

Herformuleren met functionele ingrediënten

Ingredients

De kunst van het weglaten

Tekst: **Norbert van der Werff** | Foto's: **Chr. Hansen, Tom van der Meer, Norbert van der Werff**

Minder suiker, minder zout, minder calorieën; het klinkt eenvoudig. Maar als de consument het product minder lekker vindt dan voorheen, wordt het niet meer verkocht. Ingrediëntenleveranciers moeten daarom kijken naar de voedingsmatrix om smaak, aroma en mondgevoel te handhaven. Die 'kunstgrepen' moeten wel weer leiden tot een 'natuurlijk' product.

De meeste consumenten zullen het begrip 'clean label' niet kennen, maar ondertussen willen ze wel producten met zo min mogelijk additieven. Dat E-nummers juist uitgebreid onderzochte en door de EU goedgekeurde hulpstoffen zijn, doet daar niets aan af. Natuurlijke producten zijn de trend. "Clean label wordt steeds belangrijker. Dat heeft te maken met het imago; hoe minder ingrediënten, hoe natuurlijker het product in de beleving van consumenten is", zegt market development manager Wouter Berendsen van Avebe.

Avebe is producent van het clean label product Etenia dat in zuivel, zoetwaren en bakkerijproducten de textuur verbetert en zorgt voor een romige smaak. Daardoor kan het vetgehalte in producten worden verminderd. Etenia is een range producten op basis van enzymatisch gemodificeerd zetmeel. Etenia kan worden gedeclareerd als zetmeel en er hoeven dus geen additieven op het etiket te worden gezet, legt Berendsen uit.

Het bedrijf begon in 2003 met het ontwikkelen van applicaties met aardappelzetmeel voor food. In januari 2007 werd de eerste toepassing gelanceerd. Eind 2007 werd Etenia bekroond met een gold medal op de beurs Food Ingredients Russia. Ook was er een nominatie voor de award van de beurs

Food Ingredients Europe. In 2009 kreeg Avebe de Food Valley Award. De jury koos voor Avebe vanwege de geavanceerde techniek met enzymen waarmee aardappelzetmeel opgewaardeerd wordt en wordt aangewend ter vervanging van vetten. Daarmee wordt een bijdrage geleverd aan de bestrijding van obesitas. Sindsdien is het assortiment uitgebreid. Er zijn inmiddels toepassingen op het gebied van bakkerijproducten zoals cake, zoetwaren als winegums en zuivelproducten. Eerder dit jaar werd een nieuwe toepassing gelanceerd, Etenia QS voor 'indulgent yoghurt'. Berendsen: "Griekse yoghurt is in trek. Consumenten willen niet alleen gezond maar ook lekker eten, healthy indulgence dus." Griekse yoghurt heeft een vetgehalte van tien procent, maar met Etenia is een product te maken met eenzelfde smaak en mondgevoel met slechts drie procent vet, stelt Berendsen. Naast vet kan Etenia ook relatief dure eiwitten vervangen. Dat betekent niet dat het aantal calorieën omlaag gaat, want eiwitten leveren immers evenveel energie als zetmeel, maar wel dat voedingsmiddelenfabrikanten kunnen besparen op de kosten. Hij benadrukt dat de smaak minimaal gelijk moet zijn aan het oorspronkelijke product.

Tegenstelling

Ook Chr. Hansen stelt dat smaak het allerbelangrijkste is. "Consumenten accepteren geen slechte smaak of een dun, waterig mondgevoel, hoe gezond het product dan ook mag zijn", zegt Morten Boesen, marketingmanager gefermenteerde zuivelculturen. Chr. Hansen introduceerde begin maart enkele nieuwe yoghurtcultures die geschikt zijn voor producten met een lager vetgehalte. De ingrediëntenontwikkelaar springt met de YoFlex en nutrish yoghurtcultures tevens in op de trend naar natuurlijke producten. "De markttrend 'terug naar de natuur' dwingt productontwikkelaars om een minimum aan ingrediënten te gebruiken, wat voor yoghurt inhoudt melk, cultures en mogelijk fruit – en dus geen toegevoegde stabilisatoren, verdikkingsmiddelen en smaakstoffen om het gebrek aan vet te compenseren." Hij constateert dat de behoefte aan producten met minder vet én de behoefte aan natuurlijke producten, het yoghurtproducenten niet gemakkelijk maakt. Maar hij stelt dat dit met de nieuwe cultures toch gelukt is.

De zeven cultures, waarvan drie met de goed gedocumenteerde probiotische stam BB-12 voor een verbeterde gezondheid van de darmen en het immuunsysteem, bieden zuivelfabrikanten de mogelijkheid om aan drie parameters tegelijk te voldoen: buitengewone smaak, mager en clean label, stelt het bedrijf.

Tof'Gums

Vion-dochter Rousselot presenteerde in maart Tof'Gums, een snoepje met toffeesmaak. De gelatine smelt langzaam in de mond, waarbij

De nieuwe yoghurtcultures van Chr. Hansen zijn geschikt voor producten met een lager vetgehalte.



Hackplus van Vion is er in verschillende varianten.

de caramelsmaak vrijkomt. Uiteraard zijn de Tof'Gums clean label. "Eén van de grote voordelen is dat er geen kunstmatige kleur- of smaakstoffen in zitten. Met Rousselot gelatine zijn er geen lecithine of andere additieven nodig. Het product bevat geen E-nummers en voldoet dus aan alle consumenteneisen voor clean label producten", aldus Rousselot. De Tof'Gums bevatten bovendien 20 procent minder vet en koolhydraten en 15 procent minder calorieën dan traditionele caramelsnoepjes op basis van boter. Volgens Rousselot komt dat door de gelatine die watermoleculen bindt en de structuur stabiliseert. Er is daarom minder suiker en vet nodig.

Hackplus

Vlees- en maaltijdproducent Vion Food Group, zusterbedrijf van Rousselot, doet op een andere manier aan vetreductie. Het bedrijf introduceerde begin deze maand op de Nederlandse markt het nieuwe hybride vleesproduct Hackplus. Het bevat 30 procent minder vet en 30 procent minder zout was gewoon gehakt. Op de Duitse markt was Hackplus al verkrijgbaar, maar dat is een product waarbij een deel van het vlees vervangen is door tarwe-eiwit. Het nieuwe Nederlandse product bevat erwtenewit. "De samenstelling van Hackplus in Duitsland en in Nederland verschilt omdat we rekening houden met de smaakvoorkeur", zegt woordvoerder Marc van der Lee van Vion Food Group. "De smaak van het traditionele gehaktproduct hebben we nadrukkelijk overeind gehouden." Om ervoor te zorgen dat smaak, mondgevoel en malsheid gelijk blijven, is er naast het erwtenewit citrusvezel aan het gehakt toegevoegd. Naast



Manager research Piet Buwalda van Avebe nam in het najaar van 2009 de Food Valley Award in ontvangst voor Etenia.

de merknaam Hackplus staat op het product ook de naam van de producent Vion Food Group op de verpakking, waardoor de onderneming de bekendheid als voedingsmiddelenfabrikant bij de consument vergroot. Vion gaat het product op allerlei manieren promoten, zoals met informatie in winkels en productdemonstraties. Ook is er een Hackplus-website. Het is de bedoeling dat Hackplus gewoon in het vleeschap komt te liggen. Van der Lee: "Het is geen vegetarisch product, maar een vleesproduct. Maar dan dus met een beetje meer."

Zoutvervangers

Eind vorig jaar bleek op basis van 24-uurs urineonderzoek van het RIVM onder 342 mensen dat Nederlandse consumenten nog steeds te veel zout eten. De helft van de deelnemers bleek meer dan 8,5 gram per dag binnen te krijgen terwijl het aanbevolen maximum zes gram is. De voedingsmiddelenindustrie werkt al een aantal jaren met wisselend succes aan verlaging van de hoeveelheid zout in producten. In augustus 2010 bleek dat de zoutreductie van de eerste fase was blijven steken op gemiddeld tien procent, terwijl de target gemiddeld twaalf procent was. Sommige bedrijven zijn er al ver mee, terwijl andere weinig ondernomen hebben. Aan de tweede fase van het Actieplan Zout in levensmiddelen doen circa 75 bedrijven mee. Naar aanleiding van het RIVM-onderzoek stelde Minister Schippers de voedingsindustrie in maart een ultimatum. De industrie moet voor eind 2012 het zout- en vetgehalte in voedingsmiddelen omlaag hebben gebracht, anders neemt het kabinet wettelijke maatregelen.

Ingrediëntenleveranciers hebben de afgelopen jaren legio producten ontwikkeld die kunnen helpen om het zoutgehalte te beperken. Zo heeft CSM-dochter Purac PuraQ Arome NA4 op de markt. Daarmee werd eind november vorig jaar op de beurs Food Ingredients Europe de Food Excellence Award in de categorie hartig/vlees gewonnen. PuraQ Arome NA4 is een natuurlijk aroma, geproduceerd door fermentatie, en is dus clean label. Het wordt veel gebruikt in vlees, omdat het de smaak van vlees benadert, maar is ook in andere productcategorieën toepasbaar.

Het product heeft een zoute smaak, waardoor tot zo'n 40 procent kan worden bespaard op natrium. Het product speelt ook een rol bij de wateractiviteit in het product, waardoor de groei van micro-organismen wordt beperkt. Op dezelfde beurs introduceerde AkzoNobel Suprasel Loso OneGrain, waarmee 30 tot 50 procent van de natriumchloride vervangen wordt door kaliumchloride. Daarnaast bevat Suprasel Loso OneGrain smaakstoffen (natuurlijk of natuuridentiek gistextract) om de smaak op peil te houden. Eén variant bevat bovendien jodium. Het product kan worden gebruikt in brood, maar ook in bijvoorbeeld vlees en chips.

Veel middelen voor zoutreductie bevatten kalium, wat een probleem vormt voor nierpatiënten. Er zijn echter ook producten zonder kalium, zoals Lactosalt Optitaste van het Franse Armor Proteines dat gemaakt is van zuivel. In soepen is een zoutreductie van 32 procent mogelijk, in bakkerijproducten een reductie van 25 procent en in kaas een reductie van 20 procent. ■

