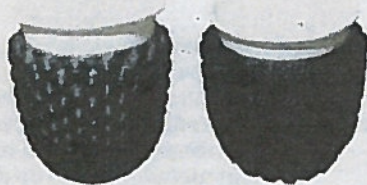


Zoals het kopje aanvoelt, zo smaakt de koffie

In eerste instantie leek het een gewone smaaktest, in de supermarkt van Enschede. Uitgestalde kopjes chocolademelk en koffie, met het verzoek een vragenlijst in te vullen. Hoe lekker vond u het? Hoe bitter? Hoe zoet?

Maar wetenschappers doen natuurlijk niet aan gewone smaaktesten, er moet iets bijzonders mee aan de hand zijn. In het geval van dit experiment van de Universiteit Twente kwam daar een 3D-printer bij kijken. Sommige kopjes hadden een ronde textuur, alsof er allemaal door midden gesneden knikkers tegen het kopje waren geplakt. Andere kopjes hadden juist een hoekige textuur.

Deed dat iets met de smaak? Jazeker, zegt communicatiewetenschapper Thomas van Rompay, gespecialiseerd in consumentengedrag & design research. Wie zijn vingers om ronde vormen vouwt, ervaart de smaak van het



drankje als zoeter. Scherpe randjes tegen de huid leiden juist tot een meer bittere smaaksensatie.

'Dat je zo'n effect in een laboratoriumsetting vindt, is al bijzonder. Maar het houdt dus ook stand in een drukke supermarkt, waar mensen aan veel meer prikkels worden blootgesteld.'

In onze visueel ingestelde maatschappij is voelen een onderschat zintuig, vindt Van Rompay. En dat terwijl de mens toch geboren wordt als een tactiel wezen: lang voordat baby's

Wie? Thomas van Rompay, Universiteit Twente, vakgroep communicatiewetenschap

Wat is z'n specialiteit? Design research

Originele titel publicatie? 'See me, feel me': Effect of 3D-printed surface patterns on beverage evaluation

Vrij vertaald? Hoe de textuur van verpakkingen je smaak stuurt



scherp kunnen zien, verkennen ze de wereld al door aanraking. Warm, koud, hard, zacht. Eerdere studies gaven aanwijzingen dat onze tastzin ons onderbewuste kan sturen. Zo zagen Duitse onderzoekers hoe proefpersonen na het aanraken van stroeve oppervlakken ook gesprekken als stroever beoordeelde.

Volgens Van Rompay liggen er voor verpackingsproducenten grote kansen om zich te onderscheiden met nieuwe technologie zoals 3D-printers. 'Natuurlijk, sommige fabrikanten spelen al met de textuur van verpakkingen. Denk aan shampooflesjes met gladde of juist stroeve oppervlakken, of Grolsch-flesjes waarbij je de merknaam op het glas kunt voelen. Maar er is zoveel meer mogelijk.'

Er is al contact gelegd met een internationale koffieketen voor nieuwe koffiekopjes-experimenten, en ook topkoks tonen interesse. 'Koks weten heel

goed dat smaakbeleving niet alleen afhangt van het eten en drinken zelf. De presentatie maakt enorm uit. Bij een experiment in een ijssalon ontdekten we al hoe je vanille-ijs of citroen-ijs anders kunt laten smaken door te spelen met de textuur van het bakje waar het ijsje in zit. Voor koks is dat natuurlijk reuze-interessante informatie. Je kunt zelfs bewust kiezen voor contrasten. Vanille is zoet en dat associëren mensen met glad en rond. Maar wat als je het serveert in een scherp, hoekig bakje? Spannend!'

Tonie Mudde

UIT DE VERGETELHEID

Jaarlijks publiceren Nederlandse wetenschappers 172 duizend onderzoeken. In deze rubriek een greep uit de ontdekkingen die bijna onopgemerkt waren gebleven.

De Volkskrant di. 14-11-17