nieuws

"Namaakvlees wordt de nieuwe norm"

nieuws

Kopen we binnenkort massaal namaakvlees in de supermarkt? De vraag lijkt niet of dat zal gebeuren, maar wanneer. Wereldwijd worden miljarden euro's geïnvesteerd in plantaardige vleesvervangers die qua smaak en textuur steeds minder van dierlijk vlees te onderscheiden zijn. "We zijn er inderdaad volop mee bezig omdat we een sterke evolutie bij de klant zien", aldus Carrefour. Vanuit de sector van de vleesvervangers wordt gemikt op een marktaandeel van 80 procent tegen 2050.

17 JULI 2017 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:41

Lees meer over:
rundveehouderij
technologie
distributie



Kopen we binnenkort massaal namaakvlees in de supermarkt? De vraag lijkt niet of dat zal gebeuren, maar wanneer. Wereldwijd worden miljarden euro's geïnvesteerd in plantaardige vleesvervangers die qua smaak en textuur steeds minder van dierlijk vlees te onderscheiden zijn. "We zijn er inderdaad volop mee bezig omdat we een sterke evolutie bij de klant zien", aldus Carrefour. Vanuit de sector van de vleesvervangers wordt gemikt op een marktaandeel van 80 procent tegen 2050.

Van peperduur proefbuisexperiment tot grote uitdager van dierlijk vlees: het gaat de laatste jaren hard met de vleesvervanger. En als de investeringen in de sector een indicator kunnen zijn, dan staan we nog maar aan het begin van een totale omwenteling. Unilever stapte onlangs in een samenwerkingsverband met de Vegetarische Slager, marktleider in Nederland. Zuivelgigant Danone kocht vorig jaar WhiteWave Foods, eigenaar van onder andere Alpro, fabrikant van sojaproducten. Multinational Nestlé lijfde Tivall, een producent van vleesvervangers, in en doopte het om tot Garden Gourmet, dat de markt wil veroveren met vegetarische gehaktballen en hamburgers.

Ook in de Verenigde Staten gaat het hard. Internetmiljardair Bill Gates en baseballster David Wright pompen miljoenen in Beyond Meat, een bedrijf dat plantaardig vlees probeert te maken. Tyson Food Inc., het op een na grootste vleesbedrijf in de VS, nam een belang van 5 procent in dezelfde onderneming en zette een investeringsfonds op van 132 miljoen euro voor vleesvervangende start-ups. "Willen we onze klimaatdoelstellingen halen dan ontkomen we er niet aan minder vlees te eten", aldus Jaap Korteweg, oprichter van de Vegetarische Slager.

Met de smaak zit het intussen goed, aldus Korteweg: "Bij blinde proeverijen worden vleeseters herhaaldelijk op het verkeerde been gezet. In een wedstrijd om de beste ambachtelijk bereide gehaktbal van Nederland in 2013 eindigde die van de Vegetarische Slager op de derde plaats. De wedstrijd was georganiseerd door de Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie. De jury had geen idee dat

er een vleesloze bal tussen zat, zegt Korteweg. Een smaakpanel van supermarktketen Albert Heijn beoordeelde het satébroodje van de Vegetarische Slager als beste. Sindsdien worden satébroodjes van Albert Heijn gemaakt met plantaardig gehakt. De kroon op het werk moet nu de vegetarische biefstuk worden. Beter, lekkerder en vooral ook duurzamer dan het origineel."
"Samen kunnen we de markt veroveren voor plantaardig vlees", aldus Robbert de Vreede, vicepresident marketing Unilever Benelux. "Minder vlees eten past binnen het duurzaamheidsbeleid van Unilever, maar er valt ook gewoon geld mee te verdienen. Uit onderzoek blijkt dat een op de vijf Belgen minstens één keer per week vis en minstens één keer per week vegetarisch eet. Dan ontstaat daar een markt waarop je wilt inspelen. Voorwaarde is wel dat alles wat Unox als plantaardig vlees op de markt brengt, zich kan meten met het origineel. Met de gehaktballetjes is dat volgens hem aardig gelukt: er zijn vleeseters die het verschil niet proeven. Dan ben je goed bezig."
Bij de Vegetarische Slager geloven ze alleszins in de grote omslag. "We mikken op een marktaandeel van vleesvervangers van 15 procent tegen 2035", aldus Korteweg. "Dan gaan schaalvoordelen beginnen meespelen, waardoor vleesvervangers goedkoper worden. Daarna kan het hard gaan. Ik denk dat een marktaandeel van 80 procent in 2050 haalbaar is. Dan is plantaardig de norm en dierlijk de niche."
"Namaakvlees komt er zeer wellicht", zegt ook Baptist van Outryve van Carrefour. "Er tekent zich een enorme evolutie af. Mensen zijn meer en meer flexivoor: geen fulltime vegetariër, maar op veel dagen wel. Omdat zij af en toe nog van vlees genieten, is dit een groep die wel degelijk zoekt naar iets wat geen vlees is maar er toch heel hard op lijkt, en die groep groeit. Wij verkopen nu al namaakscampi's. Daarnaast hebben we intussen een 200-tal vegetarische producten die bij het vlees liggen."
Ook Colruyt is met namaakvlees bezig. Zo heeft Korys, de investeringsholding van de familie Colruyt, begin dit jaar het Nederlandse Ojah BV gekocht, een pionier in de productie van de nieuwste generatie namaakvlees. "De producten combineren de smaak en zachtheid die we associëren met vlees van hoge kwaliteit, maar ze zijn honderd procent plantaardig", aldus Korys. Of dat betekent dat de Ojah-producten binnenkort bij ons in de Colruyt-rekken liggen, kan de keten voorlopig nog niet bevestigen.

Bron: De Morgen

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