

CONSUMENT ZIET LIGHTPRODUCT LIEFST IN FEL JASJE

Lightproducten zitten vaak in lichtblauwe verpakkingen. Niet de beste keuze, ontdekte promovendus Irene Tijssen van Humane voeding. Consumenten associëren pasteltinten met gezond, maar vinden ze minder aantrekkelijk dan felle kleuren, zoals rood of oranje.



Tijssen onderzocht in samenwerking met de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijke Onderzoek (NWO), Unilever en FrieslandCampina hoe je gezondere producten aantrekkelijker kunt maken, zodat de gezonde optie ook de makkelijke optie wordt. 'Je kunt mensen vertellen wat gezond is, maar we weten dat ze zich daar meestal niet naar gedragen. We willen dus vooral kijken hoe we ervoor kun-

nen zorgen dan mensen gezondere keuzes maken, zonder dat we per se de gezondheid benadrukken.'

Tijssen liet de deelnemers een computerspel spelen waarbij ze verschillende kleuren yoghurtdrinkverpakkingen moesten koppelen aan bepaalde aantrekkelijke of on-aantrekkelijke woorden. Daaruit bleek dat mensen de verpakking met warme, felle kleuren aantrekkelijker vonden. Daarnaast scande Tijssen de hersenen van mensen om te kijken wat daar gebeurde tijdens het beoordelen van de verpakkingen. 'Daar zagen we met name bij de verpakkingen met warme, felle kleuren meer activiteit in het deel van de hersenen dat te maken heeft met beloning.' Ze testte ook of de verpakking invloed had op hoe mensen een product vonden

smaken, maar dat bleek geen verschil te maken.

Tijssen plaatst een kanttekening bij het onderzoek. De deelnemers waren voornamelijk Wageningse vrouwen die meer dan gemiddeld met gezondheid bezig waren. 'Ik had natuurlijk liever een representatievere groep gehad, maar ik denk dat het niet afdoet aan de resultaten. We verwachten eerder een nog duidelijker effect. Want we denken dat mensen die minder gezondheidsbewust zijn, vooral kiezen op basis van smaak, en zich dus nog sterker laten afschrikken door producten die gezondheid uitstralen, omdat die minder lekker worden gevonden. Terwijl de mensen die toch al met hun gezondheid bezig zijn zich ook laten leiden door andere informatie op het etiket.' TL

◀ Zachtblauw blijkt niet de beste keuze voor lightproducten.