

Consument ziet lightproduct liever in een rood jasje

Fabrikanten verpakken lightproducten vaak in lichtblauwe verpakkingen. Maar consumenten zien liever warme en felle kleuren, zoals rood en oranje, ontdekte promovendus Irene Tijssen. Bij een computerspel bleek dat de deelnemers aan haar onderzoek warme en fel gekleurde yoghurtdrankverpakkingen aantrekkelijker vonden dan lichtblauwe. Tijdens het spel maakte Tijssen bovendien

hersenscans van de deelnemers. 'Vooral bij de verpakkingen met warme, felle kleuren zagen we meer activiteit in het deel van de hersenen dat te maken heeft met beloning', aldus Tijssen. Het onderzoek, dat draaide om het stimuleren van gezondere keuzes, deed ze in samenwerking met Unilever en FrieslandCampina.

Info: gerry.jager@wur.nl

