

# VERGROOT DE **IMPACT** VAN JE ACTIE MET DEZE **IMPACTMAKERS!**

Wil jij zoveel mogelijk consumenten motiveren om thuis minder te verspillen, maar weet je niet hoe? Of ben je op zoek naar tips om écht impact te hebben? Lees dan verder! Hierbij staat voorop dat alle positieve aandacht voor het tegengaan van voedselverspilling helpt.

Gebruik **#verspillingsvrij** en sluit daarmee aan bij de landelijke beweging. Zo wordt minder voedsel verspillen zichtbaarder en nóg meer de norm.

Richt je op **consumenten die openstaan voor duurzaamheid** en voeding. Zij zijn vaak meer ontvankelijk voor een boodschap over minder voedselverspilling.

Zet in op activiteiten die **voedselvaardigheden** vergroten. Bied handelingsperspectief op:

- **kopen:** gebruik een boodschappenlijstje, check je voorraad, maak een planning.
- **koken:** weeg je eten af, weet hoeveel je nodig hebt per persoon, weet wat je allemaal van een product kunt eten en wees creatief met restjes.
- **bewaren:** bewaar je eten op de juiste plek, gebruik je zintuigen na de THT-datum (ten minste houdbaar tot) en vries eten in om het langer te bewaren.

Deel bijvoorbeeld boodschappenlijstjes uit of maak stickers die je eraan herinneren om je voorraad te checken voor het boodschappen doen. Help met tools zodat afwegen makkelijker wordt, inspireer met Verspillingsvrije recepten waarbij je geen restjes overhoudt of bedenk juist leuke recepten om met restjes te koken. Help consumenten hun zintuigen in te zetten bij het verlopen van de THT-datum of door ze te laten zien waar je producten het best kunt bewaren.

Kies voor een activiteit die **structureel** het gedrag kan veranderen. Een **klein stapje** dat je vol kunt houden heeft meer effect dan een grote stap, waarbij je snel weer terugvalt in oud gedrag.

**Frame positief!** Laat zien wat goed gaat en hoeveel béter we het nog kunnen doen in plaats van dat je het slechte voorbeeld laat zien. Het goede voorbeeld motiveert de consument om in actie te komen. Laat dus iemand zien die porties op maat afmeet. Een positieve norm kun je ook in tekst terug laten komen. Denk bijvoorbeeld aan deze voorbeelden:

- Vind jij het ook belangrijk om minder te verspillen?
- 95% van de Nederlanders wil geen voedsel verspillen. Jij toch ook niet?
- Eten over? Steeds meer Nederlanders gebruiken restjes nog in een volgende maaltijd!

Belangrijk is dat je norm wel de **waarheid** moet zijn. Anders kan het juist het tegengestelde effect hebben. Als je herkenbare voorbeelden wilt geven van verspilling of de urgentie wilt duiden, combineer dit dan altijd met handelingsperspectief of een positieve norm zoals "De meeste Nederlanders willen niet verspillen".

Focus op **specifieke producten** die grote impact hebben doordat ze veel worden verspild: brood, groente, fruit, aardappelen en zuivel. Of grote impact hebben op het klimaat: vlees en kaas.

**Metten = weten.** Stimuleer consumenten om een week lang bij te houden hoeveel eten ze weggooien, welke producten en wat de reden is. Dit zorgt ervoor dat je bewust wordt van je eigen verspilgedrag. De Verspillingsvrije Coach is een supergeschikte app hiervoor!

Tot slot: **valueer** wat het effect is van je activiteit en stuur bij waar nodig.

**SAMEN TEGEN**  
VOEDSELVERSPILLING