



The Good Wave

Programma

Hoe krijg het het veggie aanbod verkocht?
Nena Bayens (Hogent) en Maureen Vande Cappelle (ProVeg)

Pauze

Hoe krijg je het veggie aanbod verkocht? – vervolg

De eiwitshift op ons bord via de whole institution approach
Elena Lievens (Artevelde Hogeschool)

Revolutie in de refter

Hoe krijg je het veggie aanbod verkocht?

19.04.2024

- 1 op 2 Vlamingen wil minder vlees eten
- Het aanbod was nog nooit zo groot
- De ambities nog nooit zo hoog
- En toch ...

"Studenten willen meer vlees": UGent vermindert vegetarische maaltijden

Na 6 jaar opnieuw frietjes in studentenrestaurant Alma 2 in Leuven

Vanaf vandaag staan er in studentenrestaurant Alma 2 in Leuven opnieuw frietjes op het menu. Dat was 6 jaar lang niet het geval, omdat het restaurant gezonder eten wilde promoten. Maar die formule had niet het verwachte succes.

ref: 2, Thomas Van Den Heest
19.04.2024

Hoe hoog is de Mount Everest?

- Is het hoger dan 1000m?
- Werkelijke hoogte?
- Stel: is het hoger dan 18,000m?
- Werkelijke hoogte?



= anchoring heuristic

SYSTEEM 1

Intuïtief
Snel
Automatisch

95%



Bron: Daniel Kahneman 'Thinking fast & slow'

SYSTEEM 2

Rationeel
Traag
Weloverwogen

5%



HEURISTIEKEN

Heuristieken

= mentale shortcuts om problemen op te lossen en keuzes te maken

Het zijn:

- Intuïtieve oordelen
- Vuistregels
- Best practices
- Gezond verstand



What Is Heuristics?



95%



AP DIJKSTERHUIS
Het slimme onbewuste
Denken met gevoel

Communicatie

SINDS 1970

15 DIERENDEELT
HEER 2010/2011
DUITSLAND

IN
GRU 14.400 VeggieChallenge deelnemers bevestigd

EN
ES 283.000 kg CO₂

DE 378.000.000 liter water

GE 700.000 m² land

FR 17.400 dierenlevens

Eat Less Meat

No one can do everything.
Everyone can do something.

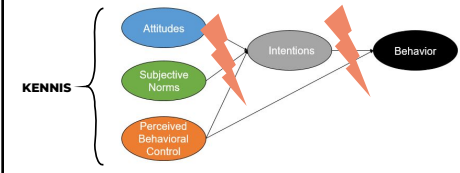
DEF!
(donsiering)

HALF
HALF

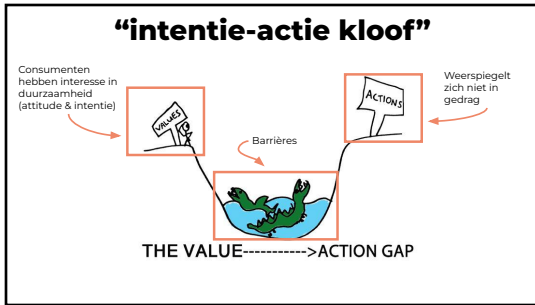
Nieuw de helft van de week voor een plantaardige maaltijd

GEZOND
LEVEN

Theorie van gepland gedrag

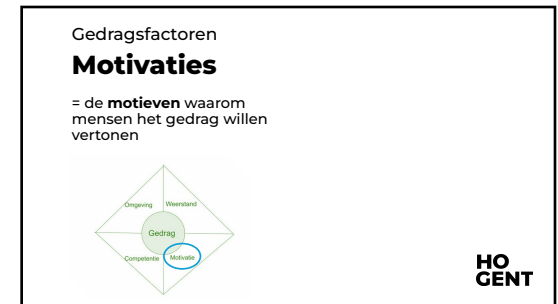
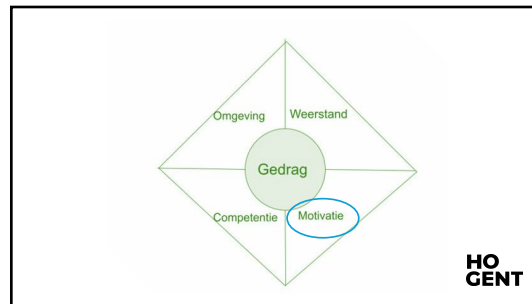
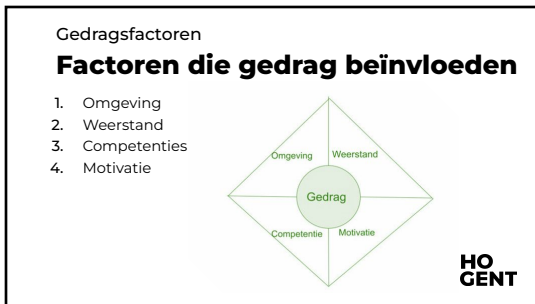
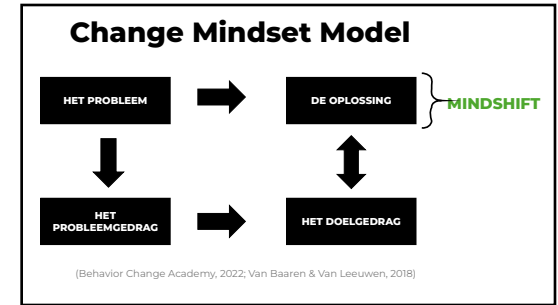


(Ajzen, 1985; 1991)



"It's easier to act yourself into a new way of thinking than to think yourself into a new way of acting"

- Kegley's principle of change



Gedragfactoren
Motivaties

→ Beloningen werken als ze **groot genoeg zijn** en als **eerste stap**




Hoge stijging in...
PLANTAARDIGE MAALTIJDEN BIJ DE ERASMUS UNIVERSITEIT ROTTERDAM

Verliesaversie

80% kans om €4000 te winnen

vs.

100% kans om €3000 euro te winnen




O JEE!

Als je dit product verwijderd uit je mandje kom je niet meer aan het minimaal te besteden bedrag om in aanmerking te komen voor het cadeautje. Weet je het zeker?

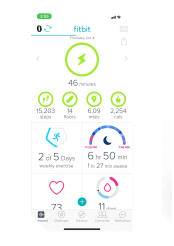

PAIN FROM LOSS (red bar)

PLEASURE FROM GAIN (blue bar)

NEE JA




Feedback geven


Status

The Evolution of the iPhone

	2007	2008	2010	2012	2013	2014
iPhone	3.5"	3.5"	3.5"	4"	4"	4.7"
3G		3.5"				
4			3.5"			
5				4"		
5C					4"	
6						4.7"
6 Plus						5.5"



Sociale norm



%75 of guests in this hotel usually use their towels more than once.

%75 of guests in this room usually use their towels more than once.

Grobstein, Claborn, & Griskevicius (2008). A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels. *Journal of consumer research*.

Gedragfactoren

Technieken om motivatie te verhogen

- Belonen
- Let op voor verliesaversie
- Positieve feedback geven
- Status gebruiken
- Sociale norm gebruiken



HO
GENT

Even terug naar de Mentimeter

Wat is bij jou de ervaring op vlak van motivatie?



HO
GENT



HO
GENT

Gedragfactoren

Competenties

= consumenten kunnen het gedrag vertonen (bezitten de nodige vaardigheden, kennis en middelen)



HO
GENT

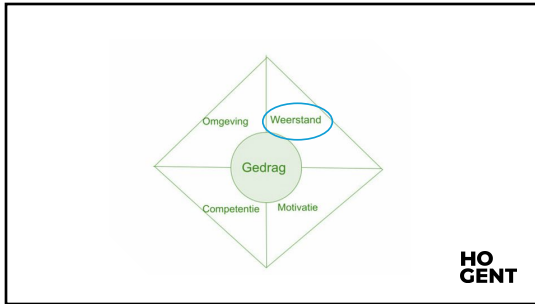
Even terug naar de Mentimeter

Wat is bij jou de ervaring op vlak van competenties?



HO
GENT

Pauze



Gedragfactoren
Weerstand

3 vormen:

a) **Reactance**

b) **Scepticisme**

c) **Inertia**

HO GENT

Gedragfactoren
a) Reactance

- Gevoel dat men in zijn **keuzevrijheid** beperkt wordt
- Tegen de boodschapper en tegen beïnvloed worden
- Voelt aan als een **intense motivatie**
- Leidt tot **tegendraadse acties** om zo de 'verloren' vrijheid terug te winnen

HO GENT

Keuzevrijheid benadrukken

HO GENT

Zelfovertuiging

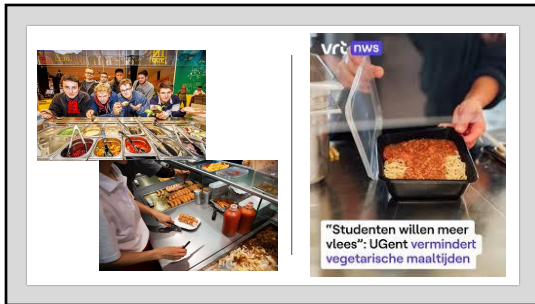
HO GENT

Stealing thunder (weerstand erkennen)

Belastingdienst.nl/aangifte

Leuker kunnen we 't niet maken. Wel makkelijker.

HO GENT



Gedragfactoren

b) Scepticisme

- Komt voort uit behoefte aan zekerheid
- Lijkt over inhoud van de boodschap te gaan, maar is het niet altijd!

Ja, maar...

...aan raak ik in paniek... het doet me niet.
 ...ik mag het niet van mijn eetstoortis... het is zo abject...
 ...ik kan het niet... het doet toch niet...
 ...er valt niet met... het is zo abject...
 ...als ik dat ook aan...

HO GENT

Laten ervaren: proeven!

MAAK NU EEN PROEFRIJ!

NETFLIX
GET NETFLIX FREE TRIAL

NIET TEVREDEN GELD TERUG

HO GENT

Gedragfactoren

c) Inertia

- = de lage kost om gedrag niet te veranderen; het aanhouden van je huidige (gewoonte)gedrag
- Systeem 1 & 2: voorkeur voor zo weinig mogelijk effort
- Passiviteit, ontwijkend gedrag
- Ontbreken van actie, waar de intentie er wel is

Kleine stapjes

Daag jezelf uit om 40 dagen minder vlees en vis te eten. Meedoen kan al vanaf 1 dag. Elke dag tellt.

40 DAGEN ZONDER VLEES

BEKENDE DEELNEMERS

SOV TELLER DAG 40

Standaardoptie (default)

Small Regular Large Retirement Plan

Technieken die weerstand verminderen

- Zelfovertuiging
- Keuzevrijheid
- Erkennen
- Laten proeven
- Kleine stapjes
- Default



HO
GENT

De juiste weerstand herkennen

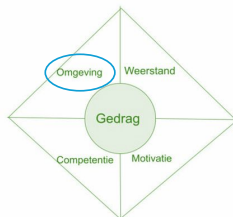
- **Reactance:** autonomie, boosheid, gericht tegen boodschapper
Hoe geef je de doelgroep het gevoel dat het uit zichzelf komt?
- **Scepticisme:** zekerheid, twijfel, gericht tegen de boodschap
Hoe geef je de doelgroep het gevoel dat ze de verandering aankunnen?
- **Inertia:** energiebehoud, passiviteit, gericht tegen verandering
Hoe haal je de doelgroep uit gewoontegedrag?

Even terug naar de Mentimeter

Wat is bij jou de ervaring op vlak van weerstanden?



HO
GENT



HO
GENT

Gedragfactoren

Omgeving

= zaken in de omgeving die gedrag al dan niet faciliteren

Triggers = stimuli die het gedrag uitlokken



HO
GENT

Omgeving

= zaken in de omgeving die gedrag al dan niet faciliteren

• Triggers = stimuli die het gedrag uitlokken

• Speciale trigger = 'Nudging'



"Het wijzig 'noodzaak' is trigger dat de wereld hebben veranderd, maar veranderingen. De afbreken welke is praktisch mogelijk, net als wij." - Hans van den Broek

NUDGE

DE ULTIEME EDITIE



RICHARD THALER

WIRKBAAR VERBODEN VOOR DE ECONOMIE

CASS SUNSTEIN

WINNAAR VAN DE NOBELPRIS

business contact

Omgeving

- **Uitdaging in bedrijfswereld**
 - consument doet niet wat ze zeggen & zeggen niet wat ze doen
 - gedragseconomie
- **Consument = emotioneel, intuïtief en impulsief**
 - achterliggende reden gedrag?
- **Nudging**
 - duwtje in de goede richting
 - onbewust sturen richting gewenst gedrag
 - zonder vrijheid te beperken



NUDGING = QUICK WIN-WIN?

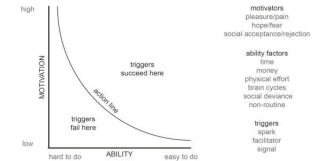
- Voordelen**
- Activeert geen 'reactance'
 - Eenvoudig & goedkoop in te voeren
 - Toepasbaar in vele contexten

- Nadelen**
- Effect = short term -> geen mentaliteitsverandering
 - Effect = contextgebonden
 - Effectiviteit betwist in wetenschappelijke kringen

□ Nudges zijn interessant, maar vooral als onderdeel van een bredere gedragsstrategie



Fogg's behavioral model



Welkom in Parnassus

Welkom
 Aan de poort naar een unieke toekenning gepland en beschikbaar in Luchter De B. door voornamelijk Functionarissen in het Gedeelte de deuren, worden er ook een aantal van ons medewerkers.

wo 17:04	do 18:04	v 19:04
opdracht Menselijke ontwikkeling, dat wil zeggen met de menselijke natuur en het menselijke gedrag.	opdracht Menselijke ontwikkeling, dat wil zeggen met de menselijke natuur en het menselijke gedrag.	opdracht Menselijke ontwikkeling, dat wil zeggen met de menselijke natuur en het menselijke gedrag.
regie Opdracht: Menselijke ontwikkeling, dat wil zeggen met de menselijke natuur en het menselijke gedrag.	regie Opdracht: Menselijke ontwikkeling, dat wil zeggen met de menselijke natuur en het menselijke gedrag.	regie Opdracht: Menselijke ontwikkeling, dat wil zeggen met de menselijke natuur en het menselijke gedrag.

Even terug naar de Mentimeter
Wat is bij jou de ervaring op vlak van omgeving?



HO GENT

Gedragsfactoren
Factoren die gedrag beïnvloeden

1. Omgeving
2. Weerstand
3. Competenties
4. Motivatie



HO GENT



Conclusie

- Als je de weerstanden niet wegneemt en de omgeving niet aanpast mag je nog zoveel info geven en mensen proberen te motiveren, het zal nooit genoeg zijn om hun gedrag op grote schaal en op lange termijn te veranderen

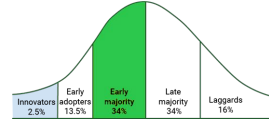


PIJLER 2

Het Culinaire aspect

Let op!

Focus ook op culinair vlak op de 45%



Group	Percentage
Innovators	2.5%
Early adopters	13.5%
Early majority	34%
Late majority	34%
Laggards	16%

→ Slecht 7% (voornamelijk veggie en vegan)

→ 45% wil gezonder en minder vlees eten
→ Vaker Gen Z, vrouwen, hoger opgeleid
→ **Verwachtingen zijn verschillend!** Smaak, aantrekkelijk, kostprijs, niet té vreemd



STEAK

- Smaak
- Textuur
- Eiwitten
- Anders
- Kleur



4 V's

- Variatie
- Vervanging (géén kip!)
- Vermindering
- Verleg de standaard

Hoe vervangen?



Products shown include: Bonduelle Kikkererwten SOUS VIDE, Bonduelle Kidney Bohnen SOUS VIDE, alpro FABRISTAL, alpro COOKING, alpro WIDE, BONDUELLE MIX OF CEREALS VEGETABLES, TILLES + SEASONING, GREEN WAY Chick Peas, and GREEN WAY Chick Peas.

Foodcost

Varieer
 Spreid kost uit over
 verschillende dagen
 +/- 100g pp is voldoende!
 Hybride met peulvruchten
 Vriesvers

Prijzen vleesvervangers versus vlees op de markt			
€ 0 - 5	€ 5 - 10	€ 10 - 15	€ 15 - 20
Kikkererwt	Rundergehakt	Veggie gehaktballetjes	Veggie vers gehakt
Linzen	Kipfilet	Quorn® blokjes	Veggie worst
Witte en zwarte bonen	Gehaktballet	Veggie gehakt 'rut'	Veggie 'kip' stukjes
Tofu	Rundsburger	Veggieburger	Steak
Pinda's		Worst van rund	Tempeh
Rode kidneybonen		Falafelballetjes	Noten
Sjabrokkjes*		Seitan	

Voorbij de hoofdgerechten

Ontbijt
 Desserts
 Soepen
 Belegde broodjes
 Saladbar
 Zuivel dranken
 Take-away



Koffiecorner



Recepties, broodjes meetings

Quick win!
 makkelijkste om
default te doen



Tools voor het keukenteam



Insights in onze gids Veggie voor Chefs (naamgeving en menu-engineering)
 Recepten voor cateraars
 Gezondheidsscore vleesvervangers

Gratis beschikbaar op onze website

74

Voorbeeld begeleiding Keukenteam



Veggie voor Chefs

Nulmeting
 Interactieve theorie
 Brainstorm menu en naamgeving
 Samen koken en proeven

Resultaat

MINDER WERSTAND
 MEER MOGELIJKHEDEN
 BETERE SKILLS



Smaakcomité

Testen maaltijden in de keuken
 Proeven, feedback door de klanten

LEKKERE MAALTIJDEN
 AMBASSADEURS
 MEER VERTROUWEN BIJ KEUKENPERSONEEL





Begeleiding voor het keukenteam

Veggie voor chefs workshops

Nudging traject

Communicatie en campagne advies

ZIJ GINGEN HET AVONTUUR AL AAN

"We kunnen altijd vertrouwen op de expertise en de aanpak van Proveg, ook voor de laatste trends rond vegetarisch en vegan. De veggie begeleiding van Proveg ligt in lijn met onze culturele visie en duurzaamheidsstrategie."



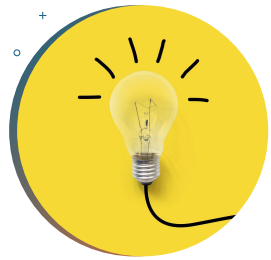
Waar moet ik zijn?

Foodprofessionals.be@proveg.org

proveg.com/be/food-service

linkedin.com/company/proveg-belgium





Conclusie

- ### Dit hebben we geleerd
- #### Checklist
- ✔ YANYA (er is geen toverformule)
 - ✔ Proeven -> smaak!
 - ✔ Erken weerstanden
 - ✔ Speel met de omgeving
 - ✔ Default MAAR keuzevrijheid
 - ✔ Voorbij de hoofdgerichten en de refter
 - ✔ Communicatie komt later
 - ✔ Keukenteam mee?
 - ✔ Beloningen (groot genoeg)
 - ✔ STEAK, 4V's
- 

De eiwitshift op ons bord

De whole institution approach van Artevelde Hogeschool

19.04.2024

Nog héél even uw aandacht?



Bedankt!

the **g**od wave