



# Storm IN EEN GLAS (WATER)

MEEWAAIEN OF LATEN WAAIEN?

Weet je eindelijk hoe je quinoa uitsprekt en hoe je zelf een poké bowl maakt, staat er alweer een nieuwe hype klaar. De voedingshypes stormen over ons land, maar blijken net zo gemakkelijk weer over te waaien. Waarom zijn we hier toch zo gevoelig voor? En hoe ga je op een gezonde manier met hypes om?

Shirah Ipenburg | [lekkergezond.nl](http://lekkergezond.nl)

De afgelopen jaren lijkt er iedere week wel een nieuwe voedingshype op te duiken. Sommige hypes veranderen in een trend en worden zelfs in ons woordenboek opgenomen ('sonjabakkeren'), en andere zijn niets meer dan een modegril. Een storm in een glas water. Denk aan slowjuicen, superfoods en detoxen. Even staat de sociale media er bol van en een paar maanden (of zelfs een paar weken) later kraait er geen haan meer naar. De açai-bessen verstoffen in het keukenkastje en de slowjuicer staat alweer bij de kringloopwinkel. Naast de broodbakmachine. Maar of een hype nu wel of niet in een trend verandert, er is altijd ruimte voor iets nieuws. Hoera, een nieuwe hype! Het wordt tijd dat we eens deze vraag stellen: hoe kan het dat we voedingshypes nooit zat worden? Consumptiesocioloog Hans Dagevos geeft een heldere verklaring: "Omdat we altijd op

zoek zijn naar iets waarmee we ons kunnen onderscheiden van en tegelijkertijd kunnen verbinden met anderen. Voeding leent zich daar goed voor, omdat het iets alledaags en sociaals is." Culinair trendwatcher Anneke Ammerlaan stelt dat je kunt laten zien wie je bent door wat je eet. "Voeding is imago, daarom zijn we zo gevoelig voor hypes. Als je erbij wilt horen, moet je regelmatig je voedingsinzichten aanpassen."

### Quick fixes

De hypes die het beste aanslaan, zijn volgens Ammerlaan de 'quick fixes'. "De superfoods zijn hier één van de beste voorbeelden van. Het is iets kleins waarvan je denkt dat het direct effect heeft. Het moet niet te moeilijk zijn." De chiazaadjes en rauwe cacao zijn allemaal quick fixes. Het gekke: ze gaan in tegen

"De illusie wordt gecreëerd dat je gezond bezig bent als je iets in overmatige hoeveelheden eet of als je één voedingsmiddel aan je voedingspatroon toevoegt"

Consumptiesocioloog Hans Dagevos



Quinoa

## Pokeboom



### Deskundigen

#### Hans Dagevos

is als consumptiesocioloog en onderzoeker verbonden aan de Wageningen Universiteit

#### Anneke Ammerlaan

is culinair trendwatcher

#### Liesbeth Smit

is voedingswetenschapper en schreef mee aan het boek 'Eet als een expert'

de ontwikkelingen in de wetenschap. Dagevos: "Er wordt in onderzoeken juist naar het hele voedingspatroon gekeken en niet naar afzonderlijke producten of een productgroep. Als je één product uitlicht en adviseert om het in overmatige hoeveelheden te eten, ga je tegen deze tendens in. Eigenlijk gebeurt er dan precies hetzelfde als eind jaren zeventig met het sherry-en-brooddieet. Je creëert de illusie dat je gezond bezig bent als je iets in overmatige hoeveelheden eet of als je één voedingsmiddel aan je voedingspatroon toevoegt. Gezond eten is natuurlijk veel complexer dan dat."

Dat veel hypes op het randje van extreem balanceren, kan voedingswetenschapper Liesbeth Smit goed verklaren. "Alles waarvan we weten dat gezond is, is niet heel boeiend. Het eten van volkorengranen, genoeg groente en fruit en geen alcohol drinken bijvoorbeeld. Een hype is daarom nooit het advies dat we al vijftig jaar krijgen over gezonde voeding."

### In de ban of op een troon

Een voedingshype is dus vaak iets kleins waarvan je verwacht dat het direct effect heeft. Dat betekent alleen niet dat het altijd op waarheid gestoeld is. "De afgelopen jaren zijn de gekste dingen voorbijgekomen", vertelt Smit. "Neem detoxen. Als je de hele dag sap drinkt, denkt je lichaam op den duur niet: 'Laat ik mijn gifstoffen eens afvoeren.' Hetzelfde geldt voor het drinken van een glas lauwwarm water met citroensap in de ochtend. Citroensap is een bekend huis-tuin-en-keukenmiddeltje om schoon te maken, maar reinigt echt niet je lichaam van

binnen-uit. Superfoods zijn net zoiets. Een gojibes is alleen te eten als je hem droogt en er suiker aan toevoegt. Waarom is het dan gezonder dan onze Hollandse kruisbes?" Naast dat veel hypes volgens Smit de plank misslaan, kleeft er nog een nadeel aan: "Ze zorgen voor verwarring. Dan is roomboter weer gezond en dan weer niet. Hierdoor denken mensen: 'Laat maar' of gaan ze juist dingen geloven die niet waar zijn. Dat zie je goed in het verhaal van aspartaam en suiker. Omdat we dachten dat suiker niet gezond is, zijn we het gaan vervangen door een zoetstof. Daarna dacht iedereen dat zoetstoffen ongezond zijn en werden er zelfs ziektes aan gekoppeld. Vervolgens zijn we suiker en zoetstoffen weer gaan vervangen door natuurlijke suikers, terwijl dat helemaal niet gezonder is." Dagevos: "Sommige voedingsgoeroes proberen zich te onderscheiden door producten in de ban te gooien of juist op een troon te zetten. Collega's van de afdeling humane

voeding en gezondheid van de Wageningen University & Research vinden het lastig als er iets wordt geadviseerd wat uit wetenschappelijk perspectief niet deugt. Zonder dat ze willen, komen ze dan in een vervelende positie terecht waarin ze wel in de verdediging moeten schieten. Als deze onjuiste hypes bijna slaafs worden gevolgd, is dat niet gezond."

### Roze Himalayazout

Is er een manier om door onzinnige hypes heen te prikken? Volgens trendwatcher Ammerlaan niet: "In iedere hype zit wel iets goed, daarom hoeft je er ook niet doorheen te prikken. Het geldt per individu of je er iets aan hebt en hoe je ermee omgaat. Het kenmerk van een hype is ook dat je het goed óf slecht vindt, er is geen middenweg. Daarnaast waaien ze vanzelf weer over." Doorprikken of laten overwaaien? Smit heeft wel een tip: "Ik zeg vaak: 'Hoe harder wordt geroepen dat iets zo is, hoe minder aandacht je eraan moet besteden. Hypes zijn vaak stellig, maar in de wetenschap is het altijd genuanceerder, nooit zwart-wit. Als iemand beweert dat iets voor ieder mens gezond is, dan weet je al dat het niet klopt. Alleen van roken is namelijk bekend dat het voor iedereen ongezond is." Ook is het verstandig om af en toe achter je oren te krabben en vooral zélf na te denken en een mening te vormen. Smit: "We weten allemaal dat te veel zout slecht voor je is. Stel dat er ineens een nieuwe, roze Himalayazout op de markt wordt gebracht wat heel gezond is - volgens iedereen. Dan moet je even achter je oren krabben en denken: Hoe kan het dat we al tientallen jaren weten dat

## HYPES OP MAAT

Dat hypes op een dag voorgoed overwaaien, verwachten de deskundigen niet. Smit: "In de historie hebben we altijd hypes gezien. Neem het nieuwe boek 'Supervetverbrander'; dat is eigenlijk de nieuwe Montignac en Atkins. Het wordt gewoon gerecycled."

Dagevos: "Ik verwacht dat eten iets blijft waarmee we ons identificeren. Ook denk ik dat er altijd mensen zijn die iets te melden hebben met een boek, website of Ted Talk, waardoor hypes oppoppen en weer verdwijnen. In de toekomst worden er waarschijnlijk grote stappen gemaakt in personalised nutrition. Onze gezondheid is dan beter te monitoren, waardoor we zelfs door commerciële partijen geadviseerd worden wat we het beste wel en niet kunnen eten. Sommige voedingstrends en hypes vallen dan vanzelf af, omdat je weet dat het niet bij je past. Die kun je dan gerust laten overwaaien."



"Hoe harder wordt geroepen dat iets zo is, hoe minder aandacht je eraan moet besteden"

Voedingswetenschapper Liesbeth Smit

zout ongezond is en dat dit ene product die mening 180 graden laat draaien?" Dagevos vult aan: "Voor alle informatie die je tot je neemt, geldt dat het belangrijk is om ook de andere kant te belichten. En als je niet zeker bent over een hype is het verstandig contact met je huisarts op te nemen. Je kunt best dingen proberen, maar ergens dogmatisch invliegen is nooit goed."

### Bewustwording

Ammerlaan: "Dat er veel onwaarheden de wereld in worden gebracht, is inherent aan hypes. We moeten alleen niet vergeten dat een hype ervoor zorgt dat er aandacht voor een onderwerp is. Het zet verandering in gang. Dat is op zich iets positiefs." Ook de consumptiesocioloog ziet de positieve kant van hypes: "Wat voedingshypes en -trends voor invloed hebben op ons eetgedrag en voedingspatroon, is onbekend. Daar moet echt nog meer onderzoek naar gedaan worden. Maar het is wel een signaal dat steeds meer mensen een bepaalde betrokkenheid hebben bij wat ze eten." "Hypes helpen soms bewustzijn te creëren", stelt ook Smit. "Overheden zijn al een tijd bezig met het terugdringen van suiker in ons voedingspatroon. Door suikerchallenges willen mensen minder suiker in hun eten, waardoor bedrijven daar uiteindelijk ook op inspelen. Zo wordt minder suiker eten langzaam normaler. Net zoals het eten van minder vlees. Je ziet dat daar ook steeds een groter draagvlak voor is." • LG

"In iedere hype zit wel iets goeds. Daarom hoef je er ook niet doorheen te prikken"

Culinair trendwatcher  
Anneke Ammerlaan