

# RESTAURANTGAST NIET TE VERLEIDEN TOT VEGETARISCHE KEUZE

- Gasten kiezen niet vaker voor een vegetarisch gerecht.
- Aangepaste kaart moet gedrag beïnvloeden, zonder keuzevrijheid af te nemen.



Een menukaart met een prominente plek voor vegetarische gerechten verleidt gasten niet vaker zo'n maaltijd te bestellen. Consumenten kun je niet eenvoudig naar vegetarische – en dus duurzamere – keuzes sturen. Dit blijkt uit een experiment dat studente Renske Hermans uitvoerde voor haar master Management, economie en consumentenstudies. Nederlanders eten jaarlijks gemiddeld zo'n 43 kilo vlees. Vleesproductie belast het milieu veel zwaarder dan plantaardig voedsel.

Tijdens haar experiment volgde Hermans zes weken lang de eetkeuzes van 291 restaurantgasten. Zij waren te gast in het door hotelstudenten gerunde restaurant Le Début in Den Haag. Op de kaart stond prominent een 'menu gastronomique', bestaande uit voor-, hoofd- en nagerecht. De eerste twee weken bevatte dit een

hoofdgerecht met vlees (biefstuk), gevolgd door twee weken met een vegetarische keuze (vleesvervanger met teriyaki). De laatste periode ontbrak het 'menu gastronomique' om te kijken hoeveel gasten een vegetarische keuze maakten uit de gewone kaart, dus zonder beïnvloeding.

Dat de proef niet werkte, ligt mogelijk aan de deftige restaurantomgeving, zegt Ellen van Kleef, universitair docent bij de leerstoelgroep Marktkunde en consumentengedrag en Hermans' begeleider. 'Zo waren ze chique uit eten en dachten heel bewust na over hun keuze.' Het beïnvloeden van gedrag met 'zetjes' – kleine omgevingsveranderingen die de keuzevrijheid niet beperken – leunt juist op het feit dat we dagelijkse beslissingen snel en automatisch nemen.

Eerdere proeven tonen aan dat zetjes een flinke invloed kunnen

hebben op gedrag. 'Vaak worden hierbij methodes uit de marketing gebruikt', zegt Van Kleef. Denk aan een kiosk waar gevraagd wordt 'of je daar ook iets bij wil drinken?'. Zulke tactieken kun je ook inzetten voor gezondere keuzes. Wanneer je in een kantine – waar keuzes minder wel overwogen worden gemaakt dan in een chique restaurant – een vegetarische maaltijd de standaard maakt, vermoedt Van Kleef dat deze vaker wordt gekozen.

Een andere uitkomst verried wel hoe lastig het is mensen met zachte hand van een biefstuk af te houden. Het 'menu gastronomique' bleek veel populairder wanneer dit vlees bevatte. In die weken koos 50 procent van de gasten het menu, tegen 17 procent in de vegetarische weken. 'Veel mensen zijn nu eenmaal verstokte vleeseters', zegt Van Kleef. 'We kunnen alleen wat tegenwind geven.' **RR**