

Åbn op for samtalen

Start med at spørge ind til hvilke retningslinjer, der er i kundens virksomhed. Måske har virksomheden en bæredygtighedsstrategi eller ESG-mål, som du kan tale ind i. Selvom virksomheden ikke har sat nogle konkrete mål eller har en politik for området, kan dit spørgsmål være med til at sætte nogle tanker i gang og være med til at skubbe på en udvikling. Gæsternes/kundernes holdninger til menuen er meget forskellige. Nogle går ikke så meget op i, hvor meget eller hvor lidt kød, der er på tallerkenen, mens andre føler sig forrådt, hvis bøffen er skiftet ud med bælgfrugter.



Derfor skal du have en fornemmelse af, hvor de er, så du kan præsentere maden forskelligt. Undersøgelser viser nemlig, at der er et stort potentiale for at fremme den grønne forplejning, hvis man tænker over, hvordan man taler om maden og præsenterer menuerne.

Mødekøberanalysen 2025 fra MeetDenmark og Optimeet viser, at der er stor interesse for bæredygtighed blandt mødekøbere. De fleste ønsker at træffe bæredygtige valg – men omkring to tredjedele mangler viden om, hvordan de gør det i praksis.

Når det kommer til forplejning, stiller hele 92 procent krav – især til økologi, lokale råvarer og hensyn til allergier. Men analysen viser også et overset potentiale: 62 procent af mødekøberne er positivt stemt over for at vælge vegetarisk forplejning til deres møder og events.

Der ligger derfor et stort uudnyttet potentiale i at åbne samtalen om plantebaserede alternativer – og I kan være med til at sætte det på dagsordenen.