

Voedingsbedrijven surfen mee op de eiwittransitie

nieuws

Er beweegt wat in de voedingssector. Terwijl de vleesconsumptie achteruit loopt, groeit het aandeel van plantaardige alternatieven. Maar de voedingsbedrijven zitten niet stil en bereiden zich voor op deze veranderende eetgewoonten.

7 JANUARI 2020 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:52

Lees meer over:

melkvee

rundveehouderij

pluimveehouderij

voedingsindustrie

wereld

distributie



Er beweegt wat in de voedingssector. Terwijl de vleesconsumptie achteruit loopt, groeit het aandeel van plantaardige alternatieven. Maar de voedingsbedrijven zitten niet stil en bereiden zich voor op deze veranderende eetgewoonten.

Vlees verliest aan populariteit, analyseert De Standaard in zijn weekendkrant. Vandaag eet de Belg ruim 8 procent minder vlees dan in 2010. Maar voedingsbedrijven spelen in op deze trend en springen mee op de kar van plantaardig voedsel. Ze spreken over de eiwittransitie waarbij consumenten overschakelen op plantaardige producten en de dierlijke steeds meer links laten liggen.

Nestlé is één van de bedrijven die inspeelt op die eiwittransitie. Het maakte vorige maand bekend dat het een deel van vleeswarenfabrikant Herta zal verkopen. CEO Mark Schneider wil met deze beslissing zijn bedrijf minder afhankelijk maken van dierlijk voedsel. Nestlé is onder meer eigenaar van Garden Gourmet, dat de veganistische Incredible Burger op de markt bracht.

FAIRR, een netwerk van beleggers, publiceerde het rapport 'Appetite for Disruption' waarmee het meer bewustzijn wil creëren over de risico's van intensieve veeteelt. Volgens het rapport zou plantaardig voedsel tegen 2035 ongeveer 10 procent van de vleesmarkt innemen. Met de veranderingen die Nestlé, maar ook Unilever, doorvoert, 'erkennen ze dat een hoge afhankelijkheid van dierlijk voedsel een risicofactor vormt voor hun zakenmodel', stelt het rapport.

Het aandeel van plantaardige voeding is in stijgende lijn. Dat bewijzen ook de berekeningen van de denktank Good Food Institute. Volgens de denktank is plantaardig voedsel in de VS op twee jaar tijd met 31 procent gegroeid tot 4,5 miljard dollar. Toch blijft het een nichemarkt. Want het dierlijk vlees is goed voor een slordige 74 miljard dollar. Dan is plantaardig vlees, met 801 miljoen dollar, daar maar een fractie van.

Ondertussen regent het overnames in de sector. Deloitte telde er 20 tussen maart 2018 en september 2019. Unilever, dat De Vegetarische Slager overnam, is er maar één van. Het Nederlandse bedrijf brengt in 17 landen vleesvervangers op de markt, onder andere de vegetarische Whoppers van Burger King. Zulke bedrijven zijn aantrekkelijk voor grote voedingsbedrijven. Plantaardige producten groeien sneller dan hun traditionele boertjes en zorgen voor hogere marges. Ook op duurzaamheid scoren ze een pak beter.

Volgens het rapport van Good Food Institute zijn het de millennials die de vraag naar plantaardige producten aanwakkeren. Deze groep eet minder vlees en zuivel uit milieu-, dierenwelzijn- en gezondheidsoverwegingen. Dat zorgt ervoor dat het aantal flexitariërs een enorme groei kent.

Ook de Belgische vleesindustrie is niet blind voor de veranderingen. “We zitten er bovenop”, zegt Anneleen Vandewynckel, secretaris-generaal van Fenavian, de federatie van vleesverwerkende ondernemingen, aan de krant. “We hebben heel wat leden die vegetarische alternatieven aanbieden. Maar in de praktijk zie je toch dat veel consumenten de voorkeur blijven geven aan traditionele vleesbereidingen. Er wordt gezegd dat plantaardige voeding een booming market is, maar het is toch nog maar een heel klein stukje van het totaal.”

Fenavian neemt ook deel aan verschillende werkgroepen rond de eiwittransitie, zoals ‘Meat the Challenge’, die focussen op het vermarkten van vegetarische producten. Maar Vandewynckel betreurt de meat shaming. Volgens haar zal vlees niet verdwijnen, al heeft ze er geen moeite mee dat er alternatieven komen. “Ik geloof in het naast elkaar bestaan van vleesproducten en plantaardige alternatieven”, zegt ze. “Er bestaan ook veel misverstanden. Duurzaamheid, gezondheid, nutritionele waarde, ecologische voetafdruk - alles wordt door elkaar gegooid. Vergeet niet dat sommige plantaardige vleesvervangers zware bewerkingen hebben ondergaan en vol smaakversterkers zitten.”

Naast de vleesbedrijven moet ook de zuivelsector een antwoord verzinnen op de eiwittransitie. Een wandeling door de supermarkt laat zien dat het aantal plantaardige drinks dicht in de buurt komt van het aantal dierlijke melkproducten. Volgens marktonderzoekers groeit dit segment met 8 à 11 procent per jaar, wat ongeveer dubbel zo snel is als de traditionele zuivel dranken.

Het Franse Danone nam in 2016 WhiteWave over, de Amerikaanse eigenaar van het Vlaamse Alpro. Uit het jaarverslag van Danone blijkt dat plantaardige dranken nu 15 procent van de omzet uitmaakt in de divisie zuivel. Tegen 2025 wil Danone dat percentage verdrievoudigen en dus naar de helft van de omzet evolueren.

Bron: De Standaard

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](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra