org/10.3390/su12093878>

Prowse, R., Lawlor, N., Powell, R., & Neumann, E. M. (2023). Creating healthy food environments in recreation and sport settings using choice architecture: a scoping review. *Health Promotion International*, 38(5), daad098. <https://doi.org/10.1093/heapro/daad098>

Reisch, L., Eberle, U., & Lorek, S. (2013). Sustainable food consumption: an overview of contemporary issues and policies. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 9(2), 7-25. <https://doi.org/10.1080/15487733.2013.11908111>

Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. (2024). Gezondheidsmonitor Volwassenen en Ouderen 2024. Geraadpleegd van [StatLine - Gezondheidsmonitor; bevolking 18 jaar of ouder, regio, 2024](#)

Rijksoverheid. (2025, 13 juni). Nieuwe preventiestrategie: de gezonde keuze moet de makkelijke keuze worden. Geraadpleegd van [Nieuwe preventiestrategie: de gezonde keuze moet de makkelijke keuze worden | Nieuwsbericht | Rijksoverheid.nl](#)

RIVM. (n.d.) Veranderingen. Geraadpleegd van: [Veranderingen | Wat eet Nederland](#)

Saulais, L., Massey, C., Perez-Cueto, F. J., Appleton, K. M., Dinnella, C., Monteleone, E., ... & Giboreau, A. (2019). When are “Dish of the Day” nudges most effective to increase vegetable selection?. *Food policy*, 85, 15-27.

Schuurman, R. C., Beukers, M. H., & van Rossum, C. T. (2020). Eet en drinkt Nederland volgens de Richtlijnen Schijf van Vijf?: Resultaten van de voedselconsumptiepeiling 2012-2016. Geraadpleegd van [Eet en drinkt Nederland volgens de Richtlijnen Schijf van Vijf? : Resultaten van de voedselconsumptiepeiling 2012-2016](#)

- Shearer, L., Gatersleben, B., Morse, S., Smyth, M., & Hunt, S. (2017). A problem unstuck? Evaluating the effectiveness of sticker prompts for encouraging household food waste recycling behaviour. *Waste management*, 60, 164-172. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2016.09.036>
- Slot-Heijls, J.J., & Kalmthout, J. van (2020). De gezondere sportkantine in 2019: resultaten onderzoek onder sportverenigingen. Utrecht: Mulier Instituut. Geraadpleegd van [Mulier Instituut](#)
- Sparkman, G., & Walton, G. M. (2017). Dynamic norms promote sustainable behavior, even if it is counternormative. *Psychological science*, 28(11), 1663-1674. <https://doi.org/10.1177/0956797617719950>
- Steffen, W., Richardson, K., Rockström, J., Cornell, S. E., Fetzer, I., Bennett, E. M., ... & Sörlin, S. (2015). Planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet. *science*, 347(6223). [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(11\)60813-1](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(11)60813-1)
- Stöckli, S., Dorn, M., & Liechti, S. (2018). Normative prompts reduce consumer food waste in restaurants. *Waste management*, 77, 532-536. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2018.04.047>
- Swinburn, B. A., Sacks, G., Hall, K. D., McPherson, K., Finegood, D. T., Moodie, M. L., & Gortmaker, S. L. (2011). The global obesity pandemic: shaped by global drivers and local environments. *The lancet*, 378(9793). [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(11\)60813-1](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(11)60813-1)
- Temme, E., Toxopeus, I., Kramer, G., Brosens, M., Drijvers, J., Tyszler, M., and Ocké, M. (2014) Greenhouse gas emission of diets in the Netherlands and associations with food, energy and macronutrient intakes. *Public Health Nutr* 1-13. <https://doi.org/10.1017/S1368980014002821>.
- Thorndike, A. N., Riis, J., & Levy, D. E. (2016). Social norms and financial incentives to promote employees' healthy food choices: A randomized controlled trial. *Preventive medicine*, 86, 12-18. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2016.01.017>
- Tilman, D., & Clark, M. (2014). Global diets link environmental sustainability and human health. *Nature*, 515(7528). <https://doi.org/10.1038/nature13959>
- Tilman, D., Clark, M., Williams, D. R., Kimmel, K., Polasky, S., & Packer, C. (2017). Future threats to biodiversity and pathways to their prevention. *Nature*, 546(7656). <http://dx.doi.org/10.1038/nature22900>
- van Rookhuijzen, M., & de Vet, E. (2021). Nudging healthy eating in Dutch sports canteens: a multi-method case study. *Public Health Nutrition*, 24(2), 327-337. <https://doi.org/10.1017/S1368980020002013>
- Vandenbroele, J., Vermeir, I., Geuens, M., Slabbinck, H., & Van Kerckhove, A. (2020). Nudging to get our food choices on a sustainable track. *Proceedings of the Nutrition Society*, 79(1), 133-146. <https://doi.org/10.1017/S0029665119000971>
- Vega Mejía, N., Ponce Reyes, R., Martinez, Y., Carrasco, O., & Cerritos, R. (2018). Implications of the Western diet for agricultural production, health and climate change. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 2, 88. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2018.00088>
- Vellinga, R. (2024). *Towards sustainable Dutch diets: From research to policy*. DOI: 10.18174/644521. [PhD thesis, Wageningen University].

- Verain, M. C., Snoek, H. M., Onwezen, M. C., Reinders, M. J., & Bouwman, E. P. (2021). Sustainable food choice motives: The development and cross-country validation of the Sustainable Food Choice Questionnaire (SUS-FCQ). *Food Quality and Preference*, 93, 104267. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104267>
- Voedingscentrum (2020). *Richtlijnen Schijf van Vijf*. Geraadpleegd van [Richtlijnen Schijf van Vijf | Voedingscentrum](#)
- Voedingscentrum (z.d.-a). *Zo ga je op weg naar een gezonder en duurzamer aanbod*. Geraadpleegd van [Gezonde en duurzame eetomgevingen | Voedingscentrum](#)
- Voedingscentrum (z.d.-b) *Een gezonder en duurzamer aanbod voor iedereen. Doe ook mee!* Geraadpleegd van [Buurtlocatie - gezonder en duurzamer aanbod - Flyer.pdf](#)
- Volksgezondheid Toekomst Verkenning 2024 (2024). *Thema Leefomgeving | Voedselomgeving*. Geraadpleegd op 24 april 2025, van [Thema Leefomgeving | Voedselomgeving | Volksgezondheid Toekomst Verkenning 2024](#)
- Wijerathna-Yapa, A., & Pathirana, R. (2022). Sustainable agro-food systems for addressing climate change and food security. *Agriculture*, 12(10), 1554. <https://doi.org/10.3390/agriculture12101554>
- Wolfenden, L., Kingsland, M., Rowland, B. C., Dodds, P., Gillham, K., Yoong, S. L., et al. (2015) Improving availability, promotion and purchase of fruit and vegetable and non sugar-sweetened drink products at community sporting clubs: a randomised trial. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 12, 1–10.
- WUR. (2022). *Gezonde voedselomgeving is essentieel voor preventie en gezondheidsbevordering*. [White paper]. Geraadpleegd op 24-4-2025, van <https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=a5297c89c4bbec8e2&q=https://www.wur.nl/nl/show/Gezonde-voedselomgeving-is-essentieel-voor-preventie-en-gezondheidsbevordering-Position-Paper-Maartje-Poelman.htm&sa=U&ved=2ahUKEwioiKaHqpONAXXZhv0HHVeKCPgQFnoECAMQAg&usg=AOvVaw0WaG34FHWhcUrlPzyVg9jx&fexp=72956999,72956998>
- Zhou, X., Perez-Cueto, F. J., Dos Santos, Q., Bredie, W. L., Molla-Bauza, M. B., Rodrigues, V. M., ... & Hartwell, H. (2019). Promotion of novel plant-based dishes among older consumers using the 'dish of the day' as a nudging strategy in 4 EU countries. *Food Quality and Preference*, 75, 260-272. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.12.003>

Bijlages:

Bijlage 1: Vragenlijst expertinterviews

Interviewvragen expert duurzaamheid

Onderdeel	Vragen	Subvragen
Introductievragen (10 min)	Kan je iets vertellen over je ervaring op het gebied van duurzaamheid in kantines?	- <i>Om wat voor soort kantines ging het?</i> - <i>Bij 1 kantine of meerdere?</i>
	Hoe gaat een kantine in zijn werk/ Wat zijn werkzaamheden en taken in een (sport)kantine?	
	Wat houdt een duurzaam voedingsaanbod volgens jou in?	- <i>Welke criteria zijn volgens jou het meest cruciaal om een voedingsaanbod duurzaam te noemen?</i>
		- <i>Hoe ziet een ideale duurzame voedselomgeving eruit?</i>

Ervaring duurzaamheid kantines (10 min)	Kun je wat meer (inhoudelijk) vertellen over je ervaring met het verduurzamen van de kantine?	Welke specifieke duurzame veranderingen zijn doorgevoerd?
	Welke uitdagingen kwam je tegen bij het verduurzamen van de kantine?	Hoe reageerden werknemers op de veranderingen?
		Wat waren de grootste praktische / logistieke obstakels?
		Wat zijn nu vaak nog problemen voor kantines om duurzaamheid in de praktijk te brengen?
	Welke strategieën waren het meest effectief in het bevorderen van duurzame keuzes in de kantine?	Waarom waren deze strategieën effectief?
		Was daarin een rol voor educatie en communicatie?
		Hoe werden duurzame alternatieven aantrekkelijker gemaakt voor werknemers?
Was er ook een strategie minder effectief, en waarom was dat denk je?		
De volgende vragen gaan over duurzaamheid in sportkantines. Hoewel je daar misschien geen praktijkervaring in hebt, kan ik me voorstellen dat je op basis van je ervaring met (bedrijfs)kantines bepaalde ideeën hebt over hoe sportkantines duurzamer zouden kunnen worden.		

Duurzaamheid in sportkantine (15 min)	Op basis van je ervaring met kantines, welke aspecten denk je dat direct toepasbaar zijn op sportkantines?	- Zijn er verschillen tussen beide type kantines? (bedrijf – sport) Zijn er specifieke strategieën die je zou aanbevelen voor sportkantines?
	Welke kansen zie je voor sportkantines om hun voedingsaanbod duurzamer te maken?	Hoe kunnen sportkantines eventueel ook profiteren van duurzame voedingsopties?
		Welke rol heeft prijs bij het stimuleren van duurzame keuzes?

		- <i>Zijn er bepaalde trends in de sportwereld die duurzaamheid bevorderen?</i>
	• Welke uitdagingen zie je voor sportkantines bij het verduurzamen van het voedingsaanbod?	- <i>Zijn er logistieke/praktische zaken die een uitdaging vormen?</i>
		- Zijn er barrières voor het aanbieden van lokaal/seizoensgebonden/plantaardig voedsel?
De volgende vragen gaan over de meer praktische kant van het verduurzamen van de sportkantine. Hierin wil ik graag meer te weten komen over wat eerste stappen zijn die sportkantines kunnen zetten en hoe dit praktisch gezien in zijn werk zou gaan.		

Implementatie strategieën (15 min)	• Wat zijn volgens jou de 3 eerste stappen die kantines kunnen zetten om duurzame veranderingen in sportkantines te implementeren?	- <i>Zijn er strategieën die met weinig moeite / praktische aanpassingen te implementeren zijn?</i>
		- <i>Wat houden die stappen praktisch gezien in?</i> <i>Welke andere stappen kunnen kantines zetten om hun aanbod meer duurzaam (plantaardig/lokaal/seizoensgebonden) te maken?</i>
		- <i>Welke praktische maatregelen kunnen sportkantines nemen om te verduurzamen (bijv. voedselverspilling verminderen).</i>
	• Bij het implementeren van het voedingsaanbod; Hoe belangrijk is daarin communicatie en/of educatie?	- Hoe kunnen sportkantines hun klanten beter informeren over de voordelen van duurzame keuzes?

	Bij het implementeren van het voedingsaanbod; Hoe belangrijk is de samenwerking met lokale leveranciers?	<i>Zijn er succesvolle samenwerkingen die je als voorbeeld kunt noemen?</i>
		Wat zijn de belangrijkste (praktische) overwegingen bij het werken met lokale boeren of producten?

Interviewvragen expert gezondheid

Onderdeel	Doel	Vragen cursief = extra vraag, overslaan bij weinig tijd
Introductievragen (5 min)	- Achtergrond expert in kaart brengen - Gezondheid in relatie tot voedingsaanbod sportkantine definiëren - Praktische ervaring met gezonde sportkantines in kaart brengen - Inzichtelijk krijgen hoe sportkantines tegenover gezonder voedingsaanbod staan	- Welke ervaring heb je op het gebied van gezonde sportkantines? <i>Hoe reageerde de vereniging (bestuur kant/commissies) op de gezonde sportkantine/ op de veranderingen?</i> <i>Hoe reageren leden op de gezonde sportkantine/ veranderingen?</i> - Wat was de meest succesvolle verandering, waarom? - Wat was de minst succesvolle verandering, waarom? - Welke criteria zijn volgens jou het meest cruciaal om een voedingsaanbod gezond te noemen?
Kansen voedingsaanbod gezonder maken (10 min)	- Inzichtelijk krijgen wat strategieën voor verandering zijn - Inzichtelijk krijgen wat kansen zijn voor een gezonder voedingsaanbod in kantines	- Wat helpt sportkantines om hun voedingsaanbod gezonder te maken? - Wat heeft geholpen/ was behulpzaam bij eerdere sportkantines? (Betrokkenheid bestuur etc.) → waarom was dat behulpzaam, hoe heeft dat in de praktijk bijgedragen? <i>Hoe kunnen sportkantines eventueel ook profiteren van gezondere voedingsopties?</i>

		○ <i>Welke rol speelt prijsstelling in het stimuleren van gezonde keuzes onder leden?</i> ○ <i>Zijn er trends in de sportwereld die een gezond voedingsaanbod stimuleren?</i> • Wat zijn volgens jou de 3 eerste stappen die sportkantines kunnen zetten om een gezonder aanbod te stimuleren?
Uitdagingen voedingsaanbod gezonder maken (10 min)	• Inzichtelijk krijgen wat uitdagingen zijn bij het invoeren van een gezonder voedingsaanbod • Inzichtelijk krijgen hoe een gezonder voedingsaanbod praktisch in zijn werk gaat	• Welke specifieke uitdagingen zie je voor sportkantines bij het invoeren van een gezonder voedingsaanbod? ○ Met welke zaken moet er rekening worden gehouden bij het uitvoeren/implementeren van het gezondere voedingsaanbod? - Logistieke of praktische zaken? - Vereisten om te kunnen uitvoeren/implementeren • Wat werd door eerdere sportkantines genoemd als belemmeringen? → Hoe mee omgaan/ oplossingen?

Bijlage 2: Observatielijst kantine

Observatielijst

Dranken
Welke soorten thee bieden jullie aan?
Welke soorten koffie bieden jullie aan? Hoe maak je cappuccino (gebruik melk)?
Welke soorten water bieden jullie aan? / In welke vormen bieden jullie water aan?
Weke sappen bieden jullie aan?
Welke frisdranken bieden jullie aan? Ook light of zero?
Welke dranken met alcohol bieden jullie aan?
Welke alcoholvrije varianten bieden jullie aan?
Welke zuivel dranken bieden jullie aan?

Welke plantaardige dranken bieden jullie aan? Ook in de koffie optie plantaardig?

Heeft koemelk een keurmerk?

Broodjes

Welke soorten brood bieden jullie aan? Bruin/volkoren/wit?

Welke soorten beleg bied je momenteel aan?

Welke boter en bereidingsvetten gebruiken jullie? (roomboter, margarine, plantaardige olie)?

Snacks

Welke zoete snacks bieden jullie aan?

Welke hartige snacks bieden jullie aan? Incl. gehaktbal, burger?

Is minimaal 1 van de hartige snacks plantaardig?

Welke porties snacks worden er aangeboden?

Hoe worden de hartige snacks bereid (airfryer/ frituur/ oven)?

Bieden jullie ook soep aan?

Bieden jullie ook volledige maaltijden aan?

Duurzaamheid

Welke plantaardige zuiveldranken bieden jullie aan? Is er ook koffiemelk als optie plantaardig?

Zijn er plantaardig belegde broodjes?

Zijn er vegetarische/plantaardige snacks?

Is er een prijsverschil in dierlijke en plantaardige gerechten?

Hebben producten een keurmerk (biologisch, beter leven 1, 2-3, MSC of ASC, on the way to Planet Proof)? → vis, eieren, melk, vlees, groente/fruit

Bieden jullie fruit en groente aan dat in het seizoen is

Worden er verschillende portiegroottes van gerechten aangeboden?

Wordt voedselverspilling gemeten en/of intern besproken?

- Welke producten worden vooral afgeschreven?

Worden reststromen verwerkt in gerechten als soep, salade, quiche, omelet of croutons?

Worden producten aan de houdbaarheidsdatum aangeboden met korting?

Wordt er gebruik gemaakt van herbruikbare verpakkingen / materialen?

Presentatie en promotie producten

Welke producten staan op opvallende plaatsen? (Bij de balie, bij de kassa, op ooghoogte, vooraan)?

Op welke producten worden acties gedaan? (zowel prijspromotie als reclame)

- Welke producten worden extra gepromoot met reclame / posters?

Als een sponsor eten of drinken weggeeft, welke soort producten zijn dat?

Is het aanbod nog anders in andere seizoenen (winter/lente) of met andere evenementen (kampioenschap)?

Overzicht mogelijke producten (voor interviewer).

Broodjes lijst
Crackers, rijstwafels, maiswafels, linzenwafels
Krentenbollen
Croissants
Volkoren krentenbrood/mueslibrood
Volkoren krentenbrood/mueslibrood
Volkoren wraps en pitabroodjes

Plantaardig
Fruit + groente
Noten (hazelnoot, walnoot, amanadel, cashew etc)
Zaden (chia, hennep, lijn, maan, pijnboompit, pompoenpit, sesamzaad, zonnebloempit)
Peulvruchten (kikkererwt, linzen, bonen, kapucijners)
Zuivelvervangers (soja, erwtendrink, amandel, rijst, haver, kokos)

Beleg lijst
Vega vleeswaren/ vega frituursnacks, vega balletjes, vleesvervangers
Bewerkt vlees (salami, rauw ham, worst, gehaktbal)
Frituur en ovensnacks (kroket, frikandel etc.)
Magere vleeswaren (kipfilet, ham)
Ei/ roerei/ omelet/ gebakken
Vis
Gebakken kipfilet
Smeerbaar beleg (pindakaas, jam, amandelpasta)
Vega smeerbaar beleg (plant)
Zoet beleg (plant)
Hummus (plant)
Groente of fruitspread (plant)

Snacks lijst zoet
Koeken, cake, muffin, brownie, taart
Portie snoep, mini uitdeelzakjes
Roomijs, sorbetijs, waterijsje
Mueslireep, chocoladereep, candybar
Notenrepen
Zuivel met fruit, smoothie-bowl
Gedroogd fruit
Fruit
Volkoren pannenkoek

Snacks lijst hartig
Borrelnoten
Notenmix gedroogd fruit
Snackgroenten
Vegetarisch worsten-/saucijzenbroodje
(vegetarische) kroket/bitterbal/frikandel
Loempia
Patat uit frituur
Tosti wit/bruin/volkoren brood
Gebakken vis
Garnalen
Patat uit oven

Vragenlijst context sportkantine

Algemene organisatie kantine: Hoe is jullie sportkantine georganiseerd?

Door wie wordt de sportkantine beheerd?

Wie heeft er inspraak in de organisatie van de kantine?

Zijn er protocollen/richtlijnen voor de kantine? Bijv. budget, werkzaamheden, roosters.

Werken jullie met vrijwilligers of personeel?

Wat zijn de taken van kantinepersoneel/vrijwilligers. Met andere woorden: hoe ziet hun 'werkdag' eruit?

Inkoop: Hoe werkt de inkoop bij de kantine?

Wie koopt er in bij jullie kantine?

Waar wordt er ingekocht / Welke groothandel, drankenhandel, supermarkt of lokale winkel (bakker, slager, etc..)s / leveranciers hebben jullie? Zijn er contract en, afspraken?

Wordt er eten/drinken gesponsord / zijn er contracten met sponsoren rondom eten en drinken?

Worden er producten lokaal ingekocht? Zo ja, waar?

Zijn er richtlijnen voor de inkoop? Bijv. budget.

Wordt de inkoop/ de hoeveelheid van verse producten aangepast aan omstandigheden als weer, vakanties?

Huidige aanbod

Welke producten worden veel verkocht?

Zijn er klachten van de leden/ bezoekers over het huidige aanbod?

Apparatuur + voorraad

Welke apparatuur hebben jullie in de keuken? Wat wordt veel gebruikt?

Welke mogelijkheden hebben jullie om voedsel op te slaan?

- Diepvries / koelkast
- Ruimte hierin

Hoe houden jullie de voorraad bij?

- Wordt de voorraad regelmatig gecheckt op datum?
- Is er inzicht in derving?

--

Vragen kantinepersoneel/bestuur/ bezoekers gezondheid en duurzaamheid

Vragen kantinepersoneel/bestuur duurzaamheid en gezondheid

- Vind je duurzaamheid belangrijk?

- Vind je gezondheid belangrijk?

- Heeft de sportkantine een rol in het stimuleren van gezondheid en duurzaamheid, denk je?

- Hoe ziet de gemiddelde bezoeker bij jullie eruit? Wat is de doelgroep? / Hoe staan zij tegenover een gezonder en duurzamer aanbod denk je?

-
- Heb je zelf een idee over hoe het aanbod in de kantine duurzamer zou kunnen worden?

-
- Heb je zelf een idee over hoe het aanbod in de kantine gezonder zou kunnen worden?

Lijst benoemen met verschillende mogelijkheden van veranderingen (introductie Achterhoeks lokaal product, veranderen plek, combideals, fruit/groente aanbieden)

- Welke van deze veranderingen spreekt je het meest aan? Waarom? Denk je dat dit mensen in de kantine zou stimuleren om duurzamere en gezondere keuzes te maken?

- Welke van deze veranderingen spreekt je het minst aan? Waarom?

-
- Als het aanbod veranderd wordt, welke dingen zijn volgens jou dan belangrijk om rekening mee te houden?
-

--

Bijlage 3: Voorbeeld poster toetsing productideeën - Vordens Tennis Park

Stel de prijs zou er niet toe doen, zou je deze producten dan kopen in de kantine? ?

Plak per product 1 sticker in de tabel.

	Ja	Misschien	Nee
 alcoholarm speciaalbier (uit de regio)			
 (appel)sap met bruiswater			
 zakje popcorn			
 alternatieve tosti (bijv. vlam tosti met gehakt en groente)			
 notenreep			

Wat is de maximale prijs die je zou willen betalen voor de producten?



Plak per product 1 sticker in de juiste prijscategorie.

 alcoholarm speciaalbier (uit de regio)	€1,00-€2,00	€2,00 - €3,00	€3,00-€4,00
 (appel)sap met bruiswater	€0,50-€1,00	€1,00 - €1,50	€1,50-€2,00
 zakje popcorn	€0,50-€1,00	€1,00-€1,50	€1,50-€2,00
 alternatieve tosti (bijv. vlam tosti met gehakt en groente)	€1,00-€2,00	€2,00 - €3,00	€3,00-€4,00
 notenreep	€0,50 - €1,00	€1,00 - €1,50	€1,50-€2,00

Tips, suggesties & andere ideeën



Heb je verbeterpunten voor de producten of heb je zelf een idee voor het kantineaanbod? Schrijf hieronder dan jouw suggestie!

Bijlage 4: vragen gesprekken bezoekers en betrokkenen kantine

Bezoekers (motieven kantinebezoek)

- Hoe vaak bezoek je de kantine? Iedere week/wekelijks, aantal keer per maand etc.
 - Met wie ga je naar de kantine?
- Waarom ga je naar de kantine?
- Wat koop je meestal als je naar de kantine gaat?
 - Waarom die keuze?
- Op een schaal van 1-10, hoe belangrijk is gezonde voeding voor jou?
- Op een schaal van 1-10, hoe belangrijk is duurzame voeding voor jou?

Betrokkenen kantine (haalbaarheid productideeën)

- Welke van deze nieuwe producten zou je het liefst willen zien in de kantine? (Rangschikken van 1-5).
- Welke van deze producten lijkt jullie het meest haalbaar (praktisch) om in te voeren? (1 product kiezen).
 - Waarom? Welke praktische bezwaren zie je bij de invoering van de andere producten?
 - Denk je dat dit product ook financieel haalbaar is om in te voeren? Waarom wel, waarom niet?
- Welke ondersteuning zou helpen zodat het toevoegen van de producten aan het aanbod mogelijk is? (Bijv. subsidie, ondersteuning JOGG/ Achterhoek Food, andere inkoopmogelijkheden).

Bijlage 5 Verwerking toetsing data posters in tabellen

Data posters Halmac Halle

Aantal deelnemers: 9

Productidee	Zou je dit product kopen?		
	Ja	Misschien	Nee
Kwark evt. Met topping (bijv.: muesli/noten)	0 (0%)	2 (22.2%)	7 (77.8%)
(appel)sap met bruiswater	0 (0%)	5 (55.6%)	4 (44.4%)
zelfgemaakte ijsjes (bijv. van ranja of yoghurtdrink)	7 (77.8%)	1 (11.1%)	1 (11.1%)
(maaltijd)soep	1 (11.1%)	5 (55.6%)	3 (33.3%)
volkoren kipburger	8 (88.9%)	0 (0%)	1 (11.1%)
achterhoekse gehaktbal/burger (gemaakt van groent en vlees uit de regio)	9 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

Productidee	Wat zou je maximaal betalen voor dit product?		
	€1,00-€2,00	€2,00-€3,00	€3,00-€4,00
Kwark evt. Met topping (bijv.: muesli/noten)	6 (66.7%)	3 (33.3%)	0 (0%)
(appel)sap met bruiswater	€0,50-€1,00 3 (33.3%)	€1,00-€1,50 6 (66.7%)	€1,50-€2,00 0 (0%)
zelfgemaakte ijsjes (bijv. van ranja of yoghurtdrink)	€0,50-€1,00 6 (66.7%)	€1,00-€1,50 3 (33.3%)	€1,50-€2,00 0 (0%)
(maaltijd)soep	€1,00-€2,00 3 (33.3%)	€2,00-€3,00 2 (22.2%)	€3,00-€4,00 4 (44.4%)
volkoren kipburger	€2,00-€3,00 1 (11.1%)	€3,00-€4,00 8 (88.9%)	€4,00-€5,00 0 (0%)
achterhoekse gehaktbal/burger (gemaakt van groent en vlees uit de regio)	€2,00-€3,00 1 (11.1%)	€3,00-€4,00 8 (88.9%)	€4,00-€5,00 0 (0%)

Data posters Vordens Tennis Park

Aantal deelnemers: 12

Productidee	Zou je dit product kopen?		
	Ja	Misschien	Nee
Alcoholarm speciaalbier (uit de regio)	4 (33.3%)	1 (8.3%)	7 (58.3%)
(appel)sap met bruiswater	2 (16.7%)	0 (0%)	10 (83.3%)
zakje popcorn	1 (8.3%)	0 (0%)	11 (91.2%)
alternatieve tosti (bijv. vlam tosti met gehakt en groente)	4 (36.4%)	0 (0%)	7 (63.6%)
notenreep	4 (36.4%)	1 (9.1%)	6 (54.6%)

Productidee	Wat zou je maximaal betalen voor dit product?		
	€1,00-€2,00	€2,00-€3,00	€3,00-€4,00
Alcoholarm speciaalbier (uit de regio)	0 (0%)	9 (100%)	0 (0%)
(appel)sap met bruiswater	3 (37.5%)	1 (12.5%)	4 (50%)
zakje popcorn	6 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
alternatieve tosti (bijv. vlam tosti met gehakt en groente)	1 (14.3%)	6 (85.7%)	0 (0%)
notenreep	4 (57.1%)	3 (42.9%)	0 (0%)