

ER IS GEEN ONTKOMEN MEER AAN. PLANT-BASED MEATS HEBBEN DEFINITIEF EEN PLAATS VEROVERD IN DE SCHAPPEN VAN DE SUPERS, DE MENU-KAARTEN EN DE FOOD SERVICE-INDUSTRIE. IN VELE GEVALLEN IS HET ALLE HENS AAN DEK VOOR DE NIEUWE GENERATIE CONSUMENTEN (MILLENNIALS, 1982-2004) DIERVRIJE VOEDING TE FACILITEREN. ER ZIJN ZELFS STEEDS VAKER MOMENTEN DAT DE VOEDINGSKEUZE VAN TAFELGENOTEN BEÏNVLOED WORDT DOOR EEN VEGANIST, WAARBIJ DEGENE DIE EEN OUDERWETSE RUNDERENTRECOTE ALS EEN PARIA OF OUTCAST BESTEMPELD WORDT.

# PLANT MEAT:

## UNOX VEGETARISCHE ROOKWORST



De veranderingen in eetgedrag gaan razendsnel. Zo heeft b.v. Accenture, Amsterdam, diervlees-vrije dagen in het bedrijfsrestaurant; een voorbeeld dat uit het Amerikaanse Silicone Valley is komen overwaaien. Ethan Brown -co-founder en CEO van Beyond Meat- heeft zo'n 5 jaar geleden de knuppel in het hoenderhok gegooid en is de marketingterm "Plant Meat" gaan gebruiken. Angst voor negatieve social media platforms heeft indertijd de collectieve Amerikaanse vleesindustrie -evenals de USDA- ervan weerhouden bezwaar te maken tegen deze nogal provocatieve duiding. Dat het snel gaat bewijst wel dat op de drempel van 2019, de term "plant meat" behoorlijk ingeburgerd is.

Maar ja, wie had ooit gedacht dat "diervrij vlees" zo snel zou populariseren? Zo snel zelfs dat Beyond Meat de vraag amper kan bijbenen en wellicht daarom in 2019 -met investeerders als Bill Gates en Tyson Foods- een IPO in gang gaat zetten. Kassa dus voor de wereldverbeteraars. Zonder twijfel zal Impossible Foods dezelfde IPO-weg inslaan en ja, ook hier is Bill Gates een belangrijke investeerder. Een diepe buiging voor deze visionairs die het lef hadden te investeren in een tijd toen de traditionele vleesindustrie nogal lacherig deed over de plant-based alternatieven. Ook in Nederland zijn deze ontwikkelingen niet ongemerkt voorbijgegaan. In mijn geheugen

staan de jaren 1990 gegrift toen ik bij Gerard Wagemakers van Dalco Foods (schoorvoetend) kwam praten over vegetarische voeding. Ook toen al had Gerard een vooruitziende blik en mede hierdoor heeft hij Dalco Foods als prominente vega-speler op de kaart gezet die -anno 2018- zo'n 70% van de sales als "plant meat" in de boeken heeft. Niet verwonderlijk dus dat het Engelse Hilton Foods het Osse familiebedrijf als een sterke partner gekozen heeft.

Deze pennenvruchten zijn slechts een kleine weergave van de actualiteit en niet geheel toevallig geïnfecteerd door de intensieve contacten van de columnist met vooral Amerikaanse bedrijven die "vega" tot businessmodel verheven hebben. En dat zijn inmiddels geen kleine jongens meer met namen als Kellogg's, ConAgra, Tyson, OSI, Nestle, Haine, en Maple Leaf Farms.

Natuurlijk kunnen bij deze trends kanttekeningen gezet worden. Dat geldt evenzeer voor het analyseren van het dikwijls irrationele consumenten gedrag, waar begrippen als dierwelzijn, voedingsethiek, gezondheid en duurzaamheid steeds opnieuw in het vocabulaire opduiken. Neem nu bijvoorbeeld de met veel bombarie geïntroduceerde Unox Vegetarische Rookworst. Een mooi product en eigenlijk niks mis mee. Desalniettemin is het vreemd dat dezelfde millennial-consumenten de nogal forse ingrediëntenlijst volkomen negeren en -in zekere zin- een collectieve selectieve verontwaardiging hebben. Wat de denken van additieven zoals: guar gom, xanthan, carrageen, alginaat, cellulose en methylcellulose, om maar te zwijgen over de kleurtjes ijzeroxide en anthocyanine. Allemaal hulpmiddelen om het erwt- en kippen-eiwit het aanzien van een klassieke Gelderse rookworst te geven.

Het is een interessante vraag hoe dezelfde consumenten zouden reageren als deze additieven in het ambachtelijke product aanwezig zouden zijn. Is er dan toch sprake van schizofreen milieu- en gezondheidsgedrag van de jonge consument? Kennelijk hebben clean labeling en plant meat food nog een lange weg te gaan. Voor de zekerheid is er nog altijd de snelle ontwikkeling van het slachtvrije cell-cultured meat -het echte vlees dus- waarmee Mosa Meat, Maastricht, furore gaat maken voor het vraagstuk sustainability en supply chain.

*Henk Hoogenkamp*

*Proteïnespecialist en board member van diverse ingrediënt- en nutraceutical bedrijven*  
[www.henkhoogenkamp.com](http://www.henkhoogenkamp.com)