nieuws

Albert Heijn en Lidl investeren in hybridevoeding: Deels plantaardig, deels dierlijk

nieuws

Veggie eetgewoonten zijn in de supermarkt niet langer een alles-of-nietsverhaal. Supermarktketen Albert Heijn lanceert een nieuwe reeks hybridemelkdranken onder zijn huismerk, gemaakt uit deels dierlijke en deels plantaardige bronnen. De nieuwe melklijn is zowel in Nederlandse als Belgische Albert Heijnfilialen beschikbaar. Leveranciers Farm Dairy en PlanetDairy spreken van een primeur in de Europese detailhandel. De Nederlandse Albert Heijnwinkels lanceren bovendien een hybridevleeslijn volgens hetzelfde concept. In België is Lidl de eerste supermarkt die vanaf donderdag half dierlijke, half plantaardige vleesmengsels verkoopt.

24 JUNI 2025

Ruben De Keyzer

Lees meer over:
vegetarisch
vleesvervanger
vlees
eiwitshift

Via deels dierlijke, deels plantaardige producten wil Albert Heijn klanten de mogelijkheid geven hun ecologische voetafdruk te verlagen zonder dierlijke producten volledig te moeten opgeven. “We zijn de eerste die zuivel- en plantaardige melkmengsels in Nederland op de markt brengt", aldus Jan de Graaf, hoofd van de zuivelcategorie bij Albert Heijn.
Het assortiment omvat onder meer twee zuiveldrinks met een mix van melk en plantaardige eiwitten, zeven vleesproducten zoals hamburgers, mager gehakt, braadworsten, soepballetjes en chipolataworstjes verrijkt met suikerbietenvezel, en zes vleeswaren waaronder grillworst, gekookte worst, boterhamworst en gebraden gehakt met knolselderij en koolrabi en cervelaat en salami met boterbonen. In de Belgische Albert Heijnfilialen worden vooralsnog alleen de hybridezuiveldrinks geïntroduceerd.

"Bewustere kiezen zonder eetgewoonten te veranderen"

“Ze smaken lekker, bevatten minder (verzadigd) vet, hebben een lagere CO_2-uitstoot dan de reguliere varianten en zijn zacht geprijsd. Zo helpt Albert Heijn klanten stap voor stap bewustere keuzes te maken, zonder hun eetgewoonten drastisch te veranderen”, stelt woordvoerder Pauline Van Den Brandhof van Albert Heijn.

Farm Dairy Netherlands en PlanetDairy Denmark noemen de introductie van hun zuiveldrink een belangrijke primeur voor de Europese detailhandel. “PlanetDairy heeft zijn eigen kerntechnologie gecombineerd met het productieplatform van Farm Dairy om dit nieuwe gemengde melkproduct mogelijk te maken. Zo krijgen liefhebbers van zuivelproducten de smaak en voedingswaarde van traditionele zuivelproducten, maar dan met de lagere CO2-uitstoot van plantaardige ingrediënten”, klinkt het.

nieuws

Daar komt de hybride melk: Deels plantaardig, deels van de koe

23 MEI 2025

Meer dan louter melk en soja mengen

“We hebben Albert Heijn voor het eerst ontmoet in het voorjaar van 2024”, zegt Paul Cornillon, CTO van PlanetDairy. “We hebben het succes van onze kaaslancering op de Scandinavische markten gedeeld en hen benaderd met ideeën over kaas, melk en yoghurt.” Hans Zijlstra, Manager Kwaliteit & Technologie bij Farm Dairy, voegt hieraan toe: “Gezien onze verwerkingscapaciteiten en innovatiekracht, in combinatie met een langdurige relatie met AH, was het logisch dat we werden gevraagd om samen te werken met PlanetDairy.”

Hybridemelk produceren houdt volgens de fabrikant meer in dan louter plantaardige en dierlijke melk met elkaar te vermengen. “De eerste uitdaging die moest worden overwonnen, was de smaak en het uiterlijk”, stelt men. “De nieuwe melkmengeling moest eruitzien en smaken als traditionele melk, zoals mensen die gewend zijn. Daarnaast moest het natuurlijk betaalbaar zijn. De ingrediënten moesten dus zorgvuldig worden geselecteerd. En tussendoor moest het team ook zorgen voor een sterk voedingsprofiel.”

"Vertrouwde smaak en textuur"

Elke ronde van productontwikkeling werd afgewisseld met consumentenfeedback en vervolgens gepresenteerd aan Albert Heijn. De producent stelt dat het finale product er niet alleen uitziet als het traditionele merk, maar ook zo smaakt. De nieuwe producten combineren koemelk of vlees met plantaardige ingrediënten zoals veldboneneiwit, suikerbietenvezels, knolselderij en boterbonen. “Deze mix zorgt voor een vertrouwde smaak en textuur, met verbeterde voedingswaarden en een lagere milieu-impact”, stelt de supermarkt in een persbericht. “Daarnaast zijn ze gelijk geprijsd of goedkoper dan de volledig dierlijke varianten.”

“Het idee van combinatieproducten is nieuw en kan even wennen zijn. Maar uit smaakonderzoek blijkt dat deze producten net zo lekker zijn als de reguliere varianten,” zegt Nienke Tjerkstra, verantwoordelijk voor duurzaamheid en gezondheid bij Albert Heijn. “We maken het makkelijker om vaker plantaardig te eten, zonder dat klanten iets hoeven in te leveren op smaak of gewoonte. Kleine aanpassingen kunnen zo een groot verschil maken, voor jezelf én voor de planeet.”

"Hybridezuivellijn is slechts de eerste stap"

Albert Heijn wil dat in 2030 minstens 60 procent van de verkochte eiwitten plantaardig is, een flinke groei ten opzichte van 44,2 procent eind 2024. Albert Heijn noemt de nieuwe combinatieproducten zijn een praktische stap in deze richting. Het ziet deze als een toegankelijke manier voor consumenten om kleine veranderingen te maken die samen een groot verschil kunnen maken. Arend Bouwer, algemeen directeur van Farm Dairy en Jakob Skovgaard, CEO van PlanetDairy, noemen de hybridezuivellijn slechts de "eerste stap". “We werken al aan ons volgende gezamenlijke project: yoghurtmengsels.”

Het hybridevlees is visueel moeilijk te onderscheiden van rundergehakt. Of het ook zo smaakt, kan men vanaf donderdag ontdekken. Foto: LIDL

Lidl verkoopt hybridevlees

Naast hybridezuivel zien grote retailers ook een mogelijke trend in hybridevlees. Supermarktketen Lidl introduceert als eerste supermarkt in België een deels plantaardige gehaktmix: een combinatie van 60 procent rundsvlees en 40 procent plantaardige eiwitten. Het product zou eruitzien en smaken zoals klassiek rundergehakt, maar volgens de warenhuisketen ligt de CO_2-uitstoot van dit product 40 procent lager.

“Rundergehakt is een vaste waarde in de Belgische keuken, en bij minder vlees eten denken veel mensen nog te vaak in termen van alles of niets”, zegt Sam Van Lier, verantwoordelijke inkoper Lidl België & Luxemburg. “Net daarom zijn we bijzonder trots op deze innovatie. We willen mensen op een toegankelijke manier inspireren om te kiezen voor een duurzamer alternatief. Dat beschouwen we als onze verantwoordelijkheid als retailer. De ontwikkeling van dit product heeft best lang geduurd, omdat we absoluut wilden inzetten op smaakbehoud. Het resultaat mag er zijn: deze gehaktmix bevat minder vlees, maar proeft nog steeds als klassiek rundgehakt. Ik durf zelfs te stellen dat ook de échte vleesliefhebber het verschil nauwelijks zal merken.”

Uitgelicht

Ongeacht de flauwe interesse van consumenten wil Lidl meer plantaardige eiwitten aanprijzen

nieuws

Nadat de Nederlandse supermarkt Jumbo knalpromoties op vlees heeft geschrapt om naar eigen zeggen de transitie van dierlijke naar plantaardige voeding te stimuleren, belooft L...

2 MEI 2024

Lees meer

Bron: Eigen berichtgeving

Beeld: Albert Heijn

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada