

Halal is niet islamitisch, maar hip en gezond

Halal zit sterk in de lift. Dat bewees de aandacht voor dit segment op de jongste Anuga. Nederland loopt daarin zeker niet achter ten opzichte van andere Europese landen. Halal heeft een imago-switch doorgemaakt. Halal is hip. En dat resulteert in enorme groeicijfers.



René van Appeldorn: "Het idee achter Mekkafood is niet om producten speciaal te produceren voor moslims, maar om producten aan te bieden die niemand uitsluit als consument".

De grootste halalproducent van Nederland is Mekkafood. En hoewel de naam anders doet vermoeden, is dit bedrijf 100% Nederlands. De oprichter, Wout van Eeuwijk, runde tot 1992 een supermarkt onder eigen naam in Venlo. Nadat hij zijn supermarkt, die inmiddels niet meer bestaat, verkocht aan Ahold, zocht hij een gat in de markt en vond deze in halal-producten. In 1993 richtte hij Westfood op, een productiebedrijf dat zich uitsluitend richt op het produceren van halal-producten. Na twee jaar veranderde de firmanaam van Westfood in Mekkafood. "Klanten vonden

deze naam niet geschikt voor een bedrijf dat halal-producten maakt", aldus Van Appeldorn, verkoopleider bij Mekkafood. "Zeker als het gaat om buitenlandse producten verwachten mensen een buitenlandse naam. Toen heeft Van Eeuwijk zijn klanten zelf een naam laten kiezen. Daar kwam Mekkafood uit. Sinds die tijd is het bedrijf dus actief onder de naam Mekkafood."

Afzetmarkt

Opvallend is dat de geschiedenis van Mekkafood ooit begon met de productie van frikandellen en burgers. Niet speciaal om alloch-

tonen van dienst te zijn, maar gewoon om geen enkele consument uit te sluiten als potentiële klant. "Als je een product of een dienst aanbiedt, wil je dat de doelgroep zo groot mogelijk is. Daarom is er voor gekozen om ook de oer-Hollandse snacks aan te bieden op een wijze die niet de ongeveer twee miljoen allochtonen in Nederland uitsluit." Dat het produceren volgens de halalrichtlijnen duurder is dan het produceren van reguliere producten staat vast. "Maar doordat de afzetmarkt door deze keuze zo veel groter is, wordt dit effect opgeheven. Het is goedkoper dan het opzetten en onderhouden van twee losse productiefaciliteiten."

Aankoopargument

De eerste jaren werden de producten van Mekkafood voor het overgrote deel gekocht door allochtonen. Dat is vandaag de dag heel anders.

"Meer dan 50% van al onze producten verkopen wij aan Nederlanders. Tegenwoordig zijn halalproducten heel hip." Het 'grootste' Mekkafood-product is de Lahmacun-pizza. "Die verkopen wij voornamelijk aan Nederlanders. Allochtonen maken dat product thuis zelf." Dat halal hip is bij Nederlanders heeft volgens Van Appeldorn te maken met het gegeven dat halal niet meer zo zeer wordt geassocieerd met allochtonenproducten, maar met producten zonder varkensvlees. "Daar zijn mensen gevoelig voor. Halal-producten zijn bovendien veel minder vet dan veel niet-halal-producten. Neem de frikandellen. Halal-frikandellen zijn veel minder vet. Je zou er zelfs 'light' op kunnen zetten. Dat is een zeer legitiem aankoopargument voor consumenten. Veel Nederlanders kopen halal-producten omdat dit beter voor hun gezondheid is." Feit is wel dat voorsnog de



De Lahmacun is bijzonder populair onder Nederlandse jongeren. Halal is hip én gezond.

Halal

Halal is een uitdrukking uit de Islam. Het Arabische woord Halal betekent 'geoorloofd' of 'toegestaan'. Het tegenovergestelde van halal is haram (verboden). Volgens de islam mogen mensen dieren eten. Dat wil niet zeggen dat elk dood dier zondermeer gegeten mag worden. De koran bepaalt zeer nauwkeurig wat wel en niet geoorloofd is. Alle dieren die in de zee leven, mogen op elke manier gevangen en gegeten worden, zolang het dier maar niet onnodig wordt gekweld. Vissen, maar ook zeezoogdieren, zijn van zichzelf halal. Landdieren waarvan de consumptie is toegestaan, mogen alleen worden gegeten indien zij volgens de halal-regels zijn geslacht. De consumptie van bepaalde dieren, zoals varkens, is verboden.

frikandellen, cornsticks en ribburgers onder het Mekkafood-merk het populairst zijn bij allochtonen. "Anders hadden zij deze producten niet of nauwelijks geconsumeerd. Maar ik ben ervan overtuigd dat ook Nederlanders straks gaan kiezen voor de halal-snacks omwille van hun gezondheid."

Merk

Mekkafood positioneert zich als a-merk in het diepvriesschap. "We positioneren ons naast Mora en Beckers. Wij zijn niet duurder dan deze merken en de kwaliteit ligt minimaal op hetzelfde niveau." Kwaliteit is van groot belang voor Mekkafood. "Halal is op zich geen verkoopargument. Ook niet voor een moslim. Naast halal moeten producten ook gewoon lekker zijn. Anders verkoop je de producten nog steeds niet." Naast het a-merk onder eigen naam, produceert Mekkafood ook private labels voor verschillende organisaties. "Over een paar jaar is het heel normaal om halal-producten onder huismerk te kopen."

Springen

Halal-producten zijn in Nederland gebruikelijker dan veel mensen denken. "Veel producten zijn al halal zonder dat mensen het weten of dat het op de verpakking van producten staat, ook als het gaat om huismerkproducten. Ik denk dat als het gaat om de productie van kip, dat het zelfs al meer dan 50% is van alle producten die in de Nederlandse koelkasten ligt." Van Appeldorn erkent dat veel supermarktformules nog niet staan te springen om het halal-

keurmerk op hun producten af te drukken. "Maar dat zal over een paar jaar heel anders zijn. Dan zullen ook halal-producten onder private label verkrijgbaar zijn." Volgens Van Appeldorn zijn de mogelijkheden voor halal-producten in Nederland legio. "Momenteel voeren wij zo'n dertig halalproducten in ons assortiment. Dat is al meer dan veel mensen verwachten. Maar het einde is nog lang niet in zicht. Zo hebben wij al diverse innovaties in de planning staan die we de komende jaren uit gaan rollen. Dit doen we wel gefaseerd om de markt niet te overspoelen en om zelf niet het slachtoffer te worden van het mogelijke succes."

Kernwaardes

Het voeren van een halal-certificaat is een serieuze zaak. Het



De Lahmacun komt kant en klaar uit de productiefaciliteit in Venlo. Daarom is de bereidingstijd van de Turkse pizza zelfs in diepgevroren toestand slechts drie minuten.

raakt moslims in de kernwaardes van hun geloof. Hoewel leveranciers als Mekkafood ook niet-halal-producten zouden mogen en kunnen produceren zonder dat het halal-predikaat van hun halal-producten in gevaar komt, weigert Mekkafood dit pertinent. "Dit soort zaken liggen nu eenmaal heel gevoelig. Er mag bij de mensen die dit kopen geen enkele vorm van twijfel bestaan

over het product. Dat geldt overigens niet alleen voor consumenten, maar ook voor inkopers. Die wensen geen enkel risico te nemen. Je kunt met dit soort dingen maar eenmaal in de fout gaan. Wanneer zou blijken dat wij onze halal-beloofte - al was het maar één keer - niet waar hebben gemaakt, is het over en uit met ons bedrijf. Dan hebben wij geen bestaansrecht."



De demowagen van Mekkafood wordt prominent ingezet als promotiemiddel. De wagen is door oprichter Wout van Eeuwijk zelf omgetoverd tot mobiele promotiekeuken.