

Voedingscentrum Bachelor's Award 2014

Juryrapport



Datum: 13 juni 2014

Betreft: **Juryrapport Voedingscentrum Bachelor's Award 2014**

De Voedingscentrum Bachelor's Award

Toekomstige productontwikkelaars en marketeers kunnen met hun producten een bijdrage leveren aan de gezondheid van consumenten. Het Voedingscentrum vindt het belangrijk dat zij zich dit realiseren en organiseert daarom dit jaar voor de tiende keer de Voedingscentrum Bachelor's Award voor foodgerelateerde HBO- en WO-opleidingen.

De opdracht: ontwikkel een nieuw product of concept, of pas een bestaand product zo aan dat het bijdraagt aan een gezonder en duurzamer eetpatroon van de consument. Inzendingen moeten bijdragen aan één of meerdere van onderstaande verbeterpunten, die zijn ontleend aan de Richtlijnen Goede Voeding van de Gezondheidsraad:

- het verminderen van de consumptie van verzadigd vet en/of transvet;
- het verminderen van de consumptie van zout;
- het verhogen van de inname van groente en fruit;
- het verhogen van de inname van vis;
- het verhogen van de inname van voedingsvezels.

Daarnaast is het belangrijk om bij de ontwikkeling van het product rekening te houden met duurzaamheid. Denk hierbij aan het gebruik van duurzaam geproduceerde grondstoffen, dierenwelzijn, eerlijke handel, klimaatbelasting en het tegengaan van voedselverspilling.

Jury

De inzendingen zijn beoordeeld door een jury bestaande uit vertegenwoordigers van de levensmiddelenindustrie, de retail, de Consumentenbond, het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, en het Voedingscentrum:

- Mw. Christine Grit, Manager Voeding & Gezondheid, FNLI
- Mw. Nelleke Polderman, Expert Voeding, Consumentenbond
- Mw. Anneke Sellis, Beleidsmedewerker, Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
- Mw. Marlijn Somhorst, Manager CSR, Lidl
- Mw. Annette Stafleu, Senior Voedingskundige, Voedingscentrum
- Dhr. Corné van Dooren, Kennisspecialist Duurzaam eten, Voedingscentrum
- Mw. Valérie Klostermann, Projectleider Productaanbod, Voedingscentrum (juryvoorzitter)

Datum: 13 juni 2014

Betreft: **Juryrapport Voedingscentrum Bachelor's Award 2014**

Werkwijze van de jury

Volgens het reglement worden alle inzendingen besproken door de jury aan de hand van de vooraf gestelde criteria en de te verwachten gezondheidswinst van het productidee. Het overzicht van de beoordelingscriteria staat in bijlage 1.

De jury bepaalt eerst de beste drie inzendingen en nomineert deze voor de hoofdprijs. Uit de nominaties wordt de winnaar gekozen, vervolgens wordt bepaald welke genomineerde inzendingen de tweede en derde prijs verdienen.

Opleidingsprijzen worden toegekend aan opleidingen die tenminste drie inzendingen hebben verzorgd, maar die niet de hoofdprijs, 2^e of 3^e prijs hebben gewonnen. De beste inzending van de betreffende opleiding ontvangt de Opleidingsprijs. Voorwaarde is wel dat de inzending voldoet aan de vooraf gestelde criteria.

Tenslotte kan de jury een Originaliteitsprijs toekennen. Deze is bestemd voor een productidee dat er uitspringt, bijvoorbeeld wat betreft aanpak, gebruikte materialen of combinatie van producten.

Inzendingen

Dit jaar heeft de jury maar liefst 37 inzendingen ontvangen, afkomstig van negen opleidingen. Daarmee doet een groot deel van de relevante food-opleidingen van het HBO mee aan de Voedingscentrum Bachelor's Award.

De deelnemende opleidingen zijn:

- Alle vier de opleidingen Voeding & Diëtetiek (Hogeschool van Amsterdam, Hogeschool van Arnhem en Nijmegen, Haagse Hogeschool, en Hanze Hogeschool Groningen);
- Food & Business (Hogeschool van Arnhem en Nijmegen);
- Food Design & Innovation (HAS Den Bosch);
- twee docentenopleidingen Consumptieve Techniek (Stoas Vilentum, Fontys Hogeschool);
- Small Business & Retail Management (Saxion).

Datum: 13 juni 2014

Betreft: Juryrapport Voedingscentrum Bachelor's Award 2014

Originaliteitsprijs

Chickeas

Instituut: Hanze Hogeschool

Opleiding: Voeding & Diëtetiek

Studenten: Janneke Vos, Miriam de Vries, Melissa Zantinge, Anita Nieuwenhuis

Chickeas is een koekreep gemaakt van wortel en kikkererwten. Het is een product voor tussendoor en het valt in de voorkeurscategorie. De koekreep is vezelrijk dankzij de peulvruchten. De smaak 'carrot cake' wordt voornamelijk verkregen door de wortelen, aangevuld met sinaasappelschil, koekkruiden en een klein beetje suiker. De reep is glutenvrij.

Het product verdient de Originaliteitsprijs, vanwege de nieuwe toepassing van kikkererwten in een zoet/koekachtig product. De jury vindt dit erg goed bedacht; bovendien is dit een goede manier om consumenten kennis te laten maken met peulvruchten.

De meeste van de bestaande koekrepen of candybars zijn te energierijk en vallen niet binnen de voorkeurscategorie. Daarom is deze koekreep een goede aanvulling op het huidige aanbod in deze productgroep. De marketingdoelgroep bestaat uit (moeders van) schoolgaande kinderen, maar het product is voor meer mensen interessant. Daarom kan dit product veel gezondheidswinst opleveren. De Chickeas-reep lijkt de jury een smakelijk product. Wel is de jury benieuwd naar de structuur en de smeuïgheid van de koekreep, want uit het smaakonderzoek kwamen wisselende reacties.

Wat betreft de marketing en productpresentatie had het rapport wat verder uitgewerkt kunnen worden. Bijvoorbeeld hoe de studenten consumenten willen overtuigen die in mindere mate openstaan voor producten op basis van peulvruchten. Daarnaast hebben de studenten weinig aandacht besteed aan duurzaamheid. De keuze voor peulvruchten is bijvoorbeeld in dit opzicht niet nader onderbouwd.

Datum: 13 juni 2014

Betreft: **Juryrapport Voedingscentrum Bachelor's Award 2014**

Opleidingsprijs

Dit jaar reikt het Voedingscentrum vijf opleidingsprijzen uit. Deze kennen we toe aan de beste inzending van elke opleiding die tenminste drie inzendingen heeft verzorgd, maar die niet zijn genomineerd voor de hoofdprijs, 2^e of 3^e prijs.

Dit jaar kiezen we de beste inzending uit van de volgende opleidingen:

- Voeding & Diëtetiek – Hogeschool van Arnhem en Nijmegen
- Food & Business – Hogeschool van Arnhem en Nijmegen
- Small Business & Retail Management – Saxion Deventer
- Lerarenopleiding Consumptieve Techniek – Fontys Hogeschool
- Voeding & Diëtetiek – Haagse Hogeschool

De winnaars van de Opleidingsprijzen van dit jaar zijn:

Hogeschool van Arnhem en Nijmegen – Voeding & Diëtetiek

Inzending: Good Couscous

Studenten: Denise Schäffer, Lotte Lurvink, Monique Groen, Anne Terhorst, Manon Bullens

Unox Good Couscous is een kant-en-klaar product dat bestaat uit couscous, gedroogde groenten, rozijnen, gedroogde abrikoos en een kruidenmix. Door de studenten is het ingedeeld in de categorie 'overig' omdat het onvoldoende energie levert voor een maaltijd, maar teveel als snack. Het product wordt gepositioneerd als een warme snack en dat is een categorie waarin verbetering zeer wenselijk is. Daarom is de jury erg enthousiast over dit product-idee. Als gevolg van de hoeveelheid calorieën valt het product in de uitzonderingscategorie, maar vanwege de samenstelling is het toch gunstiger dan veel concurrerende producten. Ook is Good Couscous een gezondere keuze dan het originele product waar dit product een lijnextensie van is. Het product is aantrekkelijk voor een brede doelgroep en zo kan er veel gezondheidswinst worden behaald. Dit ontlokte bij de jury de vraag: waarom is dit product er eigenlijk nog niet?

De studenten hebben ook sport- en schoolkantines als verkoopkanalen opgenomen in het marketingplan. Daar is een gezonder aanbod heel belangrijk.

Er kan nog wat meer gezondheidswinst worden geboekt door gebruik te maken van volkoren couscous.

Daarnaast ziet de jury ook mogelijkheden om dit product in de toekomst door te ontwikkelen tot een volwaardige gezonde kant-en-klaarmaaltijd. Duurzaamheid is goed meegenomen in het rapport en in de productontwikkeling. Het is een product met lage klimaatbelasting.

Datum: 13 juni 2014

Betreft: Juryrapport Voedingscentrum Bachelor's Award 2014

Food & Business – Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

Inzending: Salmينو zalmburger

Studenten: Stan Maas, Karin van de Pijpekamp, Lisa Veldhuis, Jessica Warmerdam

De Iglo Salmينو zalmburger is een burger van zalm, met een vulling van aardappelen, erwten en tuinbonen, en een paneerlaag van gemalen havermout. De burger kan worden gegeten als onderdeel van de warme maaltijd.

Het is een gepaneerd visproduct en daardoor is de zalmburger een uitzonderingsproduct. Met 25 gram vis levert de burger slechts een beperkte bijdrage aan de visconsumptie. Maar de samenstelling van dit product is beter dan van veel andere burgers. Bovendien kunnen consumenten via deze burger kennismaken met vis.

Behalve de keuze voor zalm van MSC-kwaliteit is er wat betreft de verpakking, het product of het proces geen rekening gehouden met duurzaamheid.

Het is een duidelijk rapport en de studenten hebben een goede vertaalslag gemaakt van theorie naar praktijk.

Hogeschool Saxion – Small Business & Retail Management

Inzending: De la berbe á queue – Vis Compleet

Studenten: Priscilla Dijks, Tjoek Korenrump, Matthew van den Nieuwendijk, Nick Hondelink

De la berbe á queue – Vis Compleet biedt een pakket aan waarmee de consument gemakkelijk gezond kan barbecueën: het bestaat uit onbewerkte vis, een beetje gesneden groenten en bijpassende kruiden. De vis is van MSC-kwaliteit. De vis kan worden bereid op de barbecue of in de oven.

De jury vindt het een mooi productconcept dat aantrekkelijk is voor een grote doelgroep. Tijdens de barbecue wordt vaak relatief veel vlees gegeten, maar weinig vis en groente. Met dit pakket wordt consumenten een gezond alternatief geboden .

Zowel de hoeveelheid vis als de hoeveelheid groente is gering; de portie had iets groter kunnen zijn. Maar het is een aantrekkelijk BBQ product als er tijdens de BBQ meer gegeten wordt dan alleen dit product, zoals een salade.

De studenten hebben goed nagedacht over voedselveiligheid en houdbaarheid. Helaas zijn de voedingswaarde- en de kostprijsberekening beperkt uitgevoerd, wat een aandachtspunt voor deze opleiding is.

De jury was onder de indruk van de productpresentatie. Dankzij de conceptverpakking, presentatieposter en het filmpje kreeg de jury een goed beeld van het product en het marketingplan.

Datum: 13 juni 2014

Betreft: **Juryrapport Voedingscentrum Bachelor's Award 2014**

Fontys Hogeschool – Lerarenopleiding Consumptieve Techniek

Inzending: Twister

Studenten: Bas van Drunen, Jan Brons, Kris Beurskens

De Twister is een broodje van speltmeel, magere yoghurt en wisselende seizoensgroenten en -fruit. Het is bedoeld als ontbijtproduct of als onderdeel van de lunch. De combinatie van brood met groenten en fruit spreekt de jury sterk aan.

De studenten hebben veel aandacht besteed aan duurzaamheid. Het product is gemaakt van biologische ingrediënten, waar mogelijk van regionale afkomst, en groente en fruit van het seizoen. Het wordt gepresenteerd als Limburgs streekproduct. Door in de naam te refereren naar de oorsprong of de streekproducten zou dat nog beter kunnen.

Hoewel het product vrij duur is, is het is zeer gemakkelijk in gebruik en wordt het aantrekkelijk aangeboden. Daarom is het toch aannemelijk dat consumenten het product zullen waarderen. Door volkorenmeel te gebruiken in plaats van tarwebloem, zou met dit product nog meer gezondheidswinst behaald kunnen worden.

Haagse Hogeschool – Voeding & Diëtetiek

Inzending: Fruitastisch

Studenten: Naomi van der Velden, Michelle Klerks, Zehra van Tienderen, Fareine Khan, Barbara van Rosmalen

Fruitastisch is een zoet broodbeleg in vier smaakvarianten; wintervariant appel en banaan, lentevariant sinaasappel en meloen, zomervariant banaan en perzik, herfstvariant peer en mandarijn. De hagels worden gemaakt van 'misvormd' seizoensfruit dat wordt gevriesdroogd. Het proces van vriesdrogen is een duur proces, en dit is helaas terug te zien in de kostprijs van het product. Wel blijven hiermee de meeste voedingsstoffen en de vezels behouden.

Per 100 gram levert het product te veel energie voor de voorkeurscategorie broodbeleg. Maar door een verpakking te maken met porties van 5 gram, is dit goed ondervangen. Want gevriesdroogd fruit is erg licht dus je hebt er niet zoveel van nodig. Zo wordt voorkomen dat er grotere porties worden gegeten.

De studenten hebben de voedingskundige aspecten goed uitgewerkt en hebben veel rekening gehouden met duurzaamheid, onder andere door het gebruik van fruit dat is afgekeurd vanwege de afwijkende vorm. Daarnaast hebben ze een zeer uitgebreide marktanalyse gedaan. Toch betwijfelt de jury of het eindproduct voldoende onderscheidend is ten opzichte van het huidige aanbod van vergelijkbare vruchtenhagels. De hoge kostprijs is hierbij een extra belemmering. Wel ziet de jury nog extra mogelijkheden, naast de afzetkanalen die de studenten hebben genoemd. Behalve voor supermarkten, hotels en catering, is dit product ook geschikt voor in de Gezonde Schoolkantine.

Datum: 13 juni 2014

Betreft: **Juryrapport Voedingscentrum Bachelor's Award 2014**

De genomineerden voor de hoofdprijs (in alfabetische volgorde)

De jury heeft de volgende inzendingen genomineerd voor de hoofdprijs:

Chibbeans

Instituut: Hanze Hogeschool

Opleiding: Voeding & Diëtetiek

Studenten: Grytsje Abma, Jessika Koning, Wendy Jansen Holleboom, Melissa Koers

Chibbeans zijn chips op basis van bruine bonen en maïsmeel. Ze bevatten geen zout, zijn vezelrijk vanwege de peulvruchten, en het vetgehalte is laag. Het voldoet aan de criteria voor een voorkeurscategorie snackproduct.

De studenten spelen hierbij in op de grote behoefte die er is aan hartige snacks in de voorkeurscategorie; er bestaan momenteel geen chips die voldoen aan de voorkeurscriteria. Wat betreft de voedingswaarde scoren de Chibbeans beter dan de huidige producten. Zo leveren deze chips ongeveer de helft minder kcal dan gewone chips. Daarnaast is het product aantrekkelijk voor een brede doelgroep. De jury verwacht dan ook dat er veel gezondheidswinst kan worden behaald. De kruidenmix waarmee de Chibbeans op smaak zijn gebracht, bestaat onder andere uit knoflook, gerookte paprikapoeder en kerriepoeder. Consumenten beoordelen de smaak als flauw. Dit komt waarschijnlijk doordat er geen zout is toegevoegd. De jury verwacht dat er bij doorontwikkeling kan worden geëxperimenteerd met andere kruidenmelanges om een betere smaak te ontwikkelen. De studenten hebben een gedegen marktanalyse uitgevoerd. Het product heeft veel concurrentie, maar de studenten houden daar goed rekening mee in hun marketingstrategie, onder andere door zich te richten op (sport)kantines als afzetkanaal. Daarnaast hebben ze goed nagedacht over duurzaamheid, bijvoorbeeld door gebruik te maken van Nederlandse peulvruchten en raapzaadolie.

Steamit

Instituut: HAS Den Bosch

Opleiding: Food Design & Innovation

Studenten: Ruben de Ruijter, Chantal Boots, Ellen Bressers

Steamit is een vernieuwend concept voor take-away snacks, als concurrent voor reguliere snackshops. Bij Steamit kunnen consumenten kiezen uit verschillende steam-bits: gestoomde bladerdeeghapjes met vulling. Er zijn zoete en hartige steambits, en er zijn varianten met kip, met vis en vegetarisch. Eén portie bestaat uit drie steam-bits, een saus en een topping. Deze volledige portie voldoet aan de criteria voor een snack in de voorkeurscategorie.

De studenten presenteren een totaalconcept dat goed is uitgewerkt zowel wat betreft gezondheids- als duurzaamheidsaspecten. De keuze voor de stoomtechniek in plaats van frituur heeft duidelijke

Datum: 13 juni 2014

Betreft: **Juryrapport Voedingscentrum Bachelor's Award 2014**

gezondheidsvoordelen. De steam-bits worden geserveerd op een bord van duurzaam materiaal, namelijk suikerriet.

Het is een innovatieve snack, maar de jury ziet ook mogelijkheden om het door te ontwikkelen als maaltijd of maaltijdcomponent. Het product wordt verkocht via winkels op het station om de kleine trek van (trein)reizigers te stillen. De jury vindt dit erg goed passen bij dit product en door de volledige uitwerking 'zien we het helemaal voor ons'.

Veggieloaf

Instituut: Hogeschool van Amsterdam

Opleiding: Voeding & Diëtetiek

Studenten: Imke Peeters, Elise Molthof, Anne-Wil de Vries

Veggieloaf is brood op basis van volkorenmeel en seizoensgebonden groenten, bijvoorbeeld waspeen in de zomer-variant. Er is ook een glutenvrije variant met Teff-meel.

Omdat het brood voor zo'n groot deel bestaat uit groenten, kan dit een aardige bijdrage leveren aan de groente-consumptie. Bovendien is het brood van zichzelf al smaakvol; beleg is niet per se nodig. De gezondheidswinst is goed onderbouwd. Ook hebben de studenten rekening gehouden met duurzaamheid door gebruik te maken van 'misvormde' seizoensgroenten en van lokale producten. Als verkoopkanaal richten de studenten zich op de bakkers en luxere supermarkten. Het brood heeft namelijk een relatief hoge kostprijs. Wellicht dat dit verbetert wanneer er op grotere schaal wordt geproduceerd.

Veggieloaf is een zwaar, vullend brood. Consumenten hebben er dan ook minder van nodig om een 'vol' gevoel te krijgen. De grote hoeveelheid groente die in het brood verwerkt is zorgt voor een andere textuur. De studenten willen het Veggieloaf positioneren als broodvariant, maar gezien de afwijkende textuur zijn daarvoor nog wat aanpassingen nodig in de receptuur.

Consumenten die het product hebben geproefd, gaven aan dat het product lijkt op ontbijtkoek en suikerbrood. Volgens de jury biedt dit, in combinatie met de relatief hoge kostprijs, goede mogelijkheden voor een andere positionering, bijvoorbeeld als nieuw product binnen alternatief voor ontbijtkoek.

Datum: 13 juni 2014

Betreft: **Juryrapport Voedingscentrum Bachelor's Award 2014**

De uitslag

De jury is tot het volgende oordeel gekomen:

Hoofdprijs: Steamit

2e prijs: Chibears

3e prijs: Veggieloaf