



# Kweekvlees en de consument

Dr. Arnout Fischer. Position paper tbv rondetafel Kweekvlees, d.d. 26 september 2018

## Introductie

Recent zijn de eerste min of meer betaalbare producten van kweekvlees beschikbaar gekomen. Deze producten zijn nog niet op de Nederlandse markt verschenen en daarmee op dit moment nog geen onderdeel van de keuze opties van de consument. Daadwerkelijk consumentengedrag is daarmee ook nog onbekend. Er is wel een indruk van meningsvorming van consumenten over kweekvlees

## De consument

Een eerste kanttekening moet zijn dat "de" consument niet bestaat.

- o Er zullen altijd groepen in de maatschappij zijn die met interesse de nieuwe ontwikkelingen volgen en graag kweekvlees zullen proberen, er zullen ook groepen zijn die negatief over deze ontwikkelingen zijn.
- o Ook binnen een persoon kunnen we niet altijd spreken van dezelfde afwegingen. De afwegingen bij een snelle doordeweekse boodschap vergeleken bij de afwegingen rond het bereiden van een bijzonder diner kunnen binnen eenzelfde consument in tegenspraak zijn. Randvoorwaarden voor kweekvlees moeten dus rekening houden met behoeften van verschillende consumentengroepen en van verschillende behoeften van dezelfde consument.

## Elementen van belang

Voor al deze behoeften kan wel algemeen gezegd worden dat voor consumenten de volgende elementen van belang zijn;

1. Kweekvlees zal moeten kunnen concurreren met regulier vlees op technische product eigenschappen als prijs, smaak/textuur en veiligheid.
2. Idealistische aspecten zullen voor veel consumenten van secundair belang zijn. Er zijn zowel positieve (bijv. duurzaamheid) als negatieve (bijv. technologisering van voeding) idealistische aspecten van belang.
3. Betrouwbaarheid van voedingsindustrie in het produceren en vermarkten van kweekvlees moet aangetoond worden.
4. Keuze vrijheid van de consument om te kiezen voor regulier vlees ten opzichte van kweekvlees moet gegarandeerd worden.

## ad 1. Kweekvlees vs. regulier vlees

Wat betreft direct waarneembare voordelen en kosten van kweekvlees twijfelen consumenten op dit moment of de smaak en textuur wel goed genoeg zijn en of de prijs voldoende laag is. Hier geldt dat afhankelijk van de behoefte van de consument andere aspecten van belang kunnen zijn.

Bij doordeweekse boodschappen is prijs en gemak belangrijker, bij een luxe diner smaak en textuur. Als deze twijfels door verdere technologische ontwikkeling weggenomen kunnen worden is dit een oplosbaar probleem; maar op dit moment is in de perceptie van de consument kweekvlees te duur en qua smaak en structuur te slecht. Kweekvlees wordt als onnatuurlijk en technologisch gezien. Naar de indruk van de consument vereist en faciliteert dit hogere standaarden voor veiligheid en gezondheid van uiteindelijke producten dan van vergelijkbare natuurproducten.

## ad 2. Idealistische aspecten

Consumenten zien kweekvlees als onnatuurlijk. De technologische kweek draagt hier aan bij. Natuurlijkheid van voedsel is een belangrijk positief aspect voor consumenten. Technologie is een negatief punt. Consumenten moeten gecompenseerd worden voor de meer technologische aspecten van kweekvlees door hogere eisen, of lagere prijs (en dergelijke). Consumenten herkennen rationeel dat kweekvlees duurzaamheidsvoordelen kan hebben. Er zijn geen aanwijzing dat deze voordelen ook intuïtief meegewogen worden. Het lijkt er dus op dat dit argument nauwelijks een rol speelt in emotionele en/of routine keuzes. Er is weinig tot geen aanwijzing dat consumenten een sterke negatieve emotionele op kweekvlees hebben. Enige mate van neofobie (angst voor het nieuwe product) wordt wel gezien, maar dat is niet veel anders dan bij willekeurig welk nieuw voedingsproduct. De voorspelde spontane ethische afkeer ("yuck" reactie) is niet gevonden. Behalve dierenwelzijn argumenten komen ook in verdere gesprekken komen ethische of religieuze overwegingen bij consumenten niet spontaan op. Hoe trendsetters op kweekvlees zullen reageren en hoe dit, welke consumenten zal beïnvloeden is mij niet bekend. Gezien de vleestaboes is ook de reactie van levensbeschouwelijke/religieuze organisaties hierin van belang. Dit verdient monitoring en/of dialoog.

## ad 3. Betrouwbaarheid

Consumenten wantrouwen de voedingsindustrie op veel punten. De perceptie heerst dat er veel gerommeld wordt, en dat veel voor de consument verborgen wordt in kleine lettertjes en abstract jargon. De discussies over e-nummers zijn hiervan een voorbeeld. Aangezien kweekvlees een product is van de voedingsindustrie, en niet van een natuurlijk proces is, kan dit wantrouwen leiden tot twijfels en protest. Vertrouwen kan alleen (terug) verdiend worden door best practice in het vermarkten van producten. Hierbij kan een enkel niet integer bedrijf voor alle bedrijven in de branche vertrouwensproblemen opleveren.





#### Ad 4. keuzevrijheid

Veel consumenten twifelen of kweekvlees als normaal vlees, of vleesvervanger gezien moet worden. Kweekvlees voldoet niet aan diepgewortelde definities van vlees als afkomstig van een geslacht dier; waarbij de term geslacht specifiek is voor de combinatie van het doden en in vleesproducten prepareren van een dier. Aan de andere kant is het wel opgebouwd uit dierlijke cellen. Een positionering als regulier vlees zal naar mijn mening keuzevrijheid beperken en wantrouwen versterken. De op dit moment in de VS gebruikte naamgeving "clean meat" is op dit punt ongelukkig gekozen en in mijn optiek niet acceptabel in de Nederlandse context omdat het de nadruk legt op "vlees". Hierbij moet wel worden aangetekend dat deze keuze in de VS minder problematisch kan zijn dan in Europa. In Europa wordt de productie geschiedenis als integraal onderdeel van een product gezien, terwijl in de VS de nadruk meer ligt op het materiele eindproduct.

#### Samenvattend

In conclusie er moet er wat betreft de gemiddelde consument actie ondernomen worden op:

- **Product kwaliteit door producenten:** Gemiddeld genomen zien consumenten op dit moment weinig fundamentele bezwaren (inclusief ethische bezwaren) maar ook weinig relevante voordelen aan kweekvlees. Idealistische voor en nadelen lijken voor consumenten een kleinere rol te spelen dan fysieke producteigenschappen. Het is aan de producenten om hierin een goed product neer te zetten
- **Betrouwbaarheid van productie en keuzevrijheid voor consumenten gegarandeerd door producenten en de overheid:** Consumenten verlangen hogere eisen aan veiligheid en gezondheid van deze technologische producten. Consumenten verwachten openheid in communicatie, waarbij het op dit moment zeer onwenselijk lijkt om kweekvlees als regulier vlees te mogen positioneren. De overheid en betrokken sectoren moeten hier tot afspraken komen.

