duiding

Beyond Meat heeft grotere zorgen dan bijtincident

duiding

Dat een topmanager van het Beyond Meat even kannibalistisch ging, levert het bedrijf slechte PR op. Zorgwekkender is de knauw voor de beurskoers en de manier waarop het bedrijf door zijn cash heen vreet. “De media, de consultants en de grote investeerders hebben hun eigen echokamer gecreëerd.”

21 SEPTEMBER 2022 – LAATST BIJGEWERKT OM 21 SEPTEMBER 2022 20:44

Lees meer over:
klimaat
kweekvlees
voedingsindustrie



Niemand weet wat Douglas Ramsey (53) bezielde toen hij in een neus beet bij een dispuut over een parkeerplek. Een overtuigde vegetariër is de COO, of operationeel directeur van Beyond Meat, waarschijnlijk niet: zijn vorige werkgever was de Amerikaanse multinational Tyson, de tweede grootste vleesverwerker ter wereld na het Braziliaanse JBS.
Van 2016 tot de beursgang 3 jaar geleden, in mei 2019, was Tyson een belangrijke aandeelhouder van Beyond Meat. Woensdag was een aandeel van Beyond Meat nog 16 dollar waard, ruim een derde lager dan de 25 dollar van de beursintroductie. Nog pijnlijker is de vergelijking met de recordnotering van juli 2019. Twee maand na de introductie was een aandeel in de nepvleesproducent bijna 235 dollar waard. Het komt overeen met een duizelingwekkende koersval van 93 procent.

Collapse

NASDAQ: BYND
Beyond Meat



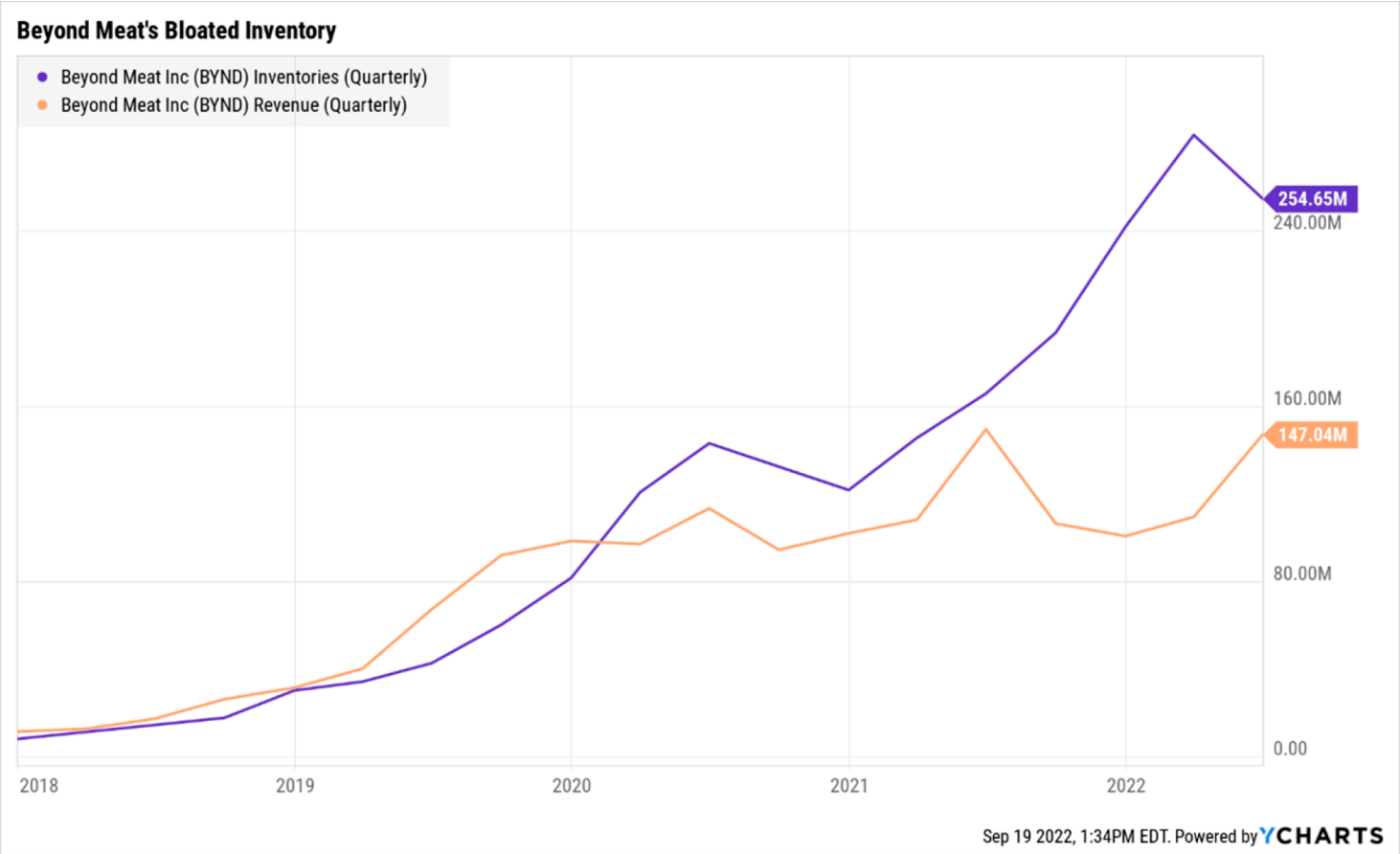
COVID-bonus

Net zoals voor wel meer nichespelers in de foodsector beleefde Beyond Meat gouden jaren tijdens COVID. Terwijl vele horecagelegenheden gesloten waren, maakte de consument avontuurlijke keuzes in de supermarkt. In 2020 verdubbelde de retailverkoop van Beyond Meat en de Amerikaanse markt voor plantaardige vleesvervangers groeide met 45 procent naar 1,4 miljard dollar.

Maar dat sprookje bleef niet duren. In 2021 zat er weinig groei meer op het nepvleessegment en de cijfers voor 2022 zien er al even ontgoochelend uit. De omzet van Beyond Meat liep met 1,6 procent terug ten opzichte van het tweede kwartaal vorig jaar. Een sisser, want in die cijfers is ook de lancering inbegrepen van een product dat het nieuwe vlaggenschip moest worden: Beyond Meat Jerky. Beef Jerky, gekruid en gedehydrateerd rundsvlees, is een erg populaire snack in de Verenigde Staten die in ieder tankstation te krijgen is.

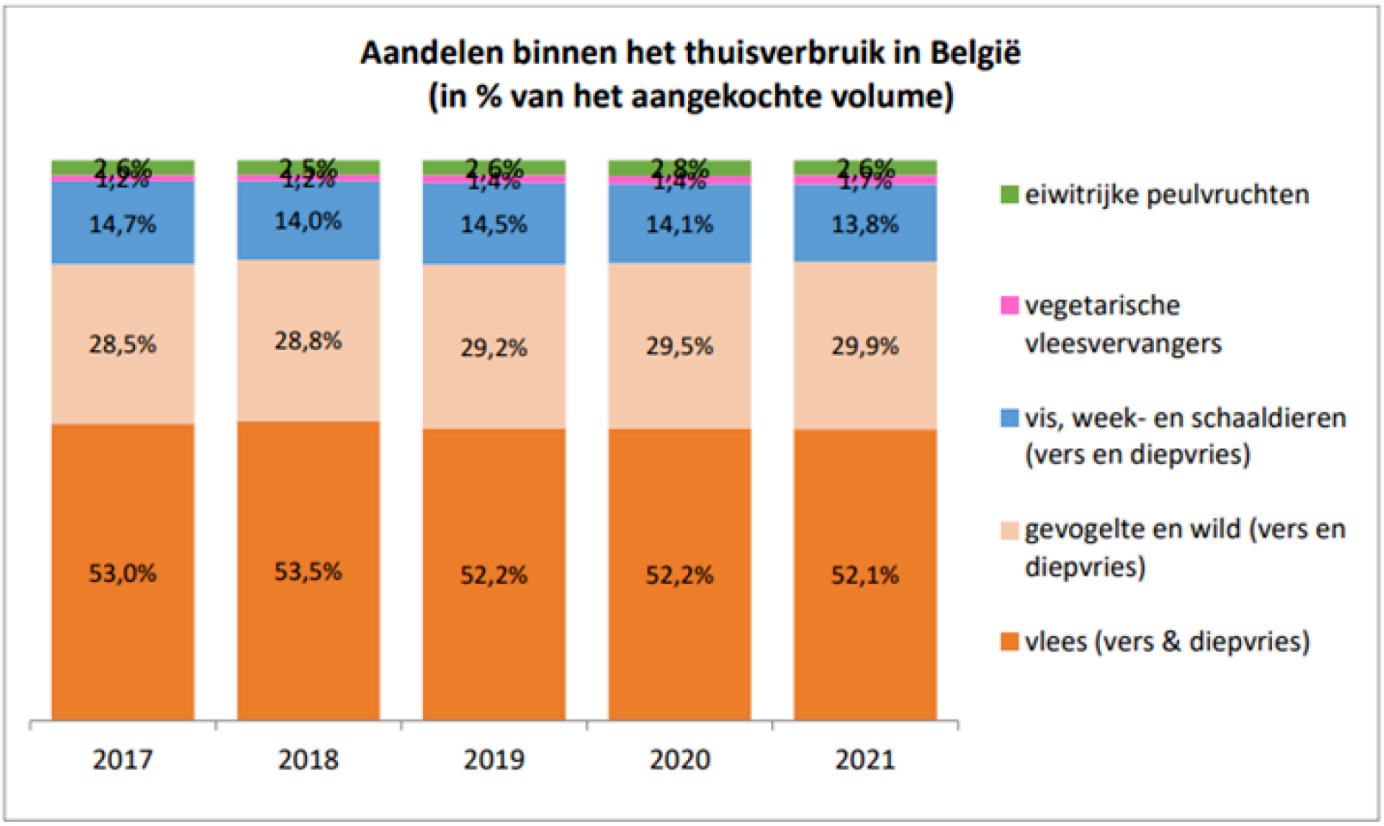
Beyond Meat Jerky zorgde ervoor dat het bedrijf zijn aantal verkooppunten kon verdubbelen, maar het mocht dus niet echt baten. “Beyond Meat Jerky heeft de omvang van de plantaardige vleessnacks verviervoudigd, maar onze hoge verwachtingen voor dit product zijn niet ingelost en verkoop ligt nu onder onze initiële inschattingen”, zei de financieel directeur van Beyond Meat in een gesprek met zijn aandeelhouders.

Even rampzalig zijn de inventarissen van het bedrijf: Beyond Meat produceert zijn burgers op basis van sojastructuur en erwteneiwitten sneller dan dat het ze kan verkopen. De samenwerkingen met grote fastfoodketens worden als klinkende succesverhalen verkocht, maar zijn in de praktijk vaak een manier om stock aan bradeerprijzen te slijten.



Echokamer

De tegenvallende resultaten van Beyond Meat wijzen op een algemene malaise in de sector van de plantaardige vleesvervangers. Dat zegt ook Julian Mellentin, die met zijn consultancybureau New Nutrition Business de resultaten van een honderdtal nepvleesspelers opvolgt in de Noord-Amerika en Europa. “Geen enkele van de bedrijven die we opvolgen maakt na vijf jaar winst en de bedrijven met de snelst groeiende verkoop hebben vaak ook de diepste verliezen”, vertelt Mellentin aan Foodnavigator.
“De media, de consultants en de grote investeerders hebben hun eigen echokamer gecreëerd waarbij ze voor zichzelf beslist hebben dat vleesvervangers alleen maar konden groeien”, zegt Mellentin, “maar in werkelijkheid zit er weinig groei buiten een grote niche. De bedrijven achter de vleesvervangers houden te weinig rekening met de voedselcultuur en de voorkeuren van de consument.”
De belofte om de grote ecologische voetafdruk van de vleessector te verkleinen, deed klimaatinvesteerders zoals Leonardo DiCaprio en Bill Gates dromen van een gouden toekomst voor de fake-meat start-ups. De plantaardige burger werd in 2019 zelfs door de lezers van De Standaard verkozen tot het product van jaar. Maar de realiteit blijkt prozaïscher.
Volgens Mellentin is de belangrijkste verklaring dat het nepvlees te kort schiet qua smaak en textuur: “Dit is in de voedingswereld altijd de belangrijkste reden waarom merken falen.” Cruciaal voor rendabiliteit is de “*repeat purchase*”: dat zijn de consumenten die meer doen dan proeven en de hamburger van Beyond Meat echt gaan integreren in hun koopgewoonten.

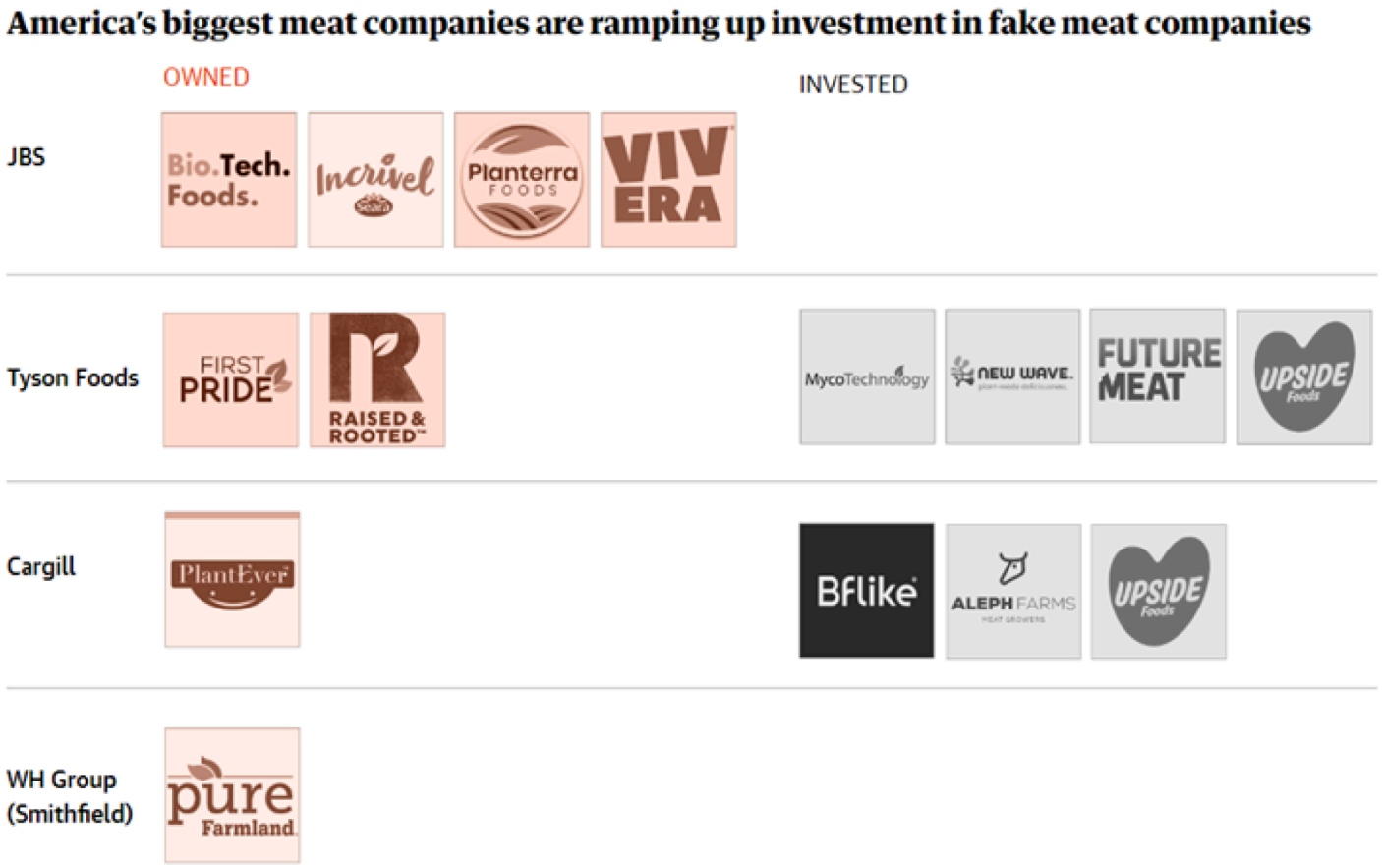


Bron: GfK België

Ook bij de VLAM zien ze geen doorbraak van de vleesvervangers: “De coronacrisis heeft in 2020 en 2021 gezorgd voor een verschuiving naar thuisverbruik: de verkoop van vlees lag in 2021 maar liefst 9 procent hoger dan in 2019, namelijk 28,4 kg per capita. Het thuisverbruik van vegetarische vleesvervangers kwam uit op 0,57 kilo per capita en dat van eiwitrijke peulvruchten op 0,91 kilo per capita.” In 2017 was het aandeel van de vleesvervangers nog maar 400 gram per capita.
Het onderzoeksbureau GfK, waar de VLAM mee samenwerkt, zag vorig jaar al een stevige groeivertraging: de groei was in 2021 nog maar 7 procent tegenover 26 procent in 2020. Minder extreem dan in Noord-Amerika, maar dezelfde tendens.

Inflatiedruk

Met de aanzwellende inflatie zijn ook de perspectieven van Beyond Meat en de hele nepvleessector niet goed. De producten van Beyond Meat of concurrenten als Impossible Burger zijn nog altijd een stuk duurder dan gangbaar vlees, panklare gehaktbereidingen zijn gemakkelijk de helft goedkoper. Ook andere nichespelers zoals de biosector krijgen het in de huidige omstandigheden moeilijk om hun stijgende kosten door te rekenen zonder dat de consument afhaakt.
Voor Beyond Meat breekt het uur van de waarheid aan. Vorige maand nog kondigde het management ontslagen aan. Aan het huidige tempo van verliezen, zit het bedrijf binnen het jaar door zijn berg cash. Dan moeten ze bij Beyond Meat tegen de achtergrond van een recessie opnieuw op zoek naar investeerders die een kapitaalverhoging kunnen dragen.



Waarnemers in de voedingssector wijzen er al langer dat de fake meat-spelers worden opgepeuzeld door Big Meat conglomeraten als JBS en Cargill. NGO's zoals Food&Water Watch en IPES-Food waarschuwden al voor een concentratie van de sector onder de vleugels van de grote vleesverwerkers.
De Braziliaanse marktleider JBS kocht celvleesontwikkelaar BioTech Foods en het Nederlandse Vivera dat plantaardige vleesalternatieven ontwikkelt onder het motto "Het leven is beter als je weinig vlees eet." Cargill investeerde dan weer in het kweekvleesbedrijf Aleph Farms en werkt aan zijn eigen plantaardige aanbod, nadat het uit het kapitaal van Beyond Meat stapte.
Tyson Foods verkoopt vandaag *plant-based meat* onder zijn "Raised & Rooted"-label.
Het zou zo maar even kunnen dat het sterke merk van Beyond Meat weer bij Tyson Foods terechtkomt. Daarmee zou de vleesgigant in één klap een marktaandeel veroveren van 22 procent in de Amerikaanse verkoop van plantaardig vlees. Dat zou dan dezelfde dominante positie zijn in fake meat als ze vandaag hebben in rundsvlees en kip. Of de bijtgrage Douglas Ramsay dan kan aanblijven voor zijn oude werkgever, valt nog te bezien.

Bron: Eigen berichtgeving / De Standaard / The Guardian / Motley Fool / Foodnavigator

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws

𝕏 screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada