

Eiwittransitie

moet nu kleur krijgen

Tekst en foto's: Tom van der Meer

- ▶▶ De vervanging van dierlijke door plantaardige eiwitten (de eiwittransitie) wordt een noodzakelijk alternatief voor huidige voedingsgewoonten. Food & Nutrition Delta (FND) organiseerde hier in Vorden een workshop over omdat het project Ojah - EetBeeter is afgerond. Ook kon in de Keuken van Hackfort worden geproefd van de nieuwe concepten.

Erwin Houtzager van Phycom stelde dat algen letterlijk het beste passen bij het thema 'Eiwit krijgt kleur'. Algen zijn er in geel, groen, rood, blauw en oranje. "Zo zijn algen toe te voegen, vanwege de combinatie van kleur en functionaliteit in voeding; bijvoorbeeld rode algen in visvoer, om zalm rossig te maken en als eiwitbron, en oranje

voor gezonder kippeneigeel. Algen worden nog altijd gezien als negatief en ongezond: denk aan blauwalg. Dit moet veranderen. Azië accepteert algen veel meer. Algen zijn met 75 procent eiwit de rijkste eiwitbron op aarde. Soja haalt maar 45 procent. Zo kunnen algen in smoothies, soepen of Beeter worden toegevoegd.

Houtzager ziet vanwege de negatieve publieke opinie voor de nabije toekomst diervoeding als grootste markt. "Kweekvis met gezond visvoer is veel aantrekkelijker dan vis uit zee. We bouwen nu een fabriek, waarvan de productie voor het overgrote deel waarschijnlijk bestemd is voor buiten Europa. Hoe graag ik het ook anders zou willen."

Ook Walter Jansen van Jagran richt zich vooral op de feedindustrie. Zijn bedrijf kweekt insecten, als bron van onverzadigd vet, zoals DHA. "De larve van de huisvlieg is goedkoop, zit dichtbij het ideale aminozuurprofiel en de beschikbare energie is groot. De larven leveren een betere karkaskwaliteit, met betere spieropbouw van met name borst- en dijvlees, en hebben geen negatief effect op de vleeskleur. Daarnaast

*Vleesalternatief
Beeter.*



Groei in vleesvervangers stagneert



De Koreaanse tv had belangstelling voor vleesalternatief Beeter en interviewde Frank Giezen van Ojah.

desinfecteren de beestjes goed omdat ze bacteriën als MRSA doden.” Behalve food en feed is er ook een markt voor organische bijproducten. “Feitelijk is het gouden business. We krijgen geld voor het ophalen van het keukenafval, dat grondstof is om de larven te kweken. Verder krijgen we ook geld voor het eindproduct. Voor elke 40 euro die we erin stoppen, krijgen we 650 euro terug. De grootste belemmering is nu nog het geld. Een fabriek kost 3,7 miljoen euro. Klanten zijn afvalstroomleveranciers en bedrijven van het type Nutreco en Unilever die eiwitbronnen zoeken.”

Vleesvervangers

Johan Verbon, chefkok bij het Restaurant van de Toekomst en werkzaam bij Sodexo, merkt dat hij voortdurend moet opboksen tegen mensen die boos zijn als er in de bedrijfskantine geen vlees ligt. Kantinebezoekers vinden vleesproducten bijna een verworven recht (‘ik moet wel aan mijn vlees komen’).”

Hans Blonk van Blonk Milieudvies rekent de duurzaamheid van nieuwe eiwitproducten door, en dat is lastig, stelde hij. “Zo is bijvoorbeeld het broeikas effect te meten per kilo product maar ook naar calorische waarde, wat je aan energie kunt opnemen.” Soms zijn er vleesvervangers die boven de bovengrens van regulier vlees, bijvoorbeeld varkensvlees, uitkomen en dus minder duurzaam zijn dan vlees. Het gaat dan om vegaburgers met meerdere ingrediënten, waarbij bijvoorbeeld kippen- of melkeiwit wordt gebruikt. “De schoonste vleesvervangers zijn volledig plantaardig. Het Nederlandse Ojah scoort op alle punten groen, al is er een klein puntje dat samenhangt met het ruimtebeslag.”

Ojah is sinds 2009 producent van Beeter, een honderd procent plantaardig alternatief voor vlees op basis van sojameel. Bijzonder is dat de producten door de lange vezels de smaak en ‘beet’ van vlees benaderen. De producten worden al verkocht bij

De Vegetarische Slager in Den Haag en Vegabites in België. Op 3 oktober is de nieuwe 2000 vierkante meter grote fabriek in Ochten officieel geopend. Hier kan een miljoen kilo Beeter per jaar worden geproduceerd.

Vlees-geen vlees

“Het moet vooral lekker zijn, dan komt de rest vanzelf”, zegt Frank Giezen van Ojah. “Iedereen die het proeft, vindt het lekker. Nu gaat het erom verder te gaan. Foodservice en cateraars stellen dat vijf procent van de markt vegetariër is en vragen zich af: ‘Moet ik daar mijn hele assortiment aan aanpassen?’ Dat beeld blijkt toch heel lastig te doorbreken. Maar het begint nu te komen.”

Nu de publieke opinie zich volgens Giezen tegen het eten van vlees keert, werkt dat polariserend. “Wij hebben nooit meegedaan aan het ageren tegen vlees. Het is veel beter om de consument bewust te maken en te informeren via tv, kranten en opvallende bijeenkomsten. Voor Natuur & Milieu maakte tv-kok Pierre Wind de grootste vega-shoarma met Beeter en droeg Kim Feenstra een Beetere jurk. Ook willen we met een nieuw platform informatie geven.” (Zie kader Eiwitinitiatieven.)

Meatless kiest ook geen partij in de polarisatie vlees-geen vlees. “Wij willen het in elkaar laten overvloeien”, zei Jos Hugense (Meatless). Hij sprak van het biobrandstofmodel, waarbij Meatless wordt ‘bijgemengd’. Plus brengt vleesproducten op de markt met 70 procent vlees en 30 procent



Vis die geen vis is: honderd procent Meatless van rijstmeel, op smaak gebracht met plantenextract.

Innovatiecontracten

“Om de markt voor vleesalternatieven te laten groeien wil de versnellingsagenda voor eiwitinnovaties dat krachten gebundeld worden”, zei Joost Reus van het ministerie van EL&I. “Dit in het licht van de innovatiecontracten die voor 31 december 2012 voor de topsectoren (waaronder Agro&Food) moeten zijn geregeld. Er zijn vier werkgroepen ingesteld: bioraffinage, diervoeders, innovatieve eiwingrediënten en (plantaardige) vleesvervangers. Het bedrijfsleven is nu aan zet om eiwittransitie op de agenda te zetten. Er liggen zeker kansen. Wij als overheid faciliteren het.”

Meatless waardoor ze zeker 30 procent minder vet zijn. “50 Procent van de vleesstroom is samengesteld, 30 procent daarvan kan plantaardig, zonder dat de eetgewoonten hoeven te veranderen.” Hugense ziet daar meer in dan in honderd procent vleesvervangers. “Mensen zeggen dat ze minder vlees eten, maar het volume daalt niet. Het aandeel vleesvervangers in de Nederlandse vleesmarkt bedraagt slechts twee procent, terwijl de groei stagneert.”

Binnen twee jaar wil Ojah lokale eiwitten (lupine) gaan gebruiken, vooral vanwege de smaak. Ook wordt gedacht aan combinaties met algen van Phycom. Giezen: “Te denken valt aan het EetBeeter.nl logo als kwaliteitsstempel, à la Intel inside.” Meatless wil voor de toekomst toe naar hogere percentages plantaardig eiwit. “Fifty-fifty is mogelijk”, zei Hugense. “Bij vis is het al fifty-fifty.” Verder wil het bedrijf aan de slag met gerijpte kaas en het gebruik van rest-eiwitstromen.

Eiwitinitiatieven

23 Fabrikanten van Nederlandse vleesvervangers hebben sinds kort concrete stappen gezet voor een eigen platform. Doel van PLANEET (platform aanbieders Nederlandse eiwit transitie producten) is het geven van feitelijke informatie over vleesvervangers.

Nieuwvers.nu is een nieuwe website van Nieuw vers, de Nederlandse beweging voor gezond en duurzaam, waar de producent voldoende aan kan verdienen. De site toont 49 grote en kleine initiatieven.