maart 2026

Communicatie handvaten

PLANTKRACHT PROMO

checklist voor communicatieverantwoordelijken

MET DEZE TIPS ZET JIJ HET PLANTAARDIG AANBOD POSITIEF IN DE SPOTLIGHTS

1. Richt je communicatie op personeel, bezoekers, bewoners en patiënten

- Focus op smaak: mensen eten wat ze lekker vinden.
- Gebruik aantrekkelijke woorden: smaakvol, verrassend, populair. Vermijd schuldgevoel.
- Gebruik positieve taal: “Maak een verschil met je bord”, niet “Stop met vlees eten”.
- Zet een duidelijke call to action: “Vandaag voor plantaardig? Goed voor je gezondheid!”
- Benadruk de drie kernredenen: gezondheid, dierenwelzijn, klimaat.
- Zet in op sociale bewijskracht: “70% van onze collega’s kiest plantaardig op dinsdag.”
- Elk plantaardig gerecht telt – elke stap is waardevol.
- Noem het “plantaardig”, niet “zonder vlees” of “vegetarisch”.

2. Nudging en visuele communicatie

- Gebruik foto’s en video’s van heerlijk uitziende plantaardige gerechten – mensen eten met hun ogen.
- Plaats plantaardige opties bovenaan of in kleur op menuborden.
- Maak van plantaardige gerechten de normaalste zaak van de wereld. Maak er dus geen aparte categorie van.
- Als je deze gerechten toch als plantaardig wil aanduiden, gebruik dan herkenbare icoontjes zoals (v), 🌿 of 🌱.
- Vermijd “vegan” of “vegetarisch” als hoofdtitel – subtiel is effectiever.
- Laat woorden als “flexi” of “flexitarisch” achterwege – focus op het gerecht zelf.

GRATIS MATERIAAL

Gebruik de ‘Plantkracht inspiratiefiche voor hapklare communicatie & sociale media’ materiaal om lekker plantaardig in de kijker te zetten.

Vind ook heel wat gratis communicatiemateriaal op www.halfhalf.be .

MET DEZE TIPS ZET JIJ HET PLANTAARDIG AANBOD POSITIEF IN DE SPOTLIGHTS

3. Campagnes & partnerschappen

- Organiseer themaweken met de keuken: “Proef het Seizoen”, “Chef’s Choice Plantaardig”…
- Sluit aan bij bestaande campagnes zoals de Week van de Peulvrucht (week van 10 februari), de VeggieChallenge (maart) of Boon voor U (oktober). Kies ook voor andere campagneweken die niet per sé met plantaardig te maken hebben, zoals Week van de Korte Keten (mei) en zet (lokale) leveranciers en boeren in de kijker,
- Verwerk plantaardig in gezondheidsacties en welzijnscampagnes.
- Laat personeel of patiënten hun favoriete gerecht aanbevelen.
- Gebruik gratis communicatiematerialen van HalfHalf

4. Werk samen met de keuken

- Betrek chefs bij communicatie: verhalen, video’s, posts over hun gerechten. Laat jouw chefs stralen en biedt hun ‘Chef’s specials’ aan.
- Verpak gerechten aantrekkelijk: “comfortfood”, “trendy”, “uit de oude doos”, “feestelijk”.
- Evalueer regelmatig: wat werkte goed? Wat kan sterker?

BRONNEN EN EXTRA ACHTERGROND

- De internationale referentie voor **de promotie van lekkere plantaardige gerechten** te maken heeft: Foodservice Playbook for Promoting Sustainable Food Choices
- Meer over het **halfhalf narratief**: welke taal doet mensen meer plantaardig eten?
- Het **halfhalf** verhaal vanuit Gezond Leven: halfhalf.be
- Belangrijkste handvaten voor **gedragsveranderende** factoren: je doelgroep in beweging zetten
- **Mini masterclass** gedragsverandering via communicatie

De inhoud en opmaak van dit materiaal gebeurde door Mosquito In The Room, op basis van eigen expertise, werkervaring met de sector, referentie rapporten, én de waardevolle input van een aantal relevante professionals.

Vragen of opmerkingen:
✉amy@mosquitointheroom.be
of ariane@mosquitointheroom.be
☎ 0474 78 22 30

👉 Update,
inspiratie en info,
check onze linkedin.

Met steun van

GREEN DEAL
EIWITSHIFT
OP ONS BORD

GREEN DEAL
013.
DUURZAME ZORG

mosquito in the room