

# COLUMN: 'VLEES OF PLANT?'

Vrijdag 01 mei 2020



Terwijl in Nederland het kalfsvlees tegen de plinten van de koel- en vrieshuizen klotst, is het in de Verenigde Staten alle hens aan dek om de enorme vraag naar vlees- en vleesproducten bij te benen. Tijdens de coronacrisis -met veel tegenstrijdige informatie- verbleken zelfs de meest zwarte scenario's en kunnen alle marketingtheorieën over het consumentengedrag bij het grof vuil gezet worden.

Hoe is het anders te verklaren dat sinds de lockdown, eind februari, de millennials (1994-2004) maar liefst 37% meer vleesproducten kopen en de babyboomers (1946-1964) met een toename van 20% gretig volgen? Het is voer voor de psychologen en de marketingexperts om een sluitende verklaring te geven waarom juist door toedoen van de Covid-19-pandemie vlees plotsklaps is herontdekt. De millennials zijn bovendien de meest diverse en ook grootste groep consumenten in onze samenleving, die nu en in de nabije toekomst het koopgedrag gaan bepalen.

Exclusief de import van rundvlees uit onder andere Brazilië, heeft de VS een gemiddelde runderslacht van circa 100.000 runderen per dag om aan de binnenlandse vraag te voldoen. Door de corona-gekte hebben vleesgiganten zoals JBS en Tyson een aantal slachtlijnen moeten stilzetten, waardoor de gemiddelde slacht naar zo'n 80.000 runderen per dag is

teruggeschroefd. Met de verwerking van varkens en kippen is het niet anders. Niet voor niets heeft Tyson in een paginagrote advertentie in de Wall Street Journal de publiciteit gezocht met de onheilsmelding dat de vleesvoorziening in de VS het breekpunt bereikt heeft.

Al deze invloeden veroorzaken vleestekorten met als gevolg vaak lege schappen en het regelmatig hamsteren van hotdogs, burgers en pizza's. Zelfs McDonald's is nu naarstig op zoek en struint de markt af voor beschikbare voorraden rundvlees. De handelsprijzen van 'beef trimmings' (50%) en Angus Top Rounds zijn inmiddels respectievelijk \$ 2,60 en \$ 11,70 per kilo schoon aan de haak; een stijging van liefst 40% in amper een paar weken tijd. Geen twijfel mogelijk dus dat de fastfood-burger duur betaald gaat worden. Om nog maar te zwijgen over een broodje roast beef.

#### Verstreckende conclusies

Het is te vroeg om nu al verstreckende conclusies te trekken in welke mate de nogal opzienbarende veranderingen van het collectieve koopgedrag blijvend zal zijn in het post-Covid-19-tijdperk. Mensen hebben immers de eigenaardigheid snel te vergeten en vlug weer over te gaan tot de orde van de dag zodra Rutte en de RIVM het langverwachte sein op groen zetten. Zoals elke ander virus zal uiteindelijk Covid-19 vanzelf uitwoekeren, al dan niet met behulp van een vaccin of pilletje. Daarin verschilt Nederland niet van Amerika.

Maar alvorens het zover is, wordt er achter de schermen onverstoord verder gewerkt aan het opschalen van de 'plant meat'-producten. Inmiddels hebben alle grote wereldspelers zoals Nestlé, Unilever, KraftHeinz, Kellogg's, Beyond Meat en Impossible een mooi aanbod van vleesanaloge voeding. Zo heeft Cargill een testmarkt analoge chicken' nuggets met KFC in China en kan ook Beyond Meat niet achterblijven in de vorm van een samenwerking met Starbucks. Het is duidelijk dat Starbucks van koffietent steeds meer opschuift richting sandwich- en snack-café. Ondertussen steekt Impossible Foods veel energie in haar plantaardige vleesproducten rechtstreeks -dus zonder tussenkomst van supermarkten en restaurants- via Amazon.com aan de consument te leveren.

De consumentenvraag naar plant-based meat mag dan tijdelijk wat ingezakt zijn, de prognoses van de marktverwachtingen voor deze categorie zijn fenomenaal. Ook nu al moeten de inkopers alle zeilen bijzetten om de supply chain van -met name- getextureerd planteiwit zeker te stellen. Immers, de vraag naar kwalitatief hoogwaardig getextureerd eiwit is momenteel groter dan het aanbod.

Ondanks alle ecologische schade aan de Amazon- en Cerrado-gebieden in Zuid Amerika, zal soja een overheersend aandeel blijven houden om vooral via eiwit-extrusie de organoleptische en nutritionele basis te leggen voor de productie van 'fake meat'-voeding. Gelukkig zijn er inmiddels een aantal mooie alternatieve planten, zoals erwten, fava, mungbean, aardappel, champignons en zonnebloemeiwit, die wat tegenwicht geven. Desalniettemin, met of zonder soja zal het een hele klus worden de traditionele vleesproducten van de troon te stoten.

Henk Hoogenkamp  
[www.henkhoogenkamp.com](http://www.henkhoogenkamp.com)