

Terugblik op introductie Meatlight en Meatless bij Agrimarkt

Gemma Tacken (LEI-Wageningen UR)
Jonathan van 't Riet (LEI-Wageningen UR)



Opzet onderzoek



Doel en onderzoeksvraag

Doel: inzicht krijgen in de acceptatie, positionering en beoordeling van Meatlight door klanten van de Agrimarkt.

Centrale vraag:

Hoe wordt Meatlight gepercipieerd, gepositioneerd en beoordeeld door consumenten?

Werkwijze

Vragenlijsten zijn afgenomen in de Agrimarkt vestigingen te Goes en Vlissingen.

- Nulmeting (T0): week 30 (20-24 juli)
- Eerste meting (T1) - week 35 (24-28 augustus)
- Tweede meting (T2) - week 38/39 (14-25 sept)

Hierbij werden vragen gesteld over vlees, vleesvervangers en de Meatless en Meatlight producten
(ca 50 vragen op T0; ca 100 vragen op T1 en T2)

Vlees, diepvriesvlees en vleesvervangers

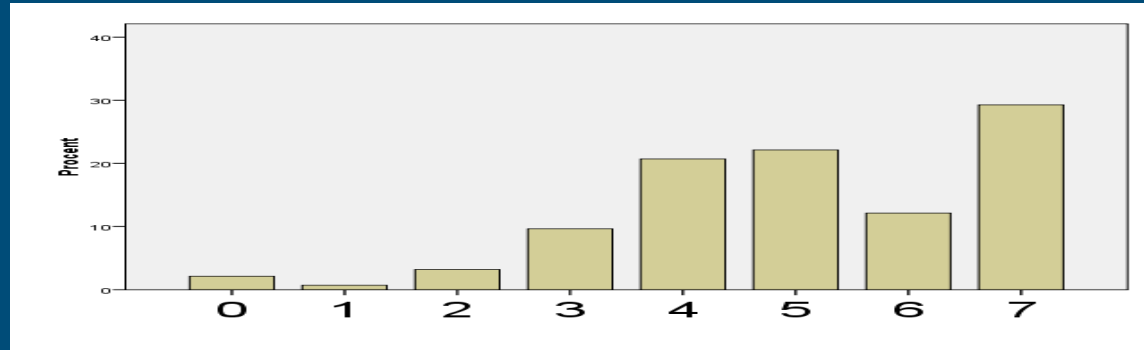


Op hoeveel dagen per week eet u vlees bij de

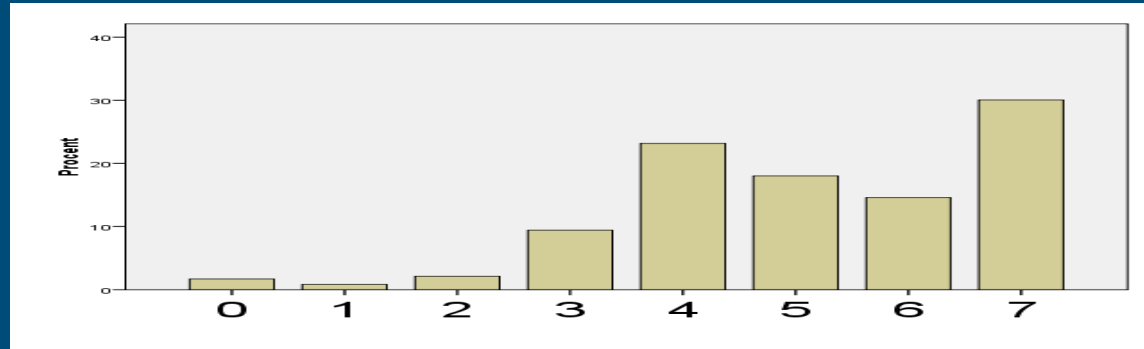
warme maaltijd?

Als mensen besluiten minder dan 7 dagen vlees te eten, is dat vaak meer dan 1 dag minder

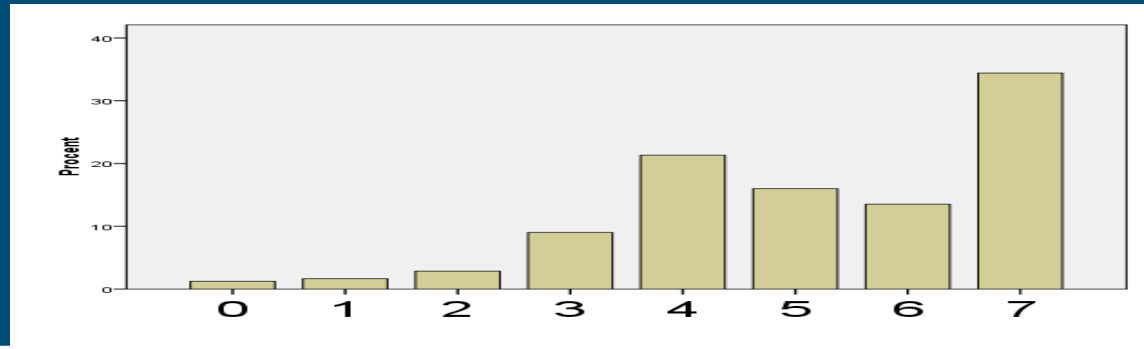
T0



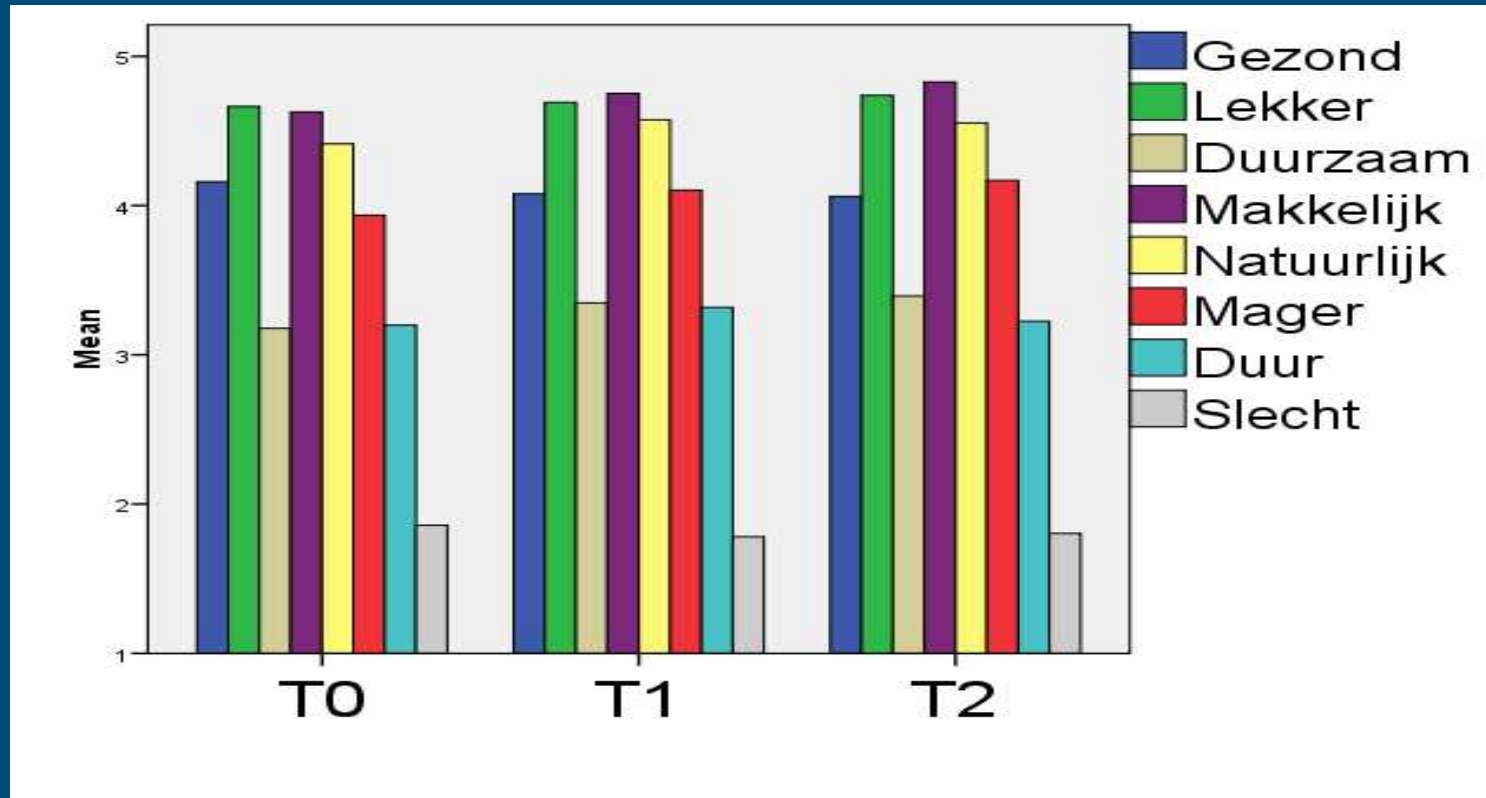
T1



T2

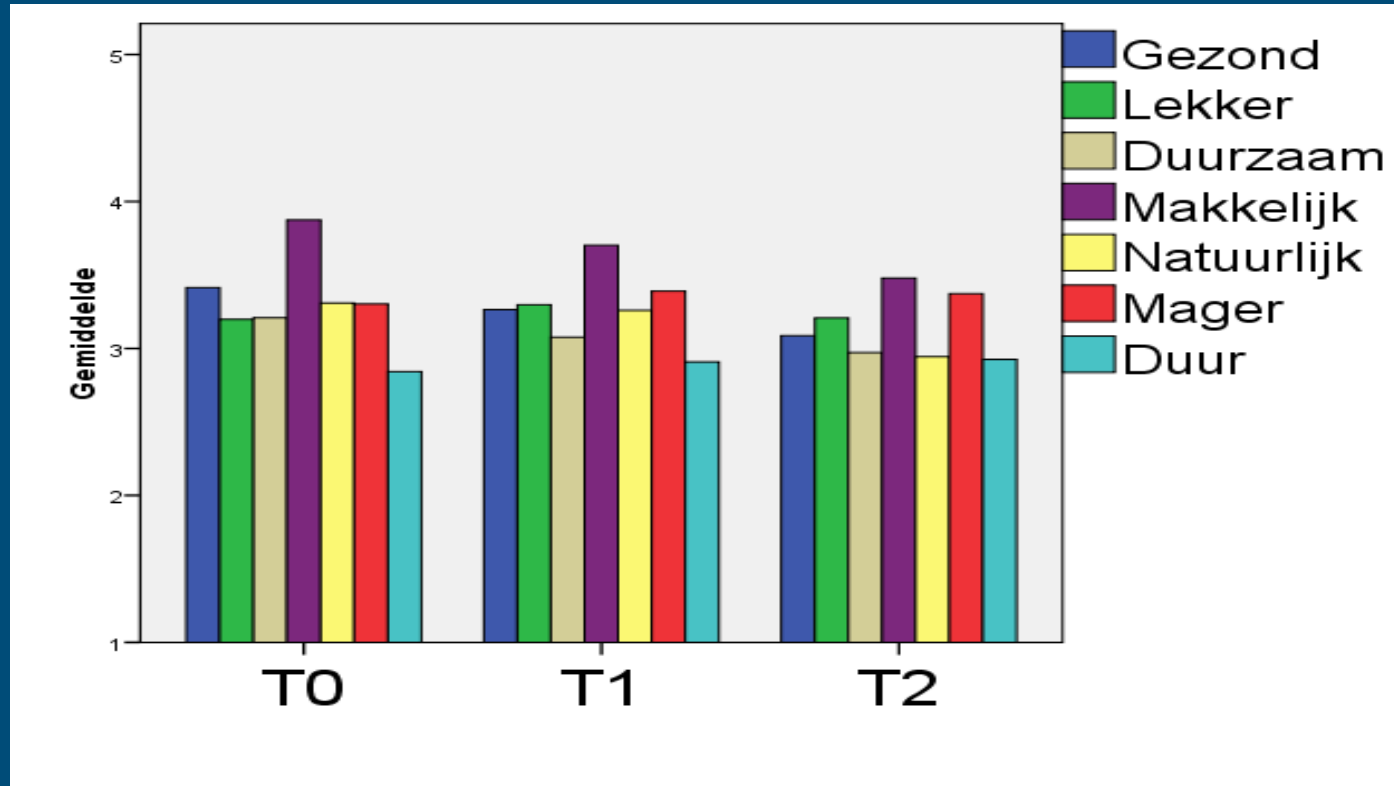


Perceptie van vlees totaal, dat is ...



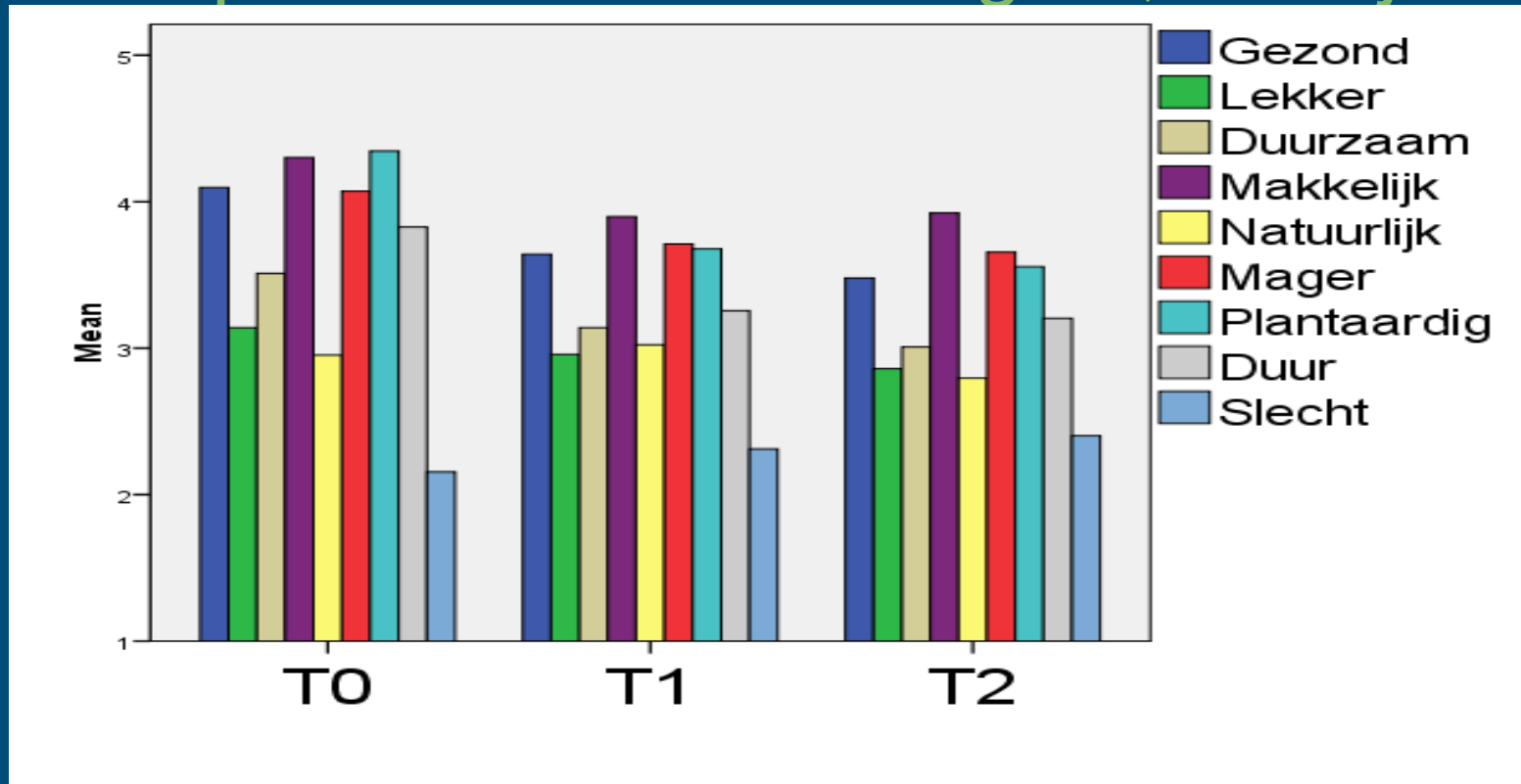
Respondenten hebben een positief beeld van vlees: gezond, lekker, makkelijk te bereiden, natuurlijk en mager.

Perceptie van vlees uit de diepvries, dat is ...



Vlees uit de diepvries wordt minder gewaardeerd dan vers vlees. Alleen 'makkelijk te bereiden' springt eruit.

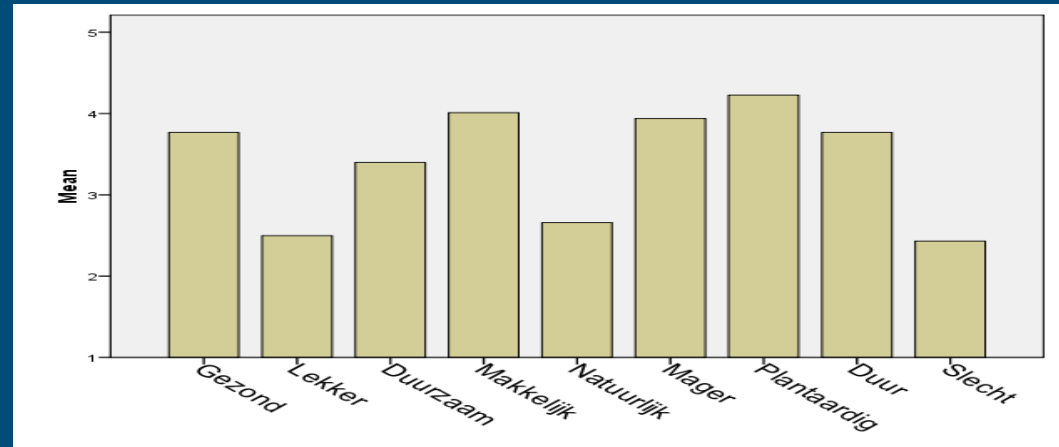
Perceptie van vleesvervangers, die zijn ...



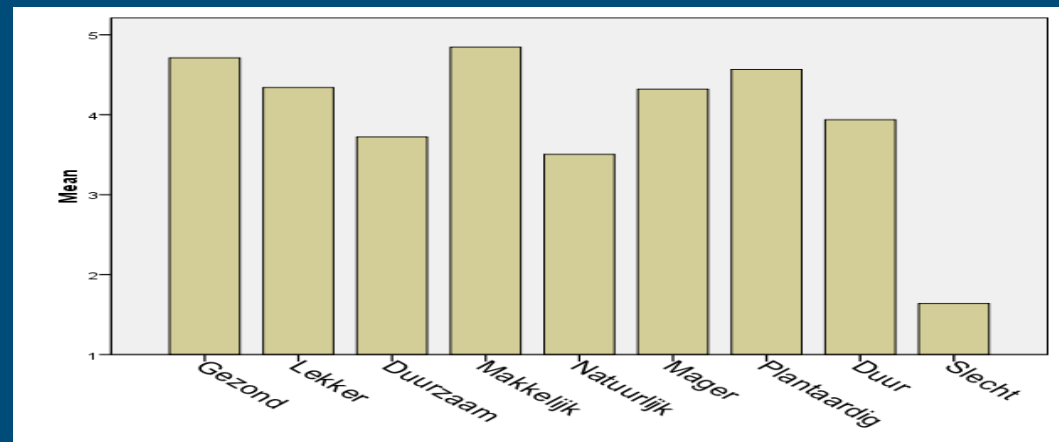
Vleesvervangers worden minder positief gewaardeerd dan vers vlees: Vleesvervangers worden vooral gezien als minder lekker en minder natuurlijk

Perceptie vleesvervangers: kopers en niet-kopers

Consumenten die
alleen vlees eten



Consumenten die
(ook) vleesvervangers
eten



Meatlight



LEI

WAGENINGEN UR

Koopgeneigdheid Meatlight

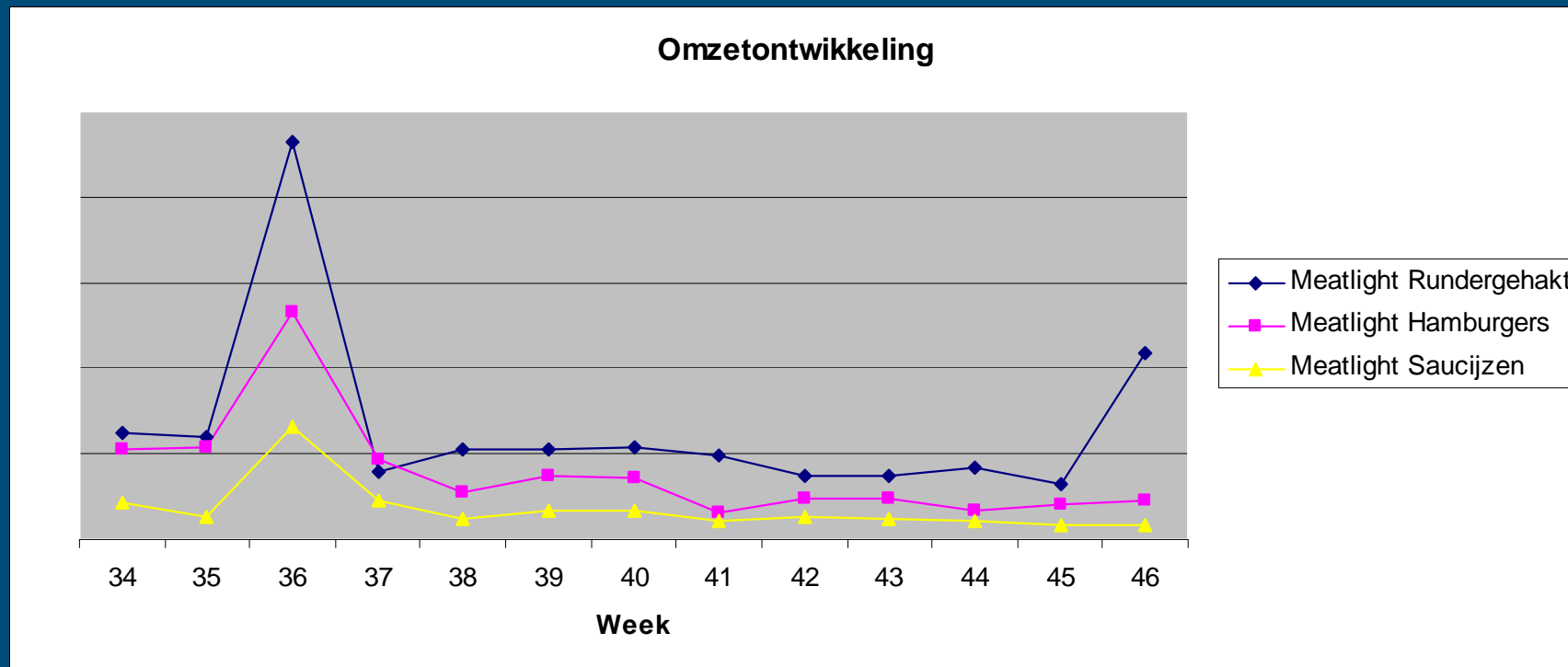
Hebt u wel eens overwogen om een Meatlight product te kopen of een Meatlight product gekocht?

	Overwogen		Welke producten?	Gekocht			Welke producten?
	Ja	Nee		Ja, meerdere keren	Ja, een keer	Nee	
T1	21,0% (n=49)	79,0% (n=184)	Gehakt (61,2%; n=30) Hamburger (28,6%; n=14) Worst (10,2%; n=5)	6,1% (n=3)	24,5% (n=12)	69,4% (n=34)	Gehakt (46,7%; n=7) Hamburger (26,7%; n=4) Worst (2,0%; n=1) Onbekend (20,0%; n=3)
T2	19,8% (n=48)	80,2% (n=195)	Gehakt (52,1%; n=25) Hamburger (20,1%; n=10) Worst (10,4%; n=5) Onbekend (16,7%; n=8)	10,4% (n=5)	14,6% (n=7)	75,0% (n=36)	Gehakt (50,0%; n=6) Hamburger (33,3%; n=4) Worst (16,7%; n=2)

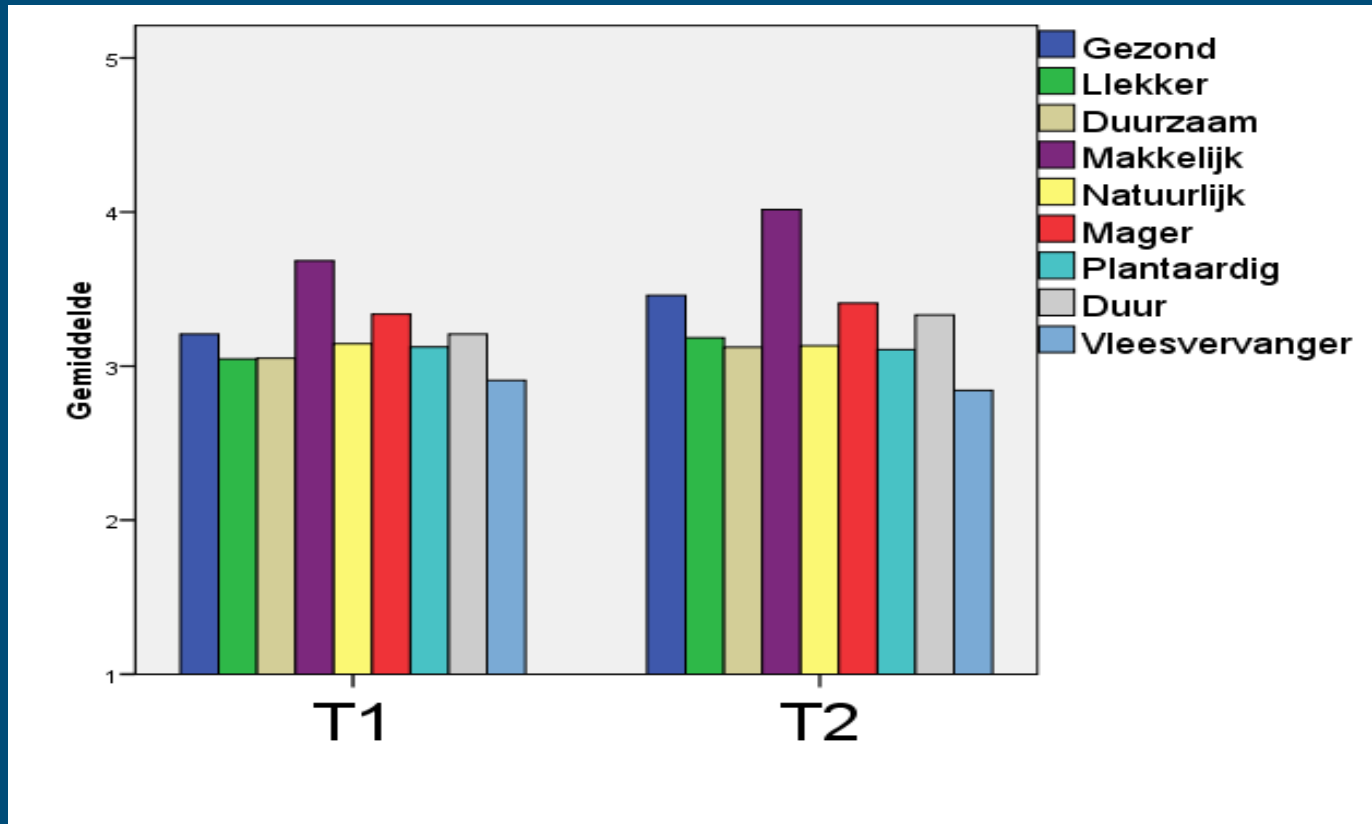
Aankopen Meatlight in cijfers tov de categorie

- Rundergehakt 6% van (mager) rundergehakt
- Hamburgers 39% van verse hamburgers (on)gepaneerd
- Saucijzen 30% van varkenssaucijzen
6% van varkenssaucijzen en verse worst

Aankopen Meatlight: omzetontwikkeling



Percepties Meatlight totaal: Meatlight is ...



Op de meest vragen scoort Meatlight rond het neutrale middenpunt. Wel scoort Meatlight goed op 'gemakkelijk te bereiden'.

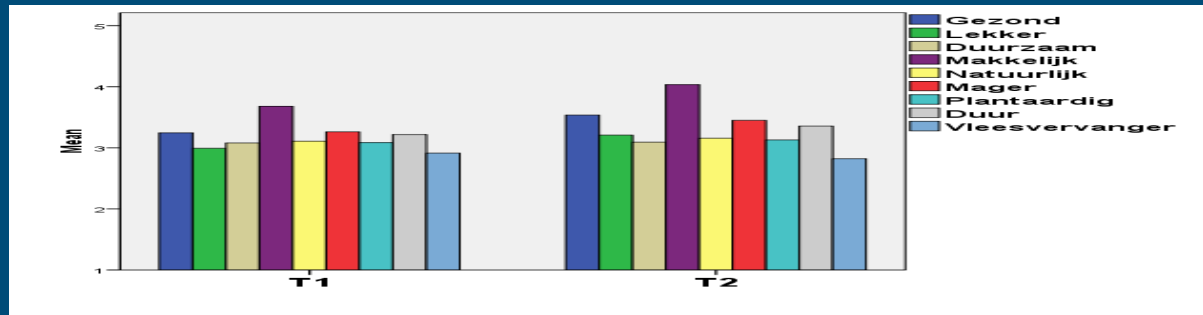


LEI

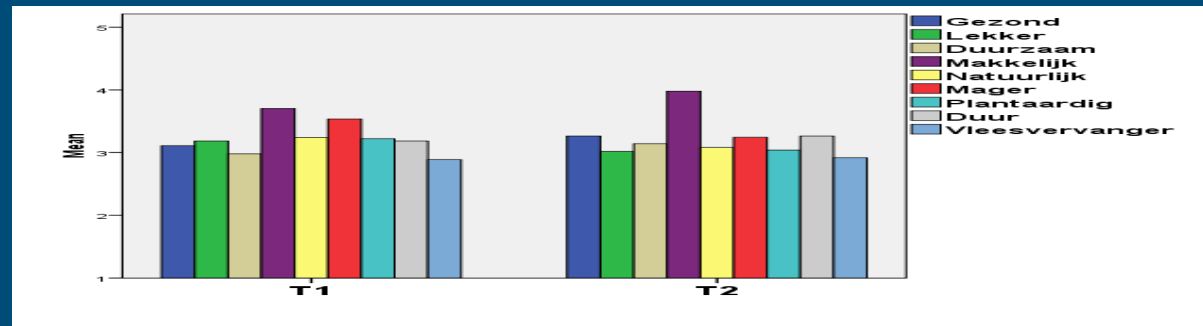
WAGENINGEN UR

Percepties Meatlight per groep: Meatlight is ..

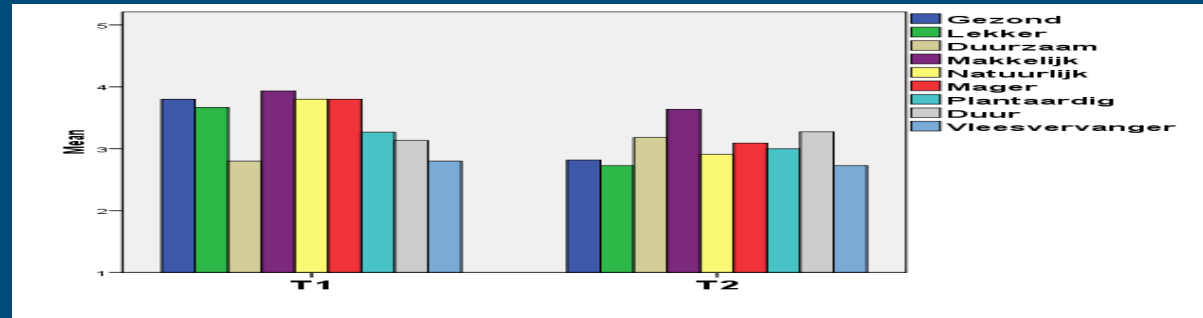
Consumenten die
alleen vlees eten



Consumenten die
(ook) vleesvervangers
eten



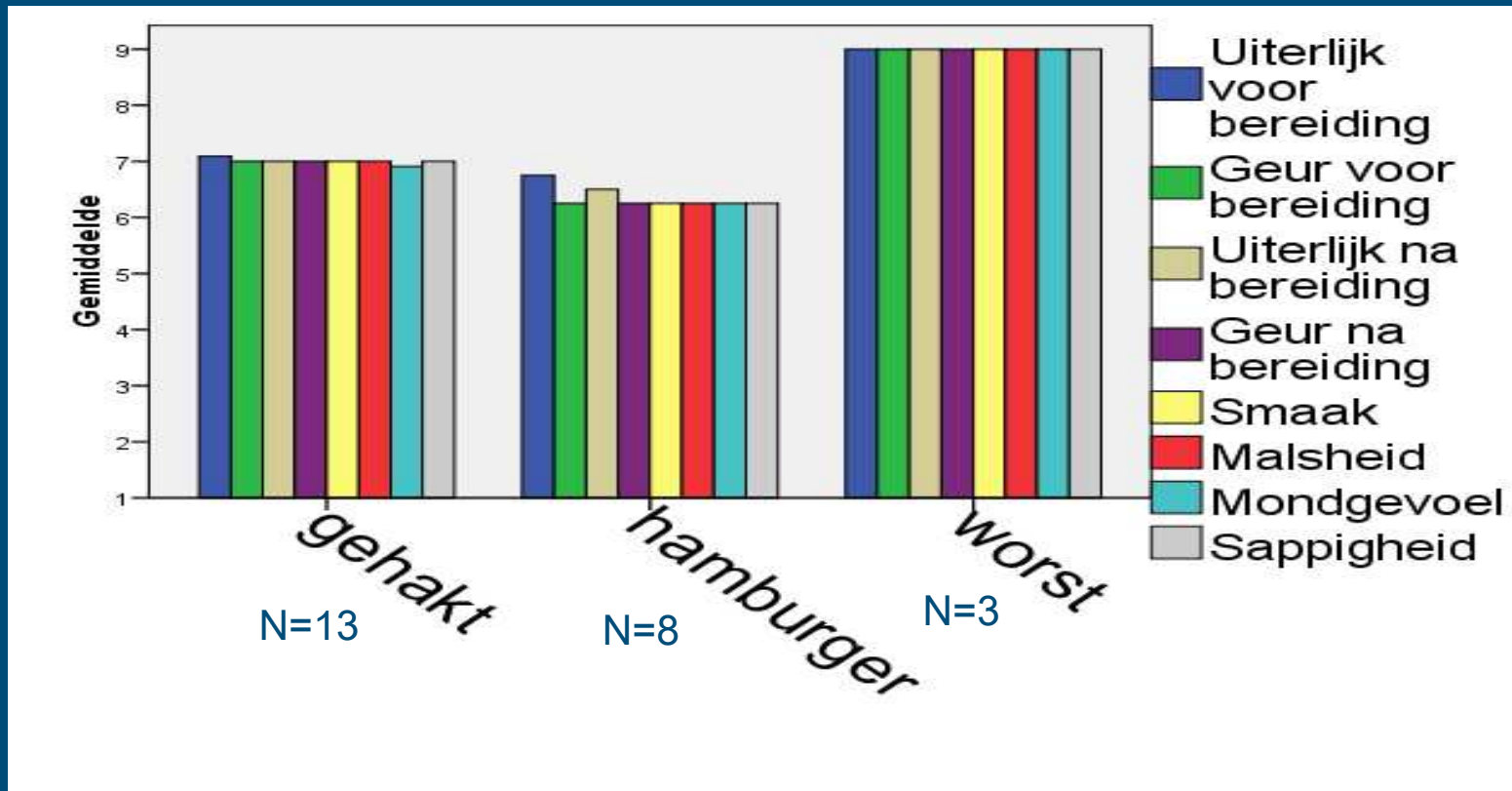
Consumenten die
(ook) Meatlight
hebben gekocht



Percepties Meatlight van Meatlight-consumenten

(n=26)	N			Gemiddelde	Variantie
	1-2	3	4-5		
Gezond	2	16	8	3,38	1,21
Lekker	3	16	7	3,27	1,17
Duurzaam	2	21	3	2,96	0,44
Makkelijk	0	15	11	3,81	0,96
Natuurlijk	1	18	7	3,42	0,97
Mager	0	19	7	3,50	0,74
Plantaardig	1	22	3	3,15	0,38
Duur	1	20	5	3,19	0,32
Vleesvervanger	5	20	1	2,77	0,67

Beoordeling Meatlight door gebruikers



Positieve ervaringen van gebruikers (Maar alleen gevraagd bij ten minste eenmalige gebruikers van producten – slechts 22 respondenten)

Conclusie Meatlight

- Meatlight heeft een substantieel marktaandeel gerealiseerd in alle categorieën, hoofdzakelijk bij vleesvervanger kopers
- De beoordeling van Meatlight vlees op smaak is redelijk tot zeer positief.
- Uiterlijk en verpakking van de Meatlight producten roepen overwegend positieve reacties op
- De beoogde positionering van Meatlight als duurzaam, mager en plantaardig is niet bij alle consumenten overgekomen.
- De perceptie van Meatlight is weliswaar positief maar nog niet zo positief als regulier vlees in het algemeen
- Om Meatlight aantrekkelijk te maken voor de vleesconsument, zou het product aan kunnen haken bij bestaande positieve beelden over vlees ('lekker', 'natuurlijk')

Hartelijk dank voor uw aandacht

gemma.tacken@wur.nl

© Wageningen UR

