

Marktstudie stuurt Dagvers-project bij



Dagvers [1] maakt gezonde, kindvriendelijke bereide maaltijden. Dus helemaal kant-en-klaar. Zonder toevoegingen van smaak- en kleurstoffen. Ze koken **artisaanaal** en werken zo veel mogelijk met **biologische** ingrediënten. Ze streven daarnaast naar een **korte keten**. De coöperatieve onderneming werkt bijvoorbeeld samen met lokale bioboeren en CSA's (Community Supported Agriculture). Ze richten zich vooral op drukbezette gezinnen die zelf geen tijd hebben om (gezond) te koken. Hun doelgroep plant en bestelt online de Dagvers-gerechten minstens drie werkdagen vooraf. Zo kunnen zij de juiste hoeveelheden koken. Want ze willen **voedselverspilling voorkomen**. Klanten kunnen de maaltijden gratis oppikken bij een **afhaalpunt** naar keuze of betalend thuis laten leveren. Dat alles maakt het Dagvers-concept zo innoverend.

Crowdsourcing & crowdfunding dankzij projectfonds

Dagvers wendde het projectfonds aan om een **marktstudie** uit te voeren. Ze wilden voor ze begonnen het idee toetsen bij het grote publiek. Ze stelden een survey (crowdsourcing) op met al hun belangrijkste vragen, zoals: hoeveel keer mensen koken per week, wat er zoal op tafel komt, hoeveel ze take-away bestellen, of ze Dagvers een leuk idee vonden en wat dat mocht kosten. Meer dan 500 mensen namen deel aan de enquête. Het zette Dagvers aan om daarop een **reward based crowdfunding** [2] te lanceren. Zo konden ze toetsen of mensen daadwerkelijk tot een aankoop zouden overgaan. Natuurlijk in ruil voor een beloning. Het bleek een succes.

Nodige inzichten verworven voor lancering

Het projectfonds liet Dagvers toe om hun idee, gedragen door een publiek, weloverwogen uit te **doen groeien** tot wat nu een coöperatieve onderneming is. Ze kregen **inzichten** die ze anders niet hadden gehad. Daardoor konden ze ons idee **tijdig bijsturen**. Het hielp hen bijvoorbeeld bij het bepalen van de prijszetting van hun maaltijden. Uit de studie bleek ook dat een biogarantielabel niet zo belangrijk was voor de respondenten. Zelf is Dagvers wel overtuigd dat het een meerwaarde is.

Inzetten op work-life balans bij bedrijven

Sinds mei kunnen mensen de Dagvers-maaltijden online bestellen. De volgende maanden willen ze hun concept verder in de markt zetten. Ook bij bedrijven, wat hen een opportuniteit lijkt om bij te dragen aan een gezonde work-life balance van bedrijfsmedewerkers. En ondertussen hebben ze een samenwerking met Smartmat. Er zit een Dagvers-gerecht in hun 15 minuten kookbox. Die samenwerking willen ze verder uitbouwen. Dagvers hoopt na Antwerpen ook in Gent op te starten begin 2018.

[Dagvers](#) [3]

Bron URL: <https://www.stadslab2050.be/stadslab2050/projectenfonds-duurzame-stad/dagvers>

Links

[1] http://dagvers.org/?gclid=Cj0KCQjw9afOBRDWARIsAJW4nvwmgX7dZPFKITT2Dgza4hYlbsrNNa cmhuyk2W9jClilcBVEw_ILCM4aAgPMEALw_wcB

[2] <https://nl.ulule.com/dagvers/>

[3] <https://www.stadslab2050.be/tags/dagvers>