

Kleurrijke consument

Kleur is belangrijk bij het smakelijk vormgeven van ons dagelijks eten. Wanneer een pasta groen is, proeven en weten we meteen dat het de smaak van spinazie heeft. Rood associëren we met aardbeien. Niet omdat we dit proeven, ruiken of horen maar omdat we dit weten, het is aangeleerd eetgedrag. Dit is meteen de reden dat mensen ongewone groenten als bijvoorbeeld paarse truffelaardappels en witte sperziebonen niet direct lekker vinden.

Het duurt een tijd om dit eetgedrag te veranderen. Wanneer we regelmatig paarse truffelaardappels gaan consumeren, vinden we deze steeds lekkerder. We kennen de aardappel dan langzaam de kleur paars toe.

We maken nog steeds te weinig gebruik van ons natuurlijke kleurenpalet. De mooiste kleuren vinden we dichtbij, binnen ons groenten en fruit. Albert Heijn verkoopt bijvoorbeeld wilde tomaten in een kunststof bakje. Deze tomaten hebben verschillende kleuren maar ook verschillende texturen en smaken. Een goed voorbeeld hoe je het eetgedrag van de consument kunt prikkelen.

Nu een andere vraag. Waarom liggen alle groenten en fruit door elkaar en niet op kleur? Waarom geen groenten en fruit schap als een kleurenwaaier. Elke kleur staat bijvoorbeeld voor een bepaalde gezondheid. Wanneer we verschillende kleuren groenten in de week zouden eten, eten we tegelijkertijd gezond en gevarieerd. Bijvoorbeeld; groene spinazie, broccoli, boerenkool, sperziebonen, kiwi's, appels (producten met veel ijzer) of paarse bessen, bieten, pruimen, aubergines, kersen en rode kool (met veel vitamines).

De Europese commissie overweegt volgend jaar wetsvoorstellen te doen voor aangepaste kleuren-etiketten. Het Britse concern Sainsbury's heeft dit nieuwe kleurensysteem getest op verschillende consumenten. Hierbij staat een heldere rode stip voor ongezond en een groene voor gezond. Nu bleek dat de verkoop van kant-en klaarmaaltijden met de rode stip binnen twaalf weken met 35 procent is gedaald en de groene stip met 7 procent is gestegen.

Wordt het hierdoor voor de consument niet lastig kiezen? Alle fabrikanten willen namelijk een groene stip omdat dit simpelweg momenteel verkoopt. Maar wat is gezond en ongezond, wat zegt het over de gezondheidswaarde van de levensmiddelen? Moeten we dit niet eerst definiëren voordat we met deze nietszeggende termen gaan gooien? Is 0% vet, een light-product of een gefrituurde lekkerbek gezond? Voor fabrikanten, retailers en de consument een verwarrende kwestie. Hoe worden hun producten ingedeeld en wat doen we met de lekkere ongezonde producten? Uit onderzoeken is namelijk ook gebleken dat wanneer mensen genieten van hun eten en drinken, ze langer blijven leven. Wat gebeurt er wanneer iemand heel veel groene stippen eet en iemand anders maar een paar rode stippen? Wat is gezonder?

Gaan we nu alle groenten en fruit groen stickeren? Een arbeidsintensieve zaak voor de leverancier, en verwarrend voor consument en fabrikant.