

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.



PLANTBASED KRIJGT RAKE KLAPPEN VAN CONVENTIONELE EIWITPRODUCTEN

Het lijkt de perfecte storm. Alle elementen komen samen waarbij de uiteindelijke uitkomst ongewis is. Wie had ooit kunnen denken dat de initiële snelle opkomst van plantbased vlees en plantaardige melk rake klappen zou krijgen van de wakker geschudde conventionele eiwitindustrie?

Om te beginnen pionier Beyond Meat, die de plantbased vlees handdoek gedeeltelijk in de ring gegooid heeft door het woord 'Meat' te schrappen, terwijl er opnieuw 44 medewerkers een nieuwe baan kunnen gaan zoeken. Het is ook wat: je zult als aandeelhouder in juli 2019 maar ingestapt zijn op \$ 235 (per aandeel), waarvan in september 2025 nog maar \$ 2,75 resteert, terwijl er ook nog een schuld van \$ 1,2 miljard in de boeken staat. De charismatische Ethan Brown -CEO van Beyond- kon tijdens de update met beleggingsanalisten niets anders doen dan ruiterslijk toegeven dat de huidige plantbased vleescultuur niet opgewassen is tegen de renaissance van echt vlees en echte melk. Ik parafraseer even: "We hebben de smaakbeleving van plantaardig vlees onderschat en zullen opnieuw moeten beginnen de consument te overtuigen." De eerste stap wordt de introductie van Beyond Ground, met een product van slechts vier ingrediënten: fava, water, aardappelzetmeel en psylliumvezel.

Verdwijnen

Het is duidelijk dat niet alleen een Darwinistisch selectieproces op gang gekomen is -er verdwijnen merken en startups- maar ook de onvoorziene factoren als Ultra Processed Foods en de enorme populariteit van GLP-1 semaglutide, welke lichaamsvet toverachtig doet verdwijnen en diabetes type 2-patiënten nieuwe hoop geven. De berichten worden luider dat de consument

een steeds grotere afkeer krijgt van plantaardig vlees, die een hoge mate van moeilijk definieerbare ingrediënten en additieven bevatten. Hetgeen haaks staat op het begeerde 'clean & green label', terwijl ook de miljoenen GLP-1-patiënten proefondervindelijk constateren dat ze zich meer senang voelen wanneer de kwaliteit van de proteïne een hogere nutritionele waarde hebben. De consumentenstap is dan snel gezet door back-to-basic te gaan; met écht mager vlees en echte zuivelproducten.

Ondertussen doet de activistische propagandamachine alsof het nog crescendo gaat met de eiwittransitie: een visie vaak gestoeld op een forse portie feitenvrij geratel om de consument te laten geloven dat het een kwestie van tijd is dat de voedingseiwitproductie door dieren binnenkort geschiedenis is. In de praktijk lijkt het tegendeel waar. Anders is het niet te verklaren dat mondiaal vele startups ofwel verdwijnen ofwel grote moeite hebben om kapitaalinjecties te ritselen. Het grote capital venture-geld heeft intussen namelijk een nieuwe liefde gevonden in AI.

Hopelijk komt er na deze shake-out een nieuw paradigma, dat op realiteitszin gebaseerd is in plaats van op de anticipatie dat de consument alleen maar een onwelkome hindernis is in het gedachtengoed van de eiwittransitie. Uiteindelijk is en blijven smaak(beleving), nutritionele eiwitkwaliteit en prijs de hoeksteen van het succes.