

Onderzoek: hoe low-fat producten kunnen bijdragen aan obesitas

Onderzoek van Garg, Wansink en Inman (verricht in onder andere bioscopen, hotels en bij mensen thuis) toont aan dat bepaalde consumenten - ondanks dat ze vetarme producten kopen - tot wel 28% meer calorieën binnenkrijgen dan consumenten die producten met een 'normaal' vetgehalte kopen. Mensen met obesitas kunnen hierdoor zelfs tot wel 45% meer calorieën binnenkrijgen. Garg, Wansink en Inman concluderen op basis van dit onderzoek dat mensen zich altijd niet realiseren dat vetarme producten niet automatisch ook caloriearme producten zijn.

Vet wordt bij vetarme producten vaak vervangen door suikers. Ofschoon deze producten vetarm zijn, zijn ze niet perse caloriearm. De meeste consumenten denken ook dat vetarme producten gezonder zijn dan 'normale' producten. In principe bevatten vetarme producten minder calorieën, stellen de onderzoekers, maar lang niet zoveel minder als consumenten vaak denken.

Uit onderzoek blijkt dat consumenten denken dat vetarme producten gemiddeld 40% minder calorieën bevatten, terwijl dit in werkelijkheid op ongeveer 11% ligt. Garg, Wansink en Inman hebben dit onderzocht door middel van een experiment. Er werd aan een groep mensen tijdens een receptie een aantal identieke chocolaatjes uitgedeeld. De helft van de chocolaatjes was gelabeld 'normaal' en de andere helft 'vetarm'. Na afloop van de receptie bleek dat consumenten die voor de vetarme chocolaatjes kozen, er 33% meer van aten dan consumenten die kozen voor de normale chocolaatjes. Dit experiment toont aan dat sprake is van een 'overconsumptie' van vetarme producten.

Een ander experiment van de drie onderzoekers toonde aan dat 'overconsumptie' van vetarme producten wordt veroorzaakt door het ontbreken van gevoelens van schuld. Mensen voelen zich minder schuldig als ze vetarme producten eten, waardoor ze er ook makkelijker meer van eten. Garg, Wansink en Inman stellen op basis van deze bevindingen dat de oplossing voor het obesitas-probleem dan ook niet bereikt kan worden door de introductie van meer vetarme producten. Mensen gaan er volgens hen alleen maar meer van eten waardoor het probleem eerder groter dan kleiner wordt. De boodschap voor mensen op dieet is dat ze beter 'normale' producten kunnen blijven gebruiken en hier gewoon wat minder van moeten eten.

Referentie(s)

Garg, N., Wansink, B., Inman, J. (2007), The influence of incidental affect on consumers food intake. *Journal of Marketing*, vol.71, January, p.194-206. *

* : aanwezig in de EURIB-bibliotheek.