



Koken en eten; dat is mijn wereld. Eten is mijn werk, koken mijn hobby. Trends in eten zijn mijn specialiteit. Dat betekent veel kijken, veel proeven en veel lezen.

Het leukste aspect van mijn vak vind ik het analyseren van sociale en politieke wereldtrends naar het te verwachten eetgedrag. Hoe vreemd het ook mag klinken, ons eetgedrag heeft heel sterk te maken met de tijd waarin we leven. Het wordt dus beïnvloed door trends.

Een trend is een langetermijnontwikkeling. Niet te verwarren met een hype, wat een kortdurende rage is. Trends zijn onontkoombaar, een hype een keuze. Vanuit dat perspectief is gezondheid een trend en het Atkins-dieet een hype.

Elke trend heeft een tegentrend. Vanuit die tegentrend ontstaat weer een nieuwe ontwikkeling. Tegentrends manifesteren zich vaak in de vorm van hypes. Bij een hype gaan bij mij alle bellen rinkelen. Welke trend zit er achter deze hype? Wat betekent deze hype voor de veranderingen in de toekomst? Voor mij is Atkins de ultieme hype geweest. Het beantwoordde zozeer aan de wens van de Amerikanen om van 'low fat' af te komen, dat ze er massaal achteraan gingen.

De hype is weg, maar er is wel een andere kijk gekomen op vet en koolhydraten. Bij voorlopers liggen weer de lekkerste volvette kazen in de kast en topkoks experimenteren op dit moment liever met mooi doorregen vlees dan met magere vissoorten. En als we het dan toch over hypes hebben: elke zichzelf respecterende trendy kok gebruikt lardo in

## Smaak, de nieuwe trend!

zijn keuken, een verrukkelijk, op de tong smeltend vetspek uit Italië.

Heel langzaam begint de overtuiging terrein te winnen dat smaak een belangrijk wapen is in de strijd tegen overgewicht. Smaak verzadigt, maar bevredigt ook. Hoe meer aandacht een smaak vraagt, des te eerder geven de hersens het signaal dat er genoeg gegeten is.

Door de herontdekking van smaak als onmisbaar zintuig, als waarnemen van ons lichaam, is smaak de nieuwe tegentrend geworden. Het is een protest tegen de vlakke smaak van industrieel geproduceerd voedsel én een protest tegen lichtproducten. Kijk ik iets verder dan de smaakuitingen van deze trend, dan zie ik dat het om kwaliteit boven kwantiteit gaat. Maar ook om zelfdiscipline. Dit zijn ontwikkelingen die ook in maatschappelijke en culturele trends een rol beginnen te spelen. Daarmee blijkt weer: ons eetgedrag heeft sterk te maken met de tijd waarin we leven.

### Anneke Ammerlaan

*Anneke Ammerlaan is foodconsultant. Zij schrijft kookboeken en columns in horeca- en culinaire bladen. Zij is lid van het panel dat het ministerie van Landbouw over tal van consumentenzaken adviseert en ze adviseert supermarkten, voedselabrikanten en hotelketens. Anneke Ammerlaan is actief lid van de IACP, the International Association of Culinary Professionals en The International Trend Forum, waarvoor ze regelmatig lezingen over trends geeft.*