

Consumentencampagnes nodig voor vleesvervangers

De kwaliteit van vleesvervangers is de afgelopen jaren flink verbeterd. De tijd dat een vleesloze maaltijd synoniem was voor een smakeloze kaassoufflé is voorbij. Lekkere vleesalternatieven zijn te produceren. Nu moet de consument ze nog in groten getale consumeren.

Muziekjournalist Leon Verdonschot is al 23 jaar vegetariër. Als Limburger miste hij vooral suurvlees. Toen hij Beeter van het bedrijf Ojah kreeg voorgeschoteld, door kok Johan Verbon omgetoverd tot een vleesloze variant van het Limburgse streekgerecht, kreeg hij tranen in de ogen. Hij hoeft niet overtuigd te worden. Het is vooral de vleesetende consument die twijfelt over de kwaliteit van vleesvervangers. Zo bleek tijdens de jaarbijeenkomst van Het Planeet, de branchevereniging voor producenten van vleesvervangers, ingrediënten en halffabrikaten met een enthousiaste Verdonschot als dagvoorzitter.

Eiwitonderzoek

Tijdens de bijeenkomst keek de scheidende hoogleraar Johan Vereijken terug op de ontwikkeling van vleesvervangers. Van de ontwikkeling van Corn in de jaren zeventig

(kwam pas halverwege de jaren negentig op de markt) tot de huidige ontwikkelingen in kweekvlees. Het project Profetas dat begin 2000 startte, leverde veel cijfers op over het land- en watergebruik bij de productie van verschillende eiwitbronnen. De professor die de taken overneemt van Vereijken is Marcel Minor. Hij keek vooruit naar het eiwitprogramma dat dit jaar is gestart en wordt gefinancierd door de technologiestichting STW. De omvang van het project is €3 miljoen en bestaat uit vijf projecten, waarvan er vier gericht zijn op het winnen van eiwitten uit planten en één op eiwitten uit insecten: Algae-pro4you, GreenProtein, LeaP, In2Food en Progress. Ook is een Protein Competence Center (PCC) opgericht om al het onderzoek op het gebied van eiwitten te structureren. Het PCC is net als TIFN en het Carbohydrate Competence Center een TKI om de vraag-

sturing en de strategische keuzes in de kennisontwikkeling te verankeren.

Vele kleine initiatieven

Tijdens de discussie tussen publiek en sprekers betoogde Jeroen Willemsen, commercieel directeur van Ojah en secretaris van Het Planeet, dat er een disbalans bestaat tussen proces- en gedragogerelateerd onderzoek. Vooral initiatieven rond consumentenvoorlichting moeten worden gesteund. Sinds de nota van voormalig landbouwminister Gerda Verburg over duurzame eiwittransitie is het stil geweest rond dit onderwerp van overheidszijde. Een vertegenwoordiger van het ministerie van EZ beaamt dat er een periode van stilstand is geweest rond dit onderwerp, maar dat er nu een nota 'Groene groei' in de maak is en dat Sharon Dijksma bezig is met de nota 'Duurzame voedselvoorziening'. In beide zal eiwittransitie een plek krijgen. EZ zet in op de stimulering van kleine innovatieve bedrijven. Daar is Willemsen het erg mee eens. "Er zijn veel kleine initiatieven die consumentencampagnes opzetten, die moeilijk financiering kunnen vinden." De aanwezigen zijn er over eens dat er geen overheidscampagne moet komen, maar dat de overheid de initiatieven die er zijn moet steunen. Eén zo'n initiatief is de stichting Viva Las Vegas die de consumptie van plantaardige voeding op een creatieve manier promoot met onder andere een veggiechallenge en een foodfestival. Een ander recente consumentenactie is de uitdeelactie van de stichting Natuur & Milieu van vleesvervangers van de Vegetarische Slager bij Jumbo.

