

Henk Hoogenkamp

Henk Hoogenkamp, vaste columnist van ons vaktijdschrift, is een interdisciplinaire schrijver die in boeken, lezingen en artikelen voor diverse media de balans zoekt tussen voedselproteïnen, sociale interacties, omgeving en de verstoring van de marketingdynamiek. Hij deelt zijn bevindingen op henkhoogenkamp.com.



KWAKKELENDE EIWITTRANSITIE

Ondanks de ‘groene eiwitdoctrine’ van supermarkten en overheid, met als doel om de vleesconsumptie te minimaliseren en plantaardig vlees hoog in het vaandel te hijsen, blijven de verkopen van vleesalternatieven achter bij de torenhoge prognoses. Het lijkt alsof de consument zich niet lijdzaam naar de slachtbank laat leiden om de alom aangewakkerde eiwittransitie gestalte te geven.

De initiële tsunami van plantvleesconsumptie heeft mondiaal een gevoelige tik gekregen en kennelijk heeft een megabladder alle optimistische voorspellingen weggevaagd. Je zou misschien kunnen concluderen dat het Machiavellistisch gedrag van de opiniemakers de vega-vlees industrie aan gort heeft geholpen en er nu driftig gediscussieerd wordt om nieuwe impulsen te vinden om het groene diversiteitsbeleid te rehabiliteren.

Wellicht dat een deel van het antwoord een versimpeling moet zijn om vlees en plant te harmoniseren in een vooral lekker smakende en betaalbare hybride product: dus een menging van echt vlees en plant. Ook kweekvlees is inmiddels tot deze conclusie gekomen. Gegroepeerde vleescellen -al dan niet via scaffolds- worden geïntegreerd met geëxtrudeerd plantaardig eiwit: lekker, goedkoop en duurzaam!

Kommer en kwel

Vooralsnog is het kommer en kwel nu ook voedingsgigant Nestlé met zijn ‘Net Zero 2050 slagschip’ heeft geleden en de stekker uit de met veel bombarie geïntroduceerde vega chocolade KitKat getrokken heeft. De allesomvattende vraag die naartoe een antwoord zoekt, is waarom -ondanks alle initiële plantvlees hosannaverhalen- de sector er niet in geslaagd is om de onvoorwaardelijke liefde van de consument vast te houden?

Wat grotendeels resteert is de markt van echte veganisten. Grote groepen zogenaamde flexitanisten zijn veelal weer richting echt vlees opgeschoven. Behalve een mogelijke teleurstellende appreciatie van langdurige plantaardige eiwitconsumptie, in combinatie met een geheimzinnige toverdoos van geur, kleur en smaakstoffen, zijn ook de hoge plantbased vleesprijzen mogelijke oorzaken van de teleurstellende verkopen. Vooral in een tijd van extreme inflatoire pressie houdt de consument de hand op de knip.

Dichtbij het Beyond Meat Research Center in California is er een aardig realistisch voorbeeld van een hotelbarscene in het Hilton Los Angeles Airport. Op het menu prijken onder andere twee burgers: rundvlees en plantvlees. Wetende dat de Hilton inkoopprijs van beide burgers nagenoeg gelijk is, wordt er doodleuk voor de Beyond Burger een additionele \$ 8,00 toeslag gerekend. Tel daarbij de BTW en fooi en dan is het gauw \$10,00 extra in vergelijking met de rundvleesburger van \$ 28,00. Voor heel veel mensen is \$ 38,00 (ofwel een 35% premie voor een plantvleestransitie) net een brug te ver!