

Laura Bouwman: 'Gezond eten moet de sociale norm worden'

Adviezen moeten passen in het leven van alledag

Het blijkt dat veel consumenten hun eetgedrag wel willen veranderen, maar het lastig vinden om dit in hun sociale omgeving te organiseren en te motiveren. Dit komt omdat gezond eten (of dit ter sprake brengen) een negatief imago heeft. Promovenda Laura Bouwman vindt dat actief nadenken en praten over gezond eten de norm moet worden.



Op 15 april promoveerde dr. Laura Bouwman op haar proefschrift *Personalised nutrition advice. An everyday-life perspective*. "In mijn onderzoek heb ik gekeken hoe theoretische concepten over gezondheidscommunicatie en gedragsverandering zich verhouden tot de werkelijkheid van alledag. Uit wetenschappelijk onderzoek wordt steeds meer bekend over wat je moet eten en waarom. Daardoor kan een advies naar een cliënt steeds specifiekere gegevens worden. Maar voor de cliënt wordt het daardoor ook steeds lastiger om het advies in te passen in het dagelijks leven. Een bekende methode van advies is het geïndividualiseerde advies: toegespitst op het individu. We noemen dit ook wel 'advies op maat'." Een advies op maat wordt samengesteld op basis van iemands fysieke kenmerken, zoals BMI, een vergelijking van iemands eetgewoonten met de aanbevelingen en iemands houding ten op-

zichte van gezond eten. "In de toekomst komt daar mogelijk nog informatie over de genen van de cliënt bij. Deze methode van voedingsadvies staat sterk in de belangstelling, omdat wetenschappelijk onderzoek heeft aangetoond dat consumenten een dergelijk advies als persoonlijk relevant beoordelen, waardoor ze eerder overtuigd zijn van het belang van goed eten. Daarnaast is het door de ontwikkelingen in de interactieve computertechnologie mogelijk om via internet het advies op maat aan te bieden aan een groot publiek. Uit het literatuuronderzoek blijkt echter dat ook dit advies op maat in de praktijk geen garantie biedt voor het daadwerkelijk veranderen van eetgewoonten."

Gezond eten sociaal organiseren lastig

"Omdat we zo goed weten wat we moeten eten en waarom, gaan wetenschappers en mensen die zich bezighouden met voedingsadviesing er momenteel vaak vanuit dat het vanzelfsprekend is dat consumenten gezond willen eten omdat het helpt fysiek gezond te blijven." Bouwman vraagt zich af of dit ook vanzelfsprekend is voor consumenten. Uit haar literatuurstudie naar gezondheidscommunicatie en gedragsverandering blijkt dat consumenten in het dagelijkse leven naast

'De keuze voor gezond eten staat niet op zich'

fysieke gezondheid ook andere ambities nastreven, zoals goed werk afleveren en een goede zorg voor kinderen. Bouwman: "De keuze voor gezond eten staat niet op zich; eten heeft een link met deze ambities, waarbij over het algemeen ook andere mensen betrokken zijn. Als je bijvoorbeeld kiest

voor een opvoedstijl waarbij je kinderen veel inspraak geeft in allerlei keuzes, zullen kinderen ook invloed uitoefenen op de maaltijd die op tafel komt en hoe daarmee omgegaan wordt. Het veranderen van eetgedrag wordt dan veel lastiger. Wil je daadwerkelijk veranderen wat je eet, dan is het daarbij noodzakelijk dat ook de kinderen anders gaan eten: de sociale omgeving moet dus meeveranderen. Kortom, je moet gezond eten niet alleen praktisch organiseren, maar ook sociaal.”

“Diëtisten zijn goed in het adviseren over de praktische organisatie van gezond eten. Maar daarnaast is ook aandacht voor de sociale omgeving noodzakelijk, en voor de veranderingen die daarin nodig zijn. Wil je gezonder gaan eten, dan moet je bijvoorbeeld ook degene die de boodschappen doet overtuigen van het nut van gezond eten. Daarvoor moet je motiveren waarom je gezond wilt eten, en onderhandelen over wat je wilt eten. In het huidige advies op maat ontbreekt het aanleren van dit onderhandelen.”

Om te achterhalen hoe mensen in het leven van alledag praten over gezond en ongezond eten – en wat hiervoor de sociale norm is – heeft Bouwman dertig mensen geïnterviewd over hoe ze met eten omgaan. Daarnaast heeft ze situaties bespro-

ken om de sociale betekenis van eten te achterhalen. Bouwman licht toe: “Deze interviews zijn geanalyseerd op het alledaagse taalgebruik: hoe praten mensen over gezond en ongezond eten, en welke betekenis geven ze eraan. Hierin klinkt de sociale norm door.”

Drie manieren om over gezond eten te praten

Bouwman: “Uit deze interviews bleek dat consumenten op grofweg drie manieren over gezond eten praten.” Dit noemt Bouwman ook wel ‘repertoires’. “Deze repertoires kunnen door één persoon allemaal gebruikt worden, afhankelijk van de situatie.”

Allereerst wordt over gezond eten gepraat als iets vanzelfsprekends, iets wat niet moeilijk is. Consumenten kennen de aanbevelingen en willen die ook opvolgen. Dit repertoire kwam vooral naar voren wanneer we vroegen: ‘Wat vind je belangrijk als het gaat om eten?’”

“Wanneer we vragen naar het gezonde eten binnen een bepaalde context, bijvoorbeeld eetgedrag in een restaurant, komen ze met een ander repertoire. Consumenten realiseren zich dat ze net hebben gezegd dat ze gezond eten heel belangrijk vinden, maar toen in het restaurant niet zo gezond gegeten hebben. Ze benadrukken vervolgens dat gezondheid wel vanzelfsprekend is, maar dat het niet betekent dat je niet geniet van het leven. Genieten hoort bij eten, ze doen het met mate en doen daar niet moeilijk over. Met genieten wordt bedoeld: genieten van iets lekkers, maar ook tijdwinst of geldwinst. Mensen benadrukken dat ze niet ongelimiteerd ongezond eten; ze doen dit met mate door niet te vaak en niet te veel ongezond te eten.”

“Het laatste repertoire dat consumenten gebruiken, is dat gezond eten betekent dat te veel en te vaak ongezond eten gecompenseerd moet worden. Volgens consumenten kan dit door specifieke producten, waardoor schade aan de gezondheid wordt voorkomen. In dit repertoire hoor je de campagne van het Voedingscentrum over de Balansdag terug, waarin minder en

Laura Bouwman

Na haar studie Voeding en Diëtetiek aan de Haagse Hogeschool studeerde Laura Bouwman Humane Voeding aan Wageningen Universiteit. Van 2004 tot 2009 deed ze promotieonderzoek, resulterend in het proefschrift *Personalised nutrition advice. An everyday-life perspective*. Bouwman is momenteel werkzaam bij de Alliantie Voeding Gelderse Vallei, waar ze onderzoek doet naar aanpak van overgewicht in de Gelderse regio. Daarnaast werkt ze mee aan de ontwikkeling van behandelprogramma's voor kinderen met overgewicht in drie verschillende leeftijdsgroepen, waarbij de nadruk zal liggen op de interactie met de sociale omgeving.



gezonder eten centraal staat. Mensen hebben interesse in dit concept, maar kunnen het niet goed invullen in hun dagelijkse leven. Ze komen daardoor niet verder dan ad hoc-oplossingen, zoals een sinaasappel bij het ontbijt na een avondje stappen. Mogelijk wordt dit ook veroorzaakt doordat onderzoek, voor-

*‘Probeer als diëtist
inzicht te krijgen in de overige
ambities van een cliënt’*

lichting en claims vaak communiceren over één element van eten, terwijl het gaat om het totaalpakket. Voedingskundig is het de vraag of deze manier van compenseren enig effect heeft. Diëtisten moeten dus goed navragen of consumenten het concept ‘balans-compenseren’ wel goed vertalen naar de praktijk.” “Samenvattend kan uit de interviews met de cliënten geconcludeerd worden dat gezond eten wordt gezien als iets vanzelfsprekends, wat niet echt moeilijk is en waar je relaxed mee omgaat, anders geniet je niet. Mensen die gezond willen eten en dit ter sprake brengen, lopen het risico door anderen te worden aangezien als ‘gezondheidsfreak’. ‘Gezond eten spreekt toch vanzelf en is niet moeilijk, dus waarom zou je iets veranderen?’ Dit maakt het lastig om gezond eten ter discussie te stellen. Gelet op het hoge percentage Nederlanders met overgewicht moet er echter wel iets veranderen. Wanneer we eetgewoonten structureel willen veranderen, moet het de norm worden dat consumenten kritisch nadenken en actief discussiëren over de wens om gezond te eten.”

Flexibiliteit adviezen

Er zijn veel goede initiatieven om mensen duidelijk te maken hoe ze moeten eten, zoals de Schijf van Vijf, het Groene Klaverstelsel en het ‘Ik Kies Bewust’-logo. Deze systemen kunnen mensen helpen om bewuster te eten. Maar werkt het productgericht communiceren eigenlijk wel? En is het in te passen in het dagelijkse leven?

Bouwman: “De Schijf van Vijf is ontwikkeld omdat het inpassen ervan heel duidelijk en gemakkelijk zou zijn. Maar daardoor is het ook weinig flexibel en mijns inziens bijna niet in te passen in de dagelijkse routine. Het zo strikt voorschrijven van gezond eten ontnemt consumenten de verantwoordelijkheid, waar-

door ze alleen regeltjes volgen, en zelf niet iets substantieels veranderen. Daardoor houden cliënten het maar korte tijd vol. Het is lastig om meer flexibiliteit in aanbevelingen in te bouwen. We missen kennis over hoe mensen die gezond eten, omgaan met eten. Hier is nog geen onderzoek naar gedaan. Eten ze volgens de Schijf van Vijf of volgen ze regeltjes?”

Ze vervolgt: “Misschien moeten we meer naar een breder verhaal, zoals Jamie Oliver of Michael Pollan: keuzes maken door betrokkenheid bij eten en seizoenen, en eten als onderdeel van je leven en niet al te veel gericht op voedingsstoffen en hoeveel je daarvan vandaag moet eten. Onderzoekers en voorlichters zouden meer moeten kijken naar de flexibiliteit van adviezen.”

Actief betrokken bij gezond eten

In haar proefschrift presenteert Bouwman de zogenoemde ‘Actie Aanpak’, die gebruikt kan worden om voedingsadvies beter op maat te maken voor het leven van alledag. Het basisprincipe is dat – naast goed geïnformeerd en gemotiveerd – consumenten zelf actief betrokken moeten raken bij gezond eten, zodat ze in staat zijn eetgewoonten praktisch en sociaal goed te organiseren.

Bouwman: “Ik heb het idee dat diëtisten vaak denken dat consumenten meer kennis nodig hebben over gezond eten of het idee hebben dat consumenten niet willen veranderen. Uit mijn onderzoek blijkt dat consumenten vaak veel weten en ook gemotiveerd zijn, maar het lastig vinden om gezond eten in het dagelijkse leven te organiseren. Diëtisten kunnen cliënten helpen bij het zelf onderkennen van dit probleem. En de cliënt moet de mogelijkheid krijgen om zelf een groter stempel op het advies te zetten, dus actieve betrokkenheid. De cliënt is tenslotte expert, omdat het gaat om zijn leven en zijn kansen en problemen met betrekking tot (on)gezond eten. Probeer als diëtist inzicht te krijgen in de overige ambities van een cliënt, en bespreek deze. De cliënt moet de verandering uiteindelijk wel zelf uitvoeren; help daarom de cliënt om gezond eten bespreekbaar te maken in zijn sociale omgeving. Daarmee draag je bij aan de totstandkoming van een nieuwe norm waarbij het niet meer afwijkend gevonden wordt wanneer consumenten gezond eten ter discussie stellen. Mensen kunnen in hun hoofd wel ideeën hebben, maar het gaat erom dat erover gepraat wordt.”

Caroelien Schuurman

Correspondentie: laura.bouwman@wur.nl