

HENK HOOGENKAMP,
VASTE COLUMNIST VAN
ONS VAKTIJDSCHRIFT, IS EEN
INTERDISCIPLINAIRE SCHRIJVER
DIE IN BOEKEN, LEZINGEN EN
ARTIKELN VOOR DIVERSE MEDIA
DE BALANS ZOEKT TUSSEN
VOEDSELPROTEÏNEN, SOCIALE
INTERACTIES, OMGEVING
EN DE VERSTORING VAN DE
MARKETINGDYNAMIEK.

VOOR EEN COLUMNIST EN PUBLICIST IS HET FIJN TE WETEN DAT DE REDACTIES VAN ONDER MEER MEAT&CO EN HET TOONAANGEVENDE DUITSE FLEISCHWIRTSCHAFT VEEL REDACTIONELE RUIMTE GEVEN OM EEN VISIE TE DELEN DIE -AF EN TOE- HAAKS STAAT OP DE GANGBARE MENINGEN. HET IS ALTIJD LEUK EEN VISIE BEWUST ZWART/WIT TE POSITIONEREN, AL IS HET ALLEEN MAAR OM EEN STEVIGE DISCUSSIE UIT TE LOKKEN.

Na Corona komt het afslanken!



kijken wij over enige jaren met veel verbijstering terug op het Covid-19-tijdperk en worden de huidige sociale interacties uitvoerig geanalyseerd door de nieuwe generatie studenten sociale economie en voedingswetenschap.

“DE STIJGENDE WELVAART IN
ONTWIKKELINGSLANDEN
RESULTEERT IN EEN GROTERE
KOOPTKRACHT EN ÉÉN VAN DE
MEEST PRIMAIRE LEVENSBEOEFTEN
IS ALTIJD HET CONSUMEREN VAN
VLEES- EN MELKPRODUCTEN”

FRIETTENT ZONDER FRIET

Ik ben nu al benieuwd te horen waarom door Covid-19 de vleesconsumptie in de VS op rantsoen gaat. Het fenomeen is meer dan een kwestie van vraag en aanbod. Mooie bedrijven zoals Costco (de Amerikaanse Hanco of Sligro), Kroger (de Amerikaanse AH) beteugelen vleesaankopen tot maximaal drie producten per klant. En wat te zeggen van Wendy's -een fastfoodbedrijf beroemd om zijn lekkere burgers- die gedwongen is in vele restaurants de beef burgers van het menu te halen? Zoiets als een friettent zonder friet!

Het is nu al duidelijk dat veruit de meeste mensen die tijdens de coronacrisis veroordeeld zijn tot het 'actief nietsdoen' niets willen horen over caloriemanagement. Gewoon lekker eten en veel snacken met het verstand op nul: Netflixen en voorlopig niet omkijkend naar de weegschaal. De kater komt pas als het sociale leven weer op gang komt en plotsklaps alle aandacht verschuift om de nodige extra kilo's lichaamsgewicht weer kwijt te raken. De dieetgoeroes wrijven zich nu al in de handen.

Henk Hoogenkamp

www.henkhoogenkamp.com

In dit geval dus de positieve berichtgeving over de wereldwijd aanzwellende verkopen van zowel vega-vlees als dierlijk vlees. In de ontwikkelingslanden, zoals sub-Sahara Afrika en Zuidoost-Azië is de groei van vlees ongeveer 2% per jaar. Deze groei is fenomenaal en zal de komende decennia zo blijven, vooral ook door de gigaverkopen van 'mechanically deboned chicken' (MDC). Wie zijn wij in het volgevreten rijke Westen om onze vinger te heffen en deze medeburgers onze moraal op te leggen dat het eten van vlees asociaal is. De stijgende welvaart in deze gebieden resulteert in een grotere koopkracht en één van de meest primaire levensbehoeften is dan altijd weer het consumeren van vlees- en melkproducten. De kernwaarden zijn nog steeds zo dat een gezin in een ontwikkelingsland bij een salarisstijging van tien procent daar 9% van besteed aan vlees en melk. In de welvarende landen gaat van 10% meer besteedbaar inkomen slechts 1% naar voeding.

In het rijke Westen zijn er daarentegen gigaverschuivingen in het consumentengedrag en ligt plantvoeding als alternatief voor vlees, melk en eiproducten steeds prominenter op de supermarktschappen. Maar hoe komt het dan, dat juist nu tijdens de corona crisis, de consumptie van zowel vega-vlees als dierlijk vlees tot recordhoogten opgestuwd worden? Als scribent wil ik best de knuppel in het hoenderhok gooien door te poneren dat -aangewakkerd door het verplicht thuiszitten- zowel méér dierlijk vlees als méér vega-vlees gegeten wordt. Wellicht méér vlees omdat de innerlijke mens onbewust teruggrijpt naar kernbelevingen uit het verleden en het consumeren van vega-vlees om het schuldgevoel kwijt te raken over de toename van de stikstofuitstoot. Zonder enige twijfel