

CONSUMENT WIL GEEN 'LELIJK' ETEN

Een appel met een klein plekje of een pak sap met een deukje erin. De consument wil er niet aan. Onze afkeer van 'lelijk' eten is groot, zo ontdekten Wageningse onderzoekers.

Ongeveer de helft van de voedselproducten voor menselijke consumptie belandt uiteindelijk niet op het bord. 'Supermarkten leggen liever geen misvormde producten in hun winkel, want die worden niet verkocht', zegt Ilona de Hooge van de leerstoelgroep Marketing en consumentgedrag. Dit leidt tot verspilling van grondstoffen en economisch verlies. 'Wij hebben daarom gekeken onder welke voorwaarden consumenten wel bereid zijn om suboptimale producten te kopen en te eten.'

De onderzoekers hielden een online enquête onder ruim 4200 consumenten uit Noorwegen, Zweden, Denemarken, Duitsland en Nederland. Ze legden de deelnemers telkens twee keuzes voor: een optimaal en een suboptimaal product. De suboptimale producten weken af op basis van hun uiterlijk, de houdbaarheidsdatum of de verpakking. Aan de ene helft van de deelnemers werd gevraagd welk van beide producten ze zouden kopen, aan de andere helft welk van de producten ze zouden eten als ze deze in huis hadden.

Slechts 2,6 procent van de mensen bleek bereid een appel met een vlekje nog in het winkelwagentje leggen en één op de vijf mensen eet zo'n gebutst exemplaar thuis nog op. Zelfs producten waarvan alleen de verpakking beschadigd was, werden niet geaccepteerd. Slechts 6 procent van de mensen wilde een pak vruchtensap met een deukje erin kopen en een derde van de mensen wilde thuis het sap uit zo'n pak opdrinken. Met een afwijkende vorm hadden mensen de minste problemen.

Verder blijkt dat jongeren minder moeite hebben met imperfecte producten dan ouderen. 'Er is de laatste jaren veel aandacht voor voedselverspilling en de huidige generatie lijkt zich meer bezig te houden met duurzaamheid', zegt De Hooge.

Retailers zouden de onderzoeksresultaten kunnen gebruiken om hun marketing aan te passen, denkt De Hooge. 'Mensen zijn eerder bereid om suboptimale producten te kopen als er korting op zit. Daarnaast kan je op het label benadrukken dat je door het kopen van dit product voedselverspilling tegengaat. Of je gooit het over een andere boeg en maakt de producten juist duurder, waarbij je de authenticiteit benadrukt. Deze mogelijkheden zijn we nog verder aan het onderzoeken.' **TL**

