



# Greendish Marktpeiling

Duurzaam en gezond voedsel beschikbaar maken voor iedereen, dat is onze missie. Wij richten ons hierbij met name op de voedselomgeving en horeca/catering. Wij ontwikkelen praktische tools die daarbij kunnen helpen. Dit onderzoek hebben we uitgevoerd om erachter te komen wat er op dit moment speelt in de markt; wat zijn de behoeftes onder voedselaanbieders op het gebied van duurzame en gezonde voeding? Door hier meer informatie over te verzamelen en de behoeftes van voedselaanbieders in kaart te brengen kunnen wij zorgen dat onze tools beter inspelen op de behoeftes.

## Respondenten



### Zijn werkzaam bij

1. Restaurants
2. Bedrijfsrestaurants
3. Anders..  
o.a. thuisbezorging
4. Catering
5. Lunchroom



### Worden gedreven door

1. Gasttevredenheid
2. Duurzaamheid
3. Lekker eten koken
4. Creativiteit
5. Financiële redenen



### Gebruiken deze media voor informatie

1. Google
2. Pinterest
3. Instagram
4. Facebook
5. LinkedIn

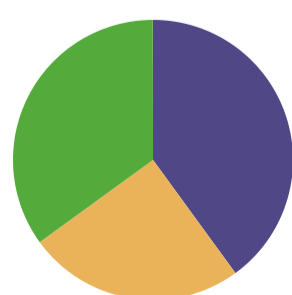


### Zijn voornamelijk geïnteresseerd in

1. Financiële gevolgen aanpassen aanbod
2. Voedselverspilling
3. Eiwittransitie
4. Lokaal inkopen
5. Duurzame vis

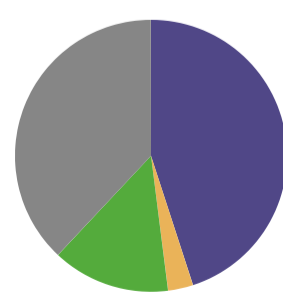
n = 30

### Functie



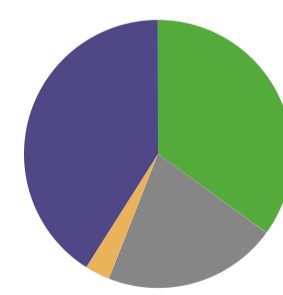
- Chefs (40%)
- Horeca-eigenaren (25%)
- Overig (35%)

### Aantal werknemers



- 0-10 (45%)
- 11-20 (3%)
- 21-30 (14%)
- > 30 (38%)

### Aantal gasten p/d



- 0-50 (35%)
- 101-150 (3%)
- > 150 (41%)
- 51-100 (21%)



# Wat speelt er in de markt?



## Duurzame voeding

- 75% van de respondenten zegt in hun werk al langer dan 6 maanden bezig te zijn met duurzame voeding
- Redenen dat ze hier (nog) **niet** mee bezig zijn, zijn onder andere omdat er momenteel te veel andere uitdagingen zijn in de horeca
- De voornaamste manieren waarop respondenten bezig zijn met duurzame voeding, zijn: duurzame producten inkopen, voedselverspilling verminderen, het aanbod aanpassen (bijv. minder vlees)



## Gezonde voeding

- 60% van de respondenten zegt in hun werk al langer dan 6 maanden bezig te zijn met gezonde voeding
- Redenen dat de respondenten hier (nog) **niet** mee bezig zijn, zijn onder andere omdat ze over onvoldoende informatie beschikken en er momenteel te veel andere uitdagingen zijn in de horeca
- De voornaamste manieren waarop respondenten bezig zijn met gezonde voeding, zijn: gezonde/verse producten inkopen, de portiegrootte aanpassen (bijv. meer groente), het aanbod aanpassen (bijv. minder vlees)



## Duurzame en gezonde voeding in de toekomst

- Het belang zou vergroten wanneer de gast dit aangeeft, wanneer het financieel aantrekkelijker wordt, wanneer de deelnemer er zelf het nut van gaat inzien
- Wat respondenten nu tegenhoudt is de wens van de gast, gebrek aan geld, tijd en motivatie van de baas
- Een goede 1e stap zou zijn: over goede alternatieven beschikken, kennis- en inspiratiesessies, concrete uitleg over o.a. voordelen, overzicht van duurzame of seizoensgebonden producten, educatie van chefs



## Tools en trainingen

- 53% van de deelnemers zegt al gebruik te maken van tools en trainingen, of hulp te krijgen bij het creëren van een duurzaam/gezond voedselaanbod
- De rest geeft aan niet te weten welke hulpmiddelen zij zouden moeten gebruiken, of gewoonweg geen interesse te hebben
- Gebruikte hulpmiddelen zijn: de VISwijzer, Horeko, de Vegachecklist, de Schijf van Vijf, de groente- en fruitkalender, Too Good To Go, Menuplanner



# Inspiratie

## Hoe gingen de respondenten jou voor?

### Smakelijke, duurzame en gezonde voeding

"Ik kook voor het grootste gedeelte plantbased, maar juist wel gericht op gasten die normaal vlees/vis eten. Ik wil hen laten ervaren dat plantaardig en gezond eten heel erg **lekker** is met de juiste tips en tricks."

"**Gezondere** varianten aanbieden van bestaande broodjes. We bieden altijd vegetarische en veganistische opties aan. Tevens hebben wij ons verpakkingsmateriaal aangepast naar biologisch afbreekbare varianten."

"Alleen vegetarische/veganistische maaltijden aanbieden. Lokaal en/of biologisch inkopen. Verder kijken wij ook goed naar **keurmerken** op producten."

"Wij verkopen overschotten met de app **Too Good To Go**. En gezonde, verse voeding stimuleren we actief."

"Veel groenten, kleinere porties vlees en vis. Volgende dag '**plat de jour**' met ingrediënten die over datum gaan. Vegetarische gerechten zeer aantrekkelijk beschrijven."

"Invoering van een bewustwordingsprogramma ter vermindering van voedselverspilling, een keuze maken voor recepturen met minder vlees/vis, meer groenten vanuit de menuplanner, **prijddifferentiatie** toepassen (gezond/vega goedkoper, ongezond, vlees/vis duurder), vega by default (banqueting, lunches) een nieuwe kans geven."

"Door te experimenteren met huidige klassiekers en deze op een **gezondere** manier aanbieden."

"Bijbestellen van side dishes i.p.v. deze standaard mee serveren; ervaring leert dan je dan meer weggooit. **Seizoensgebonden** producten gebruiken."

"Door zelf aan de slag te gaan om te kijken wanneer iets in het seizoen is, dit te promoten en te zorgen dat mijn ingrediënten een **zo laag mogelijke milieu-impact** hebben."

---

### Ook trek om jouw menukaart gezonder en duurzamer te maken?

Wij helpen jou daarbij! Neem snel [contact](#) met ons op voor een vrijblijvend adviesgesprek en verbeter samen met ons je marges, motivatie binnen jouw team en gasttevredenheid!