

Interview – WAVE 2:

Financierders & Plaatsende Partners

Projectinformatie

Projectnaam: Sustainability @ Home – Voedselverspilling (ReServeBox)

ReServeBox is een phygital buurtvoedelsysteem dat huishoudelijke voedseloverschotten lokaal herverdeelt om voedselverspilling te verminderen. In WAVE 2 verschuift de focus van de gebruiker naar de **organisaties die ReServeBox zouden kunnen plaatsen, beheren of financieren.**

Onderzoeker/ interviewer: Victor Raes – Student Industrieel Ontwerpen, UGent campus Kortrijk

Doelstelling van het interview

Dit interview heeft als doel om:

- Het concept ReServeBox te **valideren vanuit het perspectief van financiers en beheerders**
- Inzicht te krijgen in **organisatorische, financiële en juridische noden**
- Te begrijpen **onder welke voorwaarden organisaties bereid zijn dit concept te ondersteunen**
- Functionele en strategische vereisten te verzamelen voor verdere conceptontwikkeling

Onderzoeksvragen (protocolniveau)

Hoofdonderzoeksvraag: Onder welke voorwaarden zijn organisaties bereid om een buurtvoedselbox zoals ReServeBox te plaatsen, financieren of ondersteunen?

Deelvragen:

1. Welke doelen (duurzaam, sociaal, economisch) motiveren organisaties om in te zetten op voedselverspilling?
2. Welke praktische, juridische en financiële randvoorwaarden zijn noodzakelijk voor implementatie?
3. Welke functies en garanties verwachten organisaties van een dergelijk systeem?

Respondenten & steekproef **Doelgroep:**

- Gemeenten/ stadsdiensten (duurzaamheid, afval, welzijn)
- Sociale organisaties en vzw's
- Winkelketens of lokale handelaars
- Projectontwikkelaars of wijkorganisaties

Steekproefgrootte: N = 3 (minimum)

Interviewduur: ±30–45 minuten

Periode: oktober–november 2025

Respondenten worden geanonimiseerd en aangeduid per organisatietype.

Methode

Semigestructureerde expertinterviews. Het concept ReServeBox wordt voorgesteld aan de hand van een **beknopt conceptoverzicht** (schets of korte beschrijving). De nadruk ligt op haalbaarheid, schaalbaarheid en verantwoordelijkheid.

Interviewstructuur

1. Introductie & informed consent (5')

- Voorstelling onderzoeker en project
- Doel van het interview
- Verwachte duur
- Toestemming voor opname en anonieme verwerking

2. Context & rol van de organisatie (5–7')

- Kunt u kort toelichten wat de rol en missie van uw organisatie is?

Duurzaamheidsverantwoordelijk + klantinteractie

- Is duurzaamheid een belangrijk thema binnen jullie merk?
Ja, merkidentiteit, transparantie
- In welke mate is voedselverspilling momenteel een relevant thema voor u?

Doel: positionering van de respondent binnen het ecosysteem.

3. Thema 1 – Visie op voedselverspilling & duurzaamheid (8–10')

- Hoe kijkt uw organisatie naar voedselverspilling op wijk- of stadsniveau?
- Welke initiatieven bestaan er al binnen uw werking?
- Waar ziet u vandaag de grootste hiaten of kansen?

Doorvraag: ecologische impact, sociale meerwaarde, beleidsdoelstellingen

4. Thema 2 – Conceptvalidatie ReServeBox (10–15') Conceptintroduction (beknopt):

“ReServeBox is een buurtgerichte voedselbox waar huishoudens veilig voedseloverschotten kunnen delen. Het systeem combineert een fysieke box met duidelijke richtlijnen en een digitale laag voor transparantie en beheer.” **Vragen:**

- Wat is uw eerste indruk van dit concept?
- *Actueel, maatschappelijk waardevol*
- Ziet u mogelijke risico's of bezorgdheden of aandachtspunten?
Zichtbaarheid, duidelijkheid en begrijpbaarheid

5. Thema 3 – visualisatie en herkenbaarheid (8–10')

- Hoe belangrijk is het uiterlijk van de box volgens u?
Eerste indruk -> belangrijk -> geeft vertrouwen
- Wat moet visueel duidelijk zijn?
Doel van de box -> net en hygiënisch -> professioneel
- Wat zou verwarring kunnen zijn?
Te veel tekst, rommelige lay out

6. Thema 4 – Financieel & schaalbaarheidsperspectief (5–7')

- Onder welke voorwaarden zou uw organisatie dit willen financieren of ondersteunen?
- Welke kostenposten ziet u als cruciaal?
- [Goede look, professionele uitstraling die hoort bij keten](#)
- Ziet u mogelijkheden tot partnerschappen of subsidies?
- Hoe belangrijk is schaalbaarheid of replicatie voor u?

7. Wrap-up & advies (5')

- Wat zou voor u een absolute **dealbreaker** zijn?
- [Imago-impact, verkeerd gebruik, ...](#)
- Wat zou dit concept nodig hebben om echt haalbaar te worden?
- Welk advies zou u geven aan de ontwerper van ReServeBox?

Bedankung en afsluiting.

Dataverwerking

- Audio-opname en samenvatting per interview
- Codering per thema (visie, randvoorwaarden, functies, risico's)
- Vergelijkende analyse tussen organisatietypes

Output

De resultaten van deze interviews worden gebruikt voor:

- Valideren van de haalbaarheid van ReServeBox
- Aanscherpen van het business- en governance-model
- Bepalen van placeerbare contexten en partners
- Voorbereiding van verdere concept- en systeemontwikkeling

Conclusie:

Uit dit interview blijkt dat visuele communicatie en gebruiksduidelijkheid cruciale factoren zijn voor het succes van ReServeBox binnen een commerciële context. De winkelketen benadrukt dat de box niet alleen functioneel moet zijn, maar ook onmiddellijk begrijpbaar en herkenbaar als een positief duurzaam initiatief. Een verzorgde vormgeving, duidelijke

pictogrammen en een heldere uitleg op de box zelf worden gezien als noodzakelijke voorwaarden om vertrouwen te creëren bij klanten en voorbijgangers. Daarnaast wordt het belang benadrukt van een uitstraling die afstand neemt van afval of rommel, en die het delen van voedsel op een positieve en toegankelijke manier framet. Voor het ontwerp van ReServeBox betekent dit dat visualisatie geen bijkomstig element is, maar een essentieel onderdeel van de functionaliteit en acceptatie van het concept.