

HET MENU VAN B73

**WAT ZIJN JULLIE WENSEN
ALS HET GAAT OM ETEN EN
DRINKEN OP HET WERK**

bekijk de eerste resultaten



MENU VAN JOUW VOEDSELKEUZES

De meeste eetkeuzes zijn onbewust. Mensen maken hun keuzes vaak niet met een plan, maar op de automatische piloot. Wat we eten, beslissen we vaak zonder er echt bij stil te staan. Drie krachten spelen daarin een rol:

GELUK

Je kiest je eten en drinken bijna altijd mede op basis van geluk. Je wilt dat het een goed gevoel geeft, of je vindt het fijn om samen met collega's te kunnen eten en drinken.

GEMAK

Om gemak kunnen we niet heen. We willen niet te veel extra moeite doen en het liefst dat het eetmoment soepel in onze werkdag past.

GELD

Geld is het je kunnen veroorloven. Geld is het het waard vinden. Geld is mee kunnen doen met de rest.

Denk aan de automaat op de gang, die net iets makkelijker te vinden is dan het fruit. Of aan het broodje dat net iets goedkoper is dan de salade, waardoor je toch daarvoor kiest. En aan de collega's die naar de broodjeszaak lopen tijdens de lunchwandeling, waar je graag in meegaat.

Dat is de kracht van de voedselomgeving: ze bepaalt, dag in dag uit en zonder dat je het doorhebt, wat er op je bord of in je beker terechtkomt.

**EEN ONDERZOEK IN OPDRACHT
VAN PILOT DUURZAME CAO RIJK**

HET ONDERZOEK



In juni 2026 stond in dit gebouw de onderzoeksinstallatie 'De Reizende Snackbar'. Hiermee onderzochten we wat medewerkers willen als het gaat om eten en drinken op het werk. Zo proberen we het aanbod en de faciliteiten beter te laten aansluiten bij jullie wensen en bij de Rijksbrede ambitie voor gezonde en duurzame bedrijfscatering.

Twee weken lang hebben we de wensen van jou en je collega's opgehaald, met als belangrijkste vraag: hoe maken we jullie eet- en drinkmomenten gelukkiger, gemakkelijker en betaalbaarder?

Heel veel collega's schreven hun wensen op de rode kaartjes bij de installatie, vulden de survey in en gingen in gesprek met onderzoekers. Dat leverde veel input op. Bedankt daarvoor!

In deze folder laten we je zien wat er speelt binnen dit gebouw. Hiernaast serveren we de eerste resultaten.

**MEER WETEN?
SCAN DE QR CODE OP DE VOLGENDE PAGINA**

HET MENU VAN B73

De wensen, zorgen en ervaringen die jullie het meest benoemden, worden hier beneden geserveerd.

VOORGERECHT

Eerst een greep uit wat jullie schreven op de rode kaartjes:

"TO GO OPTIE"

"MEER ETENS OPTIES BUITEN LUNCHTIJD (VOOR LAGE PRIJS)"

"WIJ ZOUDEN ALS EZK/ LUVN HET GOEDE VOORBEELD MOETEN GEVEN, DUS: VEGA(N) EN BIO!"

"MEER VERSCHILLENDE GEZONDE WARME MAALTIJDEN"

Praat mee tot 9 oktober.
Scan de QR-code.



HOOFDGERECHT

De thema's en wensen die vaak terugkwamen:

Een sterke norm _____ 1.

De lunch is het meest besproken eet- en drinkmoment. Met wie je eet, wat je eet en waar wordt door meerdere dingen bepaald, de sociale norm lijkt hier leidend. In het bedrijfsrestaurant eten lijkt niet vanzelfsprekend te zijn, omdat het eten duur is, niet lekker en onvoldoende vult. Iets dat nieuwe medewerkers soms al tijdens hun onboarding van collega's te horen krijgen!

Het bedrijfsrestaurant _____ 2.

Voor een deel van jullie voldoet het bedrijfsrestaurant wel aan wat ze uit hun lunch willen halen: even afschakelen of collega's ontmoeten. Voor een ander deel voelt het bedrijfsrestaurant juist als een drempel: weinig ruimte als het druk is, lange rijen, gehorig, een buitenruimte ontbreekt, prijzig en een beperkt aanbod.

Het kleinere restaurant centraal in het gebouw wordt door een deel van jullie als prettig alternatief genoemd: laagdrempeliger, informeler en is voor sommigen dichterbij hun werkplek.

Prijs en portie _____ 3.

"De prijs afgezet tegen de hoeveelheid die je krijgt is niet in verhouding" en "Mijn wens een bedrijfsrestaurant dat betaalbaar is voor iedereen": de prijs is het meest genoemde onderwerp, vooral in combinatie met portiegrootte. Meerdere van jullie geven aan dat de porties te klein zijn voor de prijs, na de lunch zit je nog niet vol.

Aanbod, met ruimte voor eigen keuze _____ 4.

Eten is persoonlijk. Smaak, dieet, cultuur, overtuigingen en allergieën spelen mee en dat verklaart de uiteenlopende wensen: bio, vlees, vega, halal en meer. Er wordt gevraagd om meer warme opties, meer variatie en gerechten die voedzaam én vullend zijn. Onder die wensen zit een gedeelde behoefte: zelf kunnen kiezen. Keuzevrijheid komt terug als iets dat jullie graag behouden, ongeacht hoe het aanbod verandert.

Vega en het goede voorbeeld _____ 5.

Er is een duidelijke roep om meer en beter vega(n), biologisch en lokaal aanbod. Een deel van jullie vindt dat EZK en LUVN een voorbeeldrol kunnen pakken: "Wij moeten het goede voorbeeld geven rond gezond en duurzaam eten".

Na de lunch _____ 6.

De eetmogelijkheden op het ministerie zijn nu vooral beperkt tot de openingstijden van het bedrijfsrestaurant. Een deel van jullie merkt daardoor na de lunch energieverlies en gaat zelfs eerder naar huis door trek. Een duidelijke wens is dan ook dat producten ook buiten lunchtijd beschikbaar blijven. Het werkfruit als gezonde snack wordt positief ontvangen, maar is vaak snel op.

Samengevat _____ 7.

De optelsom: een lunch die betaalbaar is en ook echt vult, een plek die laagdrempelig aanvoelt, aanbod waarin je jezelf herkent zonder dat keuzevrijheid verdwijnt en eten dat ook buiten de vaste lunchtijden beschikbaar is.

NAGERECHT

En wat nu? De resultaten van B73 worden samengevoegd met de resultaten van andere Rijksoverheid locaties. Deze inzichten vormen de basis van het advies, dat input is voor het bedrijfsvoeringsbeleid, het categorieplan catering en de aanbestedingen. Het advies richt zich op hoe we eet- en drinkmomenten beter kunnen aansluiten bij de medewerker en wat dit betekent voor de visie binnen de Rijksoverheid op een gezonde en duurzame bedrijfscatering.

PILOT DUURZAME CAO RIJK & INK SOCIAL DESIGN

Dit is een project van pilot duurzame CAO Rijk, impactproject Eten en Drinken. Een initiatief van het Rijk, samen met de vakbonden en medewerkers, om als grootste werkgever van Nederland stappen te zetten richting duurzamer werken, met de ideeën van medewerkers zelf als basis. Meer weten? Kijk op Eten & drinken | CAO Rijk. →

Het onderzoek wordt uitgevoerd in samenwerking met Ink Social Design, een strategisch innovatie- en ontwerp-bureau voor maatschappelijke veranderaars. Meer weten? Bekijk www.ink.team

