nieuws

"Onze afkeer van 'lelijk' voedsel is groot"

nieuws

Een appel met een klein vlekje? Slechts 2,6 procent van de mensen zou die nog in zijn winkelmandje leggen. Zelfs thuis laten we licht beschadigd of cosmetisch imperfect voedsel links liggen: amper 2 op de 10 eten een geblutst exemplaar nog op. Ook als enkel de verpakking beschadigd is, zoals een brik fruitsap met een deuk erin, hoeven we het niet meer. Dat blijkt uit onderzoek van de Wageningen Universiteit bij 4.214 consumenten uit vijf landen.

23 JANUARI 2017 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:38

Lees meer over:
consument
onderzoek
distributie



Een appel met een klein vlekje? Slechts 2,6 procent van de mensen zou die nog in zijn winkelmandje leggen. Zelfs thuis laten we licht beschadigd of cosmetisch imperfect voedsel links liggen: amper 2 op de 10 eten een geblutst exemplaar nog op. Ook als enkel de verpakking beschadigd is, zoals een brik fruitsap met een deuk erin, hoeven we het niet meer. Dat blijkt uit onderzoek van de Wageningen Universiteit bij 4.214 consumenten uit vijf landen.

Elk jaar vliegt in Vlaanderen tot 142.000 ton voedsel rechtstreeks de vuilbak in. Omdat het rot of over datum is. Maar evengoed omdat de consument die groenten, brikken of dozen gewoon helemaal links laten liggen. Te krom, te recht, te bleek of slecht verpakt. Onze afkeer van 'lelijk' voedsel is groot, zo blijkt uit onderzoek van de Nederlandse universiteit van Wageningen. Zij legden aan zo'n 4.214 consumenten uit vijf landen (Nederland, Denemarken, Zweden, Noorwegen en Duitsland) voedseldilemma's voor. Zouden ze in de supermarkt een perfect blozende appel kopen of eentje met een plekje? Of zouden ze een gedeukte appel uit hun eigen fruitschaal thuis nog opeten? Resultaat: de meerderheid koos voor het perfecte product. "In de supermarkt is dat nog logisch", licht onderzoekster Ilona de Hooge toe. "Maar dat een gedeukt brik fruitsap thuis door nog slechts 36 procent van de consumenten wordt opgedronken, terwijl daar helemaal niks mis mee is, is opvallend."

De redenen zijn verschillend naargelang het product, zo blijkt. Een gebroken pak koekjes ziet er gewoon niet meer zo aantrekkelijk uit en van een geblutste appel denken we dat die slecht smaakt. "Bij een brik melk over datum vrezen we dan weer dat het niet meer veilig is. Hoe dan ook: we zijn te verwend. Supermarkten leggen geen misvormde producten in hun winkel, want die worden toch niet verkocht. En voor consumenten is het heel makkelijk om iets wat er niet superieur uitziet, te vervangen. Je betaalt, dus je wilt het zo perfect mogelijk. Koop je toch zo'n imperfect exemplaar? Dan wil de consument er op z'n minst korting voor."

Blijkt ook uit de studie: jongeren staan meer open voor afwijkende producten dan ouderen. "Die laatsten weten nochtans nog hoe groenten rechtreeks van de boer eruit zien", aldus De Hooge. "Maar blijkbaar zijn jongeren meer bezig met duurzaamheid."

Meer info: Wageningen Universiteit

Bron: Het Laatste Nieuws/eigen verslaggeving

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada