

Bakkerij van de toekomst

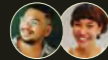
Follow the Rainbow

Conventionele ideeën domineren nog steeds onze maatschappij en zijn zichtbaar in zowel traditionele als digitale media. Echter, digitale producten worden steeds inclusiever, toegankelijker en diverser. Deze online ervaringen zijn voor een breder publiek beschikbaar en persoonlijker; van WCAG-conforme websites tot hyper-gepersonaliseerde platforms. Deze trend naar inclusiviteit zien we ook in andere markten, zoals unisex-kleding en gender-vrije dating-apps.



Marketing & Communicatie

Proefsessie	Minderheden representatie: vrouwen, LHBTIQ+, mensen van kleur, neurodivers etc.
Armoedebestrijding & tegen eenzaamheid: deel je aankoop (1 voor jou, 1 voor een kind/amder)	Als je ziek bent: beterschapsbrood
	(Maatschappelijk relevante) influencers inzetten



“Hoe kan onze bakkerij inclusiviteit en diversiteit omarmen om ons te onderscheiden en beter in te spelen op diverse klantbehoeften?”

The End of Screens

Hoewel schermen lange tijd centraal stonden in digitale interacties, worden hun beperkingen steeds duidelijker. Vlakke oppervlakken, beperkte afmetingen en omgevingen die losstaan van de fysieke wereld zijn problemen die voortkomen uit onze afhankelijkheid van traditionele schermen. Met de opkomst van AI nadert het einde voor deze traditionele interacties.

Technologie & Innovatie

Bakker bij je thuis én AI gestuurde ingrediënten die thuis worden afgeleverd	Food printing 3D
Emotiegestuurd koopadvies (suikerbehoefte e.d.)	oud brood recyclen in nieuwe taartjes
producten toegespijst op jouw lichaam / systeem	

Branding

Gezondheid: proactieve advisering, AI vertelt je wat je moet eten	Trendsetter: biologisch, maatwerk (glutenvrij/allergie) - op basis van jouw profiel	Geen verspilling	Virtuele bakkerij	Bakker aan huis/kantoor
---	---	------------------	-------------------	-------------------------

Technologie & Innovatie

Met AI nieuwe ingrediënten/recepten ontwikkelen	Grote + kleine porties brood (studenten vs. groot gezin)
Eerlijke prijs, betaalbaar voor iedereen	Tot sluitingstijd alle soorten en dan... croutons / TGTG / invriezen voor schoolontbijt / recyclen voor biogas etc.
	Meer dan brood: streekproducten, fietsverhuur, citywalks/app

Branding

Bakkerij als ontmoetingsplek voor diverse culturen (wijkhub/flexwerkplek)	Mensen inzetten met afstand tot de arbeidsmarkt	Ramadan: langer open (of andere bijzonderheden)
Gifs geschikt voor gebruik op sociale media, genereren van merkidentiteit	Kinderen leren hoe je brood bakt: ambacht	

Marketing & Communicatie

Community bouwen: delen eigen creaties, nieuwe ingrediënten	Met ingebouwde chips voedingsbehoefte van klanten uitlezen en pushbericht met voorstel bestelling sturen
Met AI signalen naar je brein om nieuwe producten te proeven	Spaarpunten voor inleveren oud brood (in een app)
	Je eigen recept inspreken & gepersonaliseerd PERSONAL BREAD



“Hoe kan onze bakkerij technologie en AI inzetten om klantinteracties te vernieuwen en naadloze digitale ervaringen te creëren?”

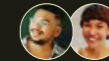


Catch the Green Wave

Hoewel er geen eenvoudige oplossing is voor klimaatverandering of de mentale gezondheids crisis, creëren veranderende waarden nieuwe kansen. Bedrijven die duurzaamheid, sociale verantwoordelijkheid en goed bestuur prioriteren, kunnen de komende jaren het sterkst groeien. Ook maakt bezit plaats voor delen, aangedreven door platforms die toegang bieden tot deze producten en diensten. Deze verschuiving beïnvloedt niet alleen consumptie, maar roept ook vragen op over eigendom, verantwoordelijkheid en samenleven.

Marketing & Communicatie

Statiegeld broodzak (1x gratis vullen, hergebruiken)	Partnerships met bijvoorbeeld de Voedselbank
Brood abbo	Bewustwording duurzaamheid
Workshops online + offline (educatie, zelf maken, wat te doen met oud brood)	



“Hoe kan onze bakkerij vooroplopen in duurzaamheid en inspelen op de groeiende vraag naar verantwoorde producten?”

Technologie & Innovatie

On demand 'op bestelling' brood bestellen	Reststromen product (brood dat over is verwerken tot croutons)	Lokale en biologische ingrediënten
Warmte lokaal terugleveren (aan bijvoorbeeld warmtenetten)	Restproducten laten verwerken tot verpakking	

Branding

	Duurzame inrichting winkel (stoelen, borden, tafels)
Farm to fork	'Purpose driven' in alles verkopen
1 + 1 voor een ander	Kernwaarden & merkbelofte als basis en dan... verhalen van ondernemer, werknemer, klant, product, omgeving

Follow the Rainbow



“Hoe kan onze bakkerij inclusiviteit en diversiteit omarmen om ons te onderscheiden en beter in te spelen op diverse klantbehoeften?”

Overige ideeën uit de breakout sessie

Marketing en communicatie

Geurbeleving	Meet de bakker
Brood thuisbezorgd	Trots op culturen, kennis laten maken en laten proeven
Eigen foodtruck	Interne branding binnen de brood-keten
Genderneutraal taalgebruik	In kookprogramma's aanwezig zijn
Pride month	Kookworkshops
Pride month	Kookworkshops
	PR inclusief

Techniek & Innovatie

3D printing eigen brood	Onbewerkt voedsel/brood --> gezonder	Zacht brood voor oude mensen
Terug naar ambacht: eerlijke ingrediënten, terugdringen ziektes	Eigen AI die jouw ideale brood kan helpen samenstellen	Samenwerking met inclusieve organisaties / fietskoerier
Webshop broodjes op maat	Nieuwe producten: pasta, patat, mie	
Toegankelijke website	Bakken on demand, geen verspilling	
Bedrijfslunches	Nieuwe kanalen - winkel dicht	
Vega recepten meegeven bij brood / website / socials	Wentelteeftjes (vega)	
Zacht brood voor oude mensen	Samenwerking met inclusieve organisaties / fietskoerier	

Branding

Boer - brood - bakken	Proud brood
Broodje Aap (voor Blijdorp en andere organisaties)	Mensen / gezichten (verhalen & storytelling)
Vrouwenbrood (PMS/menopauze)	Naam (Do als vrouw) benutten
HR beleid: mensen met afstand arbeidsmarkt	Elke minderheid in het personeelsbestand
Toegankelijke huisstijl en website	Assortiment patisserie: baklava e.d.
Taalgebruik B1	Turkse bakker & Iftar
	Brood tegen eenzaamheid / 1/4 brood ipv halfje

The End of Screens



“Hoe kan onze bakkerij AI en technologie inzetten om klantinteracties te vernieuwen en naadloze digitale ervaringen te creëren?”

Overige ideeën uit de breakout sessie

Marketing en communicatie

AI bedenkt originele campagnes	Broodabonnement (delivery / cadeau)
Storytelling / video herkomst ingrediënten	Ingrediënten info (allergieën)
Gezonde schoolsnack (net als melk & fruit)	IN VR als klant met nieuwe ideeën komen; als de bakkerij het accepteert, krijg je punten / gratis product
Kinder-broodbak-game	Talent bakery scouting
Visuele uitingen en limited editions	Meekijken met de bakkers (realtime of VR)
Bakkerij is community center geworden waar met camera's mensen worden gekozen voor een broodje (sad/zwerver/lonely mensen)	Eigen logo per klant

Techniek & Innovatie

AI scant je kast voor mogelijkheden om te bakken	Inzicht in beschikbaarheid	dynamic pricing op basis van overschotten
Nieuwe producten kunnen toevoegen	Brood gemaakt van andere ingrediënten dan graan	
Drinkbrood	AI non-stop experimenten laten doen voor nieuwe vormen en samenstellingen	
AI-driven inkoopproces	AI avatar neemt de bestellingen op en vertelt over het merk	
AI helpt bij het goed laten rijzen van het deeg	AI bedenkt en verbetert recepten / ingrediënten generator	
Vacuüm transport tubes naar centrale afhaalpunten	Brood en koek op maat met eigen ingrediënten & tijdstip van bakken	
Willy Wonka - kaugom met broodsmak	delivery per drone / robot	

Branding

Cultuurgericht	Verpakking: duurzaam en persoonlijk (zelf meenemen)	Geur
Familiegericht	Lunchzakjes/doekjes in eigen branding	BBB - Bring the Bread Back - zonder e-nummers
Bakken met restjes / Restanten hergebruiken	Herman de sourdough starter & sourdough doorgever	Duurzaam (à la The Good Roll)
Dream bread	Ingrediënten kopen in cadeauverpakking	Platform
AI analyseert hoe consistent het merk is op alle kanalen en adviseert	Hier staat een idee	Meer doen met familie
Inzicht geven in oorsprong van ingrediënten	On demand	
Interactie tussen bakker en consument	Franchise mogelijkheden (voor iedereen)	

Catch the Green Wave



“Hoe kan onze bakkerij voorop lopen in duurzaamheid en inspelen op de groeiende vraag naar verantwoorde producten?”

Overige ideeën uit de breakout sessie

Marketing en communicatie

Inzicht geven in hoe 'duurzaam' het wordt gemaakt	Storytelling	Loyalty programma
Duurzame verpakkingen	B2B/B2C	TikTok rij
Duurzame werving & selectie	Franchise	"Get baked"
Interactie met klanten (community)	Op = op	Ambassadeurs / influencers papierloos communiceren Papierloos communiceren
Groen brood	Al ons brood komt met de benenwagen	Can we bake it
Papierloos communiceren	papierloos communiceren	
Bakfiets bezorging	TGTG	

Techniek & Innovatie

Wentelteeftjes brood	Rest ingrediënten aan andere partijen geven
Brood verwerken in nieuwe producten (verpakkingsvrij / bijenwasdoeken)	Leveranciers dichtbij / lokale molens
Duurzame ingrediënten: vermijd toevoegingen, duurzame graan en meel leveranciers, pure onbewerkte producten	Print je eigen verpakkingsmateriaal van oude verpakkingen
Brood zonder korstjes	QR code om te traceren
Flexwerk	Deeg verkopen
Smart bestelproces (app o.i.d.)	Transparantie herkomst: - etiketten informatie - werkgelegenheid voor afstand tot arbeidsmarkt
"Afval" gebruiken als ingrediënt (weggegooid groente & fruit)	

Branding

Duurzaam staat voorop (= randvoorwaardelijk)	Verhaal vertellen
Lokaal korte keten	Transparantie
No-waste	Educatie / scholenprogramma
Verpakking als verlengde van het product	Type mensen aannemen die de waarde onderschrijven
	Hier staat een idee