

Plantaardig consumentenplatform #zokanhetook bereikt 9 miljoen Nederlanders

Consumentenplatform [#zokanhetook](#) inspireerde in haar eerste jaar meer dan de helft van alle Nederlanders om vaker een plantaardige keuze te maken. Het platform biedt consumenten handelingsperspectief met onder meer product- en receptinspiratie en proeverijen. Ook social media en inzet van influencers zijn onderdeel van het initiatief.

Zo kan het ook

[zokanhetook.nu](#) laat zien hoe het ook kan: voor elk dierlijk ingrediënt kan je net zo makkelijk kiezen voor plantaardige variaties. Eén jaar na de lancering telt het online-platform 290 recepten en meer dan 300 plantaardige supermarktproducten. PJ Beers, voorzitter van initiatiefnemer [Green Protein Alliance](#): *'#zokanhetook wil het voor alle Nederlanders makkelijker maken om gezonder en duurzamer te leven. Ik ben er trots op dat meer dan 30 bedrijven en organisaties samenwerken voor dit maatschappelijke doel'.*



Duurzaam en gezond

Eetpatronen met meer plantaardige producten leveren relatief de meeste winst op om de voetafdruk van de voedselconsumptie in Nederland te verkleinen. De gemiddelde Nederlander consumeert momenteel 10 tot 20% meer dierlijke eiwitten dan de aanbevolen hoeveelheid. Een meer plantaardig voedselpatroon kan daardoor voor de gemiddelde Nederlander winst opleveren op het vlak van duurzaamheid én gezondheid.

Consumptieroutines veranderen

Het Planbureau voor de Leefomgeving benadrukte [recent](#) dat een duurzamer en gezonder eetpatroon in de praktijk moeilijk te realiseren is vanwege ingesleten gedragsroutines en eetpatronen. #zokanhetook geeft hier praktische invulling aan door plantaardige variaties aan te reiken voor bekende dierlijke ingrediënten zoals vlees, vleeswaren, vis, melk, kaas of yoghurt. Het platform laat daarnaast beelden zien van verpakkingen en geeft een overzicht van verkopende supermarkten.

Het goede voorbeeld geven

De campagne is vormgegeven en uitgevoerd in samenwerking met food consultancy en communicatiebureau [Green Food Lab](#). Er verschenen 157 publicaties over #zokanhetook in uiteenlopende media, van de Linda tot Telegraaf Vrouw, van Consumentengids tot de Allerhande. Regisseur Sanne Vogel [portretteerde](#) Nederlanders in korte films waarin ze laten zien wat een plantaardig(er) voedselpatroon voor hen betekent. Alleen al via YouTube werden hiermee 1.7 miljoen Nederlanders bereikt.

Sterke groei

Retailverkopen van plantaardige variaties op zuivel en vlees stegen het afgelopen jaar met 19,9% respectievelijk 37,6% (volume). Ook de verkoop van peulvruchten (10,8%), noten, zaden en pitten (8,1%) en paddenstoelen (8,3%) zit in de lift. Cecile Spoorenberg, Senior Strategic Insights Analyst bij IRI, aanbieder van marktinformatie en marktinzichten: *‘Covid-19 heeft een grote invloed op ons aankoopgedrag. Ook het groeiende aanbod van en aandacht voor plantaardige producten maakt de plantaardige keuze steeds makkelijker en doordachter’.*

Noot voor de redactie (niet voor publicatie)

#zokanhetook is een initiatief van de [Green Protein Alliance](#) en wordt ondersteund door [Stichting DOEN](#).

Voor beelden en meer informatie:

www.greenproteinalliance.nl

info@greenproteinalliance.nl

www.zokanhetook.nu

@zokanhetook.nu.