

Vion moet nog veel leren.

COLUMN HENK HOOGENKAMP

Vion kan dan wel concluderen dat Hackfleisch Plus een marketingdeceptie is geweest, in Silicon Valley waait een andere wind. Waren het tot voor kort de social media upstarts als Facebook, Instagram en Twitter, nu zijn het vooral de serial entrepreneurs die food zien als de bron van het grote geld.

Dat kapitaal en sustainability innige vriendjes zijn, blijkt wel uit de namen BeyondMeat, Gardein of Hampton Foods, die aan een fenomenale opmars zijn begonnen om op basis van planteiwit de traditionele voeding van een alternatief te voorzien. Het moet gezegd, enkele van deze zogenaamde High Moisture Extruded plant protein foods zijn nauwelijks van het origineel te onderscheiden. Deze upstarts zijn niet langer tevreden met een vegetarische rol in de marge. Het doelsegment zijn alle consumenten, maar vooral de Millennials, die geboren zijn tussen 1984 en 2004.

Vion heeft de foute keuze gemaakt Hackfleisch Plus te positioneren voor de babyboomers (1946-1964). Duidelijk het verkeerde product voor het verkeerde segment. De ultieme doelgroep voor plant protein foods zijn de kinderen van de boomers, ofwel de Millennials. Voor deze targetgroep liggen social media en smartphone in elkaars verlengde en de leden zijn met alles druk behalve met zelf koken.

Vraag het maar aan McDonald's. Deze gigant heeft een duidelijk aanwijsbare miskleun gemaakt door de voedingsappreciatie van de jongeren verkeerd in te schatten. Gevolg is dat McDonald's al 5 opeenvolgende jaren geconfronteerd wordt met sterk dalende business, vooral in de ruim 14.000 Amerikaanse restaurants. In het ooit zo trotse (en arrogante) bolwerk waart nu het crisisspook. Veel jongeren vinden het niet cool om naar McDonald's te gaan. Kwaliteitsproblemen, een serie van food scandals en langzame fastfoodservice hebben inmiddels veel schade veroorzaakt. Het zal voor de nieuwe CEO, de Brit Steve Easterbrook, een hele toer worden het bedrijf weer op de rails te krijgen.

De kracht van social media komt tot uiting in de populariteit van de premium fastfood burgers en wraps. Puur, echt, lokaal, transparant, zonder antibiotica en hormonen. Geen wonder dat de premium casual fastfoodrestaurants, zoals Five Guys, Chipotle, Chick-Fil-A en In-N-Out, megaconcurrerend zijn geworden. En dan zijn er natuurlijk de posterchild foods op basis van planteiwit. Bijvoorbeeld BeyondMeat, met Bill Gates als een belangrijke investeerder, die het aandurft om het vermaarde McDonald's-logo te kantelen en er een B van te maken en zelfs het lef heeft de collectieve Amerikaanse vleesindustrie uit te dagen door plantvlees als echt vlees te benoemen. Het is duidelijk: lifestyle foods staan voor het nieuwe vegetarisme.



FOTO: GER THIJSEN

HENK HOOGENKAMP IS AUTEUR, FUTUROLOOG, EIWITSPECIALIST, ADVISEUR, INVESTEERDER EN LID VAN DE RAAD VAN BESTUUR VAN RICEBRAN TECHNOLOGIES IN PHOENIX AZ