



NIEUWE EIWITTEN VIA DE MENUKAART

**Rapport van een in voorjaar/zomer 2016 in Amsterdam
uitgevoerde pilot**

Bas Cloo (Dutch Cuisine)

Natasja Hulst (Crem)



INHOUDSOPGAVE

- 1 **Introductie.****

 - 1.1 **Achtergrond****
 - 1.2 **Feiten****
 - 1.3 **Doel****
 - 1.4 **Aanpak****

- 2 **Identificatie eiwitten****

 - 2.1 **longlist****
 - 2.2 **shortlist****

- 3 **Pilots****
- 4 **Resultaten****
- 5 **Conclusies****
- 6 **Vooruitblik****
- 7.1 **bijlage. Studie nieuwe eiwitten****
- 7.2 **bijlage. De shortlist populistisch samengevat****

1 **Introductie**

1.1 **Achtergrond:**

Over Dutch cuisine.

Dutch cuisine is een beweging die zich inzet voor het (her)waarderen van de Nederlandse keuken. Door aandacht te genereren voor de Nederlandse eetcultuur en haar rijke historie waaronder de rijkdom aan producten van eigen bodem, wil men de Nederlandse chef en uiteindelijk ook de thuiskeuken, bewegen in een richting die dichter ligt bij zijn geografische oorsprong met als gevolg een gezonder voedingspatroon met een lagere voetafdruk.

Om deze beweging meer kracht bij te zetten en een duidelijker antwoord te hebben op de huidige voedselproblematiek, met name waar die zijn oorsprong vindt in consumptiegedrag, is rond Dutch Cuisine een Green deal geformeerd. Hierbij werken overheden, bedrijfsleven en NGO's samen.

De naam van deze green deal is 'Verduurzaming Nederlandse voedselconsumptie' en ook hier is het gedachtegoed van Dutch cuisine leidend. Dutch cuisine wordt in potentie een invloed en uitstraling toegedicht die, met de chef als boodschapper en via de menukaart, de consument positief kan beïnvloeden in zijn eetgedrag. Dit onbewuste consumentengedrag en de invloed erop is een belangrijke aanleiding geweest voor het formeren van de green deal.

Een eerste pilotproject onder deze green deal is
'Nieuwe eiwitten op de menukaart'.

Met deze pilot toetsen we bovenstaande aannames aan de praktijk. Dit rapport is van deze pilot een samenvatting/reflectie.

1.2 Feiten

Opdrachtgevers:

Ministerie van Infrastructuur en milieu
Gemeente Amsterdam

Uitgevoerd door:

Crem (onderzoek)
Bas Cloo (namens Dutch cuisine)(coördinatie)
Mattmo (communicatie)

Financiering:

Ministerie van Infrastructuur en milieu (fase 1- onderzoekstraject)
Gemeente Amsterdam (fase 2 - uitvoering)

Looptijd:

Voortraject/onderzoek- November 2015/Maart 2016
Uitvoering (beoogd) April- Mei 2016

Participanten:

Sligro Foodgroup
Albron
Gemeente Amsterdam
Natuur en Milieu
Ministerie v Milieu en Infrastructuur
Dutch Cuisine
Mattmo
Crem

Locaties:

Cordaan
De Buren
Rest Bolenius
Elements
The Edge (Albron)
ROC Amsterdam

1.3 Doel van de pilot

Uitvoering van een pilot in de regio Amsterdam om in de praktijk ervaring op te doen met de wijze waarop de consumptie van een aantal geselecteerde duurzame eiwitten 'via de menukaart' kan worden gestimuleerd.

- Onderzoek naar potentie van nieuwe eiwitten als alternatief voor traditioneel vlees/vis op de menukaart van Horeca/catering.
- Onderzoek naar ontvankelijkheid van zowel consument als chef/keukenmedewerker om te werken met de nieuwe eiwitten.
- Het onderzoeken van de bereidwilligheid en het enthousiasme van de gast.
- Het onder de aandacht brengen van de beweging Dutch Cuisine en zijn gedachtegoed
- In kaart brengen van moeilijkheden en mogelijkheden die landelijke opschaling met zich mee brengt

1.4 Aanpak.

Hoe wat waar (de vooraf geformuleerde vragen en uitgangspunten)

hoe?:

menukaart: twee opties

- Gerechten op basis van producten uit de shortlist herkenbaar als de gerechten op de menukaart zetten zonder verdere aanprijzing van bedienend personeel.
Bijhouden in hoeverre gerechten besteld worden ten opzichte van overige op de menukaart.
- Gerechten explicieter onder de aandacht brengen van het publiek.
Onderbouwd met storytelling rondom het hoe en waarom, duurzaamheidsaspecten, DC, de green deal enz enz

Onderwijs:

- In gastlessen via t Roc a'dam (zie verderop) en samenwerking tussen docenten gastchefs uit de betrokken horecagelegenheden of DC chefs.

Retail

- Producten van de shortlist opnemen in het assortiment. Verstrekken van achtergrondgegevens over die producten maar ook betreffende de pilot zelf en DC in het algemeen.

wat?

- Om inzicht te krijgen in de belangstelling, reacties en acceptatie van het publiek en zodoende een schatting te kunnen maken van de volumes die nodig zijn bij landelijke opschaling moeten de reacties gemeten worden. Kunnen we gasten vragen om reacties op het gebodene in bijv een enqueteformulier kenbaar te maken en hoe zou zo'n enquete vormgegeven kunnen worden?

waar?

- een vijftal horecagelegenheden van verschillende niveaus en signatuur
- zorgcentrum
- roc
- retailer
- horeca (2x)

2. Identificatie nieuwe eiwitten

2.1 Longlist (working copy), 4 september 2015
(tot stand gekomen door inbreng van de werkgroep en op basis van bestaande studies)

Vis

Voorgesteld door de Nederlandse Vissersbond:

1. Tong (MSC certificaat),
2. Schol (MSC certificaat), (Hoogste populatie sinds 1957)
3. Ensis (Scheermesjes)
4. Langoustines
5. Andere vissen die de Vissersbond voorstelde: Schar, Heilbot, Tarbot en Griet

Vissen die de North Sea Chefs als zijnde bijvangst serveren:

6. Schelvis, ,
7. Tongschar, ,
8. Heek
9. Harder

Invasieve soorten

10. Noordamerikaanse rivierkreeft
11. Japanse oesters (Waddenzee)

Algen

12. Micro-algen
13. Macro algen (Zeewierden): bijvoorbeeld kombu/kelk, hiziki, zeespaghetti, roodwierden (dulse) en blauwgroenwierden (zeesla, wakame)

Peulvruchten

14. Blauwe Lupine
15. Nederlandse peulvruchten: Bruine bonen, gele bonen, kapucijners, grauwe erwten of rozijnerwten, spliterwten, kievietsbonen, kapucijners

Noten

16. Walnoten

Wild

17. Wilde gans (vlees en/of eieren)

'Overschotten' veeteelt

18. Bokjesvlees
19. Leghaantjes

2.2 Shortlist

Zie bijlage 1 (duurzaamheidsanalyse eiwitten)

1. Amerikaanse rivierkreeft
2. Leghaantjes
3. Boekweit
4. Hollandse bonen
5. Noordezeewier

Algemeen

Bij de keuze van de shortlist zijn de volgende criteria gehanteerd:

- De in bijlage 1 geformuleerde duurzaamheidscriteria.
- Product moet een relatie hebben met de Nederlandse culinaire historie (in consumptie ofwel geografisch/agrarisch opzicht) of de potentie om dat te krijgen.
- Culinair uitdagend en interessant zodat het leuk voor koks is om mee te werken.
- Passend binnen de Nederlandse eetcultuur zodat de gast en consument het zonder heel veel grenzen te hoeven verleggen, zal bestellen. (Om deze reden valt bijvoorbeeld een productgroep als insecten af).
- Door alle deelnemers als geschikt bevonden worden.
- Passend binnen de kaders van Dutch Cuisine.

De Amerikaanse rivierkreeft

- De populatie van deze invasieve exoot groeit snel. Dit heeft allerlei negatieve gevolgen voor omgeving en biodiversiteit.
De Amerikaanse rivierkreeft graaft holen in wallenkanten en woelt de bodem om op zoek naar voedsel. Door dit omwoelen worden sloten steeds minder helder en bevat het water minder zuurstof wat voor de biodiversiteit veel negatieve gevolgen heeft.
(Er zijn gevallen bekend waarbij drinkende koeien te water raken doordat wallenkanten hen niet kunnen dragen agv het ondergraven door de rivierkreeft).
De enige natuurlijke vijand is de reiger.
Culinair gezien is dit een bijzonder interessant product. Mooi van smaak en groter van formaat dan de inheemse soort. Het past daarnaast mooi binnen het idee dat we onze plagen beter kunnen opeten als we er toch van af moeten ihkv het behoud van onze biodiversiteit.
 - Voor specificaties zie bijlage 1.
 - Zie ook: de shortlist populistisch gesteld (bijlage 2)

Het leghaantje

- Per jaar worden er alleen in Nederland 30 miljoen leghaantjes vernietigd om de eenvoudige reden dat haantjes geen eieren leggen. Bovendien zijn ze als soort niet doorgefokt om zoveel mogelijk vlees te produceren per exemplaar en dus draaien we ze door een shredder.
Dutch cuisine gebruikt het podium van deze pilot graag voor het onder de aandacht brengen van deze misstand. Bovendien is het vlees van haantjes van prima kwaliteit en is er al wat belangstelling voor aan het ontstaan. Dit maakt met name de logistieke problemen (hoe krijgen we de haantjes bij de locaties) beter behapbaar.
 - Voor specificaties zie bijlage 1.
 - Zie ook: de shortlist populistisch gesteld (bijlage2)

Boekweit

- Boekweit werd tot halverwege de twintigste eeuw veel geteeld in Nederland maar is als soort kwetsbaar en bijna geheel verdwenen uit het Nederlands agrarisch aureaal.
Boekweit is geen graan en bevat dus geen gluten maar heeft in beperkte mate vergelijkbare eigenschappen. Interessant ivm de problematiek rond het stijgend aantal mensen dat een intolerantie tav gluten vertoont.
Daarnaast is het voor de mens zeer voedzaam, kan het bij uitstek dienen als bodemverbeteraar (arme en uitgeputte landbouwgrond revitaliseren) en tenslotte zijn bijen er verzot op en kan het als zodanig bijdragen aan de verbetering van de bijenstand.
Culinair is boekweit bekend als ingrediënt van een typisch Nederlands product als balkenbrij maar voor een veelvoud aan bereidingen geschikt. Smaakkenmerk is licht bitter en zeer herkenbaar.
Tijd voor een herwaardering van dit oeroude 'pseudograan'.
 - Voor specificaties zie bijlage 1.
 - Zie ook: de shortlist populistisch gesteld (bijlage2)

Hollandse bonen

- De consumptie van bonen staat in Nederland op een zeer laag pitje. Toch worden er hier op kleine schaal een aantal soorten geproduceerd die heel bijzonder van smaak zijn en meer van onze culinaire aandacht verdienen. Qua voedingswaarde, minimale milieudruk bij productie, houdbaarheid en specifieke eigenschappen als vervanger van de traditionele eiwitten is er nauwelijks een product dat hoger scoort. Daarnaast zijn een aantal peulvruchten (kapucijners, erwten) nog steeds als zeer traditioneel Nederlands aan te merken.
Dat 2016 door de WHO als het jaar van de boon is benoemd mag niet onvermeld blijven.
 - Voor specificaties zie bijlage 1.
 - Zie ook: de shortlist populistisch gesteld (bijlage2)

Zeewier

- Nederland kent geen traditie in het gebruik van zeewier als direct voedingsmiddel.

Toch is zeewier in potentie een enorme bron als vervanger van de traditonale eiwitten.

De ligging aan de noordzee maakt het ook geografisch mogelijk en interessant om de humane consumptie ervan verder te stimuleren. Recent zijn er een aantal ontwikkelingen te melden waarbij het 'kweken' van zeewier in grote velden langs de Nederlandse kust aangelegd worden. Met name gebieden waar windmolenparken aangelegd zijn komen in aanmerking voor het aanleggen van zulke parken.

Als culinair product zijn er vanuit de Aziatische keukens tal van toepassingen die als voorbeeld kunnen dienen en waarbij ook de enorme diversiteit opvalt.

In gedroogde vorm is zeewier bijzonder goed houdbaar zonder daarbij zijn voedingswaarde te verliezen.

3. Pilots

3.1 Selectiecriteria locaties

Bij de selectieprocedure van de diverse locaties zijn de volgende criteria gehanteerd.

- Diversiteit: we wilden graag op sterk verschillende locaties pilotten hoe de reacties van de gast en die van de chefkok zou zijn
- Binnen de Amsterdamse gemeente
- Bij voorkeur afnemend bij Sligro food group ivm logistiek
- Enthousiasme> vanuit de wetenschap dat er nogal wat geest zou worden van de deelnemers was het van belang dat diegenen die er verantwoordelijk voor zou worden begaan was met de materie.

3.2 Geselecteerde locaties

- **Roc amsterdam**

Om de start van het project ruchtbaarheid te geven is er een kick-off georganiseerd waarbij op het Roc Amsterdam door wethouder Choho en een sterklas van het ROC, gerechten zijn bereid op basis van één of meer van de vijf eiwitten. Deze zijn uiteindelijk beoordeeld door een ROC docent en Dutch Cuisine chef Bas Cloo op hun DC waardigheid, originaliteit en vakmanschap.

Hier is in de Amsterdamse media wel enige aandacht aan gegeven.

Het enthousiasme en de vaak verrassende en goede gerechtjes wareneen duidelijke aanwijzing dat er op het ROC Amsterdam al veel aandacht wordt geschonken aan Dutch Cuisine en men het belang van ervan in het Nederlands koksonderwijs in algemene zin op juiste waarde schat.



Nieuwe eiwitten op de menukaart
Bekijk de [online versie](#)

Nieuwsbrief Duurzaam Amsterdam maart 2016



Pilot met nieuwe eiwitten op de menukaart

Op vrijdag 18 maart heeft wethouder Choho het startsein gegeven voor het project Nieuwe eiwitten op de menukaart. Twee maanden lang serveren vijf horecalocaties in Amsterdam eiwitten die duurzamer en diervriendelijker zijn dan de traditionele eiwitten. Het project is onderdeel van de Green Deal Verduurzamen Voedselconsumptie van Dutch Cuisine, een samenwerkingsverband van 15 nationale en gemeentelijke overheden, bedrijven en maatschappelijke organisaties.

> [Lees meer](#)

- **Restaurant Bolenius**

In zijn functie als Dutch Cuisine vlaggenschiprestaurant houdt Restaurant Bolenius chef Luc Kusters zich dagelijks bezig met het koken met een aantal van de nieuwe eiwitten. Zijn beoordeling van de vijf nieuwe eiwitten geeft een inkijk in de enorm hoge kwaliteitseisen die men op dit culinair niveau hanteert. Als hoeder van zijn eigen signatuur (die in het geval van Luc Kusters nauw verweven is met het Dutch Cuisine gedachtegoed, niet verwonderlijk want hij is één van de oprichters) gaf Luc te kennen niet bereid te zijn om zijn gasten te belasten met inhoudelijke vragen en meningen anders dan die hij altijd al pleegt te stellen.

In die zin is het functioneren binnen deze pilot nogal paradoxaal. Omwille van het voor het voetlicht brengen van het DC gedachtegoed en het werken met nieuwe eiwitten alsmede voor het op termijn bekend maken van 'de maatschappij' met deze producten is het van belang dat er door chefs van dit kaliber veelvuldig met nieuwe eiwitten gewerkt wordt.

Voor het pur sang functioneren binnen een pilot met een aantal vaste werkwijzen is de eigenzinnigheid van sterrenchefs wellicht lastig maar ook hier geldt: dit is een waardevolle conclusie die getrokken kan worden nav deze pilot.

- **De Buren**

Het Amsterdams gemeenterestaurant op de locatie Stadstimmertuin werd tijdens de opstart van de pilot geconfronteerd met de overgang naar een ander moederbedrijf. Hoewel men in eerste instantie zeer enthousiast reageerde op deelname bleek dit toch teveel gevraagd op dat moment. Helaas duurde het een tijd voor dit besluit definitief genomen werd. De Buren werkt met een concept waarbij de feitelijke bemanning van het restaurant wordt ingevuld door mensen met afstand tot de arbeidsmarkt. Degene die belast is met het aansturen van deze mensen zag geen mogelijkheid om dit proces icm het meedoen met de pilot en een verhuizing in goede banen te leiden. Onder druk van de gemeente Amsterdam die zijn eigen locatie-inbreng hiermee in gevaar zag komen is er eind juni alsnog begonnen met het werken met de eiwitten.

Uitkomsten hiervan zijn teleurstellend maar ook relatief.

In een evaluerend gesprek kwamen een aantal algemene zaken naar voren:

In bedrijfsrestaurant de Buren worden voornamelijk tosti's en broodjes verkocht. Daarnaast is er één soort soep die goed verkoopt en zijn pogingen om vaker variatie aan te brengen in de menukaart niet goed ontvangen.

Feitelijk worden er hier louter broodjes, tosti's en soep verkocht.

De vraag is of personeel dat niet of nauwelijks geschoold is en bovendien in een reïntegratietraject werkt, voldoende inhoudelijk op de hoogte is om een gast te overtuigen om van zijn vaste gewoonte af te stappen.

Tijdens de pilot is er nauwelijks met het communicatiemateriaal gewerkt en is er precies 1 enquête ingevuld.

Een illustratief voorbeeld is het volgende:

Eén van de recepten was een zeer eenvoudige bonenboter (een boterachtig smeersel op basis van witte boontjes) als vervanger voor de gewone boter. Op mijn vraag achteraf of hier ook geen belangstelling voor was luidde het antwoord dat men nooit boter smeert op de broodjes en als er aan de gast werd gevraagd of hij bonenboter op zijn broodje wilde hier dus ook niet op ingegaan werd.

- **Albron. Locatie the edge, het bedrijfsrestaurant van Deloitte**

De aanpak op een locatie als deze, zijnde een onderdeel van een grote cateraar is meer planmatig.

Een keukenteam heeft vantevoren een aantal gerechten ontwikkeld die binnen het locatieconcept passen maar wel gebaseerd zijn op de nieuwe eiwitten.

Gedurende twee maanden zijn deze per tourbeurt op de menukaart gezet en dankzij een geavanceerd kassasysteem geregistreerd op afname.

De communicatiemiddelen zijn goed ingezet zodat de gast goed op de hoogte was van het hoe en waarom van deze actie.

Er is flink afgenomen van de diverse gerechten en zeer positief op gereageerd.

Voor wat betreft de motivatie viel het op dat veel gasten gezondheid als reden opgaven voor hun gemaakte keuze en zij bovendien te kennen gaven het artikel vaker te zullen bestellen mocht dat in het aanbod zitten.

In najaar/winter 2016 doet DC opnieuw een actie ism Albron, ditmaal met typische DC gerechtjes waarbij er ook op de vaste menukaart (dus gedurende langere tijd) een duidelijkere Dutch cuisine signatuur doorgevoerd wordt.

Aantallen verkochte artikelen in Week 1

327990 - Frisse boekweitsalade (Dutch cuisine)	102	102
327994 - Zeewiersalade met boewitnoedels (Dutch cuisine)	160	160
327992 - Haantje met trapist (Dutch cuisine)	32	32
327991 - Haantje met Port (Dutch cuisine)	39	39
327985 - Lijnzaadbol pulled haantje (Dutch cuisine)	48	48
327979 - Bloemkooltaartje Boekweit (Dutch cuisine)	37	37
327996 - Takaki van rund met zeewier (Dutch cuisine)	25	25

- **Cordaan zorgcentrum Buitenveldert**
Doelgroep hulpbehoevenden en bejaarden.

Bij Cordaan locatie Buitenveldert wordt nog ter plekke gekookt. Men is actief en vooruitstrevend in zijn voedingsbeleid en onderkent het belang van goede/ vers bereide voeding voor de cliënten.

De gast is over het algemeen wel erg traditioneel ingesteld en hecht in hoge mate aan herkenbare maaltijden wat een belangrijk feit is in de beoordeling van de reacties.

(integrale overgenomen reactie)

- Er is gekookt met bonen, zeewier en boekweit. Leghaantjes waren niet mogelijk omdat Sligro, ondanks eerdere toezeggingen, deze niet opnamen in hun assortiment. De kreeftjes waren te duur en te bewerkelijk.
- De bonen, zeewier en boekweit zijn geleverd door een bedrijf, Miedema, die deze producten van Nederlandse bodem kon leveren
- Gedurende twee maanden is er een paar keer per week gekookt met deze producten
- De producten zijn verwerkt in de reguliere bereiding van de diverse componenten
- De bonen zijn verwerkt in soep, blote billen in groen (weer terug op het menu!) en salades
- Zeewier verwerkt in de soep, sauzen en in de bami gerechten
- Rekening gehouden met de cliënten groep, de vliesjes die vrijkwamen bij bereiding kievitsbonen er uitgehaald
- Toevoeging van de nieuwe eiwitten geeft de mogelijkheid om voor onze cliënten extra eiwitten te bereiden
- Vervanging van de reguliere vleesproducten is niet aan de orde geweest gezien de wat conservatieve eetgewoontes van onze huidige doelgroep
- Er zijn, helaas, geen enquêtes gehouden onder de gebruikers van de maaltijden, er zijn geen klachten gekomen en er was ook geen waste. Maw de mensen hebben de maaltijd als lekker ervaren
- De receptuur die je hebt aangeleverd was een welkome bijdrage op de standaard gerechten en zijn ook gebruikt
- En last but not least: Ahmed (de chef) vond het leuk om met deze producten te werken had graag met nog meerdere nieuwe eiwitten willen experimenteren.

Note:

Het in rood gedrukte punt is terloops gesteld temidden van de overige punten maar benadrukt een heel belangrijke motivatie om juist bij deze doelgroep beter na te denken over het gebruik en de potentie van (een aantal) van de nieuwe eiwitten.

3.3 De toeleveranciers:

De Horeca en met name de toeleveringskanalen zijn ingericht op het gebruik van traditionele producten. Met name de catering/ grootkeuken maakt gebruik van een zeer beperkt assortiment. De gespecialiseerde keukens hebben vaak kleinere leveranciers die makkelijker aan specifieke vragen kunnen voldoen.

Om producten die nog niet of weinig gebruikt worden, deze kringloop in te krijgen gaat gepaard met lastige logistieke vraagstukken.

De participatie van Sligro als leverancier en binnen deze pilot als de aangewezen partij om dit vraagstuk mede te helpen oplossen, is hiervan een goed voorbeeld. Het bleek voor hen uiteindelijk niet haalbaar om mee te gaan in een korte periode van het kleinschalig toeleveren van een beperkt aantal locaties waarvan er enkele nota bene vaste afnemers zijn van Sligro. Dit is bepaald geen verwijt maar wel een relevant feit. Het spagaat is evident en cruciaal voor het totale vraagstuk of en hoe nieuwe eiwitten verkrijgbaar zijn voor Horeca/catering.

Producenten:

Gesteld kan worden dat producenten vanuit het enthousiasme en de liefde voor hun product in veel gevallen bereid zijn om grote extra stappen te zetten om hun product afgenomen te krijgen binnen de Horeca. Desondanks is het ook daar vaak lastig schakelen. Eén van de uitgangspunten van de pilot was om juist een diversiteit aan locaties te betrekken. Die keuze bleek even complicerend als verhelderend tav het vraagstuk. De behoeftes in soorten en hoeveelheden producten alsmede de frequentie van beleving maakte het onmogelijk een blauwdruk en eensluidende manier van werken voor deze pilot te maken. Vantevoren was al gesteld dat maatwerk het devies zou zijn en deze inschatting bleek zeer juist, de consequenties ervan, echter misschien niet altijd door eenieder op juiste waarde ingeschat.

3.4 Specifieke Barrières per producent/eiwit

1. Nederlands peulvruchten: Citroenbonen, Kievitsbonen enz.

Smak peulvruchten in Lutfewinkel

Barrières:

Logistiek niet via bestaande leveranciers. Is uiteindelijk via Miedema geleverd.

Ook volume zou een probleem kunnen zijn via smak.

Misschien goed om voor de opschaling op zoek te gaan naar andere leveranciers.



2. Hollands leghaantje

Ruud Zanders Thomas van Meel, Michael Ruig

Er was goed contact met Ruud Zanders hij wilde graag meedenken met de pilot.

Barrières:

Er waren voldoende afzetkanalen alleen werd aangegeven door zowel de leveranciers (Sligro) als de locaties de (inkoop) prijs te hoog vonden. Bolenius gaf aan dat de kwaliteit niet voldoende was. Uiteindelijk heeft de Edge het als enige op de kaart gezet en daar waren positieve reacties op. Volume zou op termijn een probleem kunnen zijn.

Het verhaal van de leghaantjes blijkt wel moeilijk te communiceren. Hier werd ook op een online forum kritisch over gesproken. Het ging hier vooral over de duurzaamheidsimpact per gram kippenvlees. Toch past het mijn inziens wel in het duurzaamheid dat er minder kip wordt geconsumeerd voor een hogere prijs vooral omdat het haantje ook alleen wordt gevoed met lokale granen. Toch kan het leghaantje ook rond dierenwelzijn een controversieel eiwitbron zijn.



3. Macro en micro algen:

Zeespaghetti via Seamore (uit Ierland), burgers via Dutch Weedburger, Kelp en Zeesla via Zeewaar.

Er was erg leuk contact met de verschillende zeewier producenten en zij wilden graag actief meewerken en meedenken met de pilot.

Barrières

Er waren voldoende afzetkanalen (alleen niet via Sligro). Hierbij is van belang dat voor dit project alleen de Nederlandse en eventueel Europese zeewier in de pilot zou worden gebruikt.

De inkoopprijs van de Nederlandse zeewier van zeewaar en de Dutch Weedburger werd als hoog ervaren. Bij de Edge is er zeewier uit het assortiment van Sligro gebruikt. Dit is zeewier kwam uit Azië en er was niets bekend over de duurzaamheid van de kweekmethode.

Opschaling zou wel mogelijk zijn.



4. In Nederland geteelde boekweit

Boerderij Bijlsma in Nieuw Venneep

Barrières

In Nederland wordt er alleen op hele kleine schaal in proefopstellingen boekweit geteeld. Dit is vanuit de biologische boederijen opgezet. Er zijn plannen om in Nederland op grotere schaal dit te gaan doen. Omdat er nog geen Nederlandse Boekweit voorradig is hadden we gekozen om biologische boekweit uit de EU te gebruiken. Dit is goed te verkrijgen alleen niet via Sligro. Sligro heeft niet biologische boekweit geleverd. Er was verder geen informatie beschikbaar over de productiemethode.

De mogelijkheden voor opschaling zijn nu nog onduidelijk



5.Noord Amerikaanse rivierkreeft

Visserij Blokland in het Groen Hart

Ondanks het enthousiasme van de heer Blokland bleek het erg moeilijk te zijn om de rivierkreeften in op de menukaart te zetten. Veel van de afzetkanalen/leveranciers die hij noemt op de website leveren in de praktijk niet en als ze dat wel doen dan is de prijs enorm hoog. Qua seizoen (april/mei) was het een ideale tijd voor de rivierkreeften vangst maar desondanks was er toch maar weinig aanbod. Volgens de heer Blokland is er echter een onuitputtelijk hoeveelheid rivierkreeften te vangen alleen moet je er wel de mankracht voor hebben. Ook ondervond hij veel last van EU en provinciaal wet en regelgeving

Barrières:

Voor de Noord Amerikaanse rivierkreeft waren er barrières op het gebied van wet en regelgeving, voedselveiligheid, prijs, logistiek en afzetkanalen, volume en continuïteit.

Opschaling zou mogelijk zijn mits er meer afzetkanalen kwamen.



4. Resultaten

Op basis van de vooraf geformuleerde vragen/ stellingen (zie 1.3 doel van de pilot)

Vraag/stelling: Onderzoek naar potentie van nieuwe eiwitten als alternatief voor traditioneel vlees/vis op de menukaart van Horeca/catering.

Ondanks het feit dat we ons beperkt hebben tot vijf nieuwe eiwitten is het aanbod en zijn de mogelijkheden er mee te werken in de keuken eindeloos. Er is een behoorlijk aantal en diversiteit aan gasten bereikt. Reacties geven aan dat met inzet van de juiste middelen en toegespitst op de doelgroep de potentie van nieuwe eiwitten enorm is.

Vraag/stelling: Onderzoek naar ontvankelijkheid van de chef/keukenmedewerker om te werken met de nieuwe eiwitten.

Doorslaggevend is in hoeverre het werken met de nieuwe eiwitten 'passend' wordt aangeboden en het nut en zelfs maatschappelijk belang begrepen wordt.

Logischerwijs is er een enorm verschil in hoe een 'sterrenchef' reageert of de chef van een zorgcentrum.

Voor een ambachtelijk werkende kok zal het eerder een uitdaging zijn die enthousiasmeert terwijl een kok die meer gewend is te werken vanuit een standaard, in een keuken die meer gericht is op productie, erg gebaat is bij gemak.

De diversiteit aan nieuwe eiwitten en hun gebruik beantwoord hier in ruime mate aan.

Vraag/ stelling: Onderzoek naar de bereidwilligheid en het enthousiasme van de gast.

Met name in zorgcentrum Cordaan en Albron's 'The edge' zijn feitelijke reacties gepeild. Zonder uitzondering waren deze positief en reageerde men positief op de vraag of het gerecht opnieuw gekozen zou worden.

Doelstelling: Het onder de aandacht brengen van de beweging Dutch Cuisine en zijn gedachtegoed.

Voor de directe branding van Dutch cuisine is meer nodig dan we in deze pilot hebben kunnen doen. De gast/consument is in de eerste plaats geïnteresseerd in het product en het directe verhaal ervan. Dat de beweging Dutch Cuisine van dit project de initiator is is in mindere mate belangrijk voor hem/haar.

Het gedachtegoed van Dutch Cuisine is (middels de vijf pijlers en de 80/20% norm) wel iets wat direct verbonden is aan nieuwe eiwitten en is als zodanig direct onder de aandacht van de gast/consument gebracht.

5. Conclusies en aanbevelingen:

Er is door diverse partijen een enorme hoeveelheid energie gestoken in het op de rit krijgen van de pilot. Je zou kunnen stellen dat we aangestoken door ons eigen enthousiasme onderschat hebben welke complicaties zich kunnen voordoen in een dergelijk traject en hoe afhankelijk je daarin bent van de persoonlijke energie die betrokkenen (waaronder wijzelf) aanwenden. Wat ook hier geldt is dat de lessen en conclusies zeer belangrijk zijn in hoe we thans met projecten die uit deze pilot zijn (of gaan) voortvloei(d)(en) omgaan.

- Onderschat is hoe belangrijk het is om van tevoren een zo exact mogelijk profiel van de gemiddelde gast op een locatie te krijgen om zo per locatie tot een exactere vergelijking te komen. We hadden een betere nulmeting moeten doen.
- We hebben ons van tevoren afgevraagd of het slim was juist zulke uiteenlopende locaties in de pilot te betrekken. Gebaseerd op deze pilot denk ik toch dat we kunnen stellen dat we op deze manier niet alleen inzicht in het klantgedrag hebben gekregen maar ook conclusies kunnen trekken ten aanzien van de kennis die er vereist wordt van het personeel om de gasten te motiveren/verleiden dmv inhoudelijke informatie. Dit kan wel degelijk meewegen bij bepalen van locaties in een vervolgtraject.
- Bevestigd is mijn idee dat je bij chefs uit het hoge segment niet moet aankomen met recepten en folder-achtig materiaal. Het benaderen vanuit eetcultuur en met name het onder de aandacht brengen van kwalitatief hoogwaardige en zeer bijzondere/onderscheidende producten is een betere optie
- Een actievere begeleiding en of uitgebreidere briefing voor de deelnemende locaties en producenten voorafgaand aan de start van de pilot is m.i. aanbevelenswaardig.
- Er is een hoop tijd verloren gegaan met het zoeken naar een retailer die met één of meer locaties zou kunnen participeren in deze pilot. Je kan achteraf stellen dat de relevantie van het participeren van een retailer pas aanwezig is op het moment dat er op grotere schaal gewerkt wordt met nieuwe eiwitten. Maw ik vermoed dat er van de beoogde cross-selling pas sprake zou zijn als het aantal gasten en bezoekers van zowel de

restaurants/catering-locaties als de retailer zelf hoger is en er inderdaad een zinvolle synergie ontstaat omdat bezoekers op uiteenlopende locaties met de nieuwe eiwitten in aanraking komen.

Ik ben er overigens nog steeds van overtuigd dat, wil het werken met en consumeren van de nieuwe eiwitten beklijven bij een grotere groep, cross-selling een primaire voorwaarde is.

- Communicatie is de crux.
Het grote verschil tussen de gastreacties is iig gedeeltelijk te verklaren door de mogelijkheid om via het communicatiemateriaal maar vooral via de medewerker<>gast te vertellen over het hoe en waarom van deze producten.
- Het succesvol laten groeien van regionale, korte voedselketens rond eiwitten vereist dat alle betrokkenen anders gaan handelen. Er is bij alle betrokken partijen een bewustwording nodig van de transitie die hiervoor noodzakelijk is. Bestaande gewoonten en het functioneren van instituties en bedrijven moeten doorbroken worden en systemen moeten worden veranderd. Dit vraagt een inspanning van alle betrokken: producenten, leveranciers , afnemers, consumenten.
- Dit is tijdens de pilot ook zeker gebleken. Het lijkt makkelijk om 5 eiwitten voor een korte periode op 5 menukaarten te krijgen in Amsterdam maar niets is minder waar. Dit is uit de pilot in iedere schakel van de keten iedere keer weer gebleken.
- De communicatie rond de eiwitten was leuk en inhoudelijk. Wat we nu niet hebben gedaan maar misschien in de toekomst wel leuk is om de producten naast smaak en kwaliteit ook te positioneren aan de hand van unieke verhalen van ondernemers. Laat de onderscheidende kenmerken van de regio – de Unique Selling Points – het verhaal ondersteunen.
- Het was mijns inziens wellicht beter geweest om voor de pilot eerst te kijken na het aanbod in de directe omgeving van Amsterdam. De pilot was wellicht succesvoller impactvoller geweest als de lokale regionale eiwitketens de focus waren. Achteraf was het goed geweest om naar locaties te zoeken die hier actief aan mee willen werken.

6. Een vooruitblik

(Waar heeft het project indirect toe geleid en waar wordt de verkregen kennis voor gebruikt?)

- Algemeen
 - Samenwerking met “croqueterie De Heeren van Loosdrecht”
 - Regionale Matchmaking
 - Samenwerkingin Green Protein Alliance
-
- **Algemeen**

In de voortgang voedselagenda voor veilig,- gezond,- en duurzaam voedsel van EZ (nov 2016) wordt DC een specifieke rol toebedeeld.

"In de horeca en catering wordt ook een belangrijke bijdrage geleverd om meer gezondere en duurzamere keuzes aan te bieden. Initiatieven als Dutch Cuisine en de stichting Variatie in de Keuken laten zien wat mogelijk is om het menu in de horeca gezonder en duurzamer te maken, onder andere meer groenten op het bord, kleinere porties, minder vlees en minder zoute, vette en zoete gerechten. Het belang van een gezonder aanbod in horeca en catering is groot, wij sporen deze partijen aan deze inzet door te zetten. Samen met de stichting Dutch Cuisine willen wij vanuit de Voedselagenda de beweging naar gezondere menu's in catering en horeca stimuleren en de uitvoering van de Green Deal Verduurzaming Voedselconsumptie versterken, onder meer door ondersteuning bij het opzetten en uitvoeren van een aantal specifieke projecten."

Met bovenstaande bericht wordt bevestigd dat, waar door Dutch Cuisine de afgelopen jaren op is ingezet, een serieuze beweging is met een gedachtegoed dat het waard is om in overheidsbeleid verankerd te zijn.

Met diverse beleidslijnen in onderwijs, zorg, catering en Horeca. Toevallig of niet, maar dit zijn de vier sectoren waarin gepilot is en waar Dutch Cuisine zich voor het eerst buiten de vergaderzaal liet zien. Daar waar ze voor bedoeld is: in uiteenlopende keukens, in het onderwijs en in de zorg en uiteindelijk: op het bord!

- **Samenwerking met “Croqueterie De Heeren van Loosdrecht”**

Tijdens de pilot is contact gelegd met De Heeren van Loosdrecht (<http://heerenvanloosdrecht.nl>) om te zoeken naar mogelijkheden om op grotere schaal kroketjes met Amerikaanse rivierkreeft te laten produceren. Een probleem van het werken met deze kreeftjes is dat er in het hoogseizoen heel veel zijn en in het laagseizoen weinig. Door ze te verwerken in tijden van genoeg aanbod ondervang je deze fluctuatie. De periode van de pilot bleek te kort te zijn om dit goed te organiseren maar inmiddels is er uitgebreid onderzocht hoe de mogelijkheden en kansen liggen en gebaseerd daarop definitief besloten om kroketjes te gaan maken op basis van Amerikaanse rivierkreeften. De ontwikkeling gebeurt door Dutch Cuisine. Het pellen gaat door “Greenfox” gedaan worden. Dit is een organisatie die zich toelegt op het pellen van garnalen op Nederlandse bodem waarbij mensen met afstand tot de arbeidsmarkt aan een begeleid werktraject kunnen deelnemen.

We verwachten in het voorjaar 2017 de eerste doosjes in de schappen!

- **Regionale matchmaking**

Regionale matchmaking is één van de twee richtingen die onder de Green deal vlag verder uitgewerkt gaat worden. Hierbij zetten we er op in om bijzondere, regionale producten makkelijker bereikbaar te maken voor de Horeca. Daartoe werken we samen met diverse koepelorganisaties en proberen we de diverse bestaande initiatieven in een groter geheel te laten opereren.

Hoewel de laatste stap in de pilot die van het directe klantencontact is geweest is de zoektocht naar producenten en de samenwerking ermee van groot belang in de manier waarop we naar regionale matchmaking kijken.

- **Green protein alliance**

Vanaf najaar 2017 wordt er in toenemende mate samenwerking gezocht met deze organisatie. Waar Dc zich richt op de ‘out of home’ sector, is GPA gefocust op de maaltijdboxen, de thuiskok en het inbrengen alternatieven op basis van plantaardige eiwitten. Enkele van deze plantaardige eiwitten zoals peulvruchten en boekweit zijn niet toevallig onderdeel van de ‘fab five’. Onderzoeken wijzen dezelfde richting uit: Het gebruik van meer plantaardige ten faveure van dierlijke eiwitten is profijtelijk voor mens, dier en planeet.

Bijlage 1
(zie digitale versie)



Bijlage 2

De Shortlist populistisch samengevat (zoals gepresenteerd op een aantal pilotlocaties)



De shortlist populistisch samengevat

Zeewier:

Zeewier speelt in de Nederlandse culinaire traditie geen enkele rol en is in die zin geen typisch DC product. Dat is eigenlijk best vreemd en het wordt om meerdere redenen tijd om hierin verandering te gaan brengen. Zeewier is waanzinnig lekker, divers, goedkoop, ontzettend gezond en hartstikke duurzaam.

Als culinaire grondstof zijn de toepassingen zeer divers. Gestoomd, geroosterd, gedroogd, gefrituurd, gebakken, gestoomd maar ook rauw kan het heel lekker zijn.

Er zijn trouwens plannen om in giga bassins voor de kust, zeewier te gaan telen en dit aan te wenden als biobrandstof. Multifunctioneel spulletje kunnen we stellen, maar als wij van DC zouden moeten kiezen tussen energie of eten.... liever een <http://dutchweedburger.com/de-burger/> Dutch weed burger in het donker dan honger lijden met de verlichting aan.

Voor verdere info

Boek: Groente uit zee

Site: <http://www.zeewierwijzer.nl/zeewier-voeding/het-eten.html>

Amerikaanse rivierkreeft

Dit is een zogenaamde invasieve exoot. Lastig beest. Waarschijnlijk in Nederland terechtgekomen via Duitsland waar ze meer dan een eeuw geleden als consumptiekreeftje geïmporteerd werden. Ze hebben er de tijd voor genomen om zich hier thuis te gaan voelen maar dat is inmiddels meer dan uitstekend gelukt. Het probleem is in dit geval dat deze kreeftjes een andere manier van voeden hebben. Ze woelen meer in de bodem en graven complete tunnels waarbij ze slootkanten kapot maken. Bovendien maken ze zo het water troebel waardoor er minder licht doordringt wat natuurlijk weer zijn negatieve gevolgen heeft voor andere organismen.

Het, op één na , belangrijkste feit>> ze planten zich als een razende voort en lopen bij vochtig weer zelfs al over straat in Amsterdam.

Dan de kreeftjes zelf> iets groter dan de inheemse soort maar ontzettend mooi van smaak (het belangrijkste feit) en het idee is helder>> opeten en er aldus voor zorgend dat ze niet het hele ecosysteem overnemen.

We gaan proberen om met 'De Heeren van loosdrecht' een deal te sluiten zodat zij er prachtige kroketjes van maken..... verantwoord kreeftenkroketten eten. Mooier wordt t leven niet.

Boekweit

Werd van oorsprong veel geteeld op armere gronden in Nederland maar is vrijwel geheel verdwenen uit het agrarisch landschap. Jammer. Boekweit is geen graan en bevat geen gluten maar is vooral bijzonder van smaak, met een licht bittertje. In de Nederlandse keuken het meest bekend geworden als ingrediënt van balkenbrij maar het leent zich fantastisch voor tal van bereidingen. Van Limburgse koekjes (bokeskook, bron. Kleine geschiedenis van de Nederlandse keuken. Jacques Meerman) tot een korstje om rolletjes gestoofde warmoes. (zie recepten) Terug naar het nu: boekweit zuivert vervuilde grond zonder zichzelf daarbij te vervuilen (daar kan den mensch nog iets van leren). En het kan allemaal niet op>>>> de bijen (die kunnen wel beetje hulp gebruiken) vinden boekweit ook erg lekker, maken er prachtig donkergekleurde honing van wat, hoe kan het ook anders, met een beetje yoghurt en een boekweitpannekoekje een superonderdeel van je ontbijt is.

<http://www.honeyhighway.nl>

Hollands leghaantje

'T zal je maar gebeuren: je wordt geboren als legkip. So far so good. Maar na de eerste check blijkt je van de mannelijke gezindte.....ai.pats.boem.

Nutteloos beest want kan geen eieren leggen dus..... vergassen, door de voedselshredder en hupsakee, diervoeder.

Ooit werden kippen gebruikt voor diverse doeleinden maar sinds de efficiëncyslag in de pluimveehouderij is bovenstaande schets gemeengoed. Gemeen goed.

Gelukkig zijn er mensen als bij <http://www.leghaantje.nl>

die leghaantjes een beter leven geven en er voor zorgen dat wij ze met een gerust (80/20) hart kunnen opeten.

En dat is een aanrader omdat ze veel meer smaak hebben dan de gemiddelde plofkip, logisch, ze hebben de tijd gehad om die op hun gemak te ontwikkelen. Al pikkend, zoals het hoort.

Hollandse bonen

Als er n top 2000 van de meest duurzame producten zou bestaan zou de boon de bohemian rhapsody,

stairway to heaven

én hotel california

in zich verenigen.

Er valt werkelijk niets negatiefs te vinden als we het over peulvruchten hebben.

Waanzinig lekker, divers, heel gezond en voedzaam en ongekend duurzaam in teelt, vervoer, opslag en gebruik.

Maar.... Als er n top 2000 zou bestaan van de meest geconsumeerde producten, bungelt de boon ver onderaan. (minder dan een kilo per persoon per jaar!)

Ik redeneer als chef als volgt: bonen weken vindt men misschien lastig omdat je er van tevoren aan moet denken. Dus koopt men liever bonen in een pot of blik.....tsja. Dat we er vervolgens steeds minder gaan eten omdat bonen uit blik en pot nou eenmaal niet half zo lekker zijn als de gedroogde bonen die we zelf weken en met liefde, dwz rustig, koken. Zodat het velletje nog net een bite heeft, en alle smaakstoffen, vitamines en mineralen behouden blijven en als een rijpe kers tegen je verhemelte uiteenspatten als je er op bijt. Dat, tezamen met eerder genoemde aspecten, is reden genoeg voor Dutch Cuisine om onze capucijners, kievitsbonen, citroenbonen en noem ze allemaal maar op nieuw leven in te blazen. Trouwens voor de wereldgezondheidsraad ook. Zij hebben 2016 het jaar van de boon gedo(o)pt.

<http://www.bruinebonenbende.nl/internationaal-bonenjaar-2016/>

Dutch Cuisine dankt eenieder die zich ingezet heeft om deze pilot mogelijk te maken en hoopt in de komende jaren te laten zien dat de eerste stap die de pilot "nieuwe eiwitten op de menukaart" is geweest, een belangrijke blijkt te zijn voor de Nederlandse gastronomie in het algemeen.