



Markling



Food for Care

**Hoe lokale foodbedrijven
voedsel kunnen leveren
aan de zorg**

share your talent. move the world.



**Download
hier het hele
Markling
rapport!**



Aanbevelingen Foodhubs

1. Om in staat te zijn een interessante waardepropositie in combinatie met een goede prijs te leveren aan zorginstellingen zal een foodhub moeten zorgen voor een korte keten die zij zoveel mogelijk zelf beheerst.
2. De foodhub kan zich het beste richten op kleinere zorginstellingen, bijvoorbeeld ouderenzorginstellingen of kleine ziekenhuizen.
3. In de contacten met zorginstellingen (zie 1) moet vooral het punt van regiobinding, duurzaamheid en seizoensproducten worden gebruikt.
4. De foodhub moet leveringszekerheid organiseren en beloven.
5. De foodhub moet professionele marketing en sales in huis hebben. De communicatie dient helder te zijn met bijvoorbeeld een aansprekende website. Via netwerken en andere relationele manieren zal de foodhub in contact moeten komen en blijven met de *decision makers* bij de zorginstelling. Bij een kleinere zorginstelling kan het nuttig zijn met de bestuurder in contact te komen.

Uiteraard kan een foodhub er ook voor kiezen niet aan zorginstellingen te willen leveren, maar bijvoorbeeld aan kennisinstellingen of overheidsorganisaties. Maar ook dan spelen genoemde aanbevelingen een rol.

Hoofdconclusie

Patiënten zouden graag lokaal voedsel willen. Foodhubs willen dat graag aanbieden, wat logisch is want dat is in potentie interessante 'business'. Zorginstellingen zeggen ook dat ze graag (meer) lokaal voedsel willen inkopen. Maar zorginstellingen hebben op dit moment veelal te weinig kennis van en soms ook te weinig vertrouwen in lokale foodhubs om lange termijn transacties aan te gaan. Ook spelen hogere kosten van lokaal voedsel een rol: een zorginstelling wil zich soms niet binden aan hogere kosten. Daardoor kunnen foodhubs niet de gewenste hoeveelheden tegen de gewenste prijs leveren. De foodhubs op hun beurt hebben te weinig professionele kennis en ervaring om het nodige vertrouwen te winnen, mede omdat zij ook daardoor niet op beslissingsniveau in een zorginstelling terecht komen.

Het gevolg is dat levering van lokaal voedsel aan zorginstellingen maar op beperkte schaal gebeurt.



Marketing

Professionele communicatie, goede website en data-uitwisseling, klantgerichte sales.

Aanbod

Het hele jaar door aanbieden van eigen duurzame gezonde (seizoens-) producten voor de bereiding van maaltijden.

Via de oogstkalender direct inzicht in het lokale aanbod voor de komende seizoenen.

En de verkoop van de next-best opties voor totaal aanbod.

Samenwerking

Regionale samenwerking van foodhubs en lokale producenten.

Vanuit de foodhub toegang tot alle lokale producten.



Inkoop

Extra leverancier.
Afnamezekerheid bieden.
Prijsafspraken maken.

Aanbevelingen Zorginstellingen

1. Durf de volgende twee keuzes te maken:
 - Een afnamegarantie van een bepaalde hoeveelheid voedsel voor 1 jaar tegen een vooraf afgesproken prijs.
 - Naast de bestaande leverancier en/of cateraar een lokale leverancier ('foodhub') inschakelen
2. Zorg intern dat het topmanagement de keuzes ondersteunt door te benadrukken dat patiënten het graag willen, het duurzamer is, en goed voor de regio. Breng het maatschappelijke voordeel ook in bij zorgverzekeraars.
3. Zoek in je omgeving naar een foodhub die aan de volgende eisen voldoet:
 - Bereid en in staat om leveringszekerheid te bieden voor bijvoorbeeld een jaar
 - Tegen een van te voren afgesproken prijs
 - Professionele organisatie met heldere waardepropositie en goede communicatie
 - HCCP goedgekeurde producten en processen

Het kernpunt bij zorginstellingen is in feite dat zij in de praktijk weinig prioriteit geven aan een omslag naar lokaal voedsel. Zij zouden zich meer moeten realiseren dat ze daarmee juist een belangrijke maatschappelijke bijdrage leveren die verder gaat dan 'gewoon eten inkopen'.

Download hier
het hele Markling
rapport!



Marklinq

Marklinq is een instituut voor toegepast marketingonderzoek van de Hanzehogeschool Groningen. Binnen Marklinq wordt marketingkennis ontwikkeld dat direct toepasbaar is voor de praktijk. Zowel op eigen initiatief als op basis van vragen vanuit de praktijk worden onderzoeken uitgevoerd door docent-onderzoekers en waar mogelijk door studenten.

marklinq@org.hanze.nl



Marklinqpublicatie nr. 29