

Waar zijn we de mist ingegaan? Angsten voor voedseladditieven beter begrijpen.

Filip Degreeef

filip.degreeef@vub.be

05/09/2018



Voedselangsten: van alle tijden?

Consumertrust at a low



(ZAK cartoon: De Morgen 27-02-2013)

Wanneer de consument angstig wordt over zijn eten: Wie weet wat we eten?

(HBVL: 21-04-1997)

Eten: een gevaarlijke gewoonte?

(HBVL: 28-11-1980)

Hoe zit het met al die vreemde dingen in onze voeding?

(HBVL: 23-11-1984)

Zoals in de tijd van onze grootouders....

(Test-Aankoop, 1970)

Een wereld in verandering



Een wereld in verandering



De overlevende consument

- Overlevingsmechanisme in wilde wereld
- Bombardement informatie
 - ⇒ *Paradox of Choice* (Barry Schwartz)
- Antwoord?
 - Ontwikkeling strategie
 - Eigen en sociale logica
 - ⇒ Creatie shortcuts
- Grote impact op gedrag
- De consument weet van niets. Maar weet goed wat hij/zij doet.

Constructie realiteit

Leviticus, XI, 20-24: *Zeg tegen de Israëlieten: “Dit zijn de dieren die jullie mogen eten:*

- *Alle dieren in de zeeën en rivieren die vinnen én schubben hebben. Maar alle waterdieren die geen vinnen of geen schubben hebben, moeten jullie walgelijk vinden.*
- *Alle insecten moeten jullie walgelijk vinden. Maar alle insecten die springpootjes hebben, mogen jullie wél eten. Dat zijn dus alle soorten sprinkhanen.*
- *Alle kruipende dieren zijn walgelijk. Jullie mogen ze niet eten.*

Leviticus

- Voedselveiligheid
 - Bijgeloof
 - Arbitrair
 - Ordening maatschappij
-
- Sociale en culturele constructie kennis
 - Wetenschappelijke kennis ook constructie
 - Habitus (Bourdieu)



Wetenschappelijke visie	Waardenvisie
Meetbare risico's	Vrijwillig versus opgedrongen
Hospitalisaties/doden	Bekend versus onbekend
Kosten- batenanalyse	Controle en eerlijkheid
	Natuurlijk versus technologisch

Marion Nestle. *Safe Food. The Politics of Food Safety*, 2015.



Charlotte Biltekoff. *Real Facts Vs. Real Food. Trusting the hand that feeds you*, 7-9/09/2015.

De overlevende consument



Voedselschandalen

- Belang diverse problemen voeding in publieke opinie
 - 1960- : Pesticides, additieven
 - 1970- : Zware metalen, antibiotica
 - 1980- : Hormonen, salmonella
 - 1990- : BSE, dioxines, GMO's
 - 2010- : Paardenvleesschandaal, fibronil

- Gevoel verlies tastbare verbinding
- Onzichtbaarheid
- Verbonden industriële productie

Nieuwe voedseltechnologieën

- Gepercipieerde (eigen) voordelen
- Gepercipieerde risico's
- Gepercipieerde natuurlijkheid

Gebruik insecten in voeding

Insecten die in België als eten mogen worden verkocht

Selectie op basis van de lijst van het FAVV

Meelwormen

Larve van de meeltor, populair in de opkomende insectenburgerindustrie, maar ook bij hobbykwekers.



Klein knapperig larfje, makkelijk te kweken, wordt gebruikt als grondstof voor burgers en snacks.

Buffalowormen



Zijdevlinderlarven

Zachte larve die in Azië veel wordt gegeten



Wasmottlarven

Zachte larve die binnenin vrij vloeibaar is. Wordt onder meer zoals garnalen verwerkt in een kroket



Afrikaanse treksprinkhanen

Worden vooral verkocht als partysnack, minder populair voor verwerking vanwege het grote aandeel poten en vleugels

Amerikaanse woestijnsprinkhanen



Moriowormen

Veel gelijkenissen met de meelworm, maar wat groter en steviger. Momenteel minder populair voor insectensnacks.



Huiskrekels

Populair voor chipsachtige snacks. De Nederlandse krekeltwekerij Insect Europe produceert sinds kort ook krekemel voor de voedingsindustrie



Bandkrekels

Vertalen naar onderzoek

- Onderzoek media (HBVL) en consumentenorganisaties (Test-Aankoop/VIVEC)
- Studie representatie informatie over voeding
- Sociale en culturele constructie kennis
- Wat wordt gezegd? Hoe wordt het gezegd?
- Mixed Methods aanpak:
 - Framing analyse
 - Kwalitatieve thematisch codering

Analyse additiesen

- Test-Aankoop en VIVEC
- Algemene negatieve houding t.o.v. additiesen
- Gebruikt als selectiecriteria
- Veralgemeningen schering en inslag

(1) Nut additieven

- Algemene perceptie gebrek nut
- Belangrijk vooroordeel
- Voordelen voor producent
- Gebruikt voor fraude of bedrog
- Bedrog breed begrepen

**Een overbodig
kleurenspelletje**

(2) Kwaliteit en controle producten

- Vergelijkende testen
- Additieven indicator slecht product
- Goed product = additief niet nodig (*bewaarmiddelen*)
- 'echte' product ontnomen

- Eigen zintuigen nutteloos
- Gevoel verlies controle
- Nadruk belang consumentenorganisaties



(3) Controle

- Additieven gereedschap voor fraude
- Gebrek aan ontsluiting (*not on the label*)
- Onwetende consument
- Oorlog tegen sulfieten



(3) Gezondheid

- Angst gevaren als versterkend effect
- Gelijktelling soortgelijke problemen (*pesticides, metalen*)
- Links aan:
 - Allergieën
 - Kankers
 - ADHD (80's)
- Brede problemen, brede gevaren, breed gevoel ontwetendheid, individualisering
- Makkelijke claims (toxicologen)

(4) Natuurlijkheid

- Artificieel = chemisch
- Chemisch = slecht
- Natuurlijk beter, niet perfect
 - Gebrek bewijs
 onschadelijkheid
 - Controle
- Geen simpel onderscheid
modern versus traditioneel
- Sterker belang puurheid



Test suikerbonen (TAM: 1976, 163)

(5) Controle en staat

- Gebrekkige bescherming staat
 - Blootleggen problemen systeem
 - Gebrek ontsluiting informatie
 - Aanval wettelijk kader
-
- Gevecht om informatie en controle
 - Gevecht om macht over keuze
 - Etiket als machtsmiddel

Perceptie consument

1. Voordelen voor bedrijven, niet voor consument.
2. Risico's zijn hoog.
3. Gebrek eigen macht.
4. Wantrouwen systeem en controle.
5. Maken producten slechter.
6. Niet natuurlijk. Niet puur.

Nieuwe voedseltechnologieën: additieven

Gepercipieerde (eigen) voordelen

=> laag

Gepercipieerde risico's

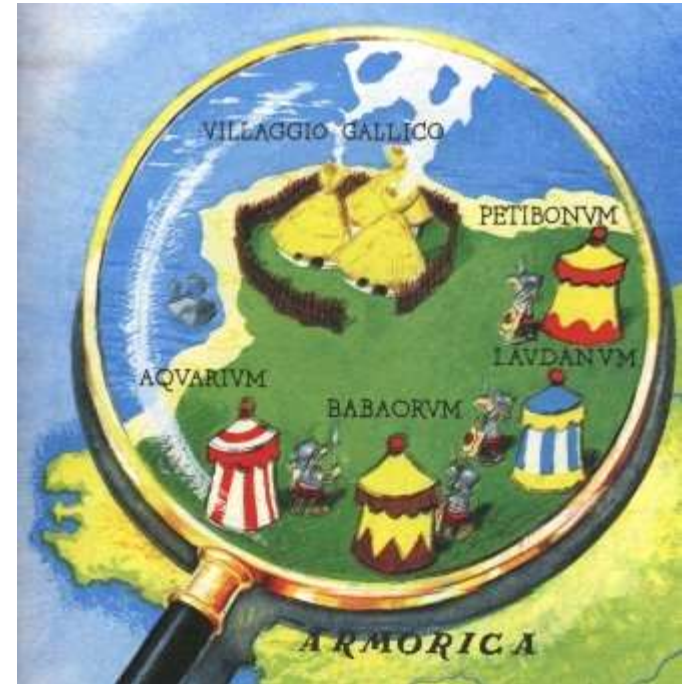
=> Hoog

Gepercipieerde natuurlijkheid

=> Laag

Alle additieven?

- Zoetstoffen
- Sterk aanwezig in debat
- Scoren stelselmatig beter in perceptie
- Neutrale houding organisaties
=> keuze consument
- Belang voordelen consument
- Populariteit Stevia



Conclusies

- Belang sociale en culturele constructie
- Consument heeft eigen rationaliteit
- Negeer waarde rationaliteit niet
- Belang integratie in productontwikkeling en communicatie
- Opedrongen risico's als negatiever beschouwd
- Kritische en machtige consument
 - Consument eist voordelen op
 - Vraag naar natuurlijkheid als antwoord