



schouten

your partner in
plant-based innovation

Market Outlook Q2 2026

Mycoproteïne als volgende
groeirichting in vleesvervangers

Inleiding

- De markt voor vleesalternatieven verandert. De eerste groeigolf van plant-based producten heeft veel gebracht, maar consumenten zijn kritischer geworden.
- Smaak, textuur, voedingswaarde en prijs spelen een steeds grotere rol.
- Flexitariërs blijven op zoek naar lekkere en toegankelijke alternatieven, maar verwachten meer overtuigingskracht dan voorheen.





Mycoproteïne

- We zien groeiende aandacht voor fungi (de groep organismen waartoe onder andere paddenstoelen behoren) en mycoproteïne.
- Mycoproteïne wordt gemaakt via fermentatie van fungi en heeft van nature een vezelige structuur.
- Dat maakt het interessant voor vleesalternatieven met een stevige bite en een herkenbare mondbeleving.
- Bovendien is het rijk aan eiwit, bevat het vezels, is het laag in verzadigd vet en bevat het alle essentiële aminozuren.

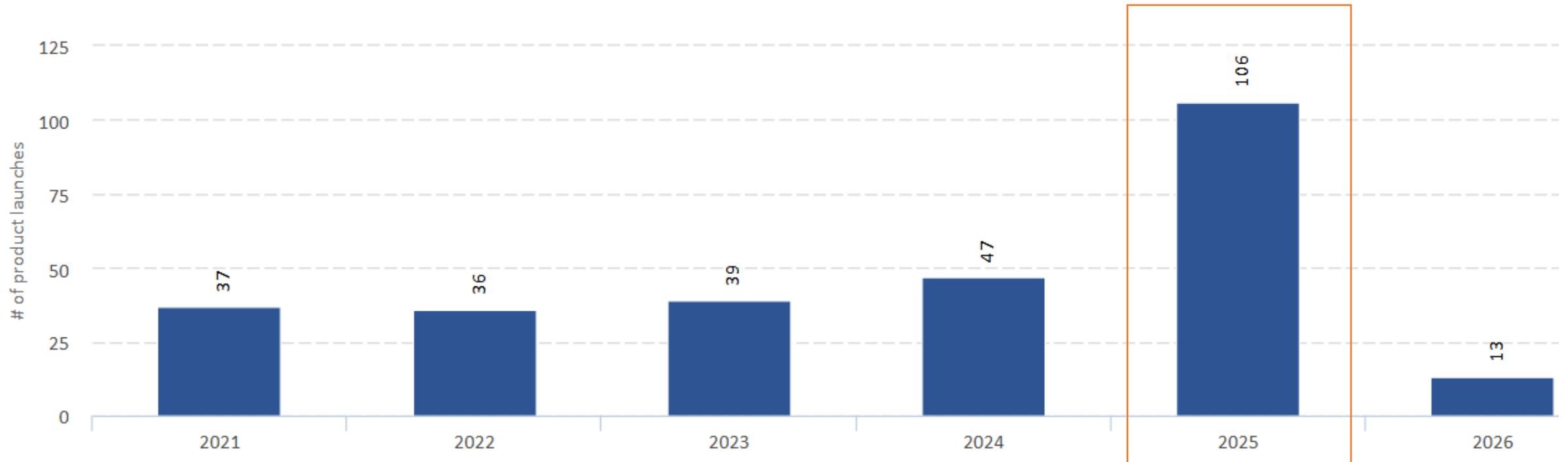


Dichter bij vlees

- Dankzij de natuurlijke vezelstructuur biedt mycoproteïne mogelijkheden om producten te ontwikkelen die dichter bij vlees komen qua bite, structuur en eetervaring.



Piek in aantal introducties van vleesvervangers met mycoproteïne in 2025



De toepassing van mycoproteïne sluit aan bij meerdere markttrends



1. Beter smaak en textuur

- Consumenten willen alternatieven die niet alleen verantwoord zijn, maar ook lekker en herkenbaar.
- Mycoproteïne biedt door zijn natuurlijke vezelstructuur kansen voor producten met meer bite en een vleesachtige textuur.



2. Groei in flexitariërs

- De vraag komt steeds vaker van consumenten die vlees niet volledig willen vervangen, maar wel vaker willen afwisselen.
- Voor deze doelgroep zijn toegankelijke producten met een vertrouwde smaak en bereiding essentieel.



3. Duurzame eiwittransitie

- De druk op landbouwgrond, water en klimaat neemt toe.
- Fermentatie biedt een schaalbare manier om hoogwaardige eiwitten te produceren met minder afhankelijkheid van traditionele veehouderij.



4. Clean label en herkenbaarheid

- Fungi en fermentatie passen goed bij de groeiende vraag naar natuurlijke, minder complexe ingrediënten.
- Dat maakt mycoproteïne interessant voor klanten die zoeken naar betere labels en duidelijke productverhalen.



5. Focus op vezels en nutritionele balans

- De aandacht verschuift van alleen eiwit naar complete voedingswaarde.
- Mycoproteïne bevat van nature vezels naast hoogwaardige eiwitten en sluit daarmee aan op trends zoals gut health, verzadiging, balanced nutrition en positive nutrition.
- Hierdoor ontstaan kansen voor producten die smaak, textuur én voedingswaarde combineren.



De uitdagingen van consumentenacceptatie



Drie uitdagingen

1. Beperkte consumentenbekendheid

Veel consumenten kennen de term mycoproteïne nog niet. Daardoor ontbreekt vaak direct begrip van wat het precies is en waarom het relevant is.

2. Negatieve associatie met schimmels en fermentatie

Woorden als "schimmel", "fungi" of "fermentatie" kunnen negatieve associaties oproepen. Consumenten denken sneller aan bederf dan aan voedselinnovatie. De taal en framing zijn daarom cruciaal.

3. Educatie zonder complexiteit

De uitdaging is om de voordelen duidelijk te maken zonder te technisch te worden. Consumenten kopen uiteindelijk op smaak, vertrouwdheid en eetervaring, niet op microbiologie.



Hoe hiermee om te gaan?

➤ Focus op benefits in plaats van technologie

Succesvolle communicatie zal minder draaien om "wat het is" en meer om:

- ✓ Smaak en textuur
- ✓ vezels en eiwitten
- ✓ Sappigheid en bite
- ✓ Duurzaamheid
- ✓ Natuurlijke fermentatie
- ✓ Voedingswaarde



Normaliseer fungi

- **Vergelijkbaar met eerdere acceptatie van fermentatie**
- Producten zoals yoghurt, kaas en tempeh laten zien dat **fermentatie inmiddels breed geaccepteerd** is.
- Voor mycoproteïne ligt de kans in het **normaliseren van fungi** als moderne, natuurlijke eiwitbron.



Clean label en natuurlijke positionering

Consumenten reageren positiever wanneer fungi worden gekoppeld aan:

- Natuurlijke fermentatie
- Culinaire inspiratie
- Umami
- Paddenstoelen
- Voedzame eiwitten
- vezels



[Schouten Crunchy Mushroom Burger](#)

Dan wanneer de focus ligt op "schimmels" of food tech.



Mainstream acceptatie vraagt herkenbare toepassingen

- Acceptatie groeit sneller wanneer mycoproteïne wordt toegepast in bekende formats zoals burgers, nuggets, gehakt en snacks en hybride producten.
- Vertrouwde toepassingen verlagen de drempel voor trial.



Welke kansen biedt mycoproteïne?



1. Kritiek op ultra-processed foods creëert nieuwe kansen

Waarom relevant?

Kritiek op ultra-processed foods en lange ingrediëntenlijsten zet producenten aan tot het ontwikkelen van eenvoudigere en herkenbaardere recepturen.

Producten met mycoproteïne bieden kansen:

- Minder afhankelijk van texturizers en bindmiddelen
- Meer natuurlijke vleesachtige structuur
- Eenvoudigere recepturen
- Premiumisering van vleesalternatieven
- Verbeterde eetervaring



2. Fermentatie als nieuwe eiwitcategorie

Niet communiceren over producten met mycoproteïne als "nog een vleesvervanger".

Maar als:

- Nieuwe generatie ingrediënten
- Fermentatie-gebaseerde eiwitten
- Next-generation proteïn

Kansen voor de markt:

- Differentiatie ten opzichte van bestaande plant-based concepten
- Inspelen op innovatiebehoefte van retailers en merken
- Nieuw verhaal richting consument



3. Nieuwe mogelijkheden voor differentiatie binnen convenience

Waarom relevant?

Mycoproteïne komt door zijn textuur en functionaliteit goed tot zijn recht in toepassingen waar eetervaring centraal staat.

Kansen voor de markt:

- Pizza toppings
- Ready meals
- Wraps en sandwiches
- Maaltijdsalades
- Snackvullingen
- Nuggets en fingerfood
- Food-to-go concepten
- QSR toepassingen





Conclusies

- Consumenten verwachten een betere smaak, textuur en voedingswaarde bij vleesvervangers;
- Fermentatie ontwikkelt zich tot een belangrijke foodtechnologie;
- Mycoproteïne sluit aan bij trends zoals clean label, vezels en eiwitdiversificatie;
- De grootste kansen liggen in convenience-, foodservice- en QSR-toepassingen waar textuur en eetervaring bepalend zijn voor succes.





Disclaimer

De informatie in deze analyse is met de grootst mogelijke zorgvuldigheid samengesteld door Schouten Europe B.V. op basis van beschikbare data en betrouwbare bronnen. Hoewel we ernaar streven om accurate en actuele informatie te verstrekken, kunnen we niet garanderen dat alle gegevens volledig correct of up-to-date zijn. De gepresenteerde inzichten en voorspellingen zijn gebaseerd op de interpretatie van de beschikbare informatie op het moment van publicatie en kunnen onderhevig zijn aan veranderingen.

Schouten Europe B.V. aanvaardt geen enkele verantwoordelijkheid voor eventuele schade of verlies die direct of indirect voortvloeit uit het gebruik van de informatie in deze rapportage. De inhoud is uitsluitend bedoeld voor informatieve doeleinden en vormt geen advies of aanbeveling voor specifieke beslissingen of acties.

Gebruik van deze analyse is op eigen risico. Schouten Europe B.V. behoudt zich het recht voor om op elk moment en zonder voorafgaande kennisgeving wijzigingen aan te brengen in de inhoud van deze publicatie.

Nog niet ingeschreven?

Op onze tweemaandelijks mailing

Onze volgende consumenteninzichten over vleesvervangers als eerste ontvangen?

Schrijf je dan [hier](#) in

Je ontvangt dan ook exclusieve marktinzichten, de nieuwste innovaties en actuele marktdata.

Al wel ingeschreven? Tip dan een collega.

Honderden food professionals gingen jullie al voor





schouten

your partner in
plant-based innovation

Vragen? Neem gerust contact op:

Mark van Noorloos

Head of Marketing

T: +31 (0) 183 44 63 73
mvnoorloos@schoutenfood.com
www.schoutenfood.com

