

'Supermarkten vertragen verandering consumentengedrag'

18-05-2018 08:30



Supermarkten zijn er debet aan dat het meer mainstream worden van plantaardige alternatieven voor vlees traag gaat. Ze maken veel reclame voor vlees en presenteren het veel prominenter in de winkel. *“Join the club is de boodschap”*, zegt consumptiepsycholoog Hans Dagevos in het meinummer van RetailTrends.

Door die andere koers mainstream te laten worden, kunnen consumenten volgens Dagevos een andere richting op worden geduwd. Mensen zijn kuddedieren en doen elkaar na, stelt hij. Supermarkten die klanten naar hun winkels trekken met vleesproducten stimuleren dat proces. *“Shoppers zijn hier onbewust vatbaar voor.”*

Hoewel het imago van vleesvervangers beter wordt, hebben veel consumenten er nog altijd een negatief beeld van. Zij zullen niet snel de weg naar het schap met vleesvervangers vinden en moeten er op een andere manier mee in aanraking worden gebracht, zegt Dagevos. Hij noemt Febo, dat gratis vegaburgers uitdeelde, als voorbeeld. *“Mensen proeven het, praten erover en wie weet komen ze er nog een keer voor terug.”*

In het [meinummer](#) van RetailTrends wordt uitgebreid ingegaan op nudging, de consument ertoe aanzetten nieuwe producten te gaan gebruiken. Onder meer De Vegetarische Slager en The Dutch Weed Burger leggen uit hoe zij dat proberen. Nog geen member? [Klik hier](#) voor informatie over een membership.