

Gebruiksmogelijkheden zoetstof legio

'Stevia wordt een succes'

Tekst: Tom van der Meer | Foto's: EVMI, Tom van der Meer

Stevia, of eigenlijk extract steviolglycosiden, werd eind vorig jaar in de EU toegestaan als zoetstof. Het werd direct gezien als hét suikeralternatief. Hoe denken de ingrediëntenfabrikanten er een half jaar later over? Is het in alle voedingsmiddelen even goed te verwerken?

Zin! drinkyoghurt met stevia, al noemt fabrikant Arla het liever honingkruid.

"Stevia werkt erg goed met chocolade- en fruitsauzen, zuivel, yoghurt, jam, dressings en marinades", zegt Anna Gretha Visser van Stevia Nederland. Zij schreef 'Koken en bakken met stevia' dat inmiddels toe is aan de tweede druk. De zoethoutachtige nasmaak van stevia is volgens haar even wennen, maar

het hoeft niet negatief te zijn, want je kunt dat ook gebruiken in de eindproducten. Wel vindt Visser dat stevia de bittere componenten in koffie versterkt. Ook Olga Hesselink van Natrena stelt dat de ietwat bittere nasmaak vooral bij gebruik in warme dranken te proeven is. "Bij onze Natrena-zoetjes hebben wij er daarom voor gekozen om een klein beetje sucralose toe te voegen."

Anderen vinden dat stevia vooral goed werkt in frisdranken. "In frisdranken zal calorievrij of met minder calorieën sneller worden bereikt dan in dranken die dichtbij water staan", aldus Rudy Wouters van Beneo. "Maar ook in toepassingen in suikervrije zoetwaren waarbij suiker volledig vervangen is door laagcalorische polyolen als isomalt kan het worden toegepast." Jason Hecker van PureCircle noemt behalve frisdranken ook zuivel. "Als zoetstof van natuurlijke oorsprong wordt het in melk en yoghurt ook geaccepteerd door moeders."

Volgens Hesselink van Natrena blijkt uit consumentenreacties dat recepten met deeg om te bakken wisselend succes opleveren. "Het ene recept werkt wel goed, het andere minder. Zo geeft suiker een cake vaak die mooie bruine kleur. Dat is met stevia minder het geval." Visser vindt na diverse experimenten dat ook het bakken van cake en gebak goed lukt. "Alleen karamelliseert het niet en brokkelt het eindproduct soms meer, dus moet je dat opvangen met andere componenten." De zoetstof werkt volgens Visser ook goed bij het brouwen van bier en het maken van likeuren. Lastiger is volgens haar ijs. "Hier werkt stevia-zoetpoeder beter dan de kristalvariant. Het geeft meer gelvormende eigenschappen waardoor het ijs romiger wordt."

Combinatie nodig

"Het in balans brengen van zuren en smaken en het daarmee gepaard gaande mondgevoel is altijd een uitdaging bij productformulering", zegt Lars Bo Jørgensen van NP Sweet, een samenwerking van PureCircle en Nordzucker voor zoetstofoplossingen in Centraal-, Noord- en Oost-Europa. "Zeker in producten waarbij suiker belangrijk is voor de textuur en het





mondgevoel, zoals in fruitbewerkingen, desserts en sommige frisdranken." Volgens Thierry Liot van Seppic is voor stevia altijd een combinatie met andere zoetbronnen nodig. "Je kunt niet meer dan acht procent zoetheidskracht bereiken met stevia-extracten. Dit is dus niet genoeg om het alleen te gebruiken. Hierdoor ligt de focus op 'minder calorieën' en niet op 'calorievrij' en dus op 'suikervermindering' en 'alternatief voor kunstmatige zoetstoffen'." Wouters van Beneo geeft ook aan dat stevia alleen in kleine hoeveelheden te gebruiken is, en dus als alternatief voor traditionele kunstmatige zoetstoffen als aspartaam gezien kan worden." Stevia Natura en NP Sweet zien het als vervanging van kunstmatige zoetstoffen én suiker. "Wat ons betreft is het echt een alternatief voor suiker", reageert Hesselink van Natrena. "We zien een belangrijke groep suikergebruikers die graag van suiker af willen stappen, maar geen alternatief zien in reguliere zoetjes. Uit onze markt cijfers blijkt dat onze reguliere zoetstofverkoop stabiel blijft en dat dus juist veel suikergebruikers de stevia zoetstofvariant gaan proberen." Jørgensen van NP Sweet: "Het gaat vaak om het kiezen van het juiste stevia-ingrediënt voor de formulering en de gewenste mate van suikerreductie. PureCircle Alpha kan voor diverse toepassingen in voeding en frisdranken zorgen voor 50 tot 100 procent suikerreductie zonder dat smaakmaskering nodig is." "Stevia werkt erg goed met suiker", stelt Hecker van PureCircle. "Het wordt daarom door veel fabrikanten gebruikt voor suikerreductie en minder calorieën."

Europees succesverhaal

Behalve de bittere nasmaak kan ook de hoge prijs een Europese doorbraak in de weg staan. Toch heeft de voedingsmiddelenindustrie vertrouwen in het welslagen van stevia. Uit een poll van eind november op evmi.nl bleek dat 62 procent rekt op succes voor de zoetstof, vooral omdat clean label helemaal bij deze tijd past, maar ook omdat fabrikanten er al ervaring mee hebben kunnen opdoen in Frankrijk en de VS. 20 Procent meent dat stevia te duur is en een bittere nasmaak heeft en 18 procent betwijfelt dat stevia een succes wordt, juist omdat het als extract een bewerking heeft ondergaan en dus 'kunstmatig' is. De ingrediëntenfabrikanten zien vooral een Europees succesverhaal voor stevia weggelegd, wanneer grote foodfabrikanten het oppikken. Jørgensen van NP Sweet: "Niet alle zoetstoffen van natuurlijke oorsprong zijn commercieel levensvatbaar, denk aan beschikbaarheid of toepasbaarheid. Stevia biedt betrouwbare kwaliteit, volume en een consis-

tente, goede smaak. Bovendien combineert het goed met suiker, waardoor suiker-stevia blends mogelijk zijn met een smaakprofiel en textuur van suiker, maar met minder calorieën."

Bastian Lamers van Heartland Sweeteners: "In de Europese markt, met name in Duitsland (waar biologisch heel erg hot is), is het natuurlijke aspect belangrijk. Daarom is het op dit moment de beste suikervervanger. In Nederland wordt stevia nog niet grootschalig omarmd door de consument. Dat komt deels door het prijsniveau. Maar ook in de VS had het even tijd nodig." In de VS heeft stevia in krap drie jaar tijd een marktaandeel van meer dan 25 procent, dus er is duidelijk behoefte vanuit de markt. Opvallend daarbij is volgens hem dat de categorie suikervervangers als geheel, dus ook aspartaam, groeit. In Frankrijk waar stevia twee jaar geleden werd geïntroduceerd, is de markt voor alternatieve zoetstoffen gegroeid van 61 miljoen euro naar een kleine 80 miljoen euro, meldt onderzoeksbureau Nielsen. Datamonitor becijferde dat stevia vooral gebruikt wordt voor snacks (waaronder koek en desserts) en non-alcoholische dranken. Tussen 2005 en 2009 valt 38,5 procent van alle nieuwe producten die met stevia gezoet zijn in de categorie snacks.

NP Sweet en PureCircle verwachten een sterke groei in Europa. "Sinds de introductie in de VS in 2009 is de verkoop van stevia-producten in het retailkanaal in krap drie jaar tijd van nul naar 1 miljard dollar geschoten", vertelt Jørgensen (NP Sweet). "In de eerste drie maanden dat stevia in de EU is toegestaan, is 14 procent van alle stevia-introducties in de EU gedaan", stelt Hecker van PureCircle. De trend naar 30 tot 50 procent caloriereductie is volgens hem al gaande. "De winnende combinatie suiker en stevia zal dit verder versnellen." ■

Deel 2

Dit is het tweede en laatste deel over stevia, dit keer over de goede en minder goede eigenschappen van de zoetstof bij verwerking in diverse voedingsmiddelen. Ook geven de fabrikanten van ingrediënten hun mening of stevia in Europa een succes wordt. De vorige keer ging over de zoetstof als onderdeel van het totale smaakprofiel.



Yoghho! Yoghho! drinkyoghurt 'met zoetkracht uit stevia'.

Promotie stevia

Merisant werkt samen met PepsiCo in stevia-merk Pure Via. Cargill en Coca-Cola zitten samen in Truvia. Merisant, dat ook fabrikant is van de Candarel-zoetjes, gaf vorig jaar al aan klaar te zijn voor Europa-brede stevia-uitrol. Het bedrijf adverteert op tv met Pure Via, 'het beste van stevia', om consumenten bekend te maken met stevia als natuurlijke zoetstof.

Coca-Cola gaat stevia niet apart promoten. "Het gaat ons om het (eind)product en de smaak", zei Hilde Draye van het Brusselse Research & Innovation Lab van Coca-Cola eind vorig jaar tegen evmi. "We willen vooral een keuze bieden. Aspartaam wordt niet vervangen door stevia; er komt gewoon een keuzealternatief bij."

Deze zomer test Coca-Cola in een aantal Amerikaanse regio's Sprite Select en Fanta Select, die respectievelijk 50 en 56 procent minder calorieën bevatten dan de reguliere varianten. Ze worden gezoet met een mix van suiker en zoetstoffen, waaronder Truvia en erythritol. Pepsi heeft dit voorjaar in de VS Pepsi Next geïntroduceerd, met 60 procent minder calorieën dan de gangbare Pepsi, maar gezoet zonder stevia, en in plaats daarvan met high fructose corn syrup (HFCS), sucralose, acesulfame-K en aspartaam.

