## Persbericht

**21 juni 2016**

# “Hebben kunstmatige smaakstoffen ons doen vergeten hoe voedsel echt smaakt?”

**Terwijl de voedselindustrie ons eten manipuleert met smaakversterkers of juist tot flauw voedsel reduceert, is er een nieuwe beweging ontstaan: foerageren. Een trend die teruggaat naar de basis en die respect heeft voor de natuurlijke, echte smaak van ingrediënten. Mark Schatzker, auteur van *The Dorito Effect*, brengt “de kracht van smaak” ter sprake om kunstmatige smaakstoffen ter discussie te stellen en laat ons afvragen wat smaak echt is. *Tasteology* is de nieuwe AEG-geïnitieerde documentaire reeks die in vier stappen laat zien hoe je kookresultaten bereikt, die multisensorieel, duurzaam, voedzaam en smaakvol tegelijk zijn. De eerste aflevering is ook meteen de eerste stap: *Bron*.**



Foeragerend trendsetters Satchiko en Hisato Nakahigashi hebben een restaurant met twee Michelin sterren aan de stadsrand van Kyoto en vinden hun producten in de wilde natuur. Zij proberen hun jacht tot een straal van 10 kilometer te beperken en zoeken naar pure ingrediënten uit de natuur zoals wild gras, vis, hert en wild everzwijn.

“Het spreekt voor zich dat gekookt eten goed smaakt. Maar dit gezegd hebbende; er is iets speciaals aan pure ingrediënten, het ruwe materiaal. Als het goed smaakt, geeft het een bijna emotionele lading’, zegt Hisato Nakahigashi.

Er is een opkomende foerageerbeweging, maar ondertussen domineren de toegevoegde kunstmatige smaken in de door ons aangeschafte boodschappen. Schatzker brengt ter sprake dat zelfs de ‘natuurlijke’ smaken in ons eten in laboratoria zijn ontwikkeld en hij stelt dat het eten heel anders smaakte toen het proces natuurlijk was en meer tijd in beslag nam.



“Als ik één ding kon veranderen, dan zou ik mensen bewuster willen maken hoe belangrijk smaak is. Ik denk dat als je écht eten koopt, niet het geproduceerde voedsel met smaakversterkers, dat je zal merken dat natuurlijk voedsel het lekkerste is en ik denk dat je lichaam ervoor zorgt dat het die voedingsstoffen binnenkrijgt die het nodig heeft. Het lichaam doet dat door middel van proeven. Dus laten we smaak onderdeel maken van het gesprek over voedsel”, zegt Mark Schatzker.

“Er zijn zoveel spannende trends gaande over hoe je ingrediënten kunt verwerven die smaakvoller, voedzamer en duurzamer zijn. *Tasteology* is een manier om inspiratie te delen over hoe we ons voedsel kunnen veranderen in iets beter beters, waarbij we de smaakbeleving niet hoeven te verliezen - iets waarvan we denken dat mensen wel verwachten als ze duurzamer willen eten”, aldus Lovisa Sunnerholm, Executive Producer van *Tasteology* bij AEG.

Kijk de aflevering *Bron* hier.

---

Noot voor de pers: voor meer informatie, neem contact op met Xanne Liebregts – x.liebregts@simpylpr.nl