

Hjælp de grønne retter på vej

Tal med dine kunder om plantebaseret mødeforplejning



Flere og flere møde- og eventsteder har taget skridtet mod en grønnere og mere økologisk forplejning. Det er ikke kun godt for klimaet – det er også en mulighed for at give gæsterne nye og sanselige madoplevelser.

Denne guide er til dig, der arbejder med salg og planlægning af møder og events, og som allerede har grønne retter på menuen. Nu handler det om at få dem ud over rampen – og ind i kundernes valg.

Guiden giver dig:

-  Argumenter for, hvorfor plantebaseret mad er en vigtig del af den grønne omstilling
-  Tips til, hvordan du kan tale med dine kunder om økologiske grønne menuer – på en respektfuld og appetitvækkende måde
-  Inspiration til, hvordan du kan præsentere og fortælle om menuerne, så de vækker nysgerrighed og lyst

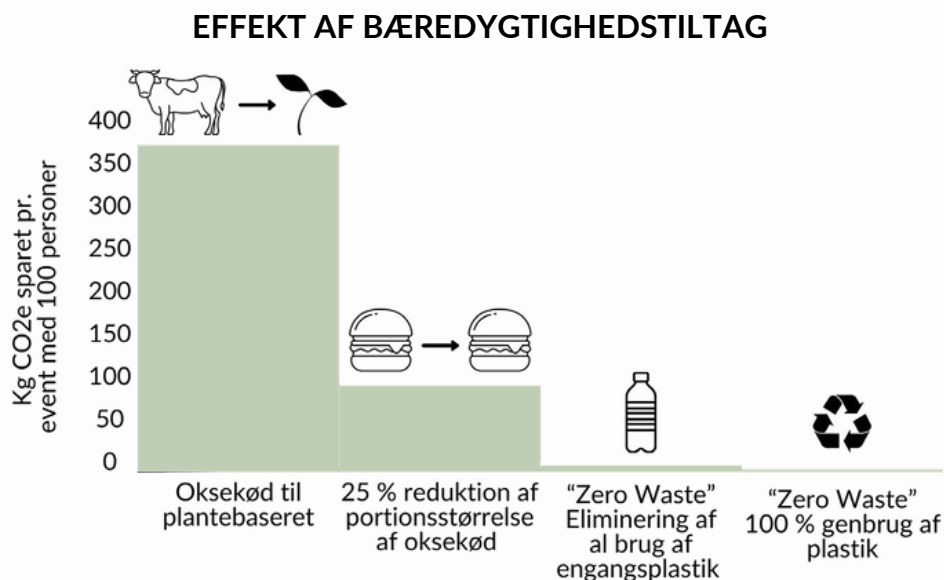
Du er med til at gøre en forskel – både for klimaet og for gæsternes oplevelse.

Sådan! Nu kan I komme i gang.

Det er fantastisk og godt, at I har taget dette valg. Det skal I være stolte af. Der er mange gode grunde til at indføre grønnere menuer og servere mindre kød. Forplejning udgør hele 20 % af turisternes klimaaftryk (2025). Det giver derfor god mening at se på området og der er store CO₂-besparelser forbundet med at reducere kødet og indføre flere plantebaserede retter. De plantebaserede retter har et markant lavere klimaaftryk end de animalske produkter. Derudover er der gevinster for biodiversitet, sundhed og ernæring.

Produktionen af kød, især oksekød, kræver store mængder foder, vand og landareal og udleder betydelige mængder drivhusgasser, herunder metan. Plantebaserede fødevarer som bønner, linser og grøntsager har derimod et langt lavere klimaaftryk, da de kræver færre ressourcer og udleder mindre CO₂. Ved at skifte til mere plantebaseret kost kan man derfor opnå store klimamæssige gevinster.

I er med til at inspirere gæsterne ved at give dem en oplevelse af, at det grønne køkken er fuld af lækre smage og mættende retter.



Miller, Shelie A.: "Five Misperceptions Surrounding the Environmental Impacts of Single-Use Plastic" in: *Environmental Science and Technology* 54(22), november 2020

Figuren ovenfor viser i første søjle CO₂e-besparelsen ved at ændre forplejning fra oksekød til udelukkende plantebaseret. Selv 25 % reduktion af portionsstørrelser gør en markant forskel. Figuren viser til sammenligning besparelsen ved eliminering af al brug af engangsplast og ved 100% genbrug af plastik.

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 bælgrugter.



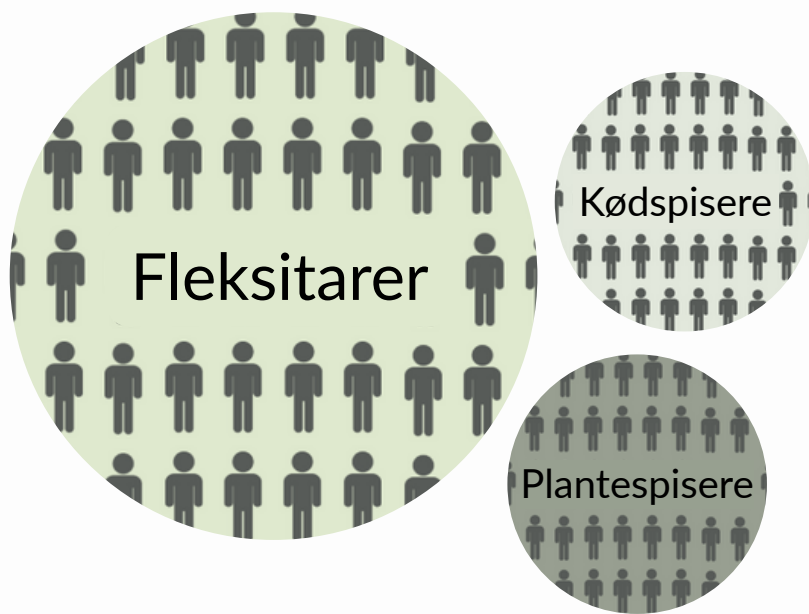
Derfor skal du have en fornemmelse af, hvor de er, så du kan præsentere maden forskelligt. Undersøgelser viser nemlig, at der er et stort potentiale for at fremme den grønne forplejning, hvis man tænker over, hvordan man taler om maden og præsenterer menuerne.

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.

De fleste er fleksible



Fleksitarer udgør den største målgruppe

I mange år har vi tænkt, at man enten spiser kød – eller helt undgår det. Men sådan er det ikke længere. De fleste danskere er fleksitarer: nysgerrige, åbne og med et ønske om at spise mere grønt, uden nødvendigvis at droppe kødet helt.

Derfor giver det mening at tænke forplejning fleksibelt. Når det grønne er udgangspunktet – og kødet et tilvalg – kan alle være med. Det er netop flertallet, vi laver mad til. Derfor giver det mening af hjælpe de grønne menuer på vej og sætte fokus på det sanselige.

Sæt fokus på det sanselige

Brug ikke ord som *vegetarisk* eller *vegansk*. Dem er der ikke meget smag og forventningsglæde i. Mange går uden om vegetarretter f.eks. vegetarlasagne, fordi de ikke ser sig selv som vegetarer. Skriv f.eks. i stedet "*Italiensk lasagne med belugalinser*".

Undersøgelser viser, at bruger man ord som *vegetarisk*, *vegansk*, *kødfri* og *plantebaseret* sælger retterne ganske enkelt dårligere. Beskriv i stedet råvarer, tekstur og smag.

Spørgsmål som "*Skal det være 100 % vegetarisk?*" Kan skræmme nogen væk. Spørg i stedet "*Vil I prøve vores grønne menu?*"

Sæt de grønne retter øverst på menuen. Omtal menuerne ens. Fremhæv smag eller popularitet – ikke om der er kød eller ej.



Salget af den samme vegetariske lasagne steg med 200%, da producenten skiftede teksten ud. Mange identificerer sig ikke med at være vegetarer og går udenom vegetarisk og vegansk mad. Men har intet imod at spise en lækker spinatlasagne med ricotta.

Ud med klimavenlig – ind med historierne

Selvfølgelig skal vi spise mere klimavenligt – men det er ikke altid det, der vækker appetitten på buffeten. Man behøver ikke sige "klimavenlig" eller "bæredygtig" for at sætte scenen. Og "klimavenlig" får ikke ligefrem vandet i munden til at løbe. Derimod ligger der masser af appetitvækkende ord i historierne om råvarerne. Analysen fra MeetDenmark og Optimeet viser, at en af de største drivkræfter for at vælge en planterig forplejning er muligheden for nye og spændende madoplevelser.



Planteriget byder på uendeligt mange muligheder og smagskombinationer og Danmark bugner af spændende råvarer og produkter. Hav en dialog med køkkenet om de grønne retter I serverer, og smag jævnligt på den, så I kender den og ved, hvordan den skal præsenteres overfor kunden.



Er der fx tale om økologiske råvarer, der er i sæson, dyrket i haven, sanket i området eller en del af en kulturhistorie? Er kartoflerne fra en lokal avler eller er bælgrugterne en genopdaget økologisk nordisk sort? Er der brugt nogle af Danmarks nye og innovative plantebaserede produkter som smagsgiver eller tekstur i maden?

Små detaljer gør gæsterne nysgerrige og styrker oplevelsen, og når vi bruger disse fortællinger, bliver måltidet mere meningsfuldt.

Plantebaseret som standard

Sæt grøntsagerne i centrum, og lad kødet være tilbehør. Når kødet står bagerst på buffeten eller som ekstra tilvalg i menuen, bliver det automatisk grøntsagerne og bælgrugterne, der tager hovedrollen. Erfaringer viser, at de fleste gæster er mere end tilfredse med en frokost fyldt med grønt, og at de færreste savner kødet, når mængden er skåret ned.



Den mest effektive opsætning er at vende den klassiske menu på hovedet: gør de plantebaserede retter til standarden og placer kødet som supplement ved siden af. Undersøgelser viser, at når gæster aktivt skal ændre deres valg til en kødbaseret menu, vælger langt størstedelen at blive ved det grønne. I et forsøg med dette på en konference, valgte hele 87% at blive med den plantebaserede menu.



Nogle gange fylder den ene negative høje røst mere end alle de venlige positive. Pas på med at antage at mødekøberne ikke tør fravælge kødet for deres gæster. Hvis mødekøberne alligevel udtrykker bekymring for, hvad gæsten vil sige, kan man altid foreslå at lade valget være op til gæsten selv. Se eksempler på formularer til dette nedenfor. Så kan de gæster, der ønsker kød stadig vælge det ved siden af. På den måde kan mængden af kød reduceres betydeligt – uden at nogen føler, at de mangler noget.

På denne side finder du eksempler på, hvordan en rubrik eller et link udsendt fra mødebookeren til deltagerne kan se ud.

Plantebaseret by default

Gør man det plantebaserede til standarden, vil det fremstå som det anbefalede valg. Dette har vist sig som den mest effektive løsning til grønnere menuer blandt andet på IKA's konferencer og på Roskilde Universitet.

Hos [virksomhedsnavn] bestræber vi os på at servere mad efter vores bæredygtighedsprincipper. Vores kokke har derfor forberedt en plantebaseret og mættende aftenmenu med sæsonens råvarer.

☐ Kryds af her, hvis du ønsker en ikke-plantebaseret menu.

De tre valgmuligheder

For nogle kan det føles mere trygt at beholde kødet som tilbehør frem for helt at undvære det. Med denne opsætning vil størstedelen følge normen og vælge den planterige menu, hvor man f.eks. får 60 g fisk eller kød. Menuen sendes ud til gæsterne på forhånd, og i praksis kan gæsterne få forskelligfarvede jetoner ved ankomst til middagen, så tjenerne nemt kan se, hvem der skal have hvad.

Vælg venligst, hvilken menu du ønsker i aften



Den plantebaserede

100 % plantebaseret og mættende menu uden animalske produkter. En menu fuld af smag og omtanke for klimaet.



Den planterige

Planterig menu med udgangspunkt i sæsonens smagfulde grøntsager. Kød og fisk serveres som tilbehør på siden.



Den plantefattige

Traditionel menu med gris, okse eller kylling som hovedelement. Kartofler og tilbehør serveres på siden.

Det grønne møde

En anden mulighed er at lade mødebookeren vælge imellem det traditionelle møde eller et grønnere møde. I eksemplet er der lavet en række tiltag til det grønne møde, herunder økologisk og plantebaseret forplejning, så forskellen ikke er iøjnefaldende, men stadig attraktiv at vælge.

Det grønne møde

800 kr. pr. kuvert

Hvor vi har gjort os ekstra umage med at tage ansvar: planterig og økologisk menu, ingen print, klimakompensation, lokale drikkevarer mv.

Det traditionelle møde

800 kr. pr. kuvert

De traditionelle mødeomgivelser, som de plejer at være.



Som mødearrangør har du en vigtig rolle i at skubbe udviklingen i en grønnere retning. Små greb i dialogen og i præsentationen kan faktisk gøre en stor forskel. Det handler om at præsentere menuerne på en appetitvækkende måde og gøre det plantebaserede til en naturlig del af oplevelsen - uden at gå på kompromis med kvalitet, værtskab eller nydelse.

Denne guide er udarbejdet på baggrund af workshops- og inspirationsforløb med en række hotel- og konferencesteder, indsigter fra mødekøberanalysen udarbejdet af MeetDenmark og Optimeet, og en række individuelle interviews med mødekøbere og mødesælgere.

Tak til alle, der har bidraget og en særlig tak til personalet på Scandic Aarhus City, Nørre Vosborg, Trinity Hotel og Konference, Hotel Europa, Sinatur Hotel Storebælt, DGI-Huset Vejle og CPH Conference for at bidrage med væsentlig viden til workshops og eksperimenter i projektet. Tak til mødesælgere fra Comwell Hotels, og deltagere på Picnic Society på D15 for at svare på alle vores spørgsmål og give feedback på denne guide.

Udarbejdet af:

 Plantebaseret Videnscenter

 MeetDenmark

Støttet af:



Følg Plantebaseret Videnscenter



Følg MeetDenmark

