

Consumentenonderzoek van Meatless brengt aan het licht wat hybride vleesproducten zo populair maakt

Authentieke smaak en kwaliteitsindicatoren van vlees doorslaggevend om Nederlandse consument te overtuigen

Een nieuw consumentenonderzoekⁱ door het merk Meatless van BENEIO toont aan dat hybride vleesproducten, waarin het vlees gedeeltelijk vervangen is door plantaardige ingrediënten, terrein winnen als een geloofwaardig en aantrekkelijk alternatief voor consumenten. Een belangrijk argument is dat ze minder vlees kunnen eten zonder in te boeten aan smaak en kwaliteit of meer te betalen. Hybride vleesproducten zijn daarom ideaal voor de bijna 1 op 2 Nederlandse respondenten die zichzelf in het onderzoek als flexitariër beschouwen.

Het consumentenonderzoek met 3500 respondenten in het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Nederland werd uitgevoerd om belangrijke inzichten te verkrijgen met het oog op de verdere ontwikkeling van de hybride oplossingen van Meatless. Uit de resultaten blijkt dat smaak, kwaliteit, dierenwelzijn en prijs in Nederland de belangrijkste factoren zijn die de koopintentie bepalen: meer dan 6 op de 10 Nederlandse consumenten (63%) geven aan bereid te zijn hybride vleesproducten te kopen als die lekker en betaalbaar zijn. Daarnaast blijkt eveneens uit het onderzoek dat de koopintentie eerder vooral wordt gestuurd door de positieve eigenschappen van het vlees in de producten dan door het plantaardige aandeel, en dat een 'echte vleessmaak' wordt beschouwd als een essentiële voorwaarde om consumenten warm te maken voor hybride producten. Premium vlees kwaliteit met hoogwaardige stukken vlees, gecertificeerd vlees, authentieke smaak en textuur spelen een doorslaggevende rol en dragen sterk bij aan de koopintentie. De kwaliteitsindicatoren van vlees zijn dan ook cruciaal om Nederlandse consumenten te overtuigen van hybride vleesproducten, terwijl de nutritionele samenstelling minder belangrijk lijkt.

Qua productvorm geven Nederlandse kopers de voorkeur aan worsten en gehakt: meer dan een derde kiest voor deze productvormen (36%). Hamburgers scoren iets slechter en zijn de favoriet van slechts één op de vijf consumenten (20%). Wanneer consumenten kunnen kiezen tussen een product met enkel vlees en een hybride variant, tonen de resultaten bij de flexitariërs voor de drie productvormen een duidelijke voorkeur voor hybride producten.

Niels E. Hower, Managing Director bij Meatless, concludeert: "Als een van de eerste leveranciers met veel aandacht voor hybride oplossingen gelooft Meatless al lang in de krachtige combinatie van vlees en planten. Ons onderzoek bevestigt dat deze pragmatische aanpak met minder vlees zonder in te boeten aan smaak noodzakelijk is. Wij ondersteunen onze klanten door producten te ontwikkelen die naadloos aansluiten bij hun dagelijkse eetgewoonten. We zijn ervan overtuigd dat hybride een blijvend concept zal worden waarmee we de uitdagingen van vleesproducten kunnen overwinnen, want die zijn immers onvoldoende duurzaam en niet eindeloos beschikbaar."

De hoogwaardige plantaardige texturaten van Meatless[®] worden gemaakt van ingrediënten zoals tuinbonen, rijst en mycoproteïnen. Daarmee kunnen producenten hybride producten ontwikkelen die niet alleen een vertrouwde vleessmaak hebben en extra sappig zijn, maar die tegelijkertijd ook een betere nutritionele samenstelling hebben. Met hybride vleesproducten kunnen fabrikanten inspelen op de toenemende vraag van consumenten én beschikken over een praktische oplossing voor de almaar hogere vleesrijzen.

Om de te behalen verbeteringen zo concreet mogelijk voor te stellen, heeft Meatless een simulatietool ontwikkeld waarmee producenten de kosten, CO₂-equivalenten, verzadigde vetten en energiewaarde van hun recepten kunnen vergelijken met die van hybride samenstellingen.

Over BENE0

Surf voor meer informatie over hybride vleesproducten naar: www.beneo.com/meatless-hybrid.

Surf voor meer informatie over het Meatless®-assortiment van BENE0 naar: www.meatless.nl or www.beneo.com/human-nutrition/human-nutrition-products/meatless.

Surf voor meer informatie over BENE0 en zijn ingrediënten naar: www.beneo.com en www.beneo.com/news of LinkedIn: www.linkedin.com/company/beneo.

In zijn fabriek in het Nederlandse Goes verwerkt Meatless allerlei grondstoffen zoals tuinbonen, mycoproteïne, rijst en quinoa tot texturerende oplossingen en halffabricaten voor plantaardige en hybride vlees- en visproducten. De texturaten in het Meatless®-assortiment zijn verkrijgbaar in veelzijdige varianten en verbeteren de smaak, de textuur en het voedingsprofiel van voedingsmiddelen.

Meatless is een merk van BENE0, dat jarenlange ervaring heeft met de ontwikkeling en productie van plantaardige functionele ingrediënten uit natuurlijke bronnen voor de levensmiddelen-, diervoeder- en farmaceutische industrie. De ingrediënten helpen de nutritionele en technische kenmerken van een breed scala aan producten te verbeteren door ze gezonder te maken en de smaken en texturen te optimaliseren.

BENE0 is in 2007 opgericht en in meer dan 80 landen actief. De ruim 1200 medewerkers zijn werkzaam in zeven ultramoderne productielocaties in België, Chili, Duitsland, Italië en Nederland, waar steeds hoogwaardige ingrediënten worden geproduceerd.

Voor verdere persinformatie, neem contact op met:

BENE0

Inga Heinemann
Head of Corporate Communication, BENE0
Maximilianstraße 10, 68165 Mannheim,
Duitsland
Tel: +49 621 421 179
E-mail: Inga.Heinemann@beneo.com

EMG

Kim Lommaert
Lelyweg 6, 4612 PS Bergen op Zoom
Nederland
Tel: +31 164 317 021
E-mail: klommaert@emg-marcom.com

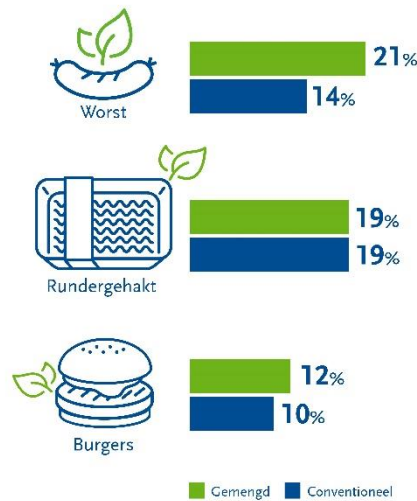
De drie belangrijkste voordelen die de aankoop van hybride vlees in Nederland stimuleren.



Bron: Meatless-enquête over hybride vleesproducten 2025. Online kwantitatief onderzoek in Duitsland, Nederland en het Verenigd Koninkrijk (N=3.489), nov-dec 2025.
 Vraag: Beeld je in dat je gemengd vlees gaat kopen. Bekijk de volgende uitspraken en selecteer degene die u het meest aanzet om gemengd vlees te kopen. N=1.073

Meatless enquête over hybride vleesproducten 2025 - Top 3 voordelen. (Foto: BENEIO, PR037)

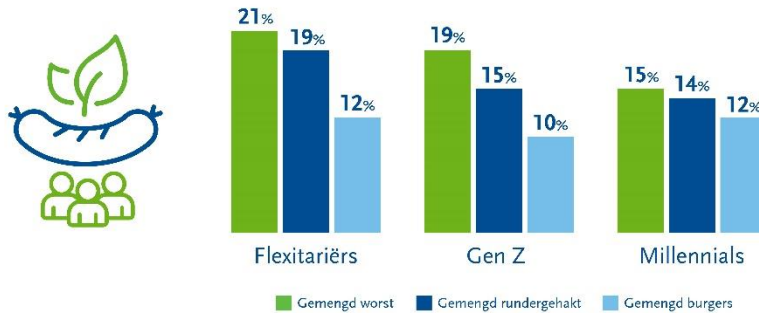
De hybride braadworst valt bij Nederlandse flexitariërs bijzonder goed in de smaak, in vergelijking met de klassieke variant.



Bron: Meatless-enquête over hybride vleesproducten 2025. Online kwantitatief onderzoek in Duitsland, Nederland en het Verenigd Koninkrijk (N=3.489), nov-dec 2025.
 Vraag: Stel dat deze opties in jouw winkel verkrijgbaar zijn. Welk product zou je kiezen om te kopen? N=504

Meatless enquête over hybride vleesproducten 2025 – Koopintentie gemengd in vergelijking met conventioneel. (Foto: BENEIO, PR037)

Bij alle belangrijke doelgroepen zijn worsten de meest aantrekkelijke vorm van vleesvervangers.



Bron: Meatless-enquête over hybride vleesproducten 2025. Online kwantitatief onderzoek in Duitsland, Nederland en het Verenigd Koninkrijk (N=3.489), nov-dec 2025.
Vraag: Stel dat deze opties in jouw winkel verkrijgbaar zijn. Welk product zou je kiezen om te kopen? Flexitariërs: N=504, Gen Z: N=133, Millennials: N=342

Meatless enquête over hybride vleesproducten 2025 – Belangrijkste doelgroepen. (Foto: BENEIO, PR037)



Consumentenonderzoek van Meatless brengt aan het licht wat hybride vleesproducten zo populair maakt. (Foto: BENEIO, PR037)



Consumentenonderzoek van Meatless brengt aan het licht wat hybride vleesproducten zo populair maakt. (Foto: BENEIO, PR037)



Consumentenonderzoek van Meatless brengt aan het licht wat hybride vleesproducten zo populair maakt. (Foto: BENEIO, PR037)



Niels E. Hower. (Foto: BENEIO, PR037)

Dit persbericht en bijbehorende foto's kunt u downloaden op www.PressReleaseFinder.com.
Of u kunt contact opnemen met Kim Lommaert (klommaert@emg-marcom.com, +31 164 317 021).

ⁱ Onderzoek van Meatless over hybride producten – 2025. Online kwantitatieve studie in Duitsland, Nederland en het Verenigd Koninkrijk (N=3.489), Nov.-dec. 2025.