nieuws

"Relatie consument en voeding was altijd al complex"

nieuws

ICAG, het Interfacultair Centrum voor Agrarische Geschiedenis van de KU Leuven, heeft een seminarie georganiseerd over de perceptie van voedselkwaliteit en -veiligheid bij de consument sinds 1950. Historicus Filip Degreef van de VUB kwam er de resultaten van zijn (lopend) doctoraatsonderzoek voorstellen. Daaruit blijkt dat wantrouwen ten opzichte van additieven en andere technologieën in voeding niet nieuw is.

10 MAART 2017 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:33

Lees meer over:
onderzoek
consument
gezondheid
voedselveiligheid



ICAG, het Interfacultair Centrum voor Agrarische Geschiedenis van de KU Leuven, heeft een seminarie georganiseerd over de perceptie van voedselkwaliteit en -veiligheid bij de consument sinds 1950. Historicus Filip Degreef van de VUB kwam er de resultaten van zijn (lopend) doctoraatsonderzoek voorstellen. Daaruit blijkt dat wantrouwen ten opzichte van additieven en andere technologieën in voeding niet nieuw is.

Controle op voeding is altijd belangrijk geacht. In de Middeleeuwen werden dieren bijvoorbeeld te voet de stad binnengebracht en in het openbaar geslacht, zodat iedereen kon controleren of ze wel gezond waren en of alles wel correct verliep. Intussen is de voedselketen en de manier van winkelen sterk veranderd. In plaats van in het openbaar worden dieren geslacht in gesloten slachthuizen, ingrediënten leggen een lange en onzichtbare weg af voor ze op het bord belanden, en in de supermarkt worden consumenten murw geslagen met een overvloed aan keuze.

Dit heeft gevolgen voor de manier waarop consumenten keuzes maken. Ze vertrouwen op externe informatiebronnen en laten zich leiden door simplistische regels om een keuze te maken. Filip Degreef van de VUB onderzoekt welke rol consumentenorganisaties en media daarin spelen. Hij focust daarbij op 1950 tot 1995, een periode waarin voedselschandalen elkaar snel opvolgden. Concreet bestudeert hij de manier waarop Test-Aankoop en VIVEC in die periode communiceerden over voedseladditieven. Hun algemene houding blijkt negatief te zijn en hun advies meestal ontradend. De aanwezigheid van additieven wordt zelfs als criterium gebruikt voor de beoordeling van een product. Additieven worden immers als onnodig ervaren, als een indicator voor een slecht product en als een gereedschap voor fraude. De eigenschappen van producten met additieven zijn meestal slechter en producten zonder (“echte producten”) zijn beter. Additieven worden gelinkt aan gezondheidsgevaren en aan problemen zoals allergieën, kankers en ADHD.

“De houding van consumentenorganisaties was erg simplistisch en veralgemeningen vormden schering en inslag. Ze hadden slechts weinig bewijs nodig om te beweren dat additieven gevaarlijk zijn, terwijl ze omgekeerd véél bewijs nodig hadden om te beweren dat ze oké zijn”, stelt Degreef. Hij wijst erop dat deze houding in schril contrast stond en staat met die van wetenschappers (microbiologen). Zeker in verband met bewaarmiddelen is dat zo. Feit dat een boterham na enkele dagen in een gesloten plastic zak niét slecht wordt omdat hij bewaarmiddelen bevat, wordt door microbiologen als positief ervaren en door consumentenorganisaties als negatief. “Want een échte boterham, zoals hun grootouders die kenden, hoort volgens hen nu eenmaal slecht te worden.”
De perceptie van de consument in die periode is gelijkaardig aan die van de consumentenorganisaties: “ze zien alleen voordelen voor de bedrijven, niet voor zichzelf. De risico’s vinden ze hoog en ze voelen zich machteloos. Ze wantrouwen het voedselsysteem en de controleorganen. Tot slot vinden ze dat producten slechter en minder natuurlijk worden door toevoeging van additieven”.
Als de voordelen voor de consument duidelijker aanwezig zijn, wat bijvoorbeeld het geval is bij zoetstoffen, dan is de houding van consumentenorganisaties en consumenten veel positiever/neutraler. “De consument is zeer kritisch en eist de voordelen op. Een langere bewaring volstaat daarbij niet”, stelt Degreef. Als antwoord op het ‘opgedrongen risico’ van additieven zoekt de consument naar natuurlijkheid, wat de populariteit van biologische, ambachtelijke en artisanale voedingsproducten verklaart.
Een evolutie in die houding tussen 1950 en 1995 merkt Degreef in zijn studie amper op. “De houding ten opzichte van additieven was altijd al wantrouwig. Eerst werd het gezien als iets dat niet thuishoort in een ‘echt product’, en vanaf 1970-1980 kwam daar de focus op natuurlijkheid bij”, klinkt het.
De oorzaak van het wantrouwen en de angst van consumenten voor additieven, is volgens Degreef terug te leiden tot het feit dat de voedselketen zo complex en onzichtbaar is. “Voedselschandalen maken dat tastbaar. Op zo’n moment wordt de complexiteit blootgelegd en de onwetendheid van de consument pijnlijk duidelijk.” De oplossing is volgens Degreef dan ook openheid. “Laat consumenten toe om te kijken hoe producten geproduceerd worden, en wees daar consequent in.”
Meer info over het onderzoek van Filip Degreef vind je hier.

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