

BEST PRACTICE – VKGE Eten en drinken Centraal: Project "Een Mooie Maaltijd in Brabant"

De Vereniging Keukenmanagement Gezondheidszorg regio Eindhoven (VKGE) is een professionele club van keukenmanagers uit de regio die zich tot doel heeft gesteld eten en drinken hoog op de agenda te houden binnen de wereld van de zorg. Dit doet zij door haar leden te voorzien van kennis en te ondersteunen bij het op de kaart zetten van eten en drinken binnen hun instelling. In samenwerking met de provincie Noord-Brabant en het LIB (Stuurgroep Landbouw Innovatie Brabant) heeft de VKGE het 3-jarig project 'Een Mooie Maaltijd in Brabant' ontwikkeld.

Het project is bedoeld om op structurele wijze een verbetering in de kwaliteit van de maaltijd binnen zorginstellingen te bewerkstelligen. "Een Mooie Maaltijd in Brabant" onderstreept het belang van een mooie, eerlijke maaltijd en laat zien hoe regionale en biologische producten een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan de profilering van zorginstellingen naar zijn (potentiële) cliënten. De aftrap van het project vond plaats op 10 september 2009 tijdens het jaarlijkse VKGE symposium.

De doelstellingen van het project zijn ambitieus. Na drie jaar wordt als resultaat verwacht:

- Toename van het aantal instellingen dat structureel biologische en/of streekproducten gebruikt met een totale streefomzet van € 1 miljoen euro per jaar (alleen Brabant!).
- Minimaal 12 succesvolle samenwerkingen tussen instellingskeukens, distributeurs en producenten via inkooppakketten/lokale activiteiten of samenwerking tussen producent en distributeur.
- Toenemend aantal zorginstellingen dat communiceert over de meerwaarde van biologische en streekeigen producten.

Het project vloeit voort uit de succesvolle deelname van een groot aantal zorginstellingen aan het onderdeel "Een Mooie Maaltijd" tijdens de Week van de Smaak in 2008. Cliënten, medewerkers en management waren toen bijzonder positief over de aandacht voor natuurlijk, eerlijk eten van het seizoen en uit de streek.

Projectleider en VKGE-lid Phyllis den Brok en organisator van het symposium Ronald Lekkerkerker van Dedoreon over het project:

"Eten is voor veel cliënten van zorginstellingen het belangrijkste onderdeel van de dag. Toch ervaren veel voedingsdiensten van zorgorganisaties het goed inpassen van "Een Mooie Maaltijd" in de algehele bedrijfsvoering als een lastige zaak. Niet in de laatste plaats omdat zij tal van logistieke, budgettaire en organisatorische bezwaren zien. Het project is mede bedoeld om die bezwaren zoveel mogelijk te weerleggen", aldus Phyllis den Brok. "Bij 'Een Mooie Maaltijd' gaan de gedachten al snel uit naar een goed product, maar dat is maar een klein onderdeel in het hele proces. Verantwoord ondernemen, een juiste marketing, een heldere visie met duidelijke (financiële) keuzes, een goede ambiance en een duidelijk gastvrijheidsconcept zijn minstens zo belangrijk".

Betere afstemming vraag en aanbod

De focus op biologische en streekproducten wordt ingegeven door belangrijke trends in de markt, zoals de behoefte aan herkenbaarheid, vakmanschap, authenticiteit en traceability. Key bij het realiseren van de projectdoelstellingen is een betere afstemming van vraag en aanbod. De dynamieken in de zorg zijn fundamenteel anders dan binnen retail (consumentverpakkingen) en andere foodservicekanalen. Het is belangrijk om toeleverende en producerende partijen mee te krijgen in de optimalisatie van het aanbod. Niet alleen bij productspecifieke wensen, maar ook op het gebied van logistiek/distributie, hygiëne en bewerking. Je zult bovendien goed moeten kijken hoe aan te sluiten op verschillende kooksystemen: niet alle producten zijn even geschikt voor b.v. sousvide koken of de wijze van regenereren die in een zorginstelling gebruikt wordt.



Ronald Lekkerkerker



Phyllis den Brok

BEST PRACTICE – VKGE Eten en drinken Centraal: Project “Een Mooie Maaltijd in Brabant”

“Vaak worden streekproducten direct vanaf de boer ‘vuil’ (d.w.z. onbewerkt) geleverd, terwijl voedingsdiensten in de zorg gewend zijn te werken met voorbewerkte (gewassen, gesneden en/of voorgegaarde) producten. De stellingname van producenten, boeren en distributeurs is belangrijk bij het succesvol uitrollen van dit project. Om het project te laten slagen wordt daarom gestreefd naar gesloten ketens, waarbij boer/producent – distributeur – klant (zorginstelling) samenwerken. Gelukkig zien we hiervan steeds meer goede voorbeelden”.

“De toepassing van biologische producten in de zorg vraagt van zorgorganisaties en voedingsdiensten een kanteling in het denken. De kunst is om écht integraal te rekenen. Een simpel voorbeeld: om 80 gram vlees over te houden heb je van regulier vlees een grotere beginhoeveelheid nodig dan van biologisch vlees. Doordat biologische producten van zichzelf al zeer smaakvol zijn, kun je bij het koken toe met minder toevoegingen. Dit zorgt weer voor lagere ingrediëntkosten. Daarnaast kun je je afvragen wat het een cliënt waard is wanneer deze weet dat het vlees op zijn bord biologisch is of dat de groenten die hij eet uit de eigen streek komen. Belangrijk is dan wel te communiceren over het gebruik van biologische of streekeigen producten. We zien dat het daar nog vaak aan ontbreekt”.

Om biologische producten op de kaart te krijgen, is aandacht nodig voor de prijsperceptie. Dit is vaak één van de eerste belemmeringen die worden opgeworpen, vooral in een markt die sterk op kosten is gefocust. Het tegenstrijdige hierin is dat eerst schaalgrootte moet worden bereikt: immers schaalvoordelen in productie leiden tot een gunstigere prijs. Ofwel: hoe groter het succes van biologische producten, hoe goedkoper ze worden.

Invulling geven aan MVO beleid

“Phyllis verduidelijkt; ons doel is niet om de markt volledig over te krijgen op biologische en streekeigen producten. Wel willen we de mogelijkheden benadrukken die aandacht voor eten en drinken kunnen bieden bij de profilering van de organisatie. De wijze waarop dit gebeurt, is afhankelijk van de visie van de zorginstelling en hun wijze van werken. Wel is duidelijk dat biologische en streekeigen producten een goed verhaal hebben om zich op het gebied van eten en drinken te profileren. Het past daarnaast goed in het toenemend maatschappelijk bewustzijn van zorgorganisaties”.

“Biologische producten kennen een groeiende maar relatief smalle doelgroep, streekproducten hebben daarentegen op een grote groep mensen een sterke appeal. Het stimuleren van de lokale economie, het beperken van onnodige foodmiles, het eten van de boer om de hoek. Het zijn allemaal elementen die gewaardeerd worden, wat weer een positief effect heeft op hoe eten en drinken ervaren wordt. Hierdoor verbetert de kwaliteit van leven van de cliënt dat zal het imago van de zorginstelling ten goede komen”.