



Rangering av fastfood- kjeder

Plantebasert fastfoodkjede-rangering

PLANTEVEKST.NO



Mars 2022

INTRODUKSJON

Plantebaser mat blir stadig mer populært, men det er ikke bare en trend, men en begynnelse på en varige ending. Spesielt i den vestlige verdens kostholdsmønstre. Det er en megatrend som også fører til en strukturell endring.

Flere og flere bedrifter i næringsmiddelindustrien merker den økende populariteten til plantebasert mat og reagerer aktivt med å introdusere nye produkter. Ikke bare rettet mot veganere og vegetarianere, men spesielt også mot folk som ønsker å begrense sitt forbruk av kjøtt, egg og meieriprodukter. Når vi ser på det internasjonalt er det også ganske tydelig at salget av plantebaserte alternativer til både egg, melk og kjøtt har eksplodert det siste året. F.eks. Beyond Meat-merket hadde en økning i salget på 141 prosent i 1. kvartal 2020 mot 1. kvartal 2019. Covid-19 har bidratt til å øke interessen ytterligere.



DE NORSKE FORBRUKERNE ØNSKER ET GRØNT SKIFTE

Det har aldri vært mer populært å velge plantebasert blant nordmenn enn akkurat nå. 23 prosent av nordmenn sier at de begrenser eller kutter ut kjøttspisingen. Om lag én av fire nordmenn sier de velger å spise mindre kjøtt som klimatiltak. Ny norsk studie viser i tillegg at ni av ti erfarte at det var enkelt å ha et vegetarisk spisemønster. Videre rapporterte de aller fleste om god helse og få kroppslige utfordringer. I det hele tatt synes det som om det å spise plantebasert er noe som gir sosiale og helsemessige gevinster – og noe som oppfattes som et sunt og riktig spisemønster.

**Hvis alle i Norge fulgte
Helsedirektoratets
kostholdsråd om å spise
maks 500 gram rødt kjøtt
i uka, så kan vi frem til
2030 redusere utslippene
i det norske jordbruket
med 2,9 millioner tonn
CO₂.**



Intenasjonalt er der også en sterkt stigende interesse for plantebasert kosthold. Fra mars til mai 2020 steg salget av plantebasert kjøtt i USA med 264 prosent. I juni introduserte Starbucks i USA Impossible Sausages på sin meny . Og Impossible Whopper'en har gjort et merkbart inntog i de amerikanske Burger King restauranter.

En Burger King restaurant i San Francisco ble overtatt og ble til fastfood restauranten Plant Power Fast Food. De selger fastfood som man er vant til, men fri for tilsetningsstoffer, konserveringsmiddel, kolesterol og GMO. Deres salgstall har vært imponerende. Eieren kan fortelle at størstedelen av kundene er omnivorer og fleksitarianere, som gjerne vil prøve god plantebasert fastfood.

I Finland og Tyskland har McDonald's i lengere tid hatt McVegan plantebasert burger. Europa er faktisk dén regionen med den største markedsandel for plantebasert kjøtt-alternativer (Chouhan et al., 2021).

Men hvor står de norske fastfood-kjedene i det grønne skifte?

Hvor henger de med - og hvor henger de etter?

Hvem har smarte løsninger?

Ikke minst: Hvor finner man det mest velsmakende plantebaserte utvalget av fastfood i Norge?



HVORFOR LAGE DENNE RAPPORTEN?

Plantebasert mat er både godt for planeten, dyrene og for helsen. Debatten om nødvendigheten av å redusere kjøttforbruket blir større og stadig mer presserende over hele verden. I 2019 utga det medisinske tidsskrift "The Lancet" EAT-Lancet rapporten, som viser en sterk sammenheng mellom planetens helse og menneskers helse.

Plantebaserte matvarer har generelt et mye lavere klimaavtrykk enn animalsk mat, uansett om de måles i kilogram, kalorier eller proteiner.

Burgere

Plantebasert

Kjøtt

vs



Hvordan påvirker det miljøet å produsere 1 burger



WHO har samtidig anerkjent at et høyt inntak av rødt kjøtt og bearbeidet kjøtt øker risikoen for kreft betydelig (WHO 2015).

Plantebasert mat vokser i popularitet. Det må derfor derfor bør utvalget på menyene være stigende og med et godt utvalg - også hos mainstream fastfood-kjedene. Jo flere smakfulle og mettende grønne alternativer det er å få, dess flere vil velge disse produktene. Mange forbrukere* hører til det nysgerrige og eksperimenterende segment (Shridhar, A. 2021), som ganske enkelt gjerne vil prøve nye matopplevelser. Den gruppen vil fortsette å velge dette hvis virksomheter lager gode produkter. Det er altså penger å hente i å være best på plantebasert mat.

*22,4% ut fra Shridhar, A. (2021), ved å inkludere kundegruppen 'Impulsive Spenders' og 56% av kundegruppen "Empowered Activists"



Denne rapporten gir konkrete anbefalinger til de inkluderte virksomhetene, og vi i PlanteVekst står til rådighet for å hjelpe til med hvordan man best mulig implementerer anbefalingene for å øke salget av plantebaserte måltider. Samtidig fremhever vi de gode tiltakene. Både til inspirasjon for andre og for å vise hva toppen av feltet kan promotere for å tiltrekke flere av både de nysgjerrige og de grønne kundene.



OM RANGERINGEN

Rapporten rangerer større kjeder, som selger 'fastfood'. Kjedene er kjente for å gi mulighet for å kjøpe mat på farten. Vi har inkludert burgerkjeder som legger opp til en lengre spiseopplevelse hvis man spiser på stedet, såfremt de har en høy grad av take-away. Kiosker som selger varm mat på farten er også inkludert.

Rangeringen vil fremheve, og primært gi poeng for gode eksempler på plantebaserte mat og drikke, herunder tilgjengelighet, samt måten de plantebaserte produktene presenteres på, og om kundene oppmuntres til å velge de.

- Plantebasert er her definert som måltider og produkter som er uten animalske ingredienser (vegansk).



FREMGANGSMÅTE OG POENGGIVNING

Resultatene av rapporten er oppnådd primært ved direkte besøk hos virksomhetene med spørsmål til medarbeidere, nøkternt sjekk av menyen, smakstesting av alle plantebaserte retter på menyen med fast poeng-skala for kvalitetsvurdering. I tillegg er det sendt spørreskjema til alle virksomheter for nærmere detaljer om opplæring av medarbeidere, retningslinjer, etterspørsel, promotering mm. Til slutt er virksomhetenes hjemmesider, sosiale medier, on-site reklamer og all informasjon om deres meny blitt gjennomgått grundig.

Vi gir poeng fra 0-6 for hvert plantebaserte måltid på menyen. Dvs. man får ikke kun poeng for den samlede opplevelsen av alle plantebaserete burgere. Man får mellom 0-6 poeng for hver plantebaserte burger samt hver pizza, wrap, salat, sandwich og annet større måltid. Deretter gis det poeng etter tilgjengeligheten og kvaliteten på utvalget av alt fra plantebaserte milkshakes til kaffe.

Virksomhetens promotering og fremheving av plantebaserte produkter, samt måten plantebaserte produkter presenteres på menyen teller også. Herunder om bedriftens fremgangsmåte også gjør det attraktivt for mainstream-forbrukeren (fleksiterianeren og omnivorer/altetere) å velge grønt.

Hvert plantebaserte produkt på menyen får således en vurdering av smak og kvalitet, og samtidig vurderer vi om det er et godt utvalg med forskjellige valgmuligheter. Virksomheter med stort utvalg av høy kvalitet, vil derfor ligge øverst i denne ranking.





TOPPEN

1. MAX Burgers
2. Bislett kebab
3. Munchies
4. Deli de luca
5. Pizzabakeren

MIDTEN

6. Peppes Pizza
7. Shell
8. Narvesen
9. 7-eleven



BUNNEN

10. Burger King
11. McDonald's
12. Jafs
13. Circel K
14. Domino's Pizza

Poeng

MAX Burgers	75
Bislett kebab	57
Munchies	55
Deli de luca	54
Pizzabakeren	49
Peppes Pizza	48
Shell	45
Narvesen	20
7-Eleven	19
Burger King	12
McDonald's	9
Jafs	8
Circle K	0
Domino's Pizza	-15

VURDERING AV OG ANBEFALINGER TIL KJEDENE

I det følgende kapittelet vil vi i rekkefølgen, fra øverst til nederst, beskrive våre spesifikke vurdering og anbefalinger til de enkelte virksomhetene.



TOPPEN

MAX Burgers

MAX Burgers er helt ledende når det kommer til plantebasert utvalg. Og får en førsteplass i vår rangering. De har en stor og tydelig grønn meny kalt, "Green-familien", med flere helt plantebaserte alternativer. Her finner man alt fra plantebaserte Crispy nuggets, Crispy No Chicken, Crispy No Chicken Salad Bowl og BBQ Plant Beef, samt vegansk

majones. Og hele 4 plantebaserte milkshakes, med smaker som sjokolade, jordbær, vanilje og multebær. MAX Burgers' plantebaserte nuggets smaker veldig likt som kyllingenuggets og det er kun hos MAX vi har funnet veganske nuggets av de inkluderte kjedene. Det samme gjelder de plantebaserte luksusshakene. De er så gode med en kremete tekstur, akkurat som milkshakes skal være. Her går MAX Burgers foran, og andre kjeder bør virkelig la seg inspirere av deres eksempel!

I PlanteVekst ser vi egentlig ikke noen grunn til å fortsette å selge de kumelksbaserte milkshakes, da begge versjoner da den plantebaserte er så god at alle kundene vil like den. Vi vil oppfordre MAX Burgers til å overveie å utelukkende selge de plantebaserte luksusshakene, men sørge for at de blir rettet mot alle kunder med et grønt symbol eller mindre skrift som viser at de er plantebaserte.

For å oppnå flere poeng kan MAX gjerne innføre flere plantebaserte desserter og kaker, og gjøre det mulig å velge plantemelk i alle kaffene de tilbyr.



Bislett kebab

Bislett Kebab har et veldig bra utvalg med smakfull plantebasert mat. Hos Bislett kebab kan du finne alt fra vegansk burger, kebab, pizza og falafel med nydelig vegansk dressinger. Vi er veldig imponert over utvalget deres og kvaliteten på maten de tilbyr. Her får man virkelig en autentisk kebabopplevelse. Alt smaker utrolig godt; alt fra den veganske dressingen, den gode salaten, den crispy pommefrites og pizzaen med Violife sin veganske ost.

Det beste veganske de har på menyen er kebabene, og det trekker opp. De har to man kan velge mellom, Vega kebab og Falafel. Spesielt Vega kebab smaker veldig godt og har en vegansk dressing til. De har også en vegansk pizza med ost som får nesten toppkarakter. Den er spicy med nachos og jalapenos på, og er en skikkelig smakfull og god pizza.

Burgeren de har på menyen er god nok, men er ikke like god som de vi spiste hos Muncies, Vi anbefaler Bislett Kebab å gi litt mer oppmerksomhet til burgeren og se om det er mulig å heve smaken på den. Vi synes det er flott å se at Bislett kebab har en kampanje som heter grønn tirsdag, der de gir alle veganske og vegetariske produkter 30 prosent avslag på tirsdagene. Dette bidrar til å få flere til å velge deres gode og plantebaserte produkter, og er en god måte å gi ekstra oppmerksomhet til den smakfulle plantebaserte maten som er på menyen.

Vi anbefaler også Bislett Kebab å ha plantebasert mat i samme meny som all annen mat, og ikke ha det som en egen del i menyen. Da er ikke maten kun rettet mot veganere, men flere vil få se rettene og dermed vil flere av kundene velge de også. Merk det plantebaserte med en diskre merking og vær konsekvent i merkingen av det som er vegansk, da vega og vegetar som merking kan oppleves litt forvirrende for kundene.





Munchies

Vi elsker burgerene på Munchies! Den ene burgeren får toppkarakter for et måltid. De har 1 vegansk burger på menyen der man kan velge mellom Naturli burger og Beyond burger. Det er Naturli sin burger vi mener gir best smak, og som får toppkarakter av oss. Begge er kjempegode med saftig smak, akkurat som det skal være!

De får også pluss for at de har veldig god vegansk ost på burgeren. Alle burgerene de har på menyen, kan rask gjøres vegetarisk ved å bytte ut med naturli sin burger, helt uten ekstra kostnader. Dette gjør det lettere for forbrukerne å velge en sunnere og mer klimavennlig burger. De har også fries med vegansk dressing på menyen. Den ene er Loaded fries, som er full av gode smaker som komplementere hverandre. Den er fylt med vårløk, stekt løk spicy Siracha og majones Den andre er søtpotet fries. Begge er smakfulle og er nok på topp av alle friesene vi har smakt i undersøkelsen.

Det inkluderer også flere slags spennende dressinger og tilbehør. Det er vi fan av! Alle de 3 plantebaserte dressingene som de har på menyen får toppkarakter, da de er så smakfulle og gir rettene deres en ekstra dimesnjon. Den ene dressing er en basilikum dressing, som er virkelig god og balanserer både burgerene og frisen. Den andre er en BBQ saus, som også er smakfull og passer godt til både fries og burger. Også har du Siracha majonesen som serveres med loaded fries og burgerene som vi bestilte og som setter litt ekstra spice til maten.

Beyond burgere er den dyreste burgere de har på menyen, vi anbefaler at det plantebaserte alternativet de har på menyen ikke bør koste mer enn de andre burgerene på menyen, da det kan øke salget av den plantebaserte burgeren.



Deli Deluca

For noen år siden åpnet Deli de Luca-kjeden sin aller første konseptbutikk med kun veganske og vegetariske varer. Dette er et fantastisk konsept som vi er virkelig imponert over. I denne rangeringen vil vi fokusere på de andre Deli deluca, så denne butikken er ikke med i denne rangeringen.

Deli deluca har et ganske godt utvalg på veganske varer og henter en del poeng på det. De har en ganske god "Green burger" som er vegansk, med vegansk ost. De har også nylig fått inn to ferdigsalater hvor den ene inneholder tofu og den andre plantebasert "kylling." Vi synes disse salatene var smakfulle med gode teksturer som gir en god smaksopplevelse. De begge har inkludere dressinger til, som komplimenterer de ulike smakene som er i hver av salatene.

De har også en falafel wrap og en annen litt mindre salat som heter veganboost. Man kan også finne en vegansk ferskpresset vegansk mango smoothie. Alt dette er plantebasert mat og drikke som egner seg godt til mat på farten.

Det vi savner hos Deli de luca er en skikkelig god bolle eller kake. De har masse kaker og boller, men ikke et eneste plantebasert alternativ. Vi skulle så gjerne hatt en god dessert. Til gjengjeld kan man finne en del vegansk is som er kjempebra, men med det store utvalget de har av boller og kaker synes vi at de kunne hatt minst ett plantebasert alternativ.

Pizzabakeren

Pizzabakeren fikk nylig fire veganske pizzaer på menyen med egenprodusert plantebasert ost som de har laget sammen med Tine sitt plantebaserte merke, GRYP. Det er ikke noen andre nasjonale kjeder som tilbyr vegansk ost på pizzaen. Pizzabakeren har dermed et forsprang blant de større pizzakjedene. Enda flere poeng er det å hente for de nye og spennende smakene disse pizzaene har. Vi vil trekke frem spesielt to stykker, den ene pizzaen har falafel som hovedingrediens og den andre kommer med squash. Disse er veldig god og skiller seg positivt ut på smak, spesielt falafelene som er smaker nydelig, og vil være en pizza som alle kan like, enten man er veganer eller kjøtteter og som passer godt til alle som ønsker å velge et plantebasert alternativ til pizzakvelden. Man kan også velge mellom tre forskjellige dressinger som er med å løfte smaken på pizzaene, og der kan man velge mellom salsa, tomatdressing og BBQ.

Her vil vi trekke frem tomatdressingen som ekstra god til pizzaene. tillegg synes vi det er veldig bra at man kan finne de plantebaserte alternativene intregret i menyen og ikke kun for seg selv som en egen meny, og at man med navngivningen har satt fokuset på ingrediensene, som Squashen og Falafelen, istedenfor at hovedfokuset er på at pizzaen er vegansk. Dette er en god strategi og kan bidra til at ikke kun veganere kjøper pizzaene.

Vi kunne gjerne ønsket at pizzadessertene var å finne i et plantebasert alternativ, I tillegg har de også en del kyllingvinger, og her burde de se på muligheten for å tilby plantebaserte vinger. Da ville de kunne være først ute med å kunne tilby dette til sine kunder, og dermed fortsette med å være en foregangspizzakjede på plantebasert mat.



Peppes pizza

Peppes pizza har ganske mye plantebasert på sin meny, og mye av det er velsmakende. Som de to pizzaene de har, Oumph og Greener Garden. Oumph har mye smak, god tekstur og kombinasjon av fyll. Greener Garden er en vegansk pizza for de som ikke er så glad i kjøtterstatning og har marinert aromasopp og avocado som gir en veldig god smak. Pizzaene kommer uten ost, men med chiliaioli som er en god erstatning, og den smaker nydelig.

De ha også en green burger som er vegansk, den synes vi smaker helt ok, men oppleves litt tørr. Her synes vi at man kunne jobbe med å få burgeren i en mer fyldig og saftigere utgave. Peppes har også en sidesalat som man kan få vegansk. Den er enkel, men passer godt som tilbehør til pizza eller burger. Peppes Pizza har også en vegansk dessert. Dette er en smakfull brownie med cashew og en spennende bringebær saus som smelter på tungen.

Peppes er også veldig flink med å promotere deres veganske retter og har hver mandag rabatt på de plantebaserte pizzaene sine.

Vi synes Peppes pizza har et godt utvalg når det kommer til plantebasert mat. Vi håper at Peppes også en dag kan prøve seg på en pizza med vegansk ost slik som Pizzabakeren, og gjerne en vegansk milkshake slik som Max Burgers har på sin meny.

Shell

Shell har noen plantebaserte produkter butikker som burger og wraps.. Den plantebasert burger de har på menyen, og den er knallgod og får toppkarakter av oss.. Dette er en Naturli' burger er saftig og smakfull akkurat slik en burger skal være. Shell har hatt denne på menyen i over to år, og er et veldig godt alternativ til de av kundene som ønsker et grønnere alternativ til burger, men som samtidig gir en skikkelig god burgeropplevelse. Burgeren serveres med to gode dressinger, en hamburgerdressing og en BBQ dressing, i tillegg til salat, tomat og syltet rødløk. Dette er akkurat sånn vi vil at en burger på veien skal smake. De har også noen ferdiglagde wraps som man kan kjøpes og som er et helt greit måltid til å ta med seg på veien. Vi anbefaler Shell å få inn enda flere plantebaserte alternativer. Gjerne smakfulle og næringsrike salater, samt å kunne tilby plantebasert bolle og sandwich.

Narvesen

Narvesen skal ha en vegansk pølse i sine butikker. det er en grillpølse med en søt jalapeno dressing. Vi har besøkt flere av Narvesen sine butikker, men ingen av de vi har vært hos, har hatt pølsen dessverre. Dette kan kanskje bety at den er på vei ut. Vi synes det er veldig synd, da Narvesene selger mye pølser og burde kunne tilby et plantebasert og mer klimavennlig valg til de som ønsker det. Men Narvesen har noen plantebaserte produkter i sine butikker. De har blant annet en vegansk wrap, som vi synes er en god wrap som passer til rask mat på veien. De har også noen proteinbarer, smoothies, og vegansk is.

Vi anbefaler Narvesen med å fortsette og prioritere å tilby vegansk pølse til sine kunder, Fortsette å utvikle denne muligheten, da kunder som ønsker plantebasert mat på farten vil fortsette å vokse.



7-Eleven

7-Eleven har i følge på nettsiden en del plantebasert utvalg, men under rangeringen har vi sett at selve utvalget er ganske varierende fra butikk til butikk. De skal ha en plantebasert Dallas-burger på 7-Eleven bensinstasjoner, men den har ikke vært mulig å kjøpe når vi har vært der. De har vegansk pølse i brød (Leif vidar sin), den liker vi! I tillegg har de børek med potet - og en vegansk wrap. Dessverre har de ikke noe plantebasert kaker og desserter, men de har noe is og en frozen youghurt. Vi anbefaler 7-Eleven å prioritere å selge vegansk burger i alle sine butikker, og se til Shell som har klart å gi sine kunder en skikkelig god burgeropplevelse. Vi skulle også ønske at de kunne tilby vegansk croissant som de gjør i Danmark. Da ville 7-Eleven være de eneste på markedet som tilbyr plantebasert croissant til norske forbrukere, og hvem liker ikke croissant?



Burger King

Vi synes det er flott at Burger King har flere vegetariske burgere på menyen og at de har fått et større fokus på klimavennlige burgere, og dermed gjør det lettere for folk å velge kjøttfritt. Men vi skulle ønske at de hadde 100 prosent plantebaserte burger på menyen. På menyen har de fem vegetariske produkter. Det er to burgere man kan gjøre vegansk; Plant-based whopper, og Veggie king, Disse burgene er begge basert på grønnsaker. Men for å gjøre de vegansk må man selv fjerne osten og majonesen. Og da blir det ikke et smakfullt plantebasert måltid, men en rett som mangler en del ingredienser og man står igjen med en litt tørr burger med ketchup og salat. Det er synd å se navnet "Plant-Based" på de. Da de ikke er plantebaserte, noe som gjør navnet villedende. De inneholder animalsk ost og det er egg i majonesen, dette trekker ned.

Vi vil sterkt oppfordre Burger King til å gjøre burgerne helt plantebaserte som standard. Dette gjør de enkelt ved å ha vegansk majones, og ha vegansk ost som default, og la kundene selv bestemme, om de ev. vil skifte ut plantebasert ost ut med en animalsk ost.

McDonald's

McDonald's har to vegetarburgere som kan gjøres vegansk ved å fjerne ingredienser, Vegetar McFeast og Veggie McSpice. Ingen av burgerene tilbyr vegansk ost. Burgeren deres er laget av grønnsaker, men den er ikke den beste vi har smakt i løpet av denne rangeringen. Den som smakte best av de to er Vegetar MCFeast, som man kan få med tomat, sylteagurk, brød og med ketchup og sennep til, men de har dessverre ikke vegansk majones. Så her er McDonald's og Burger King ganske like, og ingen av de to tilbyr 100 prosent plantebaserte burger og man får ikke inntrykk av at de gir det vegetariske de har på menyen all den oppmerksomheten de burde få. Vi anbefaler å se til Max Burgers som virkelig vet å prioritere å gi smakfulle plantebaserte matopplevelser. til sine kunder Vi håper at både McDonald's og Burger King snart vil følge etter.



Jafs

Det er noen varierende utvalg hos Jafs. Noen jafs vil ha en kebab på menyen, og hos de vil det da ofte være mulighet for å velge falafel. Vi smakte på falafel, og det var ganske god smak på selve falafelene, men de har ikke vegansk dressing til, så det var ikke helt optimalt og smakte litt tørt. De har salater, men ikke noen som i utgangspunktet er vegansk. Da må man fjerne en del ting, så det blir en salat uten flere ingredienser. Vi anbefaler Jafs å få en plantebasert burger som kan spises av alle, med en god, og gjerne med en egenkomponert dressing, som kan skille seg ut og kun fås hos Jafs. I tillegg til at de kan burde kunne tilby en plantebasert salat og gjerne med et plantebasert kjøtt alternativ.

Circle K

Circle K tilbyr en vegansk burger, men dessverre når ikke den opp i smak slik som Shell sin Naturli` burger. Vi håper at Circle K kan følge Shellsitt eksempel og løfte smaken på burgeren sin, slik at enda flere av kundene vil velge det grønne alternativet de har på menyen. Vi fant ikke noe annet vegansk i butikken. Det står på nettsiden at de skal ha vegansk burrito og salat, men dette hadde de ikke inne i de butikkene vi var i. Vi håper at Circle K vil gi det plantebaserte alternativet like mye oppmerksomhet som de andre rettene de har på menyen,

Domino's

Domino`s har ikke noe vegansk på menyen, Pizzaene deres kan heller ikke gjøres vegansk på forespørsel, da bunnen deres inneholder melkeprotein. Vi mener at Domino`s har alle forutsetninger for å kunne ha plantebasert pizza på menyen, da Domino`s i Danmark har hele tre ulike veganske pizzaer med plantebasert ost. Så i Danmark er Domino`s på riktig vei i utviklingen og vi oppfordrer sterk Domino`s i Norge å følge deres eksempel. Dominos har flere vegetarisk pizzaer som gjør det lett for de som ønsker et kjøttfritt måltid å velge det. Dette er veldig bra og vi ser på hjemmesiden deres at flere av de pizzaene har fått høy karakter, men hva med å lage en av de vegansk med en spennende vegansk ostesaus basert på nøtter? Vi håper Dominos vil vurdere det.



GENERELLE ANBEFALINGER

Vår undersøkelse av kjedene viser at det generelt er god vekst i utvalget av plantebaserte produkter. Det er dog en del rom for forbedring. Her gir vi noen gode råd til å forbedre utvalget plantebaserte matvarer.

Det vil ikke kun øke ens plassering i neste rangering, men også øke salget.

Kvalitetskrav: Lekre planter for alle

Underprioriter ALDRI **kvalitetskravene** til det plantebaserte. Fleksitarianere vil gjerne spise grønnere, men de skal ikke oppleve at de mister noe ved å velge de grønne produktene.

Plantebaserte **melk** er blitt veldig populært. Så bruk dem og fremhev dem, hva enn det brukes til; milkshakes, is, desserter eller kaffe.

I stedet for å ha en plantebasert kopi av et menyvalg med animalske ingredienser, så gjør det plantebaserte alternativet unikt, og samtidig smakfull og tiltalende.



På den måten sikrer man seg at det vil være **interessant for alle** å prøve den. Velg f.eks. at deres sjokolade-milkshake er plantebasert, slik at alle kunder som vil ha en sjokolade-milkshake får den samme. Hvis dere har både en vegansk og en “vanlig”, vil den veganske ikke selge spesielt mye, og da vil det ikke lønne seg å ha den på menyen i lengden. Hvis dere til gjengjeld ikke har et vegansk alternativ, så mister dere hele den kundegruppen og deres venner, som vil finne et annet sted å gå.

Meny, presentasjon og choice architecture

Gjør det hipt - se på MAX Burger og deres **presentasjon** av Green-familie.

Gjør det lett å gjøre måltidet 100% plantebasert.

Her gjør MAX Burgers, Bislett Kebab og Munchies det spesielt lett å endre de enkelte delene i samtlige måltider, slik at man kan få en vegansk burger og vegansk dressing/mayo i sin burger, eller skifte til vegansk ost på sin pizza. Hos McDonald's kan man gjøre utvalgte burgere vegetariske ved å bytte elementer som osten eller skifte til planteburger. Alt dette er prisverdig/alt dette er å anbefale. Vi oppfordrer dog klart til at måltidene gjøres helt plantebaserte. Her er en plantebasert majones og ost helt opplagte steder å sikre et generelt løft av menyen.

Merkning og navngivning

Normaliser det plantebaserte og gjør det tilgjengelig for alle. Unngå å fremheve ord som “veganer” og “vegansk”. Fremhev i stedet rettens smak, og marker diskré at den er plantebasert. Mange bruker et lite blad-merke på de plantebaserte rettene på menyen, som gjør dem lette å lokalisere for vegetarianere og veganere uten at de på noen måte blir fravalgt av flertallet. Gjør det samtidig tydelig at man gjerne må spørre personalet om hjelp ift. ingredienser, slik at at man f.eks. føler seg velkommen, som på steder som Espresso House, som vant PlanteVeksts Kaffe- og Bakerikjede rangeringen 2021, og hos MAX Burgers, som vinner fastfoodkjede-rangeringen 2022.

Sørg for at det er **fokus på smaksopplevelsen** i navnet på retten, snarere enn på ingrediensene.

Marker veganske retter med et **blad**.

Ha **ALDRI** de veganske produktene i en meny for seg selv, under tittelen “Vegansk” eller “Veganere”. Det ødelegger for salget og skremmer folk vekk. Inkluder i stedet rettene i standardmenyen og fordel dem blant de andre. I perioder kan dere fremheve en grønn rett som “månedens rett” eller lignende for å øke oppmerksomheten.

Default Veg

Det er avgjørende at smaksopplevelsen er på topp for at kundene skal komme tilbake. Når det kommer til ting som vegansk majaones eller andre dressinger, er det enkelt å sikre at den plantebaserte versjonen er minst like god som den med animalske ingredienser. Hvorfor ikke servere den for alle? Det er en enkel måte å gjøre menyen grønnere, og senke forbruket av animalske ingredienser.

De av kundene som ikke har sin oppmerksomhet rettet mot det plantebaserte, oppdager ingenting. For de som fokuserer på det vil det være en **positiv overraskelse over virksomhetens progressive tiltak**.

Mange kaker og annet bakeverk kan også lett gjøres plantebasert, uten at det på noen måte går ut over kvaliteten. Det samme gjelder for shakes og diverse tilbehør, som ofte kun er en ingrediens fra å være helt plantebasert.

PlanteVekst hjelper gjerne til med råd og veiledning til produktutvikling.



Promotering

Foruten bannere, reklamevideoer og bilder ute på diverse plattformer som promoterer plantebaserte produkter, så bruk også gjerne samarbeid med **Influensere**.

Vær bevisst på at unge er de som generelt utviser stor interesse i å velge plantebasert. Men det er ikke alltid lett å finne det. Vær derfor konsekvente med promoteringen av plantebaserte produkter på skilter i og utenfor butikken, i deres app og på sosiale medier.

Opplæring og retningslinjer

Sørg for at personalet er godt opplært om hva som er plantebasert og hva som ikke er det. Så føler plante-positive kunder seg **mer trygge og mer velkomne** hos dere hvis de gjerne vil ta et grønt valg. Det vil både tiltrekke kunder og gjøre deres virksomhet mer bærekraftig målt på gjennomsnittlig klima-påvirkning fra solgt mat og drikke.

Vi anbefaler at man holder stekning og frityr til plantebaserte og animalske produkter separat. Hvis det ikke er mulig, så anbefaler vi at dere er tydelige om det i deres kommunikasjon. Så kan kundene vite sikkert og selv enkelt vurdere hvordan de vil forholde seg til det, hvis planteburgerne f.eks. stekes sammen med animalske burgere.



Becker M. (2019, 17. juli). Nordmenn velger å spise mindre rødt kjøtt. Hentet fra <https://www.nrk.no/norge/nordmenn-velger-a-spise-mindre-rodt-kjott-1.14628298>. Hentet fra <https://e24.no/det-groenne-skiftet>

CB Insights (2021), “Our Meatless Future: How The \$2.7T Global Meat Market Gets Disrupted”,
https://www.cbinsights.com/research/future-of-meat-industrial-farming/utm_source=medium&utm_medium=referral&utm_campaign=syndication#why

Chouhan, N. et al.. (2021), “Meat Substitute Market”,
<https://www.alliedmarketresearch.com/meat-substitute-market>

EAT LANCET COMMISSION (2019), “Healthy Diets From Sustainable Food Systems - Food Planet Health”,
https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf

Forbes.com (2021), “Move over Mcdonald’s the future of fast food is vegan”,
<https://www.forbes.com/sites/katrinafox/2017/11/14/move-over-mcdonalds-the-future-of-fast-food-is-vegan/?sh=2473716f4ac2>

Grundekjøn. C (2021, 12. april). Vegetarboom i Norge: Kjedene kjemper om «morgendagens kunder»

Hentet fra <https://e24.no/det-groenne-skiftet>

Klimakur (2022) Klimakur 2030”,

<https://www.miljodirektoratet.no/klimakur>

Meticulous Research (2020), “Plant Based Food Market - Global Opportunity Analysis and Industry Forecast”;

<https://www.meticulousresearch.com/product/plantbased-food-products-market-5108#description>

PlanteVekst, Ranking av Kaffe- og Bakerikjeder,

<https://plantevekst.no/publikasjoner/rangering-av-kaffe-og-bakekjeder>

Shridhar, A. (2021), “Understanding the Path to Purchase 2021 Global Consumer Types”, Euromonitor International,

<https://www.dept.aueb.gr/sites/default/files/mbc/'Consumer%20Types%202021%20WP%20-v3.3.pdf>

WHO (2015), “IARC Monographs evaluate consumption of red meat and processed meat”,

https://www.iarc.who.int/wpcontent/uploads/2018/07/pr240_E.pdf



Følg oss på

[instagram.com/plantevekst/](https://www.instagram.com/plantevekst/)



For samarbeid og veiledning kontakt oss på:

kontakt@plantevekst.no



[LinkedIn](#)



Skrevet og redigert av
Camilla Dahlberg
Leder i PlanteVekst

Med stor takk til
Christian Winther, Jeanett
Dahlberg, Kamilla Kvamme,
og Mon Rocca