

Coca-Cola helpt beetje bij obesitas

Een campagne van Coca-Cola om aandacht te vragen voor obesitas: is dat hypocriet of lovenswaardig? Geef de frisdrankfabrikant het voordeel van de twijfel, schrijft Leo Hofstra.

Vorige week is Coca-Cola Nederland met een campagne gestart om aandacht te vragen voor obesitas. Dit wordt gedaan aan de hand van twee schitterende video's met als titels *Be OK* en *Samenkomen*. In de *Be OK*-spot laat Coca-Cola zien dat het veel plezier kan geven om calorieën te verbranden, met dansen, lachen en het uitlaten van de hond. En mocht je daar geen zin in hebben, dan is er altijd nog cola zonder calorieën. In de *Samenkomen*-video laat Coca-Cola zien dat ze er veel aan doet om calorieën in haar producten te verminderen en jongeren door sponsoring van sportactiviteiten aan te sporen tot meer bewegen.

Met deze video's mengt Coca-Cola zich in de discussie over het obesitasprobleem. In Nederland heeft op dit moment 60 procent van de mannen en 45 procent van de vrouwen overgewicht. Mede door de sterke toename in obesitas, zal het aantal mensen met diabetes in de komende 10 jaar zal verdubbelen tot 1,5 miljoen. Nu al lopen de kosten voor obesitas in de miljarden, inclusief de economische kosten voor uitval op het werk. Obesitas heeft daarmee een sterk negatieve economische impact en dat kunnen we zeker in de huidige crisis niet gebruiken.

Een belangrijke vraag is hoe edel de motieven van het bedrijf echt zijn. In de VS loopt de campagne waarin aandacht voor obesitas wordt bepleit al sinds januari en critici daar vergelijken de Coca-Colacampagne met een sigarettenfabrikant die stoppen met roken zou willen bevorderen. Het drinken van suikerhoudende dranken wordt namelijk gezien als een belangrijk onderdeel van het obesitasprobleem, zeker onder de jeugd. Daarbij komt nog eens dat er absoluut geen voedingswaarde zit in de suikerhoudende dranken.

Een andere factor is dat Coca-Cola een zeer actief beleid voert in het plaatsen van automaten in bedrijven, scholen en openbare ruimtes. Hiermee draagt het bedrijf bij aan het ongezond maken van onze leefomgeving.

De politiek verschuilt zich vaak achter het argument dat een gezonde levenswijze de verantwoordelijkheid is van het individu, en dat we de

inwoners van dit land niet moeten willen betuttelen. Natuurlijk dragen we een eigen verantwoordelijkheid voor de inname van onze calorieën, maar we weten evenzogoed dat meer dan 90 procent van wat we doen onbewust is. We dienen daarom juist een gezonde omgeving te scheppen om een goede levenswijze te ondersteunen, zeker op onze scholen, in onze ziekenhuizen en op onze werkplek.

Een interessante parallel is te trekken met het verkeer. We stoppen allemaal braaf voor het rode stoplicht, doen onze veiligheidsgordel om en rijden in veilig gekooide auto's volgepakt met airbags. Al deze maatregelen hebben als doel om de gemiddeld twee verkeersdoden per dag in Nederland nog verder te verminderen. Deze maatregelen zijn een interessante combinatie van wat de overheid ons oplegt en wat de auto industrie ons biedt.

Onze gezonde houding tegenover verkeersveiligheid staat in schril contrast met onze inspanningen om een goede leefwijze te bevorderen, terwijl volgens de WHO 80 procent van hart- en vaatziekten zijn toe te schrijven aan ongezonde lifestylefactoren, waaronder overgewicht. Even voor de goede orde: in Nederland krijgen gemiddeld 57 vrouwen en 52 mannen een hartinfarct, dag in dag uit. Ik denk dat het daarom hoog tijd wordt dat overheid en voedingsmiddelenindustrie, inclusief Coca-Cola, gaan samenwerken om ons een veilige en gezonde omgeving te bezorgen.

In zekere zin juich ik de nieuwe campagne van Coca-Cola toe. Ze brengt namelijk bewustwording over calorie-inname en het verbranden hiervan. Hierbij valt het overigens wel op dat er heel veel moet worden bewogen om een blikje Cola te verbranden. De *Be OK*-video geeft daarmee ook een waarschuwing. Daarnaast lijkt Coca-Cola met de campagne toe te geven onderdeel te zijn van het obesitasprobleem.

De vraag blijft natuurlijk of Coca-Cola er echt op uit is om onze gezondheid te bevorderen of bezig is met public relations. De verkopen van Coca-Cola in de VS zijn namelijk dalende en er is in New York een hevige strijd gaande tussen overheid en frisdrankindustrie over het verbieden van grote porties frisdrank.

Maar laten we nu eens van het goede uitgaan en de aandacht voor obesitas campagne zien als een reikende hand naar een gezondere levenswijze. Op dit moment bestaat ongeveer tweederde van de Coca-Colaverkoop uit suikerhoudende producten. Interessant zal zijn om te zien of Coca-Cola ons volgend jaar dalende cijfers van suikerhoudende producten kan laten zien, en een stijging van de light- en zero-varianten.

Hiermee zal de geloofwaardigheid van zowel de campagne als van Coca-Cola Nederland staan of vallen.

Prof. Dr. Leo Hofstra is managing cardiologist Cardiologie Centrum Utrecht, co-director of Happy Globally Foundation en auteur van *SLIM in 12 weken*.

Ondanks de wensen van de internationale bedrijven Helaas voor arbeidsmigrant

Ook als Nederlanders het werk niet doen, moeten werkgevers vaak toch buitenlanders ontslaan, schrijven Erik Scheers en Arend van Rosmalen.

Het is niet de bedoeling dat migranten het werk gaan doen waarvoor ook Nederlanders in aanmerking komen. De Wet arbeid vreemdelingen gaat er al sinds jaar en dag van uit dat Nederlanders – en, schoorvoetend, de Europese medeburgers – voorgaan op de arbeidsmarkt. Migrant van buiten de EU komen daarna.

Vorige week debatteerde de Tweede Kamer over regels die de kloof tussen de geprivilegieerde EU-burger en de arbeidsmigrant van daarbuiten vergroot. Veel arbeidsmigranten, mensen die in Nederland meer hun best doen dan Koos Werkeloos, zullen in deze kloof verdwijnen. Dat betekent marginalisering, een schimmig milieu van illegale tewerkstelling, je mond houden – en vooral niet integreren. Ook het Nederlandse bedrijfsleven, dat uitgaat van een internationale arbeidsmarkt, wordt opgezeteld met overregulering.

Allereerst is voorgesteld dat UWV de werkvergunning straks makkelijker kan weigeren. Daarvoor hoeft alleen een match tussen de vacature en het werkzoekendenbestand te worden gevonden. Nu dient deze werk-

zoekende ook geschikt te zijn en bovendien bereid om de baan aan te nemen, maar deze voorwaarde verdwijnt. Is de werkzoekende ongeschikt of niet bereid aan de slag te gaan, dan blijft de werkgever met een minder geschikte kandidaat of een onvervulde vacature zitten.

Werkvergunningen worden één jaar geldig, kunnen niet vanzelf worden verlengd, en de migrant moet, in plaats van drie jaar, vijf jaar wachten voordat hij zonder werkvergunning mag werken. Gevolg is dat werkgevers, anders dan nu, straks jaar in jaar uit – vijf jaar lang – hun best moeten blijven doen om geschikte werkne-

Geschikte werknemer wordt vervangen door een fictieve kandidaat

mers te laten vervangen door een eventuele Europese kandidaat. Zelfs na vier jaar trouwe dienst en een contract voor onbepaalde tijd kunnen werkgever en werknemer op grond van een mogelijk fictieve (want niet geschikte of beschikbare) kandidaat bij UWV, alsnog genoodzaakt worden afscheid te nemen. De werkgever heeft voor niets in zijn personeel geïnvesteerd – de werknemer krijgt met zijn familie een enkele reis terug, met dank voor de inspanning.

Het Nederlandse bedrijfsleven wint niets bij de aanscherping van de

regels over arbeidsmigratie. Talloze rapporten en commentaren, inclusief het advies van de Raad van State, geven hier uitdrukking aan. Belangrijke Nederlandse bedrijfstakken – denk aan technologie, handel en horeca – danken hun bestaan voor een groot deel aan arbeidsmigranten. Natuurlijk, het managementsegment en de hoogopgeleide specialisten zullen als kennismigrant ook zonder werkvergunning naar ons land kunnen komen, maar het is naïef om te denken dat we er daarmee zijn. Steeds wanneer het bedrijfsleven een faciliteit outsourcet schreeuwt Den Haag moord en brand, maar tegelijk ontbreekt de durf om het werkklimaat voor het internationaal opererende bedrijfsleven in Nederland ook echt aantrekkelijker te maken.

Kortom: het zijn in het geheel van de immigratie juist de arbeidsmigranten die precies doen wat Nederland nodig heeft. Ook in culinaire en bredere culturele zin zijn zij het die de Nederlandse smaak verrijken. Werk integreert, doorbreekt cultureel isolement en voorkomt criminaliteit. Nederland zou zich in de handen moeten wrijven met deze mensen, en tegenover hun inbreng een realistisch toekomstperspectief moeten bieden. Onze uitkeringsgerechtigden kunnen inspiratie putten uit hun mentaliteit, in plaats van er afgunstig op neer te kijken.

Erik Scheers en Arend van Rosmalen zijn advocaten in Amsterdam.

BRIEVEN

Nieuw Wilhelmus

Teneinde tegemoet te komen aan de kritiek op het Wilhelmus wat betreft de verouderde, puur godsdienstige benadering, maar ook de tekst van het eerste couplet met zinnen als 'de koning van Hispanje' en het 'Duytsen bloed', heb ik zeven aanvullende coupletten voor ons volkslied gedicht, die het van een protestsong van 500 jaar geleden maken tot een lied over ons verleden, heden en toekomst.

Het zou zonde zijn om de prachtige melodie los te laten. Bij dezen het eerste en zesde couplet:

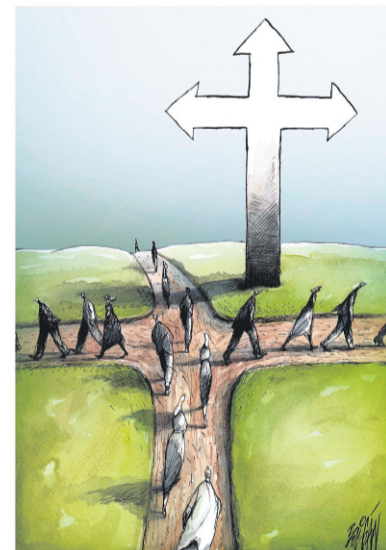
*Wilhelmus van Nassouwe
heeft ons destijds geleid
met wil en inspiratie
ging hij ons voor in strijd.
Zo wonnen wij de vrijheid,
ons allergrootste goed.
Als eerste volk op aarde
ankert die in ons gemoed.*

*Met hoop en zonder vrede
en juist met zeer veel moed,
gaan wij thans met Europa
de toekomst tegemoet.
Als wij maar kunnen houden
ons recht en onze kracht,
het fundament van 't leven
dat de vrijheid heeft gebracht.*

J.H. Weeda
Den Haag

Koningslied sluit godvrijen uit

Wie bij zinnen is, zal sowieso geen animo hebben om in te stemmen met het potsierlijke Koningslied. Wie behoort tot de meerderheid die zich van het godsgeloof heeft be-



vrijd, kan zelfs niet meezingen:

*De W van welkom in ons midden
Tot welke God je ook moge bidden
De rijmelaars die het Sinterklaas-
gedicht hebben gewrocht, gaan er
dus nog steeds van uit dat Nederlan-
ders in een god geloven. Hun idee
van ons land is even fossiel als de
monarchie zelf.*
ANTON VAN HOOFF
Nijmegen

Koning, verbroeder ons

Aan Zijne Koninklijke Hoogheid de Prins van Oranje,
Ik vraag mij oprecht af waarom u niet gereageerd heeft op de ophef rondom het Koningslied. U had zich een ware aanstaande Vader des Vaderlands kunnen tonen door een po-