

Smaakttesten in real-life settings

Levenschte proef vergroot kans op marktsucces

Onderzoekers van Wageningen Food & Biobased Research testen producten voor ouderen niet alleen in smaakhokjes, maar ook in real-life settings zoals het Restaurant van de Toekomst. Herhaling van de proeven geeft inzicht in de waardering voor producten op de lange termijn. “Fabrikanten kunnen zo de succesansen beter inschatten,” zeggen de wetenschappers Stefanie Kremer en Esmée Doets.

Een grote groep ouderen geniet zichtbaar van een gezamenlijke lunch. Bij het buffet hebben ze een keuze gemaakt uit verschillende soorten brood, hartig en zoet beleg, soep, zuiveldrank en vruchtensap. De 80-jarige Jan smeert een bruine boterham met

onderzoek in levenschte situaties uitvoeren,” vertelt Esmée Doets, onderzoeker bij de groep Consumer Science & Health van Wageningen Food & Biobased Research. “Dat biedt voordelen ten opzichte van smaakonderzoek in een proefhokje. Dat mensen een hapje van een product waarderen, wil niet altijd zeggen dat ze een hele portie lekker vinden.” Voor het lunchonderzoek kwamen zestig deelnemers vier weken

deelnemers hiervan op de hoogte waren. Afhankelijk van het product bevatten de voedingsmiddelen 3 tot 8 gram meer eiwit. De deelnemers konden zelf hun maaltijd samenstellen, er was geen voorgeschreven lunchsamenstelling. “Na elke maaltijd gaven de ouderen aan hoe lekker ze de geconsumeerde producten vonden”, licht Doets toe. “Door de duur van de proef ontdekten we ook hoe ze de eiwitverrijkte producten waarderen als het nieuwe eraf is.”

Vitale ouderen

In Wageningen wordt al meer dan dertig jaar fundamenteel en toegepast onderzoek gedaan naar voeding voor ouderen. “Onderzoek naar de productwaardering wordt

‘Over de voedselbeleving van ouderen is relatief weinig bekend’

jam, Corrie van 85 neemt een hap tomaatsoep en de 73-jarige Kees drinkt een glas vruchtensap. Ze eten met smaak en voeren ondertussen geanimeerde gesprekken met hun tafelgenoten. Is dit een uitstapje van de plaatselijke seniorenclub? Nee, het is een consumentenonderzoek.

Smaakonderzoek

“In het Restaurant van de Toekomst op de Wageningse campus kunnen we sensorisch

achter elkaar, twee dagen per week naar het restaurant om te lunchen. Het doel was te onderzoeken of we de eiwitinname van ouderen kunnen verhogen door reguliere lunchproducten te vervangen door eiwitverrijkte varianten, ontwikkeld binnen *Cater with Care*. Een keer per week kregen ze een lunch met reguliere producten, de andere keer waren de verschillende broodsoorten, de soep, de vruchtensappen en zuiveldranken met eiwit verrijkt zonder dat de

SenTo-panel

Het SenTo-panel - SenTo staat voor Senioren voor de Toekomst, bestaat uit ruim 800 zelfstandig wonende ouderen in de leeftijd van 55 tot 90. Het panel is een initiatief van Wageningen University & Research. De ouderen doen zelfstandig boodschappen, spreken vloeiend Nederlands, kunnen online met een computer werken en zijn in staat om op eigen gelegenheid naar Wageningen te komen. Met het SenTo-panel is een objectieve en betrouwbare groep proefpersonen voor verschillende soorten voedingsonderzoek onder ouderen beschikbaar. Het panel is uniek in Europa.



Ouderen uit het SenTo-panel gebruiken de lunch in het Restaurant van de Toekomst voor een onderzoek naar eiwitverrijkte producten.

daarbij steeds belangrijker,” vertelt Stefanie Kremer, expertiseleider binnen de groep Consumer Science & Health. “De verwachting is dat in 2040 één op de vier inwoners van Nederland ouder is dan 65. We weten dat gezonde voeding, naast beweging, bijdraagt aan het behoud van vitaliteit. Als we kunnen zorgen voor gezonde producten die de ouderen waarderen, is de kans groter dat ze die gaan consumeren.”

Over de voedselbeleving van ouderen is nog relatief weinig bekend. Bij veel mensen neemt het reukvermogen af met ouder worden, en dat beïnvloedt ook de smaakwaarneming. Kremer: “De waardering van jongeren en ouderen voor voedingsmiddelen is echter wel vaak gelijk. We vermoeden dat bij ouderen naast sensorische aspecten andere factoren een steeds grotere rol gaan spelen. Zoals herinneringen die bepaalde gerechten oproepen en de sociale context waarin mensen eten.”

Met het stijgen der jaren wordt ook het gebruiksgemak van de verpakking steeds belangrijker. “In een van onze onderzoeken slaagden de ouderen er zelden in een verpakking te openen zonder te knoeien. Daar

hielden ze niet van. Daarmee was het product bij voorbaat afgedaan,” vertelt Doets.

Voedingsgewoonten

In Wageningen is de waardering van eiwitverrijkte producten een van de onderzoeksthema's. Volgens experts hebben ouderen meer eiwit nodig dan jongere volwassenen, maar de vraag is hoe ze extra eiwit kunnen consumeren. Ze hebben voedingsgewoonten ontwikkeld waar ze niet gemakkelijk meer van afwijken. Met de jaren daalt de energiebehoefte, dus het consumeren van extra eiwitrijke voedingsmiddelen is niet de oplossing. “Eiwitverrijkte varianten van gewone producten, zoals we hebben gebruikt bij het lunchexperiment, zijn een goed alternatief”, geeft Kremer aan. “De toevoeging van eiwit verandert wel de smaak en structuur en dat kan zorgen voor een droger mondgevoel. Daarom adviseren we fabrikanten een nieuw product in een vroeg stadium bij de doelgroep te testen.”

Communiceren

Zitten ouderen wel te wachten op eiwitverrijkte producten die speciaal voor hen zijn

gemaakt? Doets: “Dat is een kwestie van communiceren. Kijk bijvoorbeeld naar de elektrische fiets. Die is niet als fiets voor ouderen op de markt gebracht, maar als manier om onafhankelijk en fit te blijven. Nu is die fiets zelfs bij jongeren populair.” Fabrikanten die speciale producten voor ouderen willen ontwikkelen, kunnen op verschillende manieren gebruikmaken van de Wageningse expertise. “We bieden altijd een aanpak op maat. Dat kan een eenmalige eenmalige meet & greet-sessie zijn waarbij fabrikanten ouderen uit ons panel onder onze begeleiding hun ideeën kunnen voorleggen of producten laten proeven”, noemen de onderzoekers als voorbeeld. “Zo wordt al in de beginfase van de productontwikkeling duidelijk of een idee aanslaat.” Willen fabrikanten meer, dan kunnen ze technische ondersteuning krijgen bij de productontwikkeling. “Of we helpen ze te ontdekken wat de oudere consument wil, wat hij waardeert en waarom. Daarmee kunnen ze de succesansen van een nieuw product beter inschatten.”

Resultaten lunchproef

De eerste resultaten van de lunchproef laten volgens de onderzoekers zien dat de deelnemers sommige eiwitrijke varianten net zo lekker vinden als de gewone producten. “Een paar andere producten kunnen verder ontwikkeld worden om beter aan te sluiten bij deze doelgroep, omdat ze een lagere waardering hadden dan de reguliere varianten. Over het algemeen aten de deelnemers van beide buffetten evenveel. Bij het buffet met eiwitverrijkte productvarianten kregen ze dus meer eiwit binnen, bij een gelijke energie-inname.” Begin 2017 worden meer gedetailleerde resultaten bekend.

Voor meer informatie over het onderzoek: www.wur.eu/healthyageing. Meer informatie over samenwerking: Esmée Doets, 0317-480262, esmee.doets@wur.nl.

• ANNEMARIE BARBIER-SCHENK •

Ir. A. Barbier-Schenk is freelance journalist