

MARLEEN GILLEBAART
DOCENT PSYCHOLOGIE AAN DE UNIVERSITEIT UTRECHT

HOE KRIJG JE 'N GEWOONTEDIER AAN

GEZOND

FASTFOOD?

Koele kikkers, vroege vogels, stresskippen, kroegtijgers – diep van binnen willen ze allemaal wel gezond snacken. Wat houdt ze tegen? En hoe springt de cafetariasector daar handig op in? De Universiteit Utrecht onderzoekt het én vraagt uw hulp.

Mensen hebben behoefte aan een gezond lijf. Toch blijven we ongezond eten. Hoe komt dat? Marleen Gillebaart, docent psychologie aan de Universiteit Utrecht weet het: "Mensen zitten vaak in een omgeving waar ze veel ongezond – maar lekker – eten wordt aangeboden." O, dus het komt door de fastfoodsector? "Haha, nou, het ligt aan iedereen die eten aanbiedt. Van de kiosk met gevulde koek en de railcatering met candybars tot de AH to go met zijn broodjes."

Domme ezels...?

Daarnaast blijkt het gewoontedier dat in ons schuilt, gezond eten in de weg te staan. "Heel lang is gedacht dat mensen goed nadenken en dan een gezonde keus maken. In de praktijk vraagt dat echter veel beslissingen op een dag. Er zijn namelijk veel keuzemomenten. Het kost te veel tijd als je je elke keer moet afvragen hoeveel tijd je aan het eetmoment wilt besteden, wat de kosten zijn en of je honger of alleen trek hebt." En dus kiezen we op basis van ons 'foute' gedrag uit het verleden...

Eten ontwerpen

Hoe we met z'n allen dan wél gezond gaan snacken? Dat onderzoekt Marleen samen met zo'n acht collega's. Waar het team vooral benieuwd naar is: "Kiezen mensen eerder voor gezond als de snack lijkt op iets wat minder gezond is? Dus nemen ze liever een groentekroket of humusbitterbal, omdat ze die vorm kennen? Om dit te ontdekken laten we fooddesigners prototypes van snacks ontwikkelen en kijken we wat consumenten kiezen."

Kleuren van de snackkar

Een ander onderdeel van het onderzoek gaat over de fastfoodomgeving, in dit geval een snackkar. "Hoe moet die eruit zien? Werkt een gezonde uitstraling? Of identificeren mensen zich daar niet mee en komen ze er dus niet op af?" De kleuren en teksten op reclameborden en posters komen daarom eveneens aan bod in het onderzoek.

Hoe werkt dat bij úw klanten?

"Als we weten hoe en welke snacks we willen aanbieden, zoeken we samenwerking met fastfoodondernemers. We hopen dat ze ons adviseren hoe we dit kunnen uitbaten of dat ze willen helpen met de verkoop." Sowieso komt ze voor het vierjarige onderzoek nu al graag met hen in contact. "Gaan je klanten voor iets lekkers, als je benadrukt dat een snack gezond is? Of eten ze gezond, zonder dat je dit benadrukt? Ervaringen zijn welkom! In ruil hiervoor stellen wij graag ónze kennis beschikbaar."

Smaakexperiment

Marleen besluit: "We kunnen niet allemaal een fruitstalletje hebben, maar ik zie wel een mooie rol voor fastfoodondernemers op weg naar een gezondere samenleving. Ga dus met medeondernemers en consumenten in gesprek en experimenteer. Maak je gezonde snacks? Kies dan in ieder geval voor smaak, want mensen willen dat die snack wel even lekker is als een ongezonde." ■

> Deel uw 'gezonde' ervaring

Kijk op degezondetoer.nl of meld u voor het onderzoek aan via m.gillebaart@uu.nl.