

Opslagsværk til bedre navngivning af plantebaserede retter

- Fra "Vegetarlasagne" til "Siciliansk inspireret linselasagne med frisk basilikum"



Dansk
Vegetarisk Forening

Mikro-opslagsværk om bedre navngivning af plantebaserede retter

Her kan du læse om, hvordan du igennem mere appetitlig navngivning kan nudge folk til at købe flere plantebaserede måltider. Navngivningen er ifølge World Resources Institute én af de væsentligste faktorer, når det kommer til, om folk vælger et vegetarisk produkt fremfor et animalsk – særligt for personer, som ikke betragter sig selv som vegetarer eller veganere!

I rapporten “Playbook for Guiding Diners toward Plant-Rich Dishes in Food Service”¹ gennemgås 57 adfærdsinterventioner, der kan få flere forbrugere til at vælge de plantebaserede måltider på spisesteder. Ved at vurdere den lange liste af adfærdsstrategier, i forhold til hvor effektive de er i studier og af fagfolk, kommer forfatterne frem til, at navngivning af retter og præsentation af disse på menuen er blandt de mest effektive tiltag. Blandt andet har studier, hvor man har navngivet de samme retter på britiske caféer forskelligt, vist, at bedre navngivning kan fremme salget med mellem 6-76%².

Bedre navngivning – hvad er det?

I pjecen [”Flere grønne måltider i professionelle køkkener”](#) opridser vi anbefalingerne fra WRI’s ‘Better Buying Lab’ med disse overordnede tommelfingerregler:

✓ Duft	✗ Vegansk / veganer
✓ Smag	✗ Vegetarisk /vegetar
✓ Udseende	✗ Sund og restriktiv
✓ Krydderier	✗ Kalorielet / kaloriefattig
✓ Konsistens	✗ Fedtfri / fedtreduceret
✓ Ingredienser	✗ Kødfri
✓ Oprindelsesland	
✓ Markér vegetarisk / vegansk m. piktogrammer	

Eksempel:

Marokkansk inspireret vintergryde
med bagte rodfrugter og ristede mandler

Men processen med at vælge et navn til sin ret eller sit produkt kan stadig være lidt besværlig. Vi er derfor gået skridtet videre og har lavet denne guide til, hvordan du kan sammensætte mere appetitlige navne til dine plantebaserede måltider.

God fornøjelse!

Start med at spørge dig selv:

Er det et alternativ til et animalsk produkt (f.eks. tunsalat) eller er det sit eget (f.eks. tomatsuppe)?



Det er et alternativ til et animalsk produkt*



Det er 'sit eget' produkt

Gode råd	Signaler hoved-ingredienserne f.eks. med ordspil	Lav ordspil, som leger med det traditionelle animalske navn	Skriv, hvilket produkt det ligner	Skriv, hvad det ikke indeholder på en kreativ måde
Eksempler	I stedet for "plant-based pepperoni" skriv da: "pepperphoni"	I engelske titler kan man f.eks. skrive "scrambled X"	Tunsalat-style Fiskefilet-style	TunFRIsalat** FiskeFRI-filet

* Fødevareproducenter er selv ansvarlige for at tjekke lovgivningen omkring navngivning af produkter, da denne kan være kompleks.

** Generelt anbefaler vi, at man navngiver produkterne efter, hvad de er, fremfor hvad de ikke er. I modsætning til "kødfri" på side 1 giver denne brug af "fri" mening, da navnet tydeligt indikerer, hvad produktet lægger sig op ad smagsmæssigt.



Tre tendenser fra udlandet

1. Bogstavleg: f.eks. 'Crazy Carrots'
2. Ordrim: f.eks. 'Noodle-doodle'-ret
3. 'Puns': f.eks. 'The beet goes on'-sausages

Her er din titel-generator

Denne tabel kan hjælpe dig til at skabe et beskrivende og appetitligt navn til dit produkt eller ret. **Du behøver ikke bruge alle nedestående felter i tabellen for at skabe et godt navn – tit fungerer det godt med få beskrivende ord.** Så brug tabellen som inspiration, leg med ordene, indsæt selv relevante ord eller brug ordene i en anden rækkefølge. Et eksempel kunne være 'Den Jyske': Mutters persilledunser med nye kartofler.

Husk, vi spiser med alle 6 sanser; se, høre, føle, lugte, smage – samt vores "6. sans" som er vores forventninger³.

Version 1

Tekstur/ konsistens	Hovedbestanddel	Binde- ord	Oprindelse, årstid, tilberednings- metode m.m.	Tilbehør	Binde- ord	Smag/ Udseende	Tilbehør
Crunchy	Quinoafalaffel		Vintervarm	Tomatskiver		Bløde	Hummus
Karameliseret	Mandelmousse		Sommerkold	Syltede chili		Syrlige	Æblebåde
Poppende	Aubegine filet		Henkogt	Kartofler		Friske grønne	Peanuts
Saftig	Blomkålsris	Med	Langtidsstegt	Svampepostej	Og	Dybrøde	Agurke- stænger
Luftig	Karryret		Koldrøget	Græskartern		Dramatiske	Løgringe
Prikkende	Bulgursalat		Stenovnsbagt	Gulerods- toppe			Bønnesalat
			Mørbagte				

Retten navn: Saftig aubegine filet med mørbagte kartofler og bønnesalat

³ Wansink, B., K. van Ittersum & J.E. Painter (2005). *How Descriptive Food Names Bias Sensory Perceptions in Restaurants*

Tip: Vælg ord, der skaber en fortælling om produktet f.eks. ved at nævne oprindelse eller andet, som kan vække minder, associationer eller følelser. Folk vælger oftere et produkt, når oprindelsen nævnes, end når tilberedningsmetoden gør⁴.

Tip: Beskriv, hvad maden er, frem for hvad den ikke er. Selvom man skulle tro, 'fedtfattig' er godt at nævne, viser WRI's forskning, at det afholder mange fra at købe produktet, fordi de forventer et afsavn i smag⁵. Vær derfor opmærksom på, hvad folk forbinder med et ord. Brug hellere ord, der forbindes med nydelse⁶.

Version 2

Anbefaling	Oprindelse, årstid, tilberedningsmetode m.m.	Duft	Rettens hovedbestanddel	Bindeord	Anprisende beskrivelse	Tekstur/konsistens	Tilbehør
Kokkens favorit:	Bornholmsk	Krydderurter	Tomatsuppe		Fantastiske	Sprøde	Croutoner
Byens bedste:			Rødbedeboffer				Rodfritter
Slagterens egne:	Siciliansk	Krydret	Linsedeller	Med	Skønne	Mørtbagte	Peberrodsdip
	Forårsfrisk	Stikkende-i-næsen	Wokret		Himmelske	Friskrevet	
Børnenes livret:	Flammegrillet		Dahl		Suveræne	Cremede	Basilikumpesto
	Hjemmelavet	Røget	Gryderet		Ultimative	Syltede	Kartoffelsalat
		Frisk	Squash spaghetti		Hjemmelavede	Delikate	

Rettens navn: Slagterens egne rødbedeboffer med friskrevet peberrodsdip

Emballage på produkter der minder om et animalsk produkt

Nogle gange giver det bedst mening for forbrugerne, hvis produkter, der minder om et animalsk produkt, lægger sig tæt op af navnet på det kendte produkt. På den måde forstår forbrugeren hurtigt, hvordan produktet kan bruges, eller hvad man kan forvente af smagen, f.eks. Plantekoldskål eller TunFRIsalat.

Alternativt kan man bruge produktets emballage til at indikere, hvilket animalsk produkt det minder om ved hjælp af billeder på emballagen. Hvis man f.eks. har med et fiskefilet-lignende produkt at gøre, kan man vælge at vise anvendelsen med et lækkert billede af en plantebaseret filet på et stykke rugbrød med remoulade og citronbåde.

4. World Research Institute (2019). Q&A: How a Cuban Name Change Boosted Panera's Soup Sales

5. Turnwald and Crum (2017). Reading between the menu lines: Are restaurants' descriptions of "healthy" foods unappealing?

6. Turnwald, B.P., D.Z. Boles & A.J. Crum (2017). Association between Indulgent Descriptions and Vegetable Consumption: Twisted Carrots

Omgivelsernes muligheder ved navngivning

Spørg dig selv: Hvor meget ved folk om mit produkt på forhånd? Er det i en is-butik, hvor man kan være ret sikker på, at det, man køber, er is? I så fald ved man som kunde allerede noget om produktet (at det er is), og du kan dermed lege lidt mere med produktnavnet og f.eks. kalde en chokoladeis for "Chocolate therapy".

'Therapy' siger ikke noget direkte om tekstur eller andet, men udnytter i stedet de associationer 'chokolade' bærer. I det her eksempel spiller man på, hvordan chokolade ofte er brugt som selvforkælelse - altså en form for selvterapi.

Nu er det din tur!

Dette er slutningen på denne guide til navngivning. Du kan finde inspiration til dette og meget mere i pjecen, "[Flere grønne måltider i det professionelle køkken](#)".



Dette opslagsværk er udarbejdet med støtte fra Grønt Udviklingsprojekt og Demonstrations Program (GUDP) under Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri.



Bidragydere: Malene Brion Lund og Katrine Ejlerskov

Vejledning: Mette Fisker

Grafik: Jens Østergaard Nannsen