

‘We hunkeren nog niet naar een onsje sprinkhanen’

Insecten zijn een efficiënte en duurzame eiwitbron. Toch staan ze nauwelijks op het westerse menu. Consumptiesocioloog Hans Dagevos zoekt uit waarom dat is en hoe dat kan veranderen. ‘Zolang consumenten er niet mee in aanraking komen, zullen ze ook niet massaal insectenproducten gaan eten.’

TEKST ANNE VAN KESSEL FOTO SHUTTERSTOCK

We eten nog steeds veel vlees; de gemiddelde Nederlander zo’n 38 kilo per jaar. Door de groeiende wereldbevolking en toenemende welvaart zal naar verwachting de wereldwijde vleesconsumptie de komende decennia nog flink toenemen.

Insecten worden gezien als duurzaam alternatief voor traditioneel vee. De veehouderij heeft veel landbouwgrond nodig, produceert broeikasgassen en de productie van een kilo rundvlees kost een veelvoud aan veevoer en duizenden liters water. Insecten hebben veel minder ruimte nodig en het zijn efficiënte

groeiers. Omdat ze koudbloedig zijn, hebben ze geen energie nodig om hun lichaam op temperatuur te houden, waardoor ze een groot deel van hun voedsel gebruiken om te groeien. Bovendien kunnen ze leven van afvalproducten en is bijna het hele diertje geschikt voor consumptie.

RIJK AAN EIWITTEN

Miljarden mensen eten insecten; vooral in de tropen vormen ze een belangrijk deel van het dagelijks menu. De dieren zijn rijk aan eiwitten, vetten, vitaminen en mineralen. Maar in het westen is er nog altijd weinig animo

voor, bleek uit onderzoek uit 2020 van Hans Dagevos, consumptiesocioloog en senior onderzoeker bij Wageningen Economic Research, en collega’s. Ze onderzochten de acceptatie van alternatieve eiwitbronnen in 2019 ten opzichte van 2015. Mensen bleken meer de intentie te hebben om alternatieven te eten, zoals plantaardige vleesvervangers, granen of zeewier, maar maken in de winkel toch andere keuzes.

De deelnemers werd gevraagd of hun houding positief of negatief was tegenover bepaalde eiwitalternatieven, op een schaal van 1 tot 7. Insecten blijken de minst >



‘Een groot deel van de afkeer komt door angst voor het onbekende’

‘Vergeet niet dat dit soort transities lang duren’

geaccepteerde alternatieve eiwitbron; ze maakten geen positieve emoties los. Sterker nog, ze leverden de grootste walging op. Wel nam de invloed van de sociale normen met betrekking tot insecten eten toe, de ongeschreven gedragsregels. Die spelen een belangrijke rol bij eten; mensen willen bijvoorbeeld weten of anderen het al geprobeerd hebben of het normaal vinden om dit te doen.

In een andere studie keek Dagevos specifiek naar literatuur over consumentenonderzoek van na 2019 naar het eten van insecten – entomofagie in jargon – in de Westerse wereld. Samengevat laat die studie zien: onbekend maakt onbemind. ‘Een groot deel van de huiver en afkeer is te verklaren door de angst voor het onbekende’, zegt Dagevos. ‘Insectenproducten zijn nauwelijks te vinden in supermarkten en restaurants. Zolang consumenten er niet mee in aanraking komen, kunnen ze de niet leren kennen en ze ook niet massaal gaan eten.’

VERMALEN IN KOEKJES

Om consumenten meer insecten te laten eten kun je drie routes bewandelen, legt hij uit. Een indirecte route, waarbij varkens en kippen insecten als voer krijgen en mensen vervolgens het vlees of de eieren eten, of een directe route, waarbij mensen ofwel het hele insect op hun bord krijgen ofwel koekjes, pasta’s en soepen waarin vermalen insecten zijn verwerkt. ‘Momenteel zijn de meeste ogen gericht op die laatste route.’

Een opvallende bevinding uit het literatuuronderzoek is volgens Dagevos dat er nauwelijks gekeken wordt of mensen entomofagie aantrekkelijker vinden als ze de opties kennen om de insectenkweek circulair te maken. Zo kan afval van restaurants dienen als voer voor insecten. ‘Ik vroeg me af of dat circulaire karakter ervoor kan zorgen dat mensen hun angst en walging overwinnen.’ Door de betrokkenheid van McDonald’s aan het project ‘Rol van insecten in nieuwe



FOTO GUY ACKERMANS

Hans Dagevos, consumptiesocioloog en senior onderzoeker bij Wageningen Economic Research

productiecycli’, waar het onderzoek van Dagevos onderdeel van is, kwam hij op het idee van een onderzoeksopzet waarbij proefpersonen online een verhaal lezen over een fictieve eigenaar van een fastfoodrestaurant die zijn bedrijfsvoering wil verduurzamen en het afval voortaan naar een insectenkweker zal brengen.

De gekweekte insecten keren terug naar het restaurant als onderdeel van verschillende producten. Van insectenburgers tot roomijs met insecteneiwit en van wraps met insectenmeel tot kipnuggets van kippen die met insecten zijn gevoerd. In totaal zagen de ruim duizend deelnemers achttien gerechten met insecten op een menukaart met illustraties. In het ene product waren de insecten goed zichtbaar, in het andere gerecht kwamen ze als meel terug, zoals in het roomijs. Er waren geen insectloze gerechten te krijgen.

Wat wilde je van de deelnemers weten?

‘Het onderzoek bestond uit twee rondes. In de eerste ronde confronteerden we de deelnemers met de producten en vroegen we ze of ze geneigd waren om die te bestellen. Na twee weken kwam ronde twee. Daarin legden we de deelnemers allerlei stellingen voor over duurzaam gedrag en hoe belangrijk ze dat vinden. Daarna kregen ze vragen over insecten eten en of ze dat eng vonden. Vervolgens lazen ze de informatie over de circulariteit in het fastfoodrestaurant en konden ze opnieuw aangeven of ze de producten zouden kiezen.’

En? Verandert de informatie over circulariteit iets aan de intenties?

‘We hebben nog niet alle resultaten geanalyseerd, maar het lijkt erop dat het idee van

circulariteit niet zoveel doet. Als mensen heel duurzaam in het leven staan, doet de informatie wel iets in hun intenties om insecten te willen eten, maar niet veel. Een andere hypothese was dat als de afkeer van insecten heel groot is, circulariteit niet veel zal veranderen. En dan blijkt zo te zijn. Afkeer lijkt niet zomaar te verdwijnen door informatie over circulariteit te geven.'

Op zich niet zo'n verrassende uitkomst. In je literatuurstudie concludeerde je al dat informatie alleen niet genoeg zal zijn om gedrag te veranderen.

'Dat klopt. En zelfs als de informatie aansluit bij de doelgroep, zoals mensen die al heel duurzaam leven, verandert die niet veel aan de intenties, blijkt nu. Als mensen al de producten zouden kiezen, gaan ze voor de gerechten waarin de insecten het minst zichtbaar zijn. Dat bevestigt het idee dat we het beste voedingsmiddelen met gemalen insecten op de markt kunnen brengen, naast de indirecte route van insecten als diervoer.'

Als insecten alleen verwerkt zijn in een product, in hoeverre zijn mensen zich daar dan bewust van? En kan dat dan een opmaat zijn naar onverwerkte insecten eten?

'Dat zal er helemaal vanaf hangen hoe zichtbaar je de insecten maakt op de verpakking. Als ze ergens op de achterkant in de ingrediëntenlijst genoemd staan, zal dat weinig uithalen. Er zijn maar weinig mensen die de achterkant van een product bekijken. Het wordt een ander verhaal als het onderdeel van de marketing wordt en insecten duidelijk zichtbaar zijn op de voorkant van het product. Een beetje zoals OERei doet. De producent laat zien dat de kippen gevoerd worden met insecten. Of mensen daardoor juist meer of minder zin krijgen om zelf hele insecten te eten, weten we nog niet.'

De laatste keer dat Wageningen World een artikel publiceerde over insecten eten was in 2010. Destijds zei hoogleraar entomologie Arnold van Huis: 'We zijn vaak niet serieus genomen maar ik wil die critici over vijf jaar wel weer eens spreken. Ook de conservatieve Nederlander zal aan de insectenburger gaan.' Collega-hoogleraar entomologie Marcel Dicke vulde aan: 'Binnen tien jaar liggen er volop insecten in de winkel.' Inmiddels zijn we twaalf jaar verder en veel is er niet van uitgekomen. Hoe kan dat?

'Twintig jaar geleden was het idee dat we hele insecten zouden gaan eten. Uit onderzoek van de laatste jaren blijkt wel dat dat nog drie bruggen te ver is voor de meeste mensen. We hunkeren nog niet naar een onse sprinkhanen. We zullen ons vooral op de andere twee routes moeten richten, denk ik. Vergeet niet dat dit soort transities lang duren. Dat zie je ook bij de eiwittransitie. Hoe lang duurt het al niet voordat mensen wat minder vlees gaan eten en de overgang naar een meer flexitairisch dieet serieus voet aan de grond krijgt? Mensen willen graag minder vlees eten, maar in de praktijk gaat dat niet zo hard. Nu het aanbod plantaardige vleesvervangers groter wordt, zie je dat meer mensen die producten kopen. Het aanbod speelt dus een grote rol.'

Gaan insecten ooit een belangrijk deel van het westerse menu uitmaken?

'Ik ga nu een stuk voorzichter zijn dan Van Huis en Dicke. Op korte termijn zie ik het niet gebeuren. En als het gebeurt, dan verwacht ik eerder dat we het over decennia dan over jaren moeten hebben. En in welke vorm durf ik niet te zeggen. Maar het belang van de circulaire economie kan gaan helpen om insectenkweek van de grond te krijgen en natuurlijk is ook de ontwikkeling van een supra aantrekkelijk productaanbod belangrijk.' ■

www.wur.nl/insecten

Insecten die op in de EU gekweekt en verhandeld mogen worden voor menselijke consumptie:



Huiskrekkel (*Acheta domestica*)



Bandkrekkel (*Gryllobates sigillatus*)



Treksprinkhaan (*Locusta migratoria*)



Meelworm (*Tenebrio molitor*)



Buffalworm of kleine meelworm (*Alphitobius diaperinus*)