

# Leuke vormpjes stimuleren bij keuze

Wageningen UR voert een breed scala aan onderzoeken uit op het gebied van voeding en gezondheid. Deze week: grappige volkorenbroodjes.

door Arnold Winkel

**WAGENINGEN** – Vraag een kind of het een wit bolletje wil of een volkorenbolletje. Negen van de tien keer is de keuze makkelijk: het kind pakt het witte bolletje. Maar er is een uitzondering, zo ontdekten onderzoekers Food & Biobased Research in samenwerking met de leerstoelgroep Marktkunde en consumentengedrag van Wageningen UR. Presenteer het volkorenbrood in een leuke vorm en het witte brood normaal, dan kiezen ze vaker voor het gezonde volkorenbrood.

„Het is hard nodig dat kinderen gezonder gaan eten”, meent universitair docent Ellen van Kleef. „Overgewicht is een aanzienlijk probleem. Maar hoe bewegen we kinderen ertoe gezonder te gaan eten? We hebben het de afgelopen decennia geprobeerd met uitleggen en educatie, maar daar hebben we het dus niet mee gered. Nu gaan we proberen de omgeving te veranderen en laten we zien dat een leuke keuze ook een gezonde keuze is.” „Een subtiel duwtje in de rug”, noemt onderzoeker René de Wijk het.

Het duo wijst op de klassieke marketing. „Die weet precies hoe kinderen verleid kunnen worden om



■ René de Wijk en Ellen van Kleef bekijken broodvormen. foto Herman Stöver

snoep, chips en chocola te kopen”, zegt Van Kleef. „Die kennis is waarschijnlijk ook toepasbaar bij het verleiden door gezonde producten.” De Wijk stelt dat veel mensen denken dat gezond niet lekker kan zijn. „Ze hebben ook de neiging voor het ongezonde te kiezen”, aldus De Wijk. „We zijn zo aangetrokken tot ongezonde

► Kinderen kiezen vaker voor een gezond volkorenbroodje als dat in een leuke vorm is gebakken

dingen als veel suiker en vetten. Ik zou het willen omkeren. Maak gezond juist cool.” Van Kleef voegt eraan toe dat bijvoorbeeld een Big Mac zichzelf verkoopt en een salade bij de McDonalds juist niet. „De vraag is of je kinderen in die gevallen wel keuzevrijheid moet geven.”

Bij de proef met de leuke broodjes deden ze dat wel. Tijdens het Nationaal Schoolontbijt van vorig jaar voerden de wetenschappers een onderzoek uit onder 1.113 kinderen op 12 basisscholen. Daarbij konden de leerlingen kiezen uit witte broodjes en volkorenbroodjes met een normale en een grap-

pige vorm, zoals visjes, handjes en hartjes. In sommige klassen hadden zowel de volkorenbroodjes als de witte broodjes een leuke vorm. En in weer andere klassen hadden beide broodjes een normale vorm. De kinderen aten gemiddeld drie broodjes. Daarvan was 76 procent wit. „Uit het onderzoek bleek wel dat kinderen bijna twee keer zoveel volkorenbroodjes aten als dit broodje een grappige vorm had”, meldt Van Kleef. „Zeker als de witte bolletjes de normale vorm hadden. En opvallend was dat de kinderen de leuk gevormde volkorenbroodjes ook lekkerder vonden dan die met een gewone vorm.”

De onderzoekers concluderen op grond van dit onderzoek dat het ontbijtgedrag van kinderen positief is te sturen. „Dat kan met name helpen als ze moeten wennen aan iets nieuws”, meent De Wijk. „Het kan ertoe leiden dat kinderen volkoren brood meer gaan waarderen en dat het eten ervan een gewoonte wordt.” Volgens Van Kleef is het nog de vraag hoe dit ook op andere terreinen is in te zetten. „Overgewicht bij kinderen is een groot probleem. Het is alle hens aan dek. Er moet een gedragsverandering komen. En de resultaten van dit onderzoek kunnen daarbij een rol spelen.”

Dit is de tweede aflevering van een maandelijkse serie.



## Speciale pagina's

Food Valley is behalve de economische en wetenschappelijke motor ook steeds meer een bindende factor in de Vallei. Daarom presenteert De Gelderlander tweemaal per maand op vrijdagen pagina's speciaal over voeding, gezondheid, wetenschap en ondernemen in Food Valley.

Alle starters zijn welkom STARTERSlening Arnhem

GEMEENTE Arnhem

## DINERSHOW

### KERSTAVOND

- MENU -

CARPACCIO	TONIJN
- ZIJLENDE VAN RUNDVLEES	GESCHROEID
- RUCOLA	TARTAAR
- TRUFFELMAYONNAISE	AVOCADO
- PIJNBOOMPITTE	TOMAAT
- EENDENLEVERKRUI	KOMKOMMER

  

BALETIE STEAK	OSSENSTAARTROUILION
- STEAK UIT DE BIJUWEL VAN HET RUND	- EEKHOORNJESBROOD
- AARDAPPEL MARSALA	- TRUFFELOLIE
- KRIEL IN DE SCHIL	
- ROMANESCO	
- WORTEL	
- SINAASAPPEL	

  

STOOFPEPER	BAVETTE STEAK
- CHOCOLADE	- STEAK UIT DE BIJUWEL VAN HET RUND
- IJS VAN SPECERIJEN	- AARDAPPEL MOUSSELINE

  

KERSTAVOND STAAT BLIJVEND IN HET TEKEN VAN GEZELLIGHEID IN EEN ONTSPANNEN SFEER EN HET LUSTIG DOEN MET DAT MET DAT LIVE MUSIEK. DINEREN, WAAR TUSSEN DE GANGEN DOOR LIVE MUZIEK JULLIE ZAL VERMAKEN MET MUZIKALE KLANKEN.

STEL ZELF JE 3 GANGEN MENU SAMEN EN GENIET VAN WAT WIJ EEN FIJNE KERSTAVOND NOEMEN.

BIJ ELKE GANG EEN PASSEND GLAS WIJN? €5,- PER GLAS

€37,50

GRAND CAFÉ DE MARKT LUNCH • DINER • LOUNGE

## KERSTDINER

### TWEEDE KERSTDAG

- MENU -

HERTENHAM	TONIJN
- DUN GESNEDEN	TATAKI (GESCHROEID)
- COMPOTE VAN RODE UI	TARTAAR
- TOAST VAN BRIOCHE	AVOCADO
- VERSE VIJGEN	TOMAAT

  

OSSENSTAARTROUILION	COQUILLES
- EEKHOORNJESBROOD	QUINOA
- TRUFFELOLIE	WITLOF

  

BAVETTE STEAK	EENDENBORST
- STEAK UIT DE BIJUWEL VAN HET RUND	KROKANTE HUID
- AARDAPPEL MOUSSELINE	AARDAPPEL MOUSSELINE
- KRIEL IN DE SCHIL	KRIEL IN DE SCHIL
- CANTHARELLEN	ROMANESCO
- ROMANESCO	WORTEL
- WORTEL	SINAASAPPEL JUS

  

STOOFPEPER	EXOTISCH FRUIT
- CHOCOLADE	PANDAN
- IJS VAN SPECERIJEN	- IJS VAN YOGHURT

  

KERST STAAT BIJ ONS IN HET TEKEN VAN GEZELLIGHEID IN EEN ONTSPANNEN SFEER EN HET LUSTIG DOEN WE DAT MET EEN GOED DINER.

STEL ZELF JE 4 GANGEN MENU SAMEN EN GENIET VAN WAT WIJ EEN FIJNE KERST NOEMEN.

BIJ ELKE GANG EEN PASSEND GLAS WIJN? €5,- PER GLAS

€42,50

GRAND CAFÉ DE MARKT LUNCH • DINER • LOUNGE