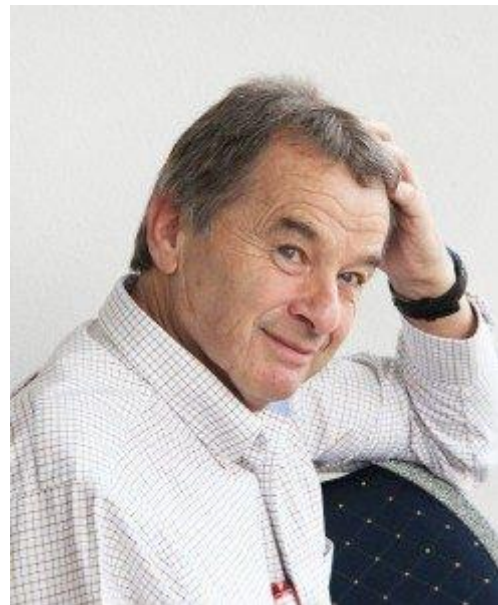


Column Henk Hoogenkamp: Disruptive

Voorspellen blijft een kwestie van een forse dosis geluk en koffiedik kijken. Als er echter één woord in 2017 is dat furore zal maken, dan is dat ‘disruptive’. Het Nederlandse woord ontwrichten is een aardige vertaling, maar niet veel meer dan dat. Disruption is als een doordrivende stoomwals, die alles nivelleert en daarna geschiedenis schrijft met een nieuwe visie.

In 2017 zullen er meer Millennials (1982-2004) zijn dan Babyboomers (1946-1964). Het grote probleem is dat de ouder wordende generatie het spoor bijster raakt en afhaakt in de vernieuwingensunami. Millennials weten niet beter dan dat sociale media normaal zijn en dat al het andere abnormaal is. Alle veranderingen leiden tot gigaverschuivingen in de voedingsindustrie. Meer dan ooit geldt het adagium: ‘Wie stil staat, wordt omver gelopen’. Wie had vijf jaar geleden kunnen bevroeden dat Uber het grootste taxibedrijf en Airbnb de



grootste hotelketen ter wereld zou worden? De klassieke autoverzekering heeft waarschijnlijk haar langste tijd, omdat ‘de computer op wielen’ geen schade veroorzaakt. Het is onverklaarbaar dat marketingexperts de veranderingen in het consumentengedrag totaal verkeerd hebben ingeschat. Maar ja, wat wil je? Ook op politiek niveau kwam de verkiezing van Donald Trump als een gigantische disruption.

De top 25 Amerikaanse foodbedrijven met een totaal inkomen van ruim 4 miljard dollar, verliezen sinds 2012 marktaandeel. Zij halen alles uit de kast om het tij te keren. Tot dusver weinig succesvol. Dan maar op de acquisitietoer. Veel van deze bedrijven, zoals General Mills, Kellogg’s, Hormel, Danone, Tyson, PepsiCo, Hersey en Coca-Cola, hebben een eigen capital venture fund waarmee zij op de markt speuren naar nieuwe groeipareltjes. Vaak zijn het juist die bedrijven die disruptive & entrepreneurial actief zijn, bijvoorbeeld met gluten- en allergeenvrije producten, volledig natuurlijke & biologische producten en cellulaire biotechnologie.

Disruptive landbouw en voedingsproductie worden belangrijke pijlers voor de snelgroeïende

wereldbevolking. Disruption en ecologische duurzaamheid zijn de sleutelwoorden. Dat impliceert dat cellulaire biotechnologie, zoals koevrije melk, plantvlees, 3D printing en bio meat (slachtvrij vlees), aan een glorieuze intocht begint. Beyond Meat, met onder andere Bill Gates als investeerder, beleefde onlangs een supermarktdoorbraak dankzij de positionering van verse ‘plant burgers’ in het vers-vleesschap. Hierdoor verdwijnt de traditionele afbakening van de diverse eiwitbronnen.

De vleesindustrie zal moeten innoveren. In plaats van achterom te kijken en te onderzoeken of de Nederlandse varkensslacht van de ondergang kan worden gered, lijkt het zinvoller voeding te produceren die appelleert aan de nieuwe generatie. De VanDrie Groep heeft dat kennelijk goed begrepen en met ‘Jan’ een uniek merk gelanceerd. Dankzij haar eerlijke en gezonde karakter heeft dit kalfsvlees de potentie uit te groeien tot een exclusief, internationaal merk. Disruption is niet alleen technologische vooruitgang. Het kan ook betekenen dat ouderen als consument afhaken. Door het stijgen der jaren is het voor velen een forse kluif om een lekker stukje vlees te verorberen. De verminderende kauwfunctie en smaakperceptie zijn hieraan debet. Het is een kwestie van tijd, voordat er een andere vleespresentatie komt in de vorm van 3D printing. Hiermee wordt meat ink – eiwitrijke vleespasta – omgetoverd tot een gemakkelijk eetbaar culinair hoogstandje.

Henk Hoogenkamp

is auteur, futuroloog, eiwitspecialist, adviseur, investeerder en lid van de Raad van Bestuur van Ricebran Technologies in Phoenix AZ

Henks nieuwe, 450 pagina's tellende boek 'Plant Protein & Disruptive Diagnostics' is deze maand verschenen. (ISBN-10: 1534787429)