

Onderzoek: het oog wil ook wat

Onderzoek toont aan dat de kleur van frisdrank in grote mate de waargenomen smaak beïnvloedt. Sterker nog, de onderzoekers hebben zelfs gevonden dat de kleur van een drankje van grotere invloed is op de waargenomen smaak, dan informatie over de prijs of over de kwaliteit ervan.

De onderzoekers Hoegg en Alba hebben in kaart gebracht wat de relatieve invloed van verschillende componenten (zoals kleur van het product, prijs, merknaam e.d.) is op de smaakbeleving van consumenten. Hiervoor hebben zij frisdranken als voorbeeld genomen. Allereerst concluderen zij dat een bekend merk leidt tot een hogere productvoorkeur. Hoewel zij aantonen dat er een verband bestaat tussen de kracht van een merk en waargenomen smaak, maken zij ook duidelijk dat deze invloed niet erg sterk is.

Door middel van drie experimenten hebben Hoegg en Alba het effect van verschillende componenten op smaakbeleving vastgesteld. Zij gebruikten daarvoor sinaasappelsap van de verschillende merken (waaronder Tropicana). In een van deze experimenten werd aan testpersonen twee dezelfde glaasjes Tropicana sinaasappelsap aangeboden. Eén drankje had een iets donkerdere kleur dan de andere. De (objectieve) smaak was in beide gevallen identiek. De testpersonen moesten vervolgens aangeven of ze vonden dat er sprake was van verschillende smaken. Uiteindelijk vonden zij dat er inderdaad duidelijke verschillen in smaak waren. Vervolgens werden er twee glaasjes met dezelfde kleur 'Tropicana' sinaasappelsap geschonken, maar een ervan had objectief gezien een veel zoetere smaak dan de andere. Wat bleek? De testpersonen vonden dat er weinig tot geen smaakverschillen tussen de twee producten waren. Dit onderzoek toont met andere woorden duidelijk aan dat de kleur van frisdrank in sterke mate de waargenomen smaak van het product bepaalt.

Referentie(s)

Hoegg, J., Alba, J. (2007), Taste perception: more than meets the tongue. Journal of Consumer Research, vol.33, March, p.490-498. *

* : aanwezig in de EURIB-bibliotheek.