



# De obesogene samenleving

Maatschappelijke perspectieven  
op overgewicht

*Hans Dagevos en Geert Munnichs (red.)*

AMSTERDAM UNIVERSITY PRESS



De obesogene samenleving



# De obesogene samenleving

*Maatschappelijke perspectieven op overgewicht*

Hans Dagevos & Geert Munnichs (red.)

Foto omslag: © Co de Kruijf / Hollandse Hoogte

Omslagontwerp: Maedium, Utrecht  
Zetwerk: Paul Boyer, Amsterdam

ISBN 978 90 5356 981 8

NUR 741

© LEI – Wageningen Universiteit en Researchcentrum, Rathenau Instituut/  
Amsterdam University Press, 2007

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voorzover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B

Auteurswet 1912 j° het Besluit van 20 juni 1974, Stb. 351, zoals gewijzigd bij het Besluit van 23 augustus 1985, Stb. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3051, 2130 KB Hoofddorp). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) dient men zich tot de uitgever te wenden.

# Inhoud

<b>Inleidingen</b>	7
De omvang van overgewicht: een omgevingsperspectief <i>Hans Dagevos &amp; Geert Munnichs</i>	11
Overgewicht als maatschappelijk en wetenschappelijk vraagstuk <i>Johannes Brug</i>	21
<b>De invloed van cultuur, moraal en esthetiek</b>	29
Gewichtige verschillen: sociale stratificatie en overgewicht <i>Johan Mackenbach &amp; Albert-Jan Roskam</i>	33
Slankheid als beschavingsoffensief: de culturele en maatschappelijke betekenis van obesitas <i>Hub Zwart</i>	43
Nooit genoeg: de onstuitbare opmars van fastfood en slowfood <i>Pieter Pekelharing &amp; Alkeline van Lenning</i>	53
Gezette tijden: over de morele plicht niet lelijk dik te zijn <i>Inez de Beaufort</i>	63
<b>Sociale invloeden: gezin, omgeving en markt</b>	73
Het gezin in de fuik: overgewicht en het moderne gezinsleven <i>Kees de Hoog</i>	77
Tegen de bewegingsarmoede in: het belang van lichaamsbeweging <i>Han Kemper</i>	87
Commercie in de jeugdcultuur: vette verleiders en weerbare kinderen <i>Moniek Buijzen</i>	95
De voedingsindustrie en overgewicht: mvo op zijn smalst? <i>Ronald Jeurissen &amp; Alberic Pater</i>	105

<b>Interventies</b>	115
De zin en onzin van voedingsvoorlichting <i>Maria Koelen</i>	119
Lijnen met je hoofd: afvallen door anders denken <i>Marieke Werrij &amp; Anita Jansen</i>	127
Tandeloze strijd: overgewicht en economisch onvermogen <i>Petra Berkhout</i>	135
Hartslag Limburg: lessen uit de praktijk <i>Erik Ruland</i>	145
Verschuivende verhoudingen: de marges van overheidsbeleid bij overgewicht <i>Marleen Bekker, Iris Wallenburg &amp; Jan-Kees Helderma</i>	155
<b>Uitleiding</b>	165
Overgewicht in luilekkerland: een afsluitende tour d’horizon <i>Hans Dagevos, Geert Munnichs &amp; Jaap Seidell</i>	167
<b>Literatuur</b>	177
<b>Over de auteurs</b>	187
<b>Verantwoording</b>	189
<b>Illustratieverantwoording</b>	191

# INLEIDINGEN

Overgewicht dreigt uit te groeien tot een van de grootste problemen voor de volksgezondheid. Ruim één op de tien volwassen Nederlanders kampt inmiddels met ernstig overgewicht (obesitas) en ook het aantal te dikke kinderen groeit. Deze feiten hebben de nodige alarmbellen doen rinkelen. In de krant en op de televisie is het onderwerp prominent aanwezig, de overheid heeft overgewicht uitgeroepen tot een van de speerpunten van het preventiebeleid en de voedingsindustrie heeft zich in de rijen geschaard van degenen die de strijd met overgewicht willen aanbinden.

Het is echter onduidelijk óf, en zo ja hoe, we de dreigende overgewichtepidemie een halt kunnen toeroepen. We beschikken over veel kennis over de voedingskundige en medische aspecten van overgewicht, maar weten nog weinig over een effectieve aanpak ervan. Wel wordt steeds duidelijker dat we het probleem binnen de context van de hedendaagse consumptiesamenleving moeten plaatsen: een omgeving die onder meer wordt gekenmerkt door een overvloed aan – calorierijk – voedsel en een structureel gebrek aan beweging.

Er bestaat echter weinig zicht op de relatie tussen het ontstaan van overgewicht en uiteenlopende omgevingsfactoren als voedingsaanbod, marketingmethoden, prijsbeleid, gezinsleven of eetculturen. Daarmee is het ook onduidelijk of het groeiende aanbod aan lightproducten, de invoering van een ‘vettax’, een verbod op voedingsreclame of sport op school werkelijk wat uitmaken. Toch worden dergelijke ‘oplossingen’ veelvuldig in het debat over overgewicht naar voren gebracht. Maar we missen voornamelijk de kennis om veel te kunnen zeggen over de zin of onzin van dit soort maatregelen. Ook is het onduidelijk wie nu eigenlijk waarvoor verantwoordelijk is. Is de consument zelf verantwoordelijk voor zijn buikomvang? Treft de voedingsindustrie blaam? Of hebben we te maken met een falend overheidsbeleid?

De in deze bundel verzamelde essays willen juist deze maatschappelijke omgeving aan een nader onderzoek onderwerpen. Hiervoor is aan een breed scala onderzoekers – voornamelijk uit sociaal-wetenschappelijke hoek – gevraagd hun licht te laten schijnen op de problematiek. Deels betreft het auteurs die zich al langer met overgewicht bezighouden, deels auteurs voor wie dit vraagstuk in hoge mate nieuw is.



Speciale aandacht gaat uit naar de maatschappelijke krachten en tegenkrachten die samenhangen met de overgewichtproblematiek en de succes- en faalfactoren voor het overheidsbeleid. *De obesogene samenleving* wil daarmee het publieke en politieke debat over overgewicht van nieuwe impulsen en invalshoeken voorzien.

In hun inleiding ‘De omvang van overgewicht: een omgevingsperspectief’ gaan de redacteuren *Hans Dagevos* en *Geert Munnichs* nader in op de aard van de overgewichtproblematiek in het licht van de dikmakende – obesogene – samenleving waarin we vandaag de dag leven. Ze wijzen erop dat het belangrijk is om maatschappelijke perspectieven op overgewicht te betrekken in het zoeken naar oorzaken en oplossingen. De tweede inleiding, ‘Overgewicht als maatschappelijk en wetenschappelijk vraagstuk’, is van de hand van gezondheidswetenschapper *Hans Brug*. Hij geeft een overzicht van de wetenschappelijke kennis die we momenteel hebben over de relatie tussen omgevingsfactoren en overgewicht. Wat is daarover inmiddels bekend, en – vooral – wat nog niet?





*"I'm Lovin' it!"*  
*Rolling Stones*

**SUPER SIZE ME**

12 AUGUSTUS IN DE BIOSCOOP

VIACOM

# De omvang van overgewicht: een omgevingsperspectief

*Hans Dagevos & Geert Munnichs*

“Here’s what I’d like to know, though, smart-ass. How can you sit here and eat one greasy hamburger after another, day after goddamn day? Don’t you have any idea how bad that junk is for you?”

Horace, who had one bite of burger left, put it on his plate and looked up.

‘What I don’t know is why you have to ruin my lunch every day. Why can’t you leave people in peace?’

‘Because I care about you,’ Walt said. ‘I can’t help it.’

‘I wish you could,’ Horace said, pushing his platter away.’ (Russo, 2002: 26)

## HAMBURGERCULTUUR EN ‘GLOBESITAS’

Iedere dag van de week een hamburger als lunch. Wie denkt dat Richard Russo in zijn Pulitzer-prijs winnende roman *Empire Falls* een personage ten tonele voert dat er een uitzonderlijk consumptiegedrag op na houdt, vergist zich. Eric Schlosser meldt in *Fast food nation* (2001: 6) dat de doorsnee Amerikaan wekelijks zo’n drie hamburgers en vier porties friet consumeert. Dergelijke gemiddelden worden weliswaar in Nederland niet gehaald, wat onverlet laat dat de hamburgercultuur een grote transatlantische vlucht heeft genomen en de bijbehorende ‘snackability’ van ons eten stevige voet aan Hollandse bodem heeft gezet. Onze eetcultuur is doorspekt met fast-, finger- en funfoods. Een enkel cijfer ter illustratie: vandaag de dag consumeren we in Nederland elk jaar per persoon gemiddeld bijna 25 kilo zoetwaren en eten we met z’n allen jaarlijks zo’n 350 miljoen kroketten en worden er niet minder dan 600 miljoen frikadellen verkocht.

In winkelstraten, luchthavens of langs snelwegen zijn fastfoodketens opvallend aanwezig, waarbij de gouden bogen van de grootste horecaonderneming in Nederland, de fastfoodgigant McDonald’s, de kroon spannen. Wie tegenwoordig met een lege mond de trein weet te bereiken heeft een soort omgekeerde tantaluskwelling doorstaan: denk maar eens aan de vele verleidingen en verlokkingen van de uitgestalde lekkernijen die een treinpassagier ontmoet als via Hoog Catherijne de gang naar de perrons van Utrecht CS wordt gemaakt.

Ook als we niet direct concluderen dat onze voedselconsumptiecultuur fundamenteel veramerikaanst is, gaan we in Nederland de Verenigde Staten wel degelijk achterna voor wat betreft overgewicht en diens overtreffende trap obesitas.

De Raad voor de Volksgezondheid en Zorg maakt in *Gezondheid en gedrag* (2002: 16) geen toevallige verwijzing naar de VS: 'Nederland lijkt met ongeveer tien jaar verschil de Amerikaanse trend te volgen.' Dat de verdikkingstrend feitelijk iets verder achterloopt bij Amerika dan één decennium – in het tijdvak 1988-1994 wordt overgewicht genoteerd bij bijna zestig procent van de mannelijke Amerikaanse staatsburgers en de helft van de vrouwelijke (Frazão, 1999: 14) – doet niets af aan het gegeven dat de Nederlandse cijfers de Amerikaanse situatie navolgen. Aan gene zijde van de Atlantische oceaan is inmiddels tweederde van de volwassen bevolking te zwaar, terwijl dat in Nederland ruim de helft is, waarvan in meer dan tien procent van de gevallen sprake is van obesitas (ernstig overgewicht). De grootte van deze groep zwaarlijvigen met een body mass index (de BMI wordt berekend aan de hand van het lichaamsgewicht in kilo's gedeeld door de lichaamslengte in het kwadraat) van boven de dertig, betekent een verdubbeling van het aantal Nederlanders met ernstig overgewicht ten opzichte van 25 jaar geleden – toen nog eenderde van de Nederlanders overgewichtig was in plaats van de helft. De gestage ontwikkelingstendens van slank (een BMI tussen 20 en 25) naar bol en rond (een BMI tussen 25 en 30) tot rond en vol (een BMI van 30 en hoger) mag met dergelijke cijfers geïllustreerd zijn.

Nederland vormt bepaald geen uitzondering op de mondiale uitdijning van de problematiek van overgewicht. De Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) en nationale gremia als de Gezondheidsraad of het Voedingscentrum wijzen, samen met wetenschappers en journalisten, eendrachtig op de epidemische vormen die overgewicht intussen heeft aangenomen. De uitdijende problematiek van overgewicht grijpt – met alle volksgezondheidsrisico's en -kosten van dien – eerst en vooral om zich heen in de welvarende wereld. Maar overgewicht is ook aan de orde in andere delen van de wereld, die van oudsher eerder met ondervoeding in verband worden gebracht (tegenwoordig is 'overvoeding' een probleem met een gelijksoortige omvang als ondervoeding wanneer we bedenken dat er volgens voorzichtige schattingen meer dan een miljard gezette mensen zijn, terwijl tegelijkertijd zo'n miljard mensen minder dan een dollar per dag hebben te besteden; Fresco, 2006: 87 en 106). Om het wereldwijde karakter van de aanwas van te dikke mensen te onderstrepen, wordt wel gesproken over 'globesitas'.

## **WAGGELENDE TRED EN WANKELENDE GEZONDHEID**

De kracht en richting van de ontwikkeling zoals hierboven geschetst, geeft goede grond het woord 'probleem' in de mond te nemen als we het over overgewicht en obesitas hebben. Dit is ook de teneur waarin overgewicht doorgaans wordt behandeld in de media. Juist mede vanwege het zorgwekkende karakter is overgewicht inmiddels uitgegroeid tot een mediageniek item: er gaat nauwelijks een week voorbij zonder berichtgeving over nieuwe cijfers, de laatste wetenschappelijke vermoedens over oorzaken of het zoveelste initiatief dat moet bijdragen aan het terugdringen van overgewicht. Met name door televisiestations is overgewicht inmiddels volop ontdekt als onderwerp voor zogenaamde infotainmentprogramma's.

De onheilspellende cijfers over toenemende aantallen mensen met overgewicht en obesitas en de voorziene stijging van ermee gepaard gaande gezondheidskosten, maken dat de ernst van de situatie wordt onderkend door allerlei partijen, variërend van de koepelorganisatie van de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie (FNLI) tot de Consumentenbond, de Hartstichting of het Nederlands Instituut voor Sport en Beweging (NISB). Van overheidswege is aangegeven overgewicht als een serieus probleem te beschouwen door overmatig gewicht uit te roepen tot een van de speerpunten van het preventiebeleid.

Hoewel er verschillen van mening zijn over de schadelijkheid van matig overgewicht voor (de duurzaamheid van) de vitaliteit en gezondheid van mensen, wordt met name obesitas in verband gebracht met zowel lichamelijke als psychische problemen. Fysieke gezondheidsproblemen die veelvuldig met zwaarlijvigheid in verband worden gebracht zijn hart- en vaatziekten, diabetes en verschillende vormen van kanker. Om aan te geven dat obesitas afbreuk kan doen aan ons mentale welbevinden wordt verwezen naar depressieve stemmingen of lage zelfwaardering die dikke mensen gemakkelijk kunnen treffen. Aan dergelijke lijstjes zijn nog andere onaangename zaken toe te voegen, zoals hoofdpijn en verstopping, slechte adem, futloosheid, libidoverlies of disfunctionerende organen (nieren, maag).

Obesitas als problematisch verschijnsel krijgt extra dimensie als we ons voorstellen wat het betekent als ‘de obese samenleving’ tot volle wasdom is gekomen. We leven dan in een wereld waar het verschil tussen dik en dun een fenomeen is uit de goede oude tijd, dat vervangen is door een onderscheid tussen meer en minder obees. Van jongs af aan gaan we met waggelende tred en wankelende gezondheid door het leven. Onze huid is pokdalig en vlekkerig, we kunnen slecht uit de voeten vanwege onze pijnlijke en stramme gewrichten, onze amechtigheid gebiedt dat het zuurstofapparaat altijd onder handbereik is en meermaals per dag dienen we ons bloedsuikergehalte te bepalen – om maar te zwijgen over de verdere medicatie die we in de gaten moeten houden. Onze pasgekochte kleren zitten na een tijdje alweer krap, het zweet parelt ons vrijwel continu van het hoofd en een doorwaakte nacht is ons niet vreemd. We verliezen ons in vraatzucht, die geen genot en geluk brengt maar teleurstelling en teloorgang. We zijn obsessief verslaafd aan eten: ‘junkfood’ is hoogst letterlijk te nemen (vrij naar Critser, 2004: 151-154).

Hoe oncomfortabel en confronterend deze onheilsprefetie ook wordt gevonden, een angstvisioen zonder realiteitsgehalte is het zeker niet. Wanneer obesitas de menselijke maat wordt genomen en we de lamentabele mens zien die nauwelijks lust noch lenigheid bezit, dan biedt de voorstelling van een door en door obese samenleving een weinig aantrekkelijk, zo niet afschrikwekkend doorkijkje naar de toekomst – nog afgezien van oplopende cijfers met betrekking tot gezondheidskosten, ziekte- en sterfgevallen.

## OVEREENSTEMMING EN MENINGSVERSCHILLEN

Over het algemeen is er tegenwoordig brede instemming als de stijging van overgewicht en obesitas van de laatste decennia als onrustbarend wordt gekarakteriseerd. Natuurlijk, er zijn (actie)groepen die gekant zijn tegen de wijze waarop overgewicht en zwaarlijvigheid geproblematiseerd en gemedicaliseerd worden in het dominante discours. Hoe nuttig een gezonde scepsis in dit verband ook is, voor een zinvolle dialoog lijkt het weinig vruchtbaar iedereen die het over het obesitasprobleem heeft te betichten van antivet-hysterie. Hoe dan ook, de meesten zijn het er over eens dat overgewicht en obesitas een omvangrijk probleem is dat serieuze bedreigingen herbergt voor het fysieke en mentale welbevinden van de Nederlandse bevolking.

Overeenstemming bestaat er ook over dat corpulentie te maken heeft met hoe en hoeveel we eten in samenhang met de lichamelijke beweging die we hebben – of liever gezegd, het gebrek daaraan. In het vakjargon worden beide bij elkaar gebracht door te spreken over het ontstaan van overgewicht en obesitas vanwege een langdurig verstoorde balans tussen energie-inname (te veel eten) en het verbruik van energie (te weinig bewegen). In minder gepolijste bewoordingen: we buffelen en bunkeren als een dokwerker zonder als een dokwerker te beulen en te zeulen.

Verschillen van mening en onzekerheden zijn er wel over het belang dat aan elk van beide zijden van de energiebalans moet worden toegekend. Is (veel) eten belangrijker dan (weinig) bewegen of andersom en hoe belangrijk zijn elk van beide boosdoeners dan? Het zijn vragen waar momenteel geen onwrikbare antwoorden op zijn te geven. Opvallend is ook dat beide kanten van de energiebalans nog goeddeels los van elkaar worden bestudeerd. Hoewel er welbewust voor gekozen is het zwaartepunt in deze essaybundel op de voedingskant te leggen, betekent dit allerminst dat de bewegingscomponent ongenoemd blijft.

Verschillen van mening zijn er niet alleen als het gaat over oorzaken van overgewicht. Deze bestaan eveneens als gesproken wordt over oplossingen om de verdikkingstrend te keren. Zowel voor wat betreft de aard als de effectiviteit van oplossingen ontbreekt het aan overeenstemming. Waar de één inzet op massamediale campagnes om een gezondere eet- en leefstijl te bevorderen, gelooft de ander dat we dienen in te zetten op etikettering, portiegrootte of snackbelasting, terwijl de volgende voorstelt een ‘war on fat’ te beginnen die kinderen beschermt tegen vette hapen in de schoolkantine en tegen de verleiding van frisdrankautomaten in de aula. Waarop een ander weer reageert dat we ons heil vooral moeten zoeken in het aanleggen van fietspaden en speelveldjes om mensen in beweging te krijgen. Kortom, voorstellen variëren van voorlichting en prijs- en advertentiebeleid tot maatregelen voor publieke ruimtes en normverandering. Met elkaar gemeen hebben ze dat er vooralsnog weinig kennis is over en ervaring met de werkingskracht van de voorgestelde oplossingsrichtingen en interventiestrategieën. Van de gelanceerde voorstellen en ideeën is nog weinig bekend of en welk effect de implementatie ervan heeft op het tegengaan of terugdringen van overgewicht.

In het verlengde van disputen over de meest geschikte aanpak van overgewicht liggen meningsverschillen over wie aanspreekbaar en verantwoordelijk is. Binnen de driehoek van overheid, producent en consument wordt de claim van verantwoordelijkheid zowel invulling gegeven als heen en weer geschoven. Dit resulteert erin dat maatregelen die door de ene partij naar voren worden gebracht, door de ander met scepsis worden begroet of simpelweg doodgezwegen. Vanuit de eigen verantwoordelijkheidsopvatting wordt al dan niet het nut en de noodzaak verdedigd van bijvoorbeeld het verbod op frisdrankautomaten op scholen, wettelijke reclamevoorschriften, (her)inrichting van de openbare ruimte, de invoering van een vetbelasting of de zegeningen van productinnovaties.

Het is vooral het laatstgenoemde aspect dat naar voren wordt geschoven door levensmiddelenproducenten die ‘investeren in innoveren’ en ‘verbeteren van de productsamenstelling’ als toverwoorden gebruiken. De aandacht concentreert zich op de werking van afzonderlijke voedingsstoffen en hoe de samenstelling van voedingsproducten dusdanig kan worden verrijkt dan wel verarmd dat ze de gezondheid ten goede komen. De panacee voor het obesitasprobleem wordt gezocht in het suiker- of vetvrij maken van levensmiddelen of het fabriceren van steeds geavanceerder gezondheidsbevorderende voedingsmiddelen (functional foods). Tevens speurt men naar stoffen die eetlust remmend en gewicht beheersend werken of werkt men aan het vervaardigen van preparaten of (‘wonder’)pillen die snel een verzadigd gevoel geven. De overtuiging is dat met dergelijke innovaties letterlijk en figuurlijk gezondheidswinst valt te halen.

## **HET PERSPECTIEF VAN DE MAATSCHAPPELIJKE OMGEVING**

Ongeacht of we al dan geen hooggespannen verwachtingen koesteren over de slagingskansen van de voedings- en farmaceutische industrie om in de nabije toekomst producten op de markt te brengen die mensen daadwerkelijk zullen helpen op een gezond gewicht te blijven of te komen, is het zaak in het publieke en politieke debat over overgewicht niet alle kaarten op producttechnologische oplossingen te zetten. Een dergelijke eenzijdigheid spoort niet met de inmiddels vrij algemeen gedeelde onderkenning dat overgewicht niet alleen verbonden is met voedingskundige en genetische aspecten, maar eveneens geplaatst dient te worden in de maatschappelijke context. Een focus op voedingskundige aspecten van productsamenstelling heeft het gevaar in zich dat de problematiek van ongezonde voedingsgewoonten wordt teruggebracht tot voedingskundige en medische aspecten. Als overgewicht primair gaat over de stoffen in voedingsproducten in wisselwerking met onze stofwisseling, dan wordt gemakkelijk voorbijgegaan aan de invloed van omgevingsfactoren op onze (ongezonde) voedingsgewoonten en -patronen.

Het is juist dit omgevingsperspectief dat de laatste tijd terrein wint. Er is sprake van een groeiende gevoeligheid voor het betrekken van de fysieke en sociale omgeving in beschouwingen over (voedsel)consumptie in het algemeen (zie Dagevos e.a., 2005; SER, 2003) en overgewicht en obesitas in het bijzonder. Zowel



de Gezondheidsraad (2003) als de Raad voor de Volksgezondheid en Zorg (2002) wijzen op de invloed van omgevingsfactoren. Dit strookt met opvattingen van de WHO (2003) waarin de klemtoon wordt gelegd op het belang van zulke omgevingsfactoren als het aantal advertenties voor energierijke tussendoortjes en andere gemaksv voedingsmiddelen alsmede het massale aantal verkooppunten waar deze worden aangeboden. Eveneens breekt de omvangrijke studie *Ons eten gemeten* een lans voor het bezien van de uitdijende problematiek van overgewicht en obesitas in de maatschappelijke context (Van Kreijl & Knaap, 2004, i.h.b. daarin Brug, 2004: 241-248). Kortom, er wordt meer en meer onderkend dat de maatschappelijke omgeving van invloed is op de toename van overgewicht en obesitas (zie ook Van Trijp e.a., 2005). Doordat omgevingsfactoren lang onderbelicht zijn gebleven, betekent dit dat er nog betrekkelijk weinig over bekend is. Het onderzoek staat nog in de kinderschoenen en kennisleemtes zijn er volop (zie verder de hiernavolgende bijdrage van de hand van Hans Brug).

Tegen deze achtergrond mag dit boek worden gezien. Het vestigt de aandacht op de omgeving zoals die gevormd wordt door de hedendaagse consumptiesamenleving. Overgewicht en obesitas zijn onderdeel van deze maatschappij. Dat het eerst en vooral om een *maatschappelijk* verschijnsel gaat, wordt onderstreept als de problematiek in het licht wordt geplaatst van productaanbod, reclame, eetgewoonten, inkomenspositie, gezinssituatie, esthetiek en marges van overheidsbeleid. Het zijn zulke kanten van de zaak die de essays in deze bundel speciaal voor het voetlicht wensen te brengen.

Als door een sociaal-wetenschappelijk vizier naar overgewicht en obesitas in de maatschappelijke context wordt gekeken, dan is er oog voor onze contemporaine consumptiecultuur en voor sociaal-economische omstandigheden waarin mensen leven. Een omgevingsperspectief benadrukt dat de leefomgeving van mensen invloed heeft op de kansen en knelpunten, de mogelijkheden en moeilijkheden, van mensen om (on)gezonde voedingskeuzes te maken. Dit heeft als consequentie dat kanttekeningen zijn te plaatsen bij een voorstelling van zaken waarin consumenten zelf verantwoordelijk zijn voor hun gedrag. Het aanspreken van consumenten op hun eigen (on)verantwoordelijkheid voor wat ze eten en hoe het met hun gezondheid is gesteld, klinkt niet zelden van de zijde van de overheid of uit het bedrijfsleven. Consumenten, zo is de redenering, kunnen en mogen immers in vrijheid kiezen welke etenswaren ze kopen en nuttigen. De individuele keuzevrijheid staat hier voorop en maakt dat van beperkingen sprake is voor zover consumenten deze zichzelf opleggen in plaats van dat consumenten restricties krijgen opgelegd door de markt (die op hun beurt weer door de politiek zijn afgedwongen).

Maar de erkenning dat consumenten eindverantwoordelijkheid dragen, neemt niet weg dat de vrijheid van hun keuzes beperkingen kent. Vanuit het omgevingsperspectief is er oog voor dat we het niet zelf zijn die de omstandigheden kiezen waarin we onze keuzes maken. Het bombardement aan (misleidende) reclameboodschappen of het overstelpende productaanbod van vette, zoete en zoute levensmiddelen, zijn punten die aangedragen kunnen worden om niet alleen te wijzen op de grenzen aan de keuzevrijheid, maar ook aan te geven dat

de individuele verantwoordelijkheid van consumenten grenzen kent. De invalshoek van de maatschappelijke omgeving wil aantonen dat het er niet alleen om gaat mensen persoonlijk op hun gedrag aan te spreken, maar dat ook omgevingsfactoren worden meegenomen die het maken van bepaalde keuzes belemmeren of bevorderen.

Anders gezegd, deze benaderingswijze benadrukt dat verantwoordelijkheid en keuzevrijheid van consumenten niet geïsoleerd worden bekeken. Wat en hoeveel we consumeren staat niet op zichzelf; hoe (on)gezond of dik dan wel dun we zijn is niet louter een kwestie van persoonlijke vrijheid of wilskracht. Tim Lang en Michael Heasman (2004: 99) getuigen van deze visie door te poneren: 'It is our view that health is not simply a personal choice, but that it reflects processes at work in wider society.' Marion Nestle (2002: 360) op haar beurt stelt even onomwonden als eenvoudig: 'we do not make food choices in a vacuum.' Even onomwonden is de eenvoudige gevolgtrekking dat, wanneer de omstandigheden zodanig zijn dat gezonde keuzes worden ondersteund, het dan gemakkelijker of aantrekkelijker wordt die opties te kiezen. Maak de gezonde keuze tot de gemakkelijke keuze, zijn in dit kader inmiddels gevleugelde woorden.

## **DE DIKMAKENDE SAMENLEVING: CULTIVEREN VAN CONSUMEREN**

Hoe eenvoudig het 'make the healthy choice, the easy choice' ook klinkt, het is allesbehalve vanzelfsprekend. Maar al te vaak is juist aan de orde dat de ongezonde keuze de meest voor de hand liggende is. We hebben rekening te houden met de zogenaamde obesogene omgeving: een omgeving die juist dikmakend gedrag ruim baan geeft. Dat veel mensen zuchten onder vetzucht is dan eerder een normale reactie op abnormale omgevingsomstandigheden in plaats van een abnormaal gegeven bereikt onder normale omgevingscondities.

Het idee dat we leven in een obesogene samenleving kan goed worden geïllustreerd aan de hand van voeding. Want de beschikbaarheid en bereikbaarheid van het productaanbod in het hedendaagse voedingsland van overvloed kent geen historisch precedent. Er is nauwelijks aan het weelderige productaanbod te ontsnappen. Niet alleen door de variatie en veelheid van keuzemogelijkheden in de supermarkt of het restaurant, maar ook door de dichtheid van het aantal punten waar eten te koop is. De afstand tot een natje en een droogje is zelden ver. Het levensmiddelenpakket dat is te verkrijgen in allerhande trein- en pompstations, pretparken en dierentuinen, warenhuizen en musea, leisure centra en ziekenhuizen of stadions en scholen blinkt daarbij vaker uit in een overdadige aanwezigheid van suiker, vet of zout dan door culinair raffinement en gezonde voedingswaarde. Om de eenvoudige reden dat het vooral candybars zijn en ander snoepgoed, allerhande snacks, frisdranken en andere versnaperingen die worden aangeboden. Voedingsmiddelen, ruwweg, waar Felicity Lawrences provocerende vuistregel op van toepassing is: 'the more highly processed a food, the poorer its nutrition is likely to be.' (Lawrence, 2004: 235).

De aanwezigheid van een grote hoeveelheid rijk gevulde smulpaleizen en voedseltempels, die kunnen variëren in omvang van megacomplexen tot minuscule loketten, zijn erop gericht passanten of bezoekers tot consumptie te verleiden (zie Bryman, 2004; Mommaas, 2000; Ritzer, 1999). De economische overlevingskansen van het hedendaagse voedselwalhalla zijn immers hoogst afhankelijk van de mate waarin we blijven consumeren. Aanmoedigingen om ons de geneugten van het consumptieve leven flink te laten smaken zijn derhalve geboden. Het overweldigende aanbod vervult hierin een functie, evenals dat reclame een bijzondere rol speelt in het promoten van (hyper)consumentisme. En reclame lijkt zich weinig gunstig te verhouden tot een eetcultuur die matiging en gezondheid hoog in het vaandel heeft staan. Grote sommen geld worden geïnvesteerd in reclamebudgetten voor levensmiddelen die behoren tot de categorieën van tussendoortjes, snacks en softdrinks. Budgetten ook die zo groot zijn dat ze de beschikbare financiële middelen voor (overheids)campagnes gericht op voorlichting over voedselconsumptie en gezondheid vele malen overtreffen. Feitelijk is dergelijke voedingscommunicatie geen partij voor de Nestlé's, McDonald's, Kellogg's en Danones van de tegenwoordige voedingswereld.

De macht van grote levensmiddelenfabrikanten en supermarktketens over het reilen en zeilen van de geglobaliseerde voedingsmarkt heeft er recentelijk toe geleid dat verschillende auteurs hun (argus)ogen speciaal richten op mondiale spelers van de voedingssector. Dergelijke auteurs sluiten weliswaar aan bij de beweging die we ook in deze bundel willen maken – omgevingsfactoren in ogeschouw nemen –, maar zijn vatbaar voor de kritiek dat hun omgevingsperspectief zich te veel blindstaart op voedingsondernemingen als kwade genius. Echter, ook als we van mening zijn dat de omgeving meer behelst dan het bedrijfsleven alleen, is het van belang kort hierop in te gaan tot slot van dit betoog. Enerzijds omdat het vernieuwend is dat specifieke en kritische aandacht uitgaat naar de rol en invloed van voedingsmiddelenconcerns op overgewicht en obesitas. Anderzijds omdat de aandacht voor deze omgevingsfactor van betekenis is om enig tegenwicht te bieden aan het tamboereren op individuele consumentenverantwoordelijkheid.

In het eerdergenoemde *Fast food nation* doet de Amerikaanse journalist Schlosser een boekje open over praktijken en principes van de fastfoodindustrie. Hoewel McDonald's prominent in beeld is, betreft het geen gemakkelijke of pamphlettistische kritiek op deze onderneming alleen. Ditzelfde geldt voor de bevindingen van Morgan Spurlock (2005), die eveneens proefondervindelijk nagaat wat de betekenis is van de fastfoodcultuur – zowel persoonlijk (Spurlock at een maand lang alleen bij McDonald's en maakte daar de documentaire *Super size me* over) als maatschappelijk. Hij is van oordeel dat we door de commerciële grootmachten gemanipuleerd en geconditioneerd worden om meer en vaker te eten. De controle over wat we eten hebben we zagezegd uitbesteed aan grote bedrijven en fastfoodketens: we laten het ons gemakkelijk maken door de alomtegenwoordigheid van eetgelegenheden en laten ons de geluksbelofte van het recht op onbeschaamd genieten met graagte welgevallen.

Op een andere toonhoogte dan Spurlock stelt Nestle zich op een gelijksoortig standpunt. In *Food politics* verzamelt ze, met ingewijde kennis van zaken

over wat zich voor en achter de schermen van voedingsland afspeelt, bewijsmateriaal voor haar uitgangstelling dat de levensmiddelenindustrie onze voedselkeuzes diepgaand beïnvloedt: ‘I have become increasingly convinced that many of the nutritional problems of Americans – not least of them obesity – can be traced to the food industry’s imperative to encourage people to *eat more* in order to generate sales and increase income in a highly competitive marketplace.’ (Nestle, 2002: 4). In haar ogen dient bij het begrijpen van een aan voeding gerelateerd verschijnsel als overgewicht beseft te worden dat de voedingsmarkt gekenmerkt wordt door grote concurrentiedruk, betrekkelijk kleine marges en een consumentenbevolking die onderhevig is aan de wet van Engel (naarmate ons inkomen stijgt, geven we relatief minder uit aan voeding). In een dergelijke markt ligt het voor de hand de commerciële belangen te beschermen door te kiezen voor een strategie gericht op *consumeren*; op het verkopen van méér levensmiddelen. Gezondheid speelt voornamelijk nauwelijks tot geen rol van betekenis in deze verkoopstrategie, als we een recent uitgevoerde studie mogen geloven waarin wordt geconcludeerd dat 25 van de grootste ondernemingen in de voedingssector zich slechts mondjesmaat committeren aan het voeren van (pro)actief beleid dat erop gericht is bij te dragen aan een gezonder productaanbod – met Unilever als een van de weinige positieve uitzonderingen (Lang e.a., 2006).

Spreekt over eigen verantwoordelijkheid en keuzevrijheid van consumenten is onvolledig als het niet wordt aangevuld met karakteristieken van de obesogene samenleving. Deze geven nu eenmaal voeding aan wat consumenten aantrekkelijk vinden, welke voorkeuren ze koesteren en welke keuzes ze maken. Een omgevingsgericht perspectief op overgewicht heeft aandacht voor welk voedingsaanbod in welke mate beschikbaar en bereikbaar is, en of en hoe dit alles voorselecteert op de ondersteuning van een bepaalde eetcultuur. Het betrekken van de consumptieculturele context gaat zowel over de productassortimenten en verkooppunten die mensen omringen als over het diverse cultuurgedrag dat consumenten – al dan niet verheld – vertelt welke normen en waarden, plichten en gewoonten de voorkeur verdienen in het consumptieve leven. In een dergelijke optiek geldt dat geen dienst wordt bewezen aan het tegengaan van overgewicht door wokrestaurants, pannenkoekenhuizen, spareribs eetcafé’s of kiloknallers die zich profileren door het cultiveren van ‘onbeperkt eten voor een vast bedrag’ of ‘meer voor minder is beter’.



burger

gild rundvlees  
kroket saus  
bolognaise

speciaaltje

in gekookte pasta  
**kassoufflé**  
met zachte kaasvulling

rundvleeskroket

oude specialiteit  
geen wonder  
zuiver rundvleesbouillon

NIEUW

kipburger

kippenvlees met witkapsaus  
**ASIANBURGER**  
met kipoude saus en tonijn

makelij

eet smakelijk

# Overgewicht als maatschappelijk en wetenschappelijk vraagstuk

Johannes Brug

## DIK WORDEN, DOE JE DAT ZELF?

Overgewicht vormt een groeiend probleem. De verwachting is dat overgewicht roken zal passeren als belangrijkste oorzaak van vermijdbare ziekte en sterfte. Het is nog maar de vraag of we deze ontwikkeling kunnen keren. Een effectieve, en bij voorkeur preventieve aanpak van de overgewichtepidemie is alleen mogelijk als we de oorzaken kennen, en als die oorzaken veranderbaar zijn.

Overgewicht ontstaat als we via ons eten en drinken meer calorieën binnenkrijgen dan we, bijvoorbeeld door beweging, weer verbranden. Maar waarom eten we eigenlijk te veel en bewegen we te weinig? Doen we ongezond omdat we dat willen of omdat 'de maatschappij' ons daartoe aanzet? Hoe ver reikt onze kennis daarover? En wat kunnen we er aan doen?

Hieronder zal worden ingegaan op het eet- en beweeggedrag dat ten grondslag ligt aan de overgewichtproblematiek, om vervolgens na te gaan welke kennis we hebben van de onderliggende oorzaken van dat gedrag. Het is hierbij van belang onderscheid te maken tussen persoonlijke oorzaken van eet- en beweeggedrag en omgevingsoorzaken. Aldus krijgen we meer zicht op de vraag of consumenten zelf verantwoordelijk zijn voor hun (over)gewicht, of dat we 'de schuld' daarvoor bij anderen, of zelfs bij de maatschappij kunnen leggen. In het eerste geval zal de strijd tegen overgewicht vooral moeten inzetten op individuele gedragsverandering; in het tweede geval krijgt die strijd veel duidelijker een maatschappelijke dimensie, en zullen we bijvoorbeeld de rol van de voedingsindustrie of de hedendaagse consumptiecultuur kritisch tegen het licht moeten houden.

Alleen op basis van inzicht in de onderliggende oorzaken kunnen we op zoek gaan naar gerichte interventiestrategieën. Daarbij zal uiteraard ook goed moeten worden gekeken naar beschikbare kennis over de effectiviteit van mogelijke maatregelen. Dit essay geeft een overzicht van de wetenschappelijke stand van zaken. Het sluit af met een onderzoeksagenda voor de nabije toekomst.

## OPBOUW VAN ONGEZONDE RESERVES – NIET VAN DE LUCHT!

In de eerste inleiding van deze bundel is al gewezen op de omvang van overgewicht en obesitas. Overgewicht komt veel en steeds meer voor onder de Nederlandse bevolking. In haar nota over preventiebeleid, *Langer gezond leven 2004-2007*,

erkent de Nederlandse overheid het belang en de urgentie van de strijd tegen overgewicht (VWS, 2003). Dit heeft echter nog niet geleid tot een substantiële verhoging van het preventiebudget. Er is in Nederland maar beperkt geld voor preventie: niet meer dan vijf procent van het budget voor de gezondheidszorg wordt besteed aan het voorkomen van gezondheidsproblemen. En slechts een klein deel daarvan wordt gebruikt voor promotie van gezond gedrag. Die beperkte middelen moeten we dus vooral inzetten voor problemen die ernstig en/of omvangrijk genoeg zijn. Overgewicht en obesitas horen daar zeker bij. Ze zijn belangrijke veroorzakers van ernstige en veelvoorkomende aandoeningen, zoals hart- en vaatziekten, suikerziekte (diabetes mellitus type 2), bepaalde vormen van kanker, gewrichtsproblemen en een verminderd geestelijke welzijn.

Maar als we zoveel gezondheidsrisico's lopen naarmate we dikker worden, waarom worden we dan toch steeds dikker? De meest directe oorzaak van overgewicht is duidelijk: overgewicht is een gevolg van wat we doen (te veel eten) en laten (bewegen) (Swinburn e.a., 2004). Overgewicht is dus een gevolg van ongezond gedrag. Nu denken sommige mensen dat ze al dik worden van de lucht. Dat is niet waar, maar het menselijk lichaam is wel zeer goed in staat energie in de vorm van vet op te slaan.

Dat wij makkelijk vet opslaan is niet voor niks. De kans op perioden van voedselschaarste is altijd veel groter geweest dan de kans op overschotten. Dat geldt overigens nog steeds voor grote delen van de wereldbevolking. Het is dan ook zeer functioneel om in perioden van overschot reserves aan te leggen. Lichaamsvet vormt de reservevoorraad om de volgende hongersnood te overleven. In onze huidige samenleving komt hongersnood echter niet meer voor en houdt de periode van overschot alleen maar aan. De vetreserves worden veel te groot, zijn nutteloos en vormen een regelrechte bedreiging voor de gezondheid.

Versillen in genetische aanleg zijn mede oorzaak voor overgewicht. Sommige mensen komen bij eenzelfde eet- en beweegpatroon namelijk sneller in gewicht aan dan anderen. Tweelingenonderzoek bevestigt dat overgewicht een deels genetische basis heeft. Volgens schattingen is vijftig tot tachtig procent van de variatie in lichaamsgewicht genetisch bepaald (Allison e.a., 2003). Welke genen hierbij een rol spelen is echter nog grotendeels onbekend. Maar ook bij een genetische aanleg geldt de wet van behoud van energie: energie kan alleen worden opgeslagen in het lichaam (voornamelijk als vet), als de energie-inname groter is dan het energiegebruik. En genetische aspecten kunnen niet de toename in overgewicht en obesitas van de afgelopen decennia verklaren. In deze relatief korte periode is ons gezamenlijk genetisch materiaal immers nauwelijks veranderd. Ons gedrag is in die periode wel veranderd.

## **ETEN EN BEWEGEN**

Overgewicht ontstaat door meer energie binnen te krijgen dan te verbranden. Tot ongeveer halverwege de twintigste eeuw hadden de meeste mensen, ook in Nederland, een hoog energiegebruik. Voordat de mechanisering van arbeid werd door-

gevoerd, vroeg vrijwel al het werk in de landbouw, het vervoer en de industrie om zware lichamelijke inspanning. Maar tegenwoordig is in landen als Nederland het gemiddelde energiegebruik laag. Beroepen die lichamelijke zware arbeid vragen, zijn schaars geworden, ons vervoer is verregaand gemechaniseerd en er zijn steeds meer mogelijkheden voor lichamenlijk passieve recreatie.

Uit onderzoek blijkt dat ongeveer de helft van de Nederlanders minder dan een half uur per dag lichamenlijk actief is. Bij lichamenlijke activiteit wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen meer intensieve inspanningen zoals sportactiviteiten, en matig intensieve lichamenlijke activiteiten zoals wandelen, fietsen en tuinieren. Ter preventie van overgewicht is matig intensieve activiteit wellicht beter. Het kan langer worden volgehouden en leidt daardoor uiteindelijk tot een hoger energiegebruik (Westerterp, 2003).

De Nederlandse norm Gezond Bewegen raadt volwassenen aan om bij voorkeur elke dag, maar minstens vijf dagen per week, een half uur of meer matig lichamenlijk actief te zijn. De Gezondheidsraad concludeert dat een half uur per dag eigenlijk onvoldoende is om de epidemie van overgewicht te keren. Gestreefd moet worden naar tenminste een uur lichamenlijke activiteit per dag (Gezondheidsraad, 2003). Dit standpunt wordt gedeeld door de Wereldgezondheidsorganisatie. De huidige aanbeveling van een half uur per dag zou niet alleen te laag zijn, maar stelt mogelijk ook veel mensen onterecht gerust. Die denken – vaak ten onterechte – dat ze wel aan dat half uur toe komen en zijn daarom niet gemotiveerd om meer te doen (Ronda e.a., 2001).

Bij een laag energiegebruik kan men alleen in balans blijven als de energie-inname ook laag is. De overgewichtepidemie laat zien dat daarvan onvoldoende sprake is. Weliswaar is er voor Nederland geen bewijs dat we de afgelopen twintig jaar meer calorieën zijn gaan eten, wel zijn we anders gaan eten. Kinderen drinken bijvoorbeeld veel meer frisdrank. De consumptie van alcoholische dranken is bij jongeren sterk toegenomen. We zijn meer energierijke (vette en zoete) tussen-doortjes en meer buitenshuis gaan eten en voor veel voedingsmiddelen zijn de porties groter geworden. En juist deze ‘nieuwe’ voedingsgewoonten vergroten de kans op overgewicht (Gezondheidsraad, 2003).

## **EET- EN BEWEEGGEDRAG: EEN COMPLEX VAN DETERMINANTEN**

Eten en bewegen is iets wat mensen zelf doen. In een welvarend land als Nederland kan bijna iedereen zelf kiezen wat en hoeveel men eet en hoeveel of weinig men beweegt. Een makkelijke conclusie is dat mensen dus zelf verantwoordelijk zijn voor hun overgewicht: dik worden dat doe je zelf; daar kies je eigenlijk voor. De aanpak van preventie van overgewicht lijkt daarmee ook duidelijk. Mensen moeten worden aangezet om te kiezen minder te gaan eten en/of meer te gaan bewegen. Aangezien overgewicht steeds vaker voorkomt, doen veel mensen dit nog niet of onvoldoende.

Om effectieve interventies te kunnen ontwikkelen ter preventie van overgewicht is beter inzicht nodig in waarom mensen te veel eten en te weinig bewegen.



Als we die onderliggende oorzaken, invloeden, redenen en risicofactoren kennen, kunnen we deze proberen weg te nemen. Dit complex van oorzaken, aanleidingen, invloeden en risicofactoren wordt aangeduid met de term ‘determinanten van gedrag’.

Bij het onderzoek naar determinanten van eet- en beweeggedrag moeten we ons realiseren dat voedselconsumptie en lichamelijke activiteit complexe verzamelingen zijn van soms heel divers gedrag. We eten geen calorieën, maar verschillende voedingsmiddelen. Die kiezen we uit een breed scala van mogelijkheden, die we op uiteenlopende manieren combineren, kopen en bereiden. Al die verschillende gedragingen samen bepalen onze energie-inname. Al die deelgedragingen kennen op hun beurt weer eigen determinanten. Ook lichamelijke activiteit bestaat uit een verzameling van gedragingen zoals met de fiets of te voet naar het werk gaan, sport, lichamelijke activiteit tijdens het werk en fietsen of wandelen in de vrije tijd.

Het is dus niet mogelijk om aan te geven wat *de* determinanten zijn van *het* eet- en beweeggedrag. Er zijn veel verschillende soorten gedrag die de kans op overgewicht kunnen vergroten of verkleinen, en al deze gedragingen hebben hun eigen determinanten. De determinanten van een keuze voor vette tussendoortjes kunnen anders zijn dan die voor het drinken van veel of weinig frisdrank of de keuze voor de fiets of auto. Er zijn echter wel algemene categorieën van gedragsdeterminanten aan te wijzen die het uitgangspunt vormen voor preventieve maatregelen tegen overgewicht.

## **BEPAALT ONS DENKEN WAT WE DOEN...**

In de studie van determinanten van gedrag wordt meestal gebruikgemaakt van psychologische theorieën. Veel psychologische gedragstheorieën gaan ervan uit dat gedrag uiteindelijk een gevolg is van afwegingen – van gedachten of cognities. De zogenaamde theorie van planmatig gedrag is hiervan een mooi en veelgebruikt voorbeeld (Baranowski e.a., 2003). Volgens deze theorie maken mensen plannen en voornemens, bedenken ze wat ze willen doen en handelen ze daar vervolgens naar.

Deze theorie kan ook worden toegepast op eetgewoonten en beweegpatronen. Zoals gezegd, maken mensen in welvarende landen als Nederland in belangrijke mate zelf uit wat en hoeveel ze eten en bewegen. Kortweg zegt de theorie dat mensen gezond zullen eten als ze dat expliciet van plan zijn, als ze daartoe de *intentie* hebben.

De intentie wordt volgens de theorie weer beïnvloed door drie factoren: attitudes, subjectieve normen en ervaren gedragscontrole. In normaal Nederlands betekent dit dat je intentie om gezond te eten positief zal zijn als je denkt dat daar meer voor- dan nadelen aan verbonden zijn (*positieve attitude*); als je denkt dat ‘belangrijke anderen’ (je partner, vrienden, ouders) graag willen dat je gezond eet (*positieve subjectieve norm*); en als je denkt dat je ook zelf invloed kunt uitoefenen op wat je eet (*positieve ervaren gedragscontrole*). De implicatie hiervan is dat mensen gestimuleerd kunnen worden om gezonder te eten als ze bijvoorbeeld infor-

matie krijgen over belangrijke voordelen daarvan, als anderen ook gezond(er) eten en als – via gezondheidsvoorlichting – duidelijk valt te maken hoe je gezond eten kunt herkennen, kiezen en klaarmaken.

Gezondheidsvoorlichting wordt inderdaad ingezet om gezond eten en bewegen te bevorderen. Uit de eerdergenoemde preventienota *Langer gezond leven* (VWS, 2003) blijkt dat ook de Nederlandse overheid het nodige verwacht van voorlichting in de strijd tegen overgewicht. Hedendaagse campagnes als ‘Maak je niet dik!’ en ‘Flash’ van respectievelijk het Voedingscentrum en het Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen maken ook gebruik van gezondheidsvoorlichting.

Volgens de theorie van planmatig gedrag bepaalt wat we denken in belangrijke mate wat we doen. Is het leven echt zo simpel? De theorie heeft een stevige wetenschappelijke basis (Godin & Kok, 1996). Uit onderzoek blijkt dat de relatie tussen een negatieve intentie en gedrag bijna perfect is: als je niet van plan bent om gezond te eten of te gaan bewegen, doe je dat ook niet (Sheeran, 2002). Andersom ligt de zaak helaas minder eenvoudig: een positieve intentie is geen garantie voor gedrag. Veel mensen die wel van plan zijn om op hun gewicht te letten worden toch steeds dikker (Wammes e.a., 2004). De theorie van planmatig gedrag is weliswaar een van de betere gedragsmodellen waarover we beschikken, maar zeker niet volmaakt. Er blijft een kloof tussen willen en kunnen.

### **... OF IS HET DE OMGEVING?**

Behalve van gezondheidsvoorlichting kan gebruik worden gemaakt van de bredere strategie van gezondheidsbevordering (*health promotion*). Deze behelst een combinatie van voorlichting en omgevingsverandering, die samen gezond gedrag en gezonde leefcondities stimuleren (Kok e.a., 2000). Gezondheidsbevordering gaat er dus expliciet van uit dat ook de leefomgeving van mensen moet worden aangepast. Een omgeving die uitnodigt tot gezond gedrag, of dit zelfs weet af te dwingen.

In Nederland lijkt de situatie eerder omgekeerd: de omgeving nodigt uit of dwingt welhaast om te veel te eten en nauwelijks te bewegen. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de oorzaak van de overgewichtepidemie tegenwoordig steeds vaker wordt gezocht in onze leefomgeving. Smakelijk, calorierijk voedsel is voor vrijwel iedereen altijd en overal in ruime mate beschikbaar, wordt ons te pas en te onpas voorgehouden, aangeboden of zelfs opgedrongen, terwijl de noodzaak tot lichamelijke activiteit voor de meeste mensen zo goed als afwezig is en de drukke dagelijkse besommingen vaak geen tijd laten voor lichamelijke activiteit. Effectieve preventie van overgewicht zou dan ook gericht moeten zijn op verandering van de omgeving.

Hoe logisch deze redenering ook mag klinken, de vraag is hoe sterk het bewijs is dat onze omgeving bepaalt hoeveel we eten en bewegen. Oftewel: in hoeverre weten we of de huidige overgewichtepidemie het directe gevolg is van onze maatschappelijke omgeving? En wat betekent dat voor interventies ter preventie van overgewicht? Moeten we maar liever blijven voorlichten of is het tijd voor drastischer en dwingender maatregelen?

Een eerste reactie op deze vragen is dat ‘de omgeving’ eigenlijk net zo’n diffeus begrip is als ‘gedrag’. Er zijn vele soorten omgeving te definiëren (Swinburn e.a., 1999). In de eerste plaats wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen micro- en macro-omgevingsfactoren. De micro-omgeving bestaat uit de plekken waar mensen elkaar persoonlijk ontmoeten. De woonomgeving, de school, de buurt, de werkplek en de supermarkt zijn voorbeelden van micro-omgevingen. De macro-omgeving omvat de grootschaliger, vaak meer anonieme omgeving, zoals gemeenten, provincies en landen. Bij macro-omgevingsfactoren kan gedacht worden aan landelijke wet- en regelgeving, de provinciale landinrichting, het stelsel van openbaar vervoer in een stad of de organisatie van de gezondheidszorg.

Ten tweede worden verschillende typen van omgeving onderscheiden: fysieke omgeving, economische omgeving, politieke omgeving en sociaal-culturele omgeving. De fysieke omgeving bepaalt vaak direct of gezond gedrag mogelijk is, bijvoorbeeld door het al dan niet beschikbaar zijn van gezonde keuzes. De fysieke omgeving kan uitnodigen tot gezond gedrag, of dit juist belemmeren. Voorbeelden van fysieke omgevingskenmerken zijn het voorradig zijn van fruit thuis of in de bedrijfskantine, of de aanwezigheid van voet- en fietspaden in wijken. De economische omgeving verwijst naar de kosten en daarmee naar de bereikbaarheid van gezonde keuzes, zoals belasting op sigaretten of subsidie voor het lidmaatschap van een sportschool. De politieke omgeving betreft de wet- en regelgeving op het gebied van voeding en gezondheid. Voorbeelden zijn rookverboden in publieke ruimtes, maar ook regels die ouders hanteren voor het snoepgedrag van hun kinderen. De sociaal-culturele omgeving bestaat uit de invloed van ‘de mensen om ons heen’, de mensen waar we bij (willen) horen en waarmee we ons identificeren.

## **VERKENNING VAN HET ONDERZOEKSVELD**

We weten echter nog maar weinig over het oorzakelijk verband tussen afzonderlijke omgevingsfactoren en ongezond gedrag. Een recentelijk uitgevoerd literatuuronderzoek naar omgevingsdeterminanten van eet- en beweeggedrag leert dat sommige omgevingsdeterminanten nog nauwelijks zijn onderzocht en dat het beschikbare onderzoek vaak van beperkte kwaliteit is (Brug & Van Lenthe, 2005). De stelling dat vooral onze leefomgeving verantwoordelijk is voor de toename van overgewicht kan slechts in beperkte mate worden onderbouwd. Retoriek, vooronderstellingen en wetenschappelijk bewijs moeten dan ook goed van elkaar worden onderscheiden. Daaruit kunnen we echter niet concluderen dat de omgeving onbelangrijk is. Dat zou voorbarig zijn. Het gebrek aan bewijs komt immers door een gebrek aan onderzoek.

Het al wel beschikbare onderzoek wijst er bovendien op dat omgevingsfactoren wel degelijk betekenisvol zijn. Dit blijkt bijvoorbeeld uit studies naar sociaal-culturele omgevingskenmerken in de micro-omgeving. Zo is bij kinderen onderzoek gedaan naar de invloed van ouders en vriendjes en naar de invloed van de schoolomgeving. Bij volwassenen is het belang van sociale steun onderzocht,

alsmede de beschikbaarheid en bereikbaarheid van gezonde keuzes thuis, op de werkplek en in de buurt. Hieruit blijkt bijvoorbeeld dat sociale steun belangrijk is om jongeren en volwassenen in beweging te krijgen en te houden. Voor kinderen geldt dat hun ouders hierbij belangrijk zijn. Zij moeten niet alleen het goede voorbeeld geven, maar hun kinderen ook actief stimuleren en ondersteunen bij sport en bij lichamelijk actief spel en vervoer. Een andere duidelijke uitkomst is dat meer gymlessen op school helpen om kinderen actiever te maken. Voor volwassenen geldt dat samen bewegen een goede stimulans vormt en dat aantrekkelijke wandelmogelijkheden in de buurt mensen daadwerkelijk aanzet om meer te gaan wandelen.

Onderzoek laat tevens zien dat de school en de werkplek een gezond voedingspatroon kunnen stimuleren. Wat wel, en vooral wat niet beschikbaar is in de automaat of de school- of bedrijfskantine bepaalt deels wat gegeten wordt. Om kinderen tot gezond eetgedrag te bewegen zouden gezonde voedingsmiddelen wel, en ongezonde voedingsmiddelen niet beschikbaar moeten zijn op scholen. Dus wel schoolfruit, maar geen frisdranken, snoep en snacks. Een aangepast, minder calorierijk aanbod in bedrijfskantines is behulpzaam om werknemers gezonder te laten eten.

Voor bovengenoemde omgevingsfactoren bestaat wetenschappelijk bewijs, weliswaar een nog wat magere oogst na het lezen van honderden wetenschappelijke artikelen. Opvallend is dat vooral omgevingsfactoren zijn onderzocht waar je als individu ook zelf invloed op kunt uitoefenen. Goed onderzoek naar wet- en regelgeving of prijs- en belastingmaatregelen om gezond eten en bewegen te stimuleren en ongezond eten te ontmoedigen is tot op heden niet tot nauwelijks beschikbaar. De genoemde verkenning van het onderzoeksveld laat vooral zien dat we nog in hoge mate te maken hebben met een terra incognita. Er is nog veel gebied te ontginnen. Dat we hier werk van gaan maken is des te belangrijker als we bedenken dat *nu* onderzoek nodig is om straks te weten welke interventies effectief kunnen worden ingezet.

## **EEN AGENDA VOOR OMGEVINGSGERICHT ONDERZOEK**

Ondanks de nog wat smalle wetenschappelijke basis is duidelijk dat de omgeving de afgelopen decennia sterk is veranderd. De almaar groeiende overgewichtcijfers laten zien dat we niet bereid of in staat zijn geweest om ons gedrag voldoende aan te passen aan die veranderde omgeving. De ‘schuld’ daarvan ligt niet bij onszelf of bij de omgeving, maar in de interactie tussen gedrag en omgeving. Ons gedrag wordt gestuurd door motivaties, vaardigheden én mogelijkheden. Alleen als mensen weten, willen, kunnen en wellicht zelfs moeten, zullen ze gezonder gaan eten en meer bewegen.

Uit het voorgaande mag duidelijk zijn dat het wetenschappelijk onderzoek over het samenspel van persoonlijke met omgevingsfactoren in relatie tot de overgewichtproblematiek nog in de kinderschoenen staat. De overgewichtepidemie is de afgelopen decennia ontstaan. De wetenschap heeft die snelle ontwikkeling niet

kunnen bijhouden en loopt vooralsnog achter op de praktijk. Het inzicht in de keten van oorzaken van de overgewichtepidemie is nog beperkt. Dit geldt in het bijzonder voor de omgevingsfactoren die in het geding zijn. Op basis van wat we al weten, kunnen evenwel de volgende – voorlopige – conclusies worden getrokken. Deze conclusies zijn te lezen als een opmaat voor een onderzoeksagenda voor de komende jaren.

In de eerste plaats zijn er onderwerpen die liggen op het onderzoeksveld van ‘willen’ en ‘kunnen’. Mensen willen van alles en nog wat, zijn veeleisend en tegelijkertijd gemakzuchtig. Verreweg de meeste Nederlanders willen niet dikker worden, maar willen ook geen concessies doen aan smaak en gemak, of aan het geld dat ze aan voeding uitgeven. Een betere beschikbaarheid en bereikbaarheid van lekker en gemakkelijk, energiearm voedsel tegen een schappelijke prijs kunnen dus helpen. Hoewel de voedingsmiddelenindustrie gretig inspeelt op gezondheidstrends, blijft het merendeel van de voedingssector toch vooral gericht op meer productie en hogere verkoopcijfers. Terwijl in het kader van preventie van overgewicht minder eten het devies zou moeten zijn, is *consumeren* over het algemeen toch makkelijker dan *consuminderen*.

In de tweede plaats zijn, naast ‘willen’ en ‘kunnen’, trefwoorden van toepassing als ‘kennen’ en ‘moeten’. Wat onze kennis van de problematiek betreft, is de laatste jaren de bewustwording en bekendheid van overgewicht zonder twijfel gestegen. Maar het lijkt er veel op dat we momenteel in dat stadium blijven steken. Het wordt ook steeds duidelijker dat het geven van voorlichting alleen tekortschiet. In de strijd tegen roken zijn we er uiteindelijk toe overgegaan verdergaande maatregelen te treffen. Naast voorlichting om mensen te motiveren niet te roken, is roken onder meer tegengegaan door een hogere belasting op tabak en wetgeving om rookvrije publieke ruimten af te dwingen. Naar verwachting zal ook ten aanzien van overgewicht de komende jaren de bereidheid groeien om verdergaande maatregelen te nemen – al was het maar omdat we meer en meer de gevolgen van overgewicht aan den lijve zullen ervaren of in onze portemonnee voelen.

In dit verband is onderzoek nodig dat nagaat welke veranderingen in de fysieke, sociale en economische omgeving mogelijk en noodzakelijk zijn en in welke mate deze veranderingen dienen te worden afgedwongen door wet- en regelgeving. Denk hierbij onder meer aan het snoep-, snack- en frisdrankvrij maken van scholen, het uitbreiden van het aantal verplichte uren gym of het aan banden leggen van voedingsreclame gericht op kinderen.

De in deze bundel verzamelde essays staan in het teken van de geschetste onderzoeksagenda. Ze geven de reikwijdte van de omgevingsfactoren aan en brengen de maatschappelijke contouren in kaart van een gerichte aanpak van de overgewichtproblematiek.

# DE INVLOED VAN CULTUUR, MORAAL EN ESTHETIEK

De culturele dimensie van onze eet- en leefpatronen vormt een onderbelichte zijde van de overgewichtproblematiek. De groeiende overgewichtcijfers worden al te snel kortgesloten met de vaststelling dat we te overdadig en te calorierijk eten en te weinig bewegen. Welke dieper liggende factoren invloed hebben op dat eet- en beweeggedrag, blijft meestal buiten beschouwing. En als er al naar bredere verbanden wordt gekeken, beperkt zich dat over het algemeen tot de constatering dat overgewicht samenhangt met sociaal-economische verschillen. Overgewicht komt vaker voor bij laagopgeleide mensen met een laag inkomen dan bij hoogopgeleide mensen met een overeenkomstig salaris. Hoe deze verschillen moeten worden begrepen blijft echter ongewis.

In hun essay ‘Gewichtige verschillen: sociale stratificatie en overgewicht’ bezien de sociaal-epidemiologen *Johan Mackenbach* en *Albert-Jan Roskam* overgewicht in het kader van sociale verschillen. Ze komen tot de slotsom dat de niet-aflatende gezondheidsverschillen tussen de diverse bevolkingsgroepen, inclusief de verschillen in overgewicht, niet afdoende kunnen worden verklaard vanuit een louter sociaal-economische invalshoek. Hiervoor moet een beroep worden gedaan op sociaal-culturele statusverschillen. In hun ogen maakt dat de opgave waarvoor we staan alleen maar groter.

In zijn bijdrage ‘Slinkheid als beschavingsoffensief: de culturele en maatschappelijke betekenis van obesitas’ werpt filosoof *Hub Zwart* een nog breder, cultuurhistorisch perspectief op het fenomeen overgewicht. Volgens Zwart bestaat er een – eeuwenlange – cultuurstrijd tussen het ascetische, op zelfbeheersing gerichte lichaam van de maatschappelijke elite en het volkse lichaam dat ‘vrolijke’ en ‘onbekommerde’ mateloosheid tentoonspreidt. Het huidige obesitasdebat moet volgens hem in dit licht worden gezien – en wel als een poging om het zwaarlijvige, volkse lichaam te disciplineren.

Ook ethicus *Pieter Pekelharing* en socioloog *Alkeline van Lenning* besteden in hun essay 'Nooit genoeg: de onstuitbare opmars van fastfood en slowfood' aandacht aan de sociaal-culturele statusverschillen die met voeding zijn verbonden. Fastfood en gemakvoedsel hebben de laatste jaren een enorme opmars doorgemaakt en maken inmiddels standaard deel uit van menig menu. De sterk toegenomen overgewichtscijfers worden hiermee vaak in verband gebracht. De Slow Food-beweging, waarin aandacht en eerbied voor voeding centraal staan, geldt als een van de meest zichtbare tegenbewegingen ten opzichte van de massaconsumptie van fastfood. Pekelharing en Van Lenning wijzen er echter op dat we in de strijd tegen overgewicht weinig van slowfood mogen verwachten.

De ethica *Inez de Beaufort* werpt weer een heel andere blik op het uitdijen van buiken en billen. In 'Gezette tijden: over de morele plicht niet lelijk dik te zijn' laat zij zien dat de confrontatie van verschillende lichaamsbeelden – slank versus dik – ook verstikend kan uitpakken. Het esthetische slankheidsideaal kent een verholde morele lading die – al dan niet bewust – vaak stigmatiserend uitpakt, met alle ellende van dien voor onze zwaarlijvige medemens en diens zelfbeeld. De Beaufort bepleit tolerantie, opdat voorkomen wordt dat de dikkerds verworden tot de leprozen van onze tijd.







# Gewichtige verschillen: sociale stratificatie en overgewicht

*Johan Mackenbach & Albert-Jan Roskam*

## EEN RAADSELACHTIG VERSCHIJSSEL

Van honger naar overvloed, van ondervoeding naar overgewicht: zo valt de ‘voedingstransitie’ van de Nederlandse bevolking in de laatste anderhalve eeuw samen te vatten. Als we de hongerwinter van 1944-1945 niet meetellen, vond de laatste episode van wijdverspreide sterfte door voedseltekort in het midden van de negentiende eeuw plaats, toen ten gevolge van de aardappelziekte in heel West-Europa de aardappeloogsten mislukten. Nu, aan het begin van de eenentwintigste eeuw, lijkt ons belangrijkste volksgezondheidsprobleem de aanstormende epidemie van overgewicht te zijn. De patatgeuren waaien ons op nagenoeg iedere straathoek tegemoet en we discussiëren over de vraag of chips eten voor de buis door middel van een vettax kan worden teruggedrongen.

Deze ontwikkeling wordt nog paradoxaler als we bedenken dat de bevolkingsgroepen die ooit het meest te lijden hadden van armoede en voedselgebrek, nu het meest te maken hebben met overgewicht. In Nederland komt armoede in negentiende-eeuwse zin niet meer voor dankzij welvaarts groei en een uitgebreid stelsel van sociale zekerheid. Toch is er nog steeds sprake van grote sociale ongelijkheid, die onder andere tot uitdrukking komt in flinke inkomensverschillen. Curieus genoeg concentreert overgewicht zich in toenemende mate onder de mensen met de laagste inkomens, de laagste opleidingsniveaus en de minst in aanzien staande beroepen.

Over dit verband tussen sociale stratificatie en overgewicht gaat dit essay. We zullen het analyseren als onderdeel van een groter verschijnsel, de hardnekkige samenhang tussen sociaal-economische status en een groot aantal gezondheidsproblemen. Voor vrijwel alle gezondheidsproblemen en hun determinanten geldt dat ze systematisch meer aanwezig zijn onder mensen met een lager opleidings-, beroeps- en/of inkomensniveau. Tussen mensen met alleen lager onderwijs en mensen met een hbo- of universitaire opleiding bestaat in Nederland dan ook een kloof in ‘gezonde levensverwachting’ van niet minder dan tien tot vijftien jaar (Mackenbach, 1994).

Deze sociaal-economische gezondheidsverschillen zijn in de negentiende eeuw voor het eerst ontdekt toen uit sterftestatistieken bleek dat de sterftekansen onder inwoners van achterstandsbuurten veel hoger waren dan onder de goeude burgerij. Sinds die tijd is een sterke verbetering van de levensomstandigheden opgetreden en zijn de gemiddelde sterftecijfers in de bevolking sterk

gedaald. Infectieziekten zijn vervangen door chronische ziekten zoals hart- en vaatziekten. Ondanks al deze veranderingen in de aard van de gezondheidsrisico's waaraan de bevolking blootstaat, is het verband met sociaal-economische status echter nooit verdwenen. Integendeel, in relatieve zin zijn de sterfteverschillen nog even groot als toen. Het lijkt erop alsof de kenmerkende gezondheidsrisico's van iedere periode zich steeds weer onder aan de maatschappelijke ladder concentreren. Dit raadselachtige verschijnsel doet zich ook bij overgewicht voor. Hoe komt dit?

## **SOCIAAL-ECONOMISCHE VERSCHILLEN IN OVERGEWICHT**

Overgewicht komt in Nederland op grote schaal voor. Het is al eerder gezegd in dit boek. Naast de toename van overgewicht en obesitas valt op dat veel dikke mensen behoren tot de lagere opleidings- en inkomensgroepen. Bij personen met alleen basisonderwijs komt obesitas ongeveer drie keer zo vaak voor als onder mensen met een hogere beroeps- of universitaire opleiding (Van Lindert e.a., 2004).

Sociaal-economische verschillen in lichaamsgewicht treffen we aan bij mannen én bij vrouwen, maar de sociaal-economische ongelijkheid in overgewicht is bij vrouwen duidelijk groter dan bij mannen. Vrouwen met een hogere beroeps- of universitaire opleiding zijn veel minder vaak te dik dan mannen met vergelijkbaar opleidingsniveau, terwijl er tussen mannen en vrouwen met alleen lager onderwijs vrijwel geen verschil is. Dit is opmerkelijk, omdat voor vrijwel alle andere gezondheidsdeterminanten die samenhangen met sociaal-economische status, de verschillen bij mannen groter zijn (Mackenbach, 2005).

Het vaker voorkomen van overgewicht bij lagere sociaal-economische groepen is een van de verklarende factoren voor het bestaan van sociaal-economische gezondheidsverschillen. Mensen met een lager opleidingsniveau worden gemiddeld genomen dan ook vaker getroffen door chronische ziekten die verband houden met overgewicht, zoals suikerziekte, gewrichtsaandoeningen of hart- en vaatziekten (Dalstra e.a., 2005). Ook een deel van de sterfteverschillen tussen mensen met een verschillende sociaal-economische positie wordt veroorzaakt door overgewicht (Schrijvers e.a., 1999).

## **EFFECTEN VAN OVERGEWICHT OP SOCIALE MOBILITEIT**

Het meeste onderzoek naar de samenhang tussen sociaal-economische status en overgewicht laat in het midden welk causaal verband eraan ten grondslag ligt: leidt een lage maatschappelijke positie nu tot overgewicht, of overgewicht tot een lage positie?

Dit kip-ei-vraagstuk is alleen te beantwoorden met longitudinaal onderzoek. Uit dergelijk onderzoek blijkt dat overgewicht inderdaad kan leiden tot een lagere sociaal-economische status. Mensen met overgewicht hebben minder kans om via werk of huwelijk zich sociaal omhoog te werken en meer kans om op de

maatschappelijke ladder te dalen. Dit geldt vooral voor vrouwen. De verklaring daarvoor is waarschijnlijk te vinden in de sterkere stigmatisering van overgewicht bij vrouwen (Sobal & Stunkard, 1989).

Dit is echter niet het hele verhaal: het verband tussen sociaal-economische status en overgewicht vindt voor een deel ook zijn oorzaak in de maatschappelijke positie van mensen. Uit studies waarin eerst de sociaal-economische status is bepaald en vervolgens veranderingen in gewicht zijn vastgesteld, blijkt namelijk dat mensen met een lagere sociaal-economische status meer toenemen in gewicht (Ball & Crawford, 2005).

Hoewel het dus geen kwestie is van kip-of-ei, maar van kip-en-ei, is het tweede verband sterker. Omdat dit laatste verband alleen van indirecte aard kan zijn, roept dit de vraag op welke specifieke factoren het effect bepalen van een lage sociaal-economische status op lichaamsgewicht.

## **VERSCHILLEN IN VOEDINGS- EN BEWEEGGEDRAG**

Overgewicht is het gevolg van een verstoorde balans tussen voeding en beweging, die ertoe leidt dat overtollige calorieën worden opgeslagen als vetweefsel. Zo bezien moeten de hogere overgewichtcijfers van lagere sociaal-economische groepen worden verklaard door een hogere calorie-inname of een lager calorie-verbruik, of een combinatie van die twee.

Helaas is het onbekend welke van de twee de belangrijkste rol speelt. Dat is jammer, omdat we daardoor ook nog niet goed weten waarop we preventieve acties moeten richten. Om dit vast te stellen zou men moeten beschikken over de som van de 'input' en 'output' van calorieën, berekend over vele jaren, van een steekproef van mensen met hogere en lagere maatschappelijke positie.

Bestaand onderzoek beperkt zich tot momentopnames. In de Nederlandse voedselconsumptiepeilingen houdt een steekproef uit de bevolking gedurende twee dagen een gedetailleerd dagboek bij over de voedselinname. In de periode 1987-1999 zijn drie van dit soort peilingen gehouden. Hieruit komen geen duidelijke verschillen naar voren in de inname van calorieën tussen sociaal-economische groepen (Hulshof e.a., 2004).

Wel blijkt uit ander onderzoek dat vrouwen uit hogere sociaal-economische groepen veel meer lijnen. Meisjes en vrouwen uit hogere sociaal-economische groepen maken zich meer zorgen over hun gewicht – óók als dit 'objectief' gezien in orde is. Hoewel lijnen onder meisjes en vrouwen in alle sociale lagen op grote schaal voorkomt, bestaan er aanzienlijke verschillen tussen de diverse groepen. Voor zover dit lijngedrag effectief is, zou het (een deel van) de sociaal-economische verschillen in overgewicht bij vrouwen kunnen verklaren. Overigens komt ook ziekelijk lijngedrag (anorexia nervosa) vaker voor onder meisjes en vrouwen uit hogere sociaal-economische groepen (Sobal & Stunkard, 1989).

Wat lichaamsbeweging betreft zijn de resultaten eenduidiger. Uit diverse enquêtegegevens blijkt dat mensen met een hogere opleiding gemiddeld meer lichaamsbeweging in hun vrije tijd hebben – onder meer door sportbeoefening.

Mensen met een lagere opleiding deden vroeger weliswaar zwaarder lichamelijk werk, maar dat is tegenwoordig niet langer het geval (CBS-Statline, 2004).

## **VERSCHILLEN IN MATERIËLE EN PSYCHOSOCIALE OMSTANDIGHEDEN**

Ondanks het feit dat overgewicht alleen kan ontstaan in situaties van overvloed, bestaat er een verband tussen het vaker voorkomen van overgewicht bij lagere sociaal-economische groepen en ongunstige materiële omstandigheden. Dit geldt in de eerste plaats voor een laag inkomen. Omdat gezond voedsel in het algemeen duurder is dan ongezond voedsel en omdat veel vormen van lichaamsbeweging in de vrije tijd prijzig zijn, is het voor mensen met een lager inkomen moeilijker om zich gezond te gedragen. Sommige onderzoekers suggereren zelfs dat zwaarlijvigheid grotendeels een inkomensprobleem is, omdat energiedichtheid en de kostprijs van voedingsmiddelen omgekeerd evenredig zijn. Suikers en vetten zijn goedkoop, terwijl mager vlees, vis, groente en fruit duurder zijn. Groene sla is zo bezien de duurste mogelijke verpakking voor calorieën (Drewnowski & Darmon, 2005).

Verder zijn er aanwijzingen dat wonen in een achterstandsbuurt een negatieve invloed heeft op de mogelijkheid om gezond voedsel te krijgen en aan voldoende lichaamsbeweging te doen. Enkele buitenlandse studies hebben erop gewezen dat het aanbod van gezonde voedingsmiddelen in winkels in achterstandsbuurten beperkter is dan elders. Het is echter niet bekend of deze zogenoemde ‘food deserts’ ook op Nederland van toepassing zijn. Uit een recent TNO-rapport komt naar voren dat jonge kinderen in ‘beweegvriendelijke’ wijken (met weinig water en groen, sportgelegenheid en autoluwe zones) minder lichamelijk actief zijn. Het zal geen verbazing wekken dat vooral groepen met een lage maatschappelijke positie in deze wijken wonen (De Vries e.a., 2005).

Naast inkomenspositie en woonomgeving zijn psychosociale factoren medebepalend voor de relatie tussen lage sociaal-economische status en voedings- en beweeggedrag. Volgens de theorie van beredeneerd gedrag (Fishbein & Ajzen, 1975) hangen gezond voedings- en beweeggedrag af van de intentie en het vermogen om het betreffende gedrag uit te voeren. Kort en bondig gezegd houdt deze theorie in dat de motivatie om bijvoorbeeld gezonder te eten of meer te bewegen wordt bepaald door zowel eigen opvattingen als die van anderen, en daarnaast door de inschatting van de eigen mogelijkheden om daar ook naar te handelen. De omzetting van woorden (ik wil meer lichaamsbeweging) in daden (werkelijk meer bewegen) wordt daarnaast beïnvloed door externe factoren, zoals bijvoorbeeld verkeersdruk of veiligheid.

Het is aannemelijk dat een deel van de verschillen in overgewicht op deze factoren is terug te voeren. Zo zijn er tussen sociaal-economische groepen duidelijke verschillen in opvattingen over (on)gezonde voeding en lichamelijke (in)activiteit. Weinig aandacht voor een gezond eetpatroon en een passieve stijl van met problemen omgaan komen meer voor in de lagere sociaal-economische groepen.

Tevens zijn er verschillen in de heersende sociale normen over voeding, lichaamsbeweging en overgewicht. Ook de succesverwachting ten aanzien van gezond gedrag is over het algemeen lager in de lagere sociaal-economische groepen – onder meer omdat gezondheid vaker als een soort lotsbestemming wordt gezien waarover men zelf weinig controle heeft (Droomers e.a., 1998).

Uitkomsten van sociaal-psychologisch onderzoek kunnen helpen om beter inzicht te krijgen in de vraag *hoe* sociaal-economische verschillen in overgewicht tot stand komen. Dergelijk onderzoek geeft echter geen antwoord op de vraag *waarom* dit zo is. Hiervoor moeten we niet in- maar uitzoomen. Daarom verwijden we in de volgende paragrafen de blik naar grotere verbanden, die zichtbaar worden door het probleem van overgewicht in internationaal en historisch perspectief te plaatsen.

## **INTERNATIONALE CONTEXT: OVERGEWICHT ALS WELVAARTSVERSCHIJNSEL**

Overgewicht en obesitas komen in arme landen uiteraard minder vaak voor dan in rijke landen. Tot aan een nationaal inkomen van respectievelijk 12.500 dollar per inwoner per jaar voor vrouwen en 17.000 dollar per inwoner per jaar voor mannen, gaat een toename van de welvaart gepaard met een gestage toename van de gemiddelde body mass index (BMI) van de bevolking. Boven deze inkomensgrenzen blijft de gemiddelde BMI min of meer constant. Naarmate de welvaart verder stijgt, is er zelfs een lichte daling te bespeuren. De relatie tussen welvaart en BMI bij lagere nationale inkomens berust waarschijnlijk op een directe samenhang tussen besteedbaar inkomen en voedselinname (Ezzati e.a., 2005).

Maar hoe ligt nu de relatie tussen economische ontwikkeling en verschillen in overgewicht *binnen* landen? Internationale overzichtsstudies laten zien dat in vrijwel alle welvarende landen dezelfde (negatieve) samenhang bestaat tussen sociaal-economische status en overgewicht als in Nederland. Dat geldt echter niet wereldwijd. In ontwikkelingslanden was overgewicht tot voor kort een verschijnsel van de elite. Uit de grote meerderheid van de studies in ontwikkelingslanden kwam naar voren dat overgewicht zowel onder mannen, vrouwen als kinderen vaker voorkwam in de hogere sociaal-economische groepen (Sobal & Stunkard, 1989).

Dit is echter snel aan het veranderen. De meest recente studies laten zien dat in een toenemend aantal ontwikkelingslanden de verbanden minder sterk zijn (onder mannen) dan wel van richting zijn veranderd (onder vrouwen). Terwijl in de landen met de allerlaagste inkomens overgewicht nog steeds vaker voorkomt in de hogere sociale klassen, komt het in veel landen met een wat hoger inkomen nu vaker voor in de lagere sociale klassen (Monteiro e.a., 2004).

Al deze bevindingen wijzen in dezelfde richting: zolang het besteedbaar inkomen voor belangrijke delen van de bevolking beperkingen oplegt aan de voedselinname, in het bijzonder de energie-inname, is er een ‘positief’ verband tussen sociaal-economische status en overgewicht. Alleen de geprivilegerden

kunnen het zich veroorloven om meer te eten dan goed voor ze is. Zodra deze beperkingen verdwijnen, ontstaat een 'negatief' verband, doordat de minder geprivilegieerden hun achterstand in lichaamsgewicht meer dan inhalen.

Waarom de ontwikkeling van overgewicht in de lagere sociaal-economische groepen als het ware doorschiet en waarom dit zich bij vrouwen eerder en/of sterker voordoet dan bij mannen, lijkt met uitsluitend economische factoren echter moeilijk te verklaren. Hiervoor moeten we een beroep doen op culturele factoren.

## **HISTORISCHE ONTWIKKELING: OVERGEWICHT ALS ZINKEND CULTUURGOED**

De afgelopen decennia is in Nederland het aantal mensen met overgewicht en obesitas sterk toegenomen. Begin jaren tachtig was eenderde van de volwassen bevolking te zwaar, terwijl dat vandaag de dag de helft is. Een vergelijking van de cijfers laat overigens geen duidelijke veranderingen zien in de sociaal-economische verdeling van overgewicht. Zowel binnen de lagere als de hogere opleidingsgroepen is sprake van een sterke stijging van overgewicht en obesitas.

Toch hebben sociaal-economische verschillen in overgewicht waarschijnlijk niet altijd in de huidige vorm bestaan. Anekdotische gegevens in de vorm van allerhande portretten van welgestelden uit vervlogen tijden en observaties van geneeskundigen wijzen erop dat tot ver in de negentiende eeuw overgewicht eerder kenmerkend was voor de hogere dan voor de lagere sociale klassen. De schaarse gegevens wijzen erop dat in de loop van de twintigste eeuw een omslag heeft plaatsgevonden. In oudere studies vinden we nog dat overgewicht vaker is aan te treffen in hogere sociaal-economische groepen, in het bijzonder onder mannen (Sobal & Stunkard, 1989).

In Nederland is in dit verband een interessante studie gedaan met behulp van gegevens van keurlingen voor militaire dienst. Hieruit blijkt dat tussen 1933 en 1978 de gemiddelde BMI van dienstplichtigen duidelijk is toegenomen. In deze periode doet zich ook een omslag voor in de sociaal-economische verschillen in overgewicht. Tot 1963 was de BMI van dienstplichtigen uit de hogere beroepsklassen nog gelijk aan of zelfs hoger dan die van dienstplichtigen uit de lagere beroepsklassen. Pas na 1963 begint zich het inmiddels vertrouwde patroon van hoger gewicht in de lagere klassen te ontwikkelen (Deurenberg e.a., 1988).

Een vergelijkbare omslag in de samenhang tussen sociaal-economische status en risicofactoren voor ziekte heeft zich ook op andere terreinen voorgedaan, zoals roken. Deze veranderingen zijn wel in verband gebracht met de theorie van de diffusie van innovaties (zie Rogers, 1995). Volgens deze theorie gedragen nieuwe gedragspatronen zich als andere innovaties. Dat wil zeggen, nieuw gedrag wordt eerder opgepikt door degenen die op basis van opleiding of inkomen ook in andere opzichten vooroplopen in de samenleving. Mensen met een hogere maatschappelijke positie kunnen aldus worden gezien als trendsetters. De dynamiek in de sociaal-economische gezondheidsverschillen zou volgens deze theorie dus toe te schrijven zijn aan een vertraging in het adopteren van nieuwe gedragspatronen.

Deze dynamiek kan worden begrepen door gedrag, of dit nu gezond of ongezond is, op te vatten als een statussymbool. In de keuze voor een bepaalde levensstijl komt tot uitdrukking dat men tot een bepaalde klasse behoort. Dat geldt zowel voor eetgewoonten, taalgebruik, vrijetijdsbesteding, muzikale voorkeuren als vele andere aspecten van de alledaagse cultuur. De Franse socioloog Pierre Bourdieu heeft in zijn boek *Distinction* (1979) hiervan een uitgebreide en inmiddels klassieke beschrijving gegeven. Veel van deze culturele standsverschillen laten een uitgesproken dynamiek zien. Noviteiten in levensstijl worden het eerst door de hogere sociale klassen geadopteerd en krijgen pas later een bredere verspreiding. Op dat moment verliezen ze in snel tempo hun onderscheidend vermogen en wordt het voor de hogere sociale klassen aantrekkelijk het over een nieuwe boeg te gooien.

Deze theorie van ‘zinkende cultuurgoederen’ is waarschijnlijk ook van toepassing op het eet- en beweeggedrag. Zo was veel eten en weinig bewegen tot aan het einde van de negentiende eeuw voorbehouden aan de welgestelden, maar onmiddellijk overgenomen door de minder geprivilegieerden toen de mogelijkheid zich voordeed. Deze theorie zou tevens van toepassing kunnen zijn op de nieuwe norm om juist goed op je gewicht te letten en slank te blijven – een norm die de laatste decennia eerst bij de welgestelden ingeburgerd is geraakt.

Dat culturele factoren een rol spelen in het vraagstuk van overgewicht, valt verder te verduidelijken wanneer we bedenken dat het voorkómen van overgewicht een bewuste inspanning vraagt. De mens beschikt niet over effectieve biologische mechanismen om in tijden van voedselovervloed en bewegingsarmoede te voorkómen dat het lichaamsgewicht te veel toeneemt. Integendeel, het menselijk lichaam beschikt over mechanismen die er juist op gericht zijn zoveel mogelijk te profiteren van deze overvloed en vet op te slaan als buffer tegen slechtere tijden. Om desondanks overgewicht te voorkómen is dus bewuste actie nodig. Men dient zich daarvoor beperkingen op te leggen bij de inname van voedsel en/of vrije tijd op te offeren aan ‘nutteloze’ lichaamsbeweging. Dat mensen in hogere sociaal-economische groepen deze gedragskeuzes collectief eerder hebben gemaakt is goed verklaarbaar vanuit de theorie van zinkende cultuurgoederen.

Een dergelijke culturele verklaring wordt bevestigd door onderzoek naar de betekenis die overgewicht en zijn determinanten hebben voor verschillende sociaal-economische groepen. Deze groepen verschillen in wat ze ‘lekker’ vinden. De smaakvoorkeuren van mensen met een lagere sociaal-economische status zijn wel gekarakteriseerd als een regime van ‘veel, vet en zoet’ en een ‘smaak van de noodzaak’, in onderscheid met een ‘smaak van de luxe’ (Van Otterloo & Van Ogtrop, 1989). De hogere klassen leggen een grotere nadruk op het gezondheidsaspect in hun voedingspatroon, terwijl de lagere sociale klassen meer waarde hechten aan recent verworven luxeproducten als wit brood, vlees, zoetigheden en snacks. Dit rijmt niet alleen met de theorie van Bourdieu, maar herinnert ook aan de tijden dat voedselovervloed nog weinig vanzelfsprekend was.

Ook voor voorkeuren ten aanzien van lichaamsomvang blijken culturele verschillen van belang. Dit geldt vooral voor vrouwen, die meer dan mannen onderhevig zijn aan de esthetische norm van het slankheidsideaal (Sobal & Stunkard,



1989). De wisselwerking tussen culturele standsverschillen en sekse-specifieke esthetische normen verklaart naar alle waarschijnlijkheid waarom overgewicht bij vrouwen sterker samenhangt met sociaal-economische status dan bij mannen.

## HOOP OP HERVERDELING

Als het niet tragisch was, zou men het ironisch kunnen vinden dat na het wegwerken van materiële achterstanden, sociaal-economische verschillen zich nu vooral langs culturele weg manifesteren. Sociaal-economische gezondheidsverschillen werden vroeger in belangrijke mate bepaald door materiële achterstanden. Heden ten dage worden ze in westerse landen echter vooral bepaald door verschillen in gedrag, zoals roken, te veel eten en te weinig bewegen. Mede dankzij de vermindering van materiële achterstanden hebben deze welvaartsproblemen nu ook de onderkant van de maatschappelijke ladder bereikt. Mensen aan de bovenkant zijn zich inmiddels gaan onderscheiden door matiging – althans wat hun rook-, eet- en beweeggedrag betreft. De sociaal-economische verschillen in overgewicht zijn hiervan misschien wel de meest treffende illustratie.

Hoewel de gemiddelde gezondheid van de Nederlander enorm vooruit is gegaan, zijn de gezondheidsverschillen gebleven. Mensen met een hogere maatschappelijke positie zien nog steeds kans om veel langer in goede gezondheid te leven. Alleen als we de achterliggende gedragsverschillen kunnen verkleinen, is een aanzienlijke reductie van sociaal-economische gezondheidsverschillen mogelijk. Veel concrete aanknopingspunten daarvoor zijn echter nog niet voorhanden. Tegen overgewicht zijn nog vrijwel geen bewezen langdurig effectieve interventies ontwikkeld. De ontwikkeling van interventies die ook – of vooral – in de lagere sociaal-economische groepen aanslaan, staat nog in de kinderschoenen. Deze zullen op de een of andere manier gepaard moeten gaan met een herverdeling van ‘cultureel kapitaal’. Dat lijkt, vanwege de ongrijpbaarheid daarvan, een nog grotere opgave dan de herverdeling van materieel kapitaal ooit was.

Niettemin blijven wij optimistisch. Investerings- en onderzoek en interventieontwikkeling zullen helpen het probleem van overgewicht beheersbaar te maken. Als ook de maatschappelijke trend van zinkende cultuuroederen een beetje meehelpt, gloort er wellicht toch hoop voor de eenentwintigste eeuw.





# Slankheid als beschavingsoffensief: de culturele en maatschappelijke betekenis van obesitas

Hub Zwart

## HET STANDAARDVERTOOG OVER OBESITAS

In het advies *Overgewicht en obesitas* van de Gezondheidsraad wordt vastgesteld dat de overgewichtepidemie wereldwijde vormen heeft aangenomen (2003: 35). Belangrijke oorzaken zijn bewegingsarmoede en overconsumptie. Hoewel ook genetische en fysiologische factoren een rol spelen, is de voornaamste oorzaak toch te zoeken in de aanwezigheid van een 'obesogene omgeving' (p. 86). De prevalentie is vooral groot bij mensen met een laag opleidingsniveau en onder allochtonen. De Gezondheidsraad signaleert een duidelijke negatieve correlatie tussen opleidingsniveau en lichaamsgewicht (p. 42). Juist de hoge obesitasprevalentie in bevolkingsgroepen met een lage sociaal-economische status onderstreept het belang van omgevingsfactoren die gezond gedrag in de weg staan, aldus de Gezondheidsraad.

Taal en visie van dit rapport zijn representatief voor wat ik het standaardvertoog over obesitas zal noemen. Over obesitas wordt hoofdzakelijk in epidemiologische termen geschreven, als een epidemie die snel om zich heen grijpt en steeds meer slachtoffers maakt. Vooral 'lagere' bevolkingsgroepen vormen doelwit van zorg. Om obesitas te ontlopen zouden de betrokkenen een gezonde leefstijl moeten ontwikkelen en daarmee in zekere zin afstand moeten nemen, in termen van bewegingsgedrag en voedingsgedrag, van hun obesogene omgeving. Dat is niet enkel in hun eigen belang, want obesitas heeft ook een economische dimensie. Het leidt tot chronische, grootschalige en – vooral – kostbare gezondheidsproblemen, niet alleen hart- en vaatziekten, vooral ook suikerziekte. Om de nauwe verwantschap van zwaarlijvigheid met suikerziekte te benadrukken wordt sinds kort wel de term 'diabesitas' gehanteerd.

Het dominante vertoog is om een aantal redenen kwetsbaar voor kritiek. In de eerste plaats is er de klassieke vraag aan het adres van de epidemiologie of de gerapporteerde toename van het zorgwekkende fenomeen niet deels te maken heeft met een grotere alertheid en bereidheid onder betrokken onderzoekers om obesitas te registreren en er publieke aandacht voor te vragen. Anders gezegd, de mogelijkheid bestaat dat de plotselinge toename van obesitas een effect is van het feit dat de epidemiologische blik dit gezondheidsprobleem als zodanig heeft ontdekt. Zonder de groeiende omvang van de obesitasproblematiek te willen bagatel-

liseren, is de epidemiologische blik er wel erg op gericht de alomtegenwoordigheid van obesitas in beeld te brengen.

Een tweede kritische vraag luidt of de problematisering van obesitas niet een voorbeeld is van ‘medicalisering’. Vroeger golden zwaarlijvige lichamen eenvoudigweg als zwaarlijvig, nu zijn ze ziek.

Ten slotte lijkt het evident dat het om meer gaat dan louter een empirische vaststelling. In de anti-obesitascampagne lijkt een morele boodschap te schuilen. Zo is het opvallend dat de campagne de aandacht vooral richt op lagere sociale klassen en juist daar aanzet tot gedragsverandering: meer beweging, minder genot. Waarom een campagne tegen obesitas en niet, om maar iets te noemen, tegen workaholisme? Ook ongezond, ook geconcentreerd in bepaalde lagen van de bevolking (ditmaal de middenklasse), maar een gedragsprobleem met een geheel ander maatschappelijk en moreel profiel. Er lijkt sprake van bezorgdheid over kwantiteit en kwaliteit van het bestand aan ‘human resources’ dat men voor economische doeleinden kan mobiliseren – een bezorgdheid die karakteristiek is voor wat de Franse filosoof Michel Foucault (1976) ‘biomacht’ noemt.

## HISTORISCHE EN MAATSCHAPPELIJKE ASSEN

In deze bijdrage zal juist deze *morele* inzet van de anti-obesitascampagne de meeste aandacht krijgen. Ik wil het obesitasdebat in een breder historisch en maatschappelijk perspectief plaatsen. De stelling die ik zal verdedigen luidt dat de problematisering van zwaarlijvigheid of overgewicht in termen van obesitas gezien moet worden als een *beschavingsoffensief*. Inzet van dit offensief is de vraag of de fysieke conditie van (met name) de lagere sociaal-economische groepen zodanig is dat de samenleving als geheel opgewassen zal blijken tegen de niet geringe eisen die wij aan haar collectieve performance stellen. Het is mij niet om de epidemiologische vraag als zodanig te doen, dat wil zeggen het gaat mij niet om de vraag of het al dan niet ‘waar’ is dat obesitas epidemische vormen heeft aangenomen. Mijn vraag luidt veeleer: *waarom* wordt obesitas geproblematiseerd, waarom juist *dit probleem*, en waarom juist op *dit moment*? Ik zal de epidemiologische vraagstelling als het ware een kwartslag draaien en niet zozeer obesitas als wel het obesitasvertoog zelf tot object van reflectie maken. Ik zal de actuele problematisering van overgewicht in een breder perspectief plaatsen door het actuele debat op twee assen te plaatsen. Aan de ene kant op een historische as: zwaarlijvigheid blijkt een fenomeen van alle tijden, al is het onmiskenbaar dat de condities waaronder zwaarlijvigheid zich manifesteert aan verandering onderhevig zijn. Aan de andere kant op een maatschappelijke as, want ook het verband tussen zwaarlijvigheid en lagere sociaal-economische status blijkt van alle tijden.

Zwaarlijvigheid floreert van oudsher in volkse lichaamsculturen, in de lichaamscultuur van de massa. Slankheid is een min of meer elitair en historisch gezien recent ideaal. Door obesitas op deze wijze neer te zetten wordt het mogelijk de vraag te stellen naar de *culturele betekenis* ervan. Het is een specifieke en actuele verschijningsvorm van een fenomeen (zwaarlijvigheid) dat een lange geschiedenis

heeft en een prominente rol speelt in de aloude cultuurstrijd tussen elite en massa, tussen beschavingsoffensief en volksverzet. Deze achtergrond maakt het mogelijk de *actuele* en specifieke betekenis van obesitas nader aan het licht te brengen.

De inzet van de bijdrage bepaalt ook de opzet ervan. In de eerste paragraaf belicht ik obesitas vanuit een historisch perspectief. Zwaarlijvigheid was ooit ('in den beginne') een algemeen ideaal, een algemene conditie. Het slankheidsideaal is historisch gezien een reactie, een poging van de elite om zich te onderscheiden van de massa en van het verleden. Op die manier ontstond de associatie volksheld-zwaarlijvigheid, althans vanuit het perspectief van de (minder zwaarlijvige) avant-garde.

Vervolgens zal ik benadrukken dat deze associatie ook bepalend is voor het actuele maatschappelijke profiel van zwaarlijvigheid. Het gaat bij uitstek om een problematiek die wordt toegeschreven aan lagere sociaal-economische groepen en wordt gezien als het resultaat van gedrag en leefstijl. De strijd tegen zwaarlijvigheid neemt de vorm aan van een beschavingsoffensief: een goede fysieke conditie geldt als normerend *voor allen* – en voor een optimale conditie is (vanuit het perspectief van de maatschappelijke elite) een proportioneel lichaamsgewicht een belangrijke voorwaarde. Het gaat niet enkel om het belang van de betrokken individuen zelf, maar ook om de maatschappelijke schade die volharding in een obesogene leefstijl teweegbrengt. Ooit stelde slankheid (matigheid) als elitair ideaal de betrokkenen in staat afstand te nemen van hun maatschappelijke omgeving door zelf (in eigen kring) een cultuur van 'zorg voor zichzelf' (Foucault 1984b) te realiseren. In een moderne context daarentegen wordt slankheid een algemene maxime, om niet te zeggen een categorische imperatief. Deze moderne moraal moet worden gezien in de context van biopolitiek, zoals Foucault dat noemde: een bestuurlijke bezorgdheid om de fysieke conditie van de bevolking in brede zin.

## TERUG NAAR HET BEGIN

De *Venus van Willendorf*, het 'oerbeeld', het archetypische begin van de menselijke beeldhouwkunst, is naar schatting vijftientwintig millennia oud. Beeldhouwwerken verbeelden in beginsel het eigen, dat wil zeggen menselijke lichaam. Deze Venus is derhalve, in de letterlijke zin van het woord, ons eerste 'mensbeeld'.

Voor hedendaagse individuen is het niet gemakkelijk zich een voorstelling te maken van de menselijke existentie in die periode, zo onvoorstelbaar lang geleden. In het toenmalige bestaan tekenden zich, vermoedelijk op genadeloze wijze, de natuurlijke seizoenen af van overvloed en tekort, van euforie en massasterfte: vette en magere jaren, en deze beeltenis lijkt een wanhopige poging de 'vette tijd' te conserveren. Het is niet zeker of we hier te maken hebben met een schoonheidsideaal. Naar alle waarschijnlijkheid vormde niet erotiek maar voedsel destijds de voornaamste bron van zorg en aandacht. Gedurende vele millennia hadden menselijke dagdromen eerder op etenswaren dan op seksualiteit betrekking. *Luilekkerland* is als fantasma van veel oudere datum dan de *Tuin der lusten*. De mensheid als geheel bevond zich als het ware nog in de orale fase, om een term van Sigmund Freud (1940: 105) te gebruiken. Een fase die duizenden jaren moet

hebben bestaan. En voor zover de Venus van Willendorf een representatie is van een vroege menselijke bestaansvorm met een zekere realiteitswaarde, was de vroege mens, in hedendaags jargon, ‘obees’.

In zekere zin heeft de orale fase, die de Venus van Willendorf op archetypische wijze belichaamt, nooit opgehouden te bestaan. Er is een onderstroom in elke cultuur, ook de onze, waar de liefde nog altijd door de maag gaat en voeding het primaat heeft. Erotiek is eigenlijk van meet af aan het speelveld geweest van de elite, de aristocraten. In de volkse cultuur, de massacultuur, spelen honger en verzadiging van oudsher een niet minder grote rol. Het probleem is dat geschreven bronnen doorgaans gedomineerd worden door de cultuur der bovenlagen, zodat de lagere, volkse cultuurzones vaak gedoemd zijn een onzichtbare, diffuse achtergrond te blijven.

In aristocratische culturen bestaat een zekere tendens tot vergeestelijking of ‘ontlichamelijking’ van de lust. De liefde wordt gecultiveerd en van haar al te lichamelijke dimensies ontdaan. Het aspect van de stofwisseling verdwijnt naar de achtergrond, ten gunste van meer verfijnde vormen van lustervaring (zie verder Elias, 1939). Er zijn echter talloze momenten aan te wijzen waarop de volkse preoccupatie met voedsel, stofwisseling en verorberen op nadrukkelijke of zelfs schaamteloze wijze aan de oppervlakte komt. Het beste voorbeeld is het werk van de Franse schrijver François Rabelais (1493/4-1553), gewijd aan reusachtige, obese veelvraters als Gargantua en Pantagruel: ware volkshelden, juist door hun onstilbare honger (de auteur die *dit* lichaam, deze lichaamservaring, op paradigmatische wijze analyseerde is de Russische filosoof en literatuurwetenschapper Mikhail Bakhtin, 1968).

Bij Miquel de Cervantes (1547-1616) is sprake van een komische *ontmoeting* tussen twee stijlen: de aristocratische cultuur der ridderfiguren (zij het in een gedegenereerde versie, namelijk als de – niet toevallig extreem magere – Don Quichot) en de ‘eeuwige’ volkse cultuur (in de persoon van Sancho Pancha), de cultuur der vreetzakken (*pancha* is Spaans voor ‘pens’). Ridders en jonkvrouwen zijn lieden die niet alleen veel zorg en aandacht hebben voor hun uiterlijk in de zin van kleding, houding en decorum, maar ook en vooral voor hun (slanke) lichamelijke verschijning. Volkse helden zoals Gargantua en Sancho Pancha daarentegen spreiden sinds mensenheugenis een provocerende onbekommerdheid ten toon. Ze zijn schaamteloos zwaarlijvig. Hun lichaam ademt vrolijke mateloosheid.

## **ELITAIRE MATIGHEID EN DE LICHAAMSERVARING VAN DE MASSA**

Wie op ontdekkingsstocht gaat door historische archieven ontdekt als het ware voortdurend beide tendensen, welhaast in een eeuwige strijd met elkaar verward. Enerzijds is er de elitaire tendens om veel zorg en aandacht te schenken aan het eigen, bij voorkeur ‘slanke’, matige lichaam. Die elitaire zorg voor zichzelf neemt de vorm aan van een leefstijl gericht op matigheid en verfijning, een verschuiving van kwantiteit naar kwaliteit (voor een nauwgezette analyse van deze

elitaire tendens tot matigheid en zelfzorg, zie Foucault, 1976, 1984a, 1984b). Het gaat niet zozeer om een onderdrukking als wel om een cultivering en stilering van fysieke behoeften, waarbij de dimensie van de pure lichamelijkeheid, laten we zeggen de dimensie van de stofwisseling, aan het zicht wordt onttrokken en naar de achtergrond verdwijnt. Er is sprake van een zekere mate van ascese, niet in de zin van vernietiging van de drift ('versterving'), maar in de zin van esthetisering.

Daarnaast is echter sprake van een meer diffuse, minder zichtbare tegen-cultuur, de lichaamservaring van de massa, die bij tijd en wijle ook in geschreven bronnen en archieven zichtbaar wordt: het eeuwige, onstiltbare volkse verlangen naar onbekommerde consumptie. Ondanks de neiging van dominante artistieke genres om zich op het gecultiveerde, elite lichaam te richten wordt bij tijd en wijle het volkse lichaam, het lichaam van de massa nadrukkelijk zichtbaar.

Vanuit ons hedendaagse welvaartspectief zijn we gemakkelijk geneigd om ons van dit anonieme, volkse lichaam, dit massa-lichaam een verkeerde voorstelling te maken. Wij stellen ons bij benamingen als 'volk' of 'proletariaat' graag vermagerde en noodlijdende lichamen voor, maar dit was veeleer een uitzonderingstoestand. Weliswaar maar al te vaak een historische realiteit, maar toch primair een uitzondering, een schrikbeeld. De geschiedenis van het volk is niet per definitie een geschiedenis van armoede en magerte. De hoedanigheid waarin het volkse lichaam zich door de eeuwen heen bij voorkeur manifesteerde was die van de zwaarlijvigheid.

## UITBLINKEN IN ZWAARLIJVIGHEID

Ook de geneeskunde richtte zich eeuwenlang bij voorkeur of zelfs uitsluitend op het elite, matige, beheerste lichaam, maar bij tijd en wijle dringt zich ook het volkse lichaam op aan de medische blik, en ook dan vooral als een lichaam dat uitblinkt in zwaarlijvigheid. Een veelzeggende beschrijving van de ontmoeting van de medische blik met het elite lichaam enerzijds en het volkse lichaam anderzijds vinden we in Michel Foucaults *Geboorte van de kliniek*. Op een gegeven moment beschrijft hij de omstandigheden die leidden tot de introductie van de stethoscoop (1963: 204). De arts die in het begin van de negentiende eeuw zijn oor te luisteren wilde leggen tegen een vrouwenborst werd daarin, wanneer het een elite lichaam betrof, gehinderd door overwegingen van discretie. Een hindernis voor diagnostiek. Dit morele obstakel resulteerde in een epistemologische verfijning: een instrument dat niet alleen de betrouwbaarheid van het gehoor versterkte, maar ook de gewenste afstand schiep. Vervolgens bleek dit instrument, dat ten behoeve van burgerlijke dames werd ontwikkeld, ook in proletarische contexten zijn nut te bewijzen. Hier werd de arts niet zozeer gehinderd door morele overwegingen van discretie, dat wil zeggen door symbolische belemmeringen, maar door belemmeringen van fysieke en werkelijke aard. Het proletarische vrouwenlichaam was vaak dermate omvangrijk en zwaarlijvig dat de zintuigen van de arts zich geen weg wisten te banen naar de vitale organen, nog afgezien van de esthetische weerzin die door de confrontatie met een dergelijk lichaam werd opgeroepen,



aldus Foucault. Hij citeert in dit verband een jonge arts die in 1816 een vrouw consulteerde die symptomen van hartziekte vertoonde maar bij wie de gebruikelijke technieken (betasten, bekloppen) wegens zwaarlijvigheid geen resultaat sorteerden – de stethoscoop bracht uitkomst. De associatie van volksheid met magerheid is een vooroordeel. Veeleer is zwaarte een merkteken van lage sociale status. Slankheid is een elitair ideaal.

Het is niet de bedoeling van deze bijdrage ‘de geschiedenis’ van zwaarlijvigheid te beschrijven. Het gaat eerder om een reconstructie van het maatschappelijke en culturele profiel van zwaarlijvigheid, om op basis daarvan tot een diagnose te komen van de *actuele* betekenis van dit fenomeen. Het heden heeft echter een verleden – en voor een adequate actualiteitsdiagnose is een zeker besef van deze historische dimensie onontbeerlijk. We moeten afrekenen met de mythe die volksheid met magerheid associeert. Dit betekent niet dat obesitas een historische constante is. Integendeel, zwaarlijvigheid is wel degelijk onderhevig aan evolutie, aan gedaantewisselingen. Obesitas is de *hedendaagse* verschijningsvorm van een fenomeen (zwaarlijvigheid), dat weliswaar van alle tijden is, maar dat onder actuele condities opnieuw, en wellicht op geheel eigen wijze, gestalte krijgt. Om die reden kunnen we ons strikt genomen ook niet de uitspraak veroorloven dat de Venus van Willendorf aan obesitas zou hebben geleden. Welbeschouwd bestond obesitas vijftientig millennia geleden nog niet, althans niet in de zin waarin *wij* over obesitas spreken, niet in *deze* vorm. De diagnose obesitas is in haar geval een anachronisme.

## HET VOLUMINEUZE LICHAAM ALS ACTUEEL FENOMEEN

De verwijzing naar de historische context is niet bedoeld om obesitas als problematiek te relativiseren. Hoewel zwaarlijvigheid van alle tijden is, tekenen zich opvallende verschuivingen in verschijningsvorm en epidemiologische verspreiding af. Er zijn als het ware niet alleen matige en zwaarlijvige individuen, maar ook matige en zwaarlijvige culturen of periodes. Nog anders gezegd, in het fenomeen van de zwaarlijvigheid laten zich twee dimensies onderscheiden. In de eerste plaats is er de historische constante: het chronische verlangen naar volume. Dit is op zichzelf van alle tijden. Het volumineuze lichaam roept naast afkeer ook, op een bepaalde manier, bewondering op. Het is indrukwekkend, zelfs intimiderend. Dit neemt niet weg dat zich, in de gemiddelde zwaarte van het menselijke lichaam, historische trends en fluctuaties kunnen aftekenen. En zwaarlijvigheid heeft niet altijd dezelfde betekenis. Dit brengt ons bij de tweede, eigentijdse dimensie: zwaarlijvigheid niet als constante ditmaal, maar juist als een symptoom van het heden.

Epidemiologische bronnen verzekeren ons dat zwaarte en volume van het menselijke lichaam plotseling dramatisch toenemen, met de Verenigde Staten ook in dit opzicht als trendsetter. Zelfs de Amerikaanse *soldaat* is een opvallend zwaarlijvige verschijning, die veel ruimte nodig heeft. In vliegtuigen en op andere internationale publieke ontmoetingsplaatsen nemen Amerikaanse lichamen opvallend veel ruimte in. Dit heeft met lichaamshouding te maken, maar zeker ook met lichaamsgewicht.

Een cruciaal medium in de beeldvorming inzake zwaarlijvigheid is de televisie. Dit medium confronteert ons met twee lichaamstypen, welhaast zonder tussenform: het extreem slanke (of zelfs anorectische) lichaam en het extreem vette lichaam. Het is alsof het matige lichaam (in de massamedia althans) ten prooi viel aan extincie, alsof twee menselijke variëteiten op het punt staan zich min of meer onafhankelijk van elkaar te gaan ontwikkelen – wanneer we tenminste afgaan op de beeldvorming die door het medium televisie wordt verspreid.

Om deze ontwikkeling te duiden is het van belang de veelgehoorde klacht dat de televisie als medium volks en vulgair geworden is, serieus en letterlijk te nemen. Hoezeer het ook kenmerkend is voor de elites van alle tijden en culturen om af te geven op de verderfelijke volksheid en ordinariteit van de massamedia van hun tijd, het is ontegenzeggelijk dat het oog van de televisiecamera in toenemende mate de neiging vertoont de culturele en intellectuele bovenlagen in de steek te laten en haar object bij voorkeur in de lagere maatschappelijke regionen te zoeken. En daar komt de camera onvermijdelijk oog in oog te staan met het volkse lichaam en dat vertoont, zoals eerder al werd betoogd, een chronisch verlangen naar zwaarlijvigheid. Anders gezegd, de door epidemiologen gedocumenteerde ‘werkelijke’ verspreiding van zwaarlijvigheid wordt nog eens door massamedia versterkt. De massacultuur is op een tamelijk ongegeneerde wijze volks geworden en de alomtegenwoordigheid van het obese lichaam in onze visuele cultuur is daar een direct gevolg van. Terwijl Elvis zijn laatste levensjaren wijdde aan een wanhopige strijd tegen overgewicht, zijn popmusici van nu in grote getale zonder gêne extreem zwaar. Fat Joe is slechts één vertegenwoordiger van een wijdverbreid type.

Lezers van artikelen zoals dit essay behoren, of ze dat nu een aantrekkelijke gedachte vinden of niet, tot de culturele elite. Een zekere mate van zorg voor het eigen lichaam behoort tot hun bestand aan vanzelfsprekendheden. Foucault heeft in zijn *Geschiedenis van de seksualiteit* (1976, 1984a, 1984b) uitvoerig beschreven hoe hogere culturele lagen, door een zekere mate van matigheid in acht te nemen, willen laten zien dat de conditie en gezondheid van het lichaam hen belang inboezemt. En dit heeft zijn maatschappelijke redenen, want een goede conditie is van belang voor arbeidsproductiviteit, zelfdiscipline en maatschappelijke participatie. Hoe recent onze individuele betrokkenheid bij de culturele elite misschien ook is, ons ‘elitaire’ gedrag, waarvan zorg voor het eigen lichaam een voorname component is, zal zich ook lichamelijk manifesteren. De confrontatie met het aloude volkse lichaam, via het medium televisie met name, wordt daardoor des te meer als een affront ervaren. Zijn we werkelijk bezorgd over het lot van het massa-lichaam, of is dit de aloude strategie van de elite om het volkse lichaam in normatieve zin op afstand te zetten?

## **LEVEN IN DE MOEDERSTAD: OVERGEWICHT ALS SYMPTOOM**

Ondanks de chronische en historische dimensie van zwaarlijvigheid, heeft obesitas nadrukkelijk ook een specifieke en tijdgebonden uitstraling, zoals gezegd. We leven in een metropool, van mondiale omvang. De hedendaagse stad is een metropool

in de letterlijke, etymologische zin van het woord geworden – μήτηρ-πολις, moederstad (zie verder Zwart 2005). Een omgeving van ongekende luxe en comfort. De condities waaronder wij bestaan zijn uitgesproken mensvriendelijk en historisch gesproken zonder precedent. We zijn beschermd en weldoerend.

Desalniettemin zijn we vaak geneigd te denken dat wij tekortkomen, eenvoudigweg omdat we het verleden niet meemaakten. De vijftiende millenia die zijn verstreken sinds de Venus van Willendorf op aarde kwam, zijn in feite millenia van gebrek en tekort, in vergelijking met het *recente* heden, zeker wanneer we de massa, de menigte, het volk als referentiekader nemen. Zelfs in vergelijking met dat van aristocraten uit vroeger tijden is ons bestaan uiterst comfortabel. Het is niet mijn bedoeling te ontkennen dat er ook in het heden sprake is van ellende en malaise, van tweedeling en kansarme bevolkingsgroepen, maar wie zich ook maar enigszins de moeite getroost zich in te leven in het menselijke bestaan in vroeger tijden – dat wil zeggen *tot voor kort* – kan niet anders dan concluderen dat ‘armoede’ een geheel nieuwe betekenis heeft gekregen – een betekenis waarover eerdere generaties zich hogelijk zouden verbazen.

De negentiende-eeuwse stad bood een heel andere aanblik. Die stad was hard, streng en patriarchaal. In steden van dit type kwam naast volkse zwaarlijvigheid ook bittere armoede en onvrijwillige magerte voor. In onze metropool staan we massaal bloot aan het risico van verwenning. Uit een land als Nederland klinkt weliswaar een permanente klaagzang op over kleine en minder kleine frustraties, maar dat maakt deel uit van de conditie van verwenning. Intussen blijft de optimalisering van de levenskwaliteit voortschrijden. Niet iedereen deelt in dezelfde mate in deze voorspoed, maar ook aan de ‘onderkant’ van de samenleving heeft de harde vervreemding van weleer plaatsgemaakt voor ‘zachte’ vormen van vervreemding, voor overheidsmaternalisme en chronische afhankelijkheid. We komen niet of nauwelijks te kort, althans in de economische zin van het woord.

Vanwaar dan de hardnekkige overtuiging dat ‘wij’ (dan wel bepaalde ‘anderen’) nog altijd tekortkomen? Een deel van de verklaring moet gezocht worden in het gegeven dat de mens een dier is met verlangens die om de een of andere reden onstilbaar lijken. We willen altijd méér. Juist in een situatie van verwenning neemt de onvrede toe. Ook als we in de beste van alle mogelijke werelden vertoeven, ervaren we een onstilbaar gemis. De psychoanalyse heeft veel aandacht gehad voor het niet te bevredigen karakter van onze erotische en agressieve driften, maar is er nauwelijks toe gekomen de fundamentele categorie van de honger te thematiseren. Dat lijkt nu meer dan ooit een uitdaging. Onze bezorgdheid heeft – psychoanalytisch geformuleerd – een ‘regressie’ ondergaan. Door de voortschrijdende deproblemativering van de seksualiteit is er een nieuw probleemgebied verschenen. De bezorgdheid verschuift van genitale naar orale fixaties. Freud omschreef het oogmerk van de psychoanalyse ooit als volgt: ‘Wo Es war, soll Ich werden’ (1940: 86). Het ‘Es’ staat voor de vormeloze, beschamende, verslaafde, niet te bevredigen dimensie van onze persoonlijkheid. Het ‘Ik’ daarentegen staat voor zelfzorg, voor aanpassing aan een veeleisende omgeving. Het slanke, matige en gezonde Ik is als het ware een tijdelijke overwinning op de permanente neiging tot uitdijen die in ons aanwezig is. Het Ik als verzorgde en gedisciplineerde gestalte

moet voortdurend *bevochten* worden op het obese 'Es', door dagelijkse hygiënische en diëtetische maatregelen. Op het niveau van het subject valt over het slanke 'Ik' permanent de schaduw van het zwaarlijvige 'Es'. Deze microrelatie wordt op maatschappelijke schaal echter gereproduceerd: zij keert op macroniveau terug in de gespannen relatie tussen het gezonde en verzorgde lichaam van de elite en het obese lichaam van 'het volk'. De zojuist genoemde Fat Joe toont ons als het ware wat we zouden worden als we minder nadrukkelijk voor onszelf zouden zorgen.

We nemen steeds meer ruimte in, in tal van opzichten. We dijen uit. Onze auto's, huizen en garderobes nemen in omvang toe, maar dit geldt kennelijk ook voor ons lichaam – voor het 'gemiddelde' lichaam althans. We kunnen onze honger niet louter in fysiologische termen duiden. In obesitas manifesteert zich een meer fundamentele onvrede die in een situatie van overvloed en comfort blijft voortbestaan. Obesitas is enerzijds een symptoom van het bestaan in de hedendaagse metropool: een respons van het lichaam op het leven in een wereld voorbij de schaarste. Het is echter ook onmiskenbaar subcultuur-gebonden. Zwaarlijvigheid komt in de beste kringen voor, maar niet in dezelfde mate. Ook in obesitas als actuele verschijningsvorm tekent zich het protest, de aloude weerstand af van het volkse lichaam tegen elitaire disciplinerende en op matigheid georiënteerde beschavingsoffensieven.

## BESCHAVINGSOFFENSIEF

Het anti-obesitasbetoog poogt zwaarlijvigheid te problematiseren en een daarmee conflicterend lichaamsbeeld (het slanke lichaam) naar voren te schuiven als een norm voor allen. Tot op zekere hoogte is deze strijd van alle tijden, maar een aantal elementen is kenmerkend voor de actuele situatie. In de eerste plaats het feit dat een morele boodschap zich hult in een medische terminologie. Dat het beschavingsoffensief tegen de zwaarlijvigheid anno nu vooral in *medische* termen wordt gevoerd, is zichtbaar in de wijze waarop obesitas in onze tijd gestalte krijgt: als een met nadruk *ongezonde* vorm van zwaarlijvigheid. Nieuw is ook dat voor het aloude verlangen naar omvang en gewicht de omstandigheden uitermate gunstig zijn geworden. Nu honger in de westerse metropool marginaliseerde, vergt de strijd tegen de zwaarlijvigheid meer zelfdisciplinerende dan ooit. We leven, meer dan ooit, in een obesogene omgeving. De weerstand tegen uitdijen zal derhalve vooral een *morele* weerstand moeten zijn, nu periodieke perioden van schaarste (zoals de jaarlijkse vastentijd) tot het verleden behoren. De natuurlijke dynamiek van vette en magere jaren maakte plaats voor een situatie van chronische overvloed – althans in kwantitatieve zin. Dit introduceert de noodzaak van een beschavingsoffensief: een universalisering van matigheidsidealen, als voorwaarde voor optimale maatschappelijke participatie, die zich bij uitstek op lagere sociaal-economische groepen richt.



# Nooit genoeg: de onstuitbare opmars van fastfood en slowfood

Pieter Pekelharing & Alkeline van Lenning

## OVERVLOED EN ONBEHAGEN

De zeventiende-eeuwse arts en filosoof Bernard Mandeville (1670-1733) verwees er al naar in zijn *Fabel van de bijen* (1714): vergeleken met de rest van Europa leefden Nederlanders en Engelsen in de zeventiende eeuw te midden van weelde en overvloed. En toch waren ze niet gelukkig. In gecommmercialiseerde samenlevingen, aldus Mandeville, leidt overvloed tot onbehagen, dat op zijn beurt tot het najagen van meer overvloed leidt. Aan die spiraal valt bijna niet te ontkomen. Hoe rijker mensen worden, hoe scherper ze zich bewust lijken van hun tekorten. Ze willen steeds meer en tegelijkertijd voelen ze zich daar schuldig over. Kenmerkend hierbij is dat het, in de ogen van de betrokkenen, particuliere ondeugden zijn die voor publieke weldaad zorgen. In Mandevilles (2006: 31) woorden: 'Aldus was elk deel vol van ondeugd. De hele massa evenwel een paradijs.' De beschrijving van deze paradox maakte Mandeville wereldberoemd (behalve in zijn geboorteland Nederland). In moderne termen geformuleerd: geen economische groei zonder een hoger consumptiepeil en geen hoger consumptiepeil zonder doorbreking van bestaande maatstaven van matigheid en soberheid.

Het is opvallend dat Mandeville nauwelijks geïnteresseerd was in een morele oplossing van de paradox. Hij stelde geen belang in de vraag of de morele inhoud van de kritiek op de consumptiemaatschappij wel klopte. Wat hem fascineerde was het averechtse effect van de kritiek. Met een bijna sardonisch genoegen stelde hij vast dat al dat gemor over mateloze consumptie onstuitbaar in de richting van méér consumptie leidde. Volgens Mandeville is het voor vrijwel iedereen een onaantrekkelijke optie hun onbehagen over hun eigen luxe om te zetten in het besluit ascetischer en eenvoudiger te gaan leven – en derhalve inkomen in te leveren. In plaats van inkomen in te leveren zullen rijke mensen hun geld liever aan een ascetische *levensstijl* besteden.

Mandeville had in zijn tijd al goed geobserveerd hoe dat in zijn werk gaat. In elke welvarende samenleving ontstaan als vanzelf twee klassen. De eerste klasse is minder welvend en heeft dat volgens leden van de tweede klasse vooral aan zichzelf te wijten. Ze haakt naar onmiddellijk plezier en is niet tot enige vorm van zelfverloochening in staat. De tweede klasse, daarentegen, bestaat uit 'verheven, ondernemende schepselen die vrij van inhalige zelfzucht de verbeteringen van de geest als hun mooiste bezittingen beschouwen. En doordat ze een echte waarde aan zichzelf toekennen, vinden ze slechts genot in

het mooier maken van dat gedeelte waaruit hun uitnemendheid bestaat', aldus Mandeville (2006: 44).

Het gevolg is dat leden van de tweede klasse niet minder consumeren, maar hun consumptie besteden aan gedistingeerde goederen. Men koopt 'eenvoud' in plaats van 'overdaad'. Goederen die van eenvoud en natuurlijkheid getuigen zijn over het algemeen echter (peper)duur. Vandaar dat leden van de eerste klasse, 'die [in de ogen van de tweede klasse] zonder weerstand voor elke grove begeerte bezwijken', zich deze goederen niet kunnen veroorloven. De eerste klasse leeft 'arm', maar zeker niet 'eenvoudig'. Uitsluitend leden van de tweede klasse kunnen zich de cosmetica, de kleding, het voedsel, de woningen en de interieurs permitteren die van de vereiste eenvoud en natuurlijkheid getuigen. Aldus slaan de rijken twee vliegen in één klap: ze consumeren door te consuminderen. Ze kunnen zowel voor economische groei pleiten als getuigen van liefde voor eenvoud, natuurlijkheid en matigheid.

## VREUGDELOZE CONSUMPTIE

Er is echter één probleem en dat is het eigen lichaam. Juist omdat de tweede klasse prat gaat op waarden als zelfdiscipline, zelfbeheersing en uitstel van behoeftebevrediging, kan ze het zich niet veroorloven dik te worden. Wie het eigen lichaam niet naar het ascetische ideaalbeeld weet te modelleren, daalt onherroepelijk in status. Het is bij uitstek het lichaam dat iemands levensstijl verraadt en diens vermogen tot discipline en ascese aangeeft. Hoe welvarender samenlevingen worden, hoe sterker lichamen de kwaliteit van die welvaart tonen. Niet voor niets geven mensen in welvarende samenlevingen tonnen uit aan cosmetica en diëten en zijn ze eindeloos geïnteresseerd in informatie over gezonde en natuurlijke manieren van leven. Daarmee heeft men echter niet kunnen voorkomen dat vetzucht inmiddels hard op weg is volksziekte nummer één te worden.

Hoe moet de groeiende vetzucht worden begrepen? Het is alweer zo'n kwart eeuw geleden dat de econoom Alfred Hirschmann in zijn boek *Shifting involvements* (1982) probeerde te verklaren waarom grote groepen mensen zich nu eens als verantwoordelijke, politiek-bewuste burgers gedragen, om plots voor ongebreidelde consumptie te kiezen. Zijn stelling luidt dat mensen bij vrijwel alles wat ze doen te hoge verwachtingen koesteren. Het gevolg is dat ze na verloop van tijd teleurgesteld raken en hun leven liefst over een andere boeg gooien.

Dat burgers zich massaal en abrupt van de politiek kunnen afwenden is inmiddels genoegzaam bekend. Verrassender is het dat mensen ook hun buik vol kunnen hebben van comfort en consumptie – vooral in tijden waarin ze zich daaraan te buiten kunnen gaan omdat hun inkomen is gestegen. In het begin is het natuurlijk geweldig om meer geld te kunnen uitgeven. Maar na verloop van tijd merkt men dat de aangeschafte spullen tegenvallen, zeker als men ook nog eens tot de ontdekking komt dat het eigen inkomen weliswaar in absolute zin is gestegen, maar relatief afneemt omdat hun sociale status niet navenant toeneemt. Dit beeld gaat op voor Nederland gedurende de afgelopen jaren, waar de inkomenstegen-

stellingen sinds de jaren tachtig in snel tempo zijn toegenomen. Het bereikte niveau van comfort wordt vanzelfsprekend, het genot ervan neemt af en je status blijft in het beste geval constant. Dat is voor velen een onaangename ervaring. De droomaanschaaf van weleer verandert langzaam maar zeker in een stil verwijt: de hardloopschoenen waar je niet op jogt, de historische boeken die je nooit raadpleegt, de snelle computer die je maar zelden gebruikt, de gameboy die verloren in de hoek ligt, of de dure vleugel waar nooit op gespeeld wordt.

Er is echter één uitzondering op dit alles en dat is eten. Duurzame consumptiegoederen kunnen op den duur gaan vervelen, je kunt teleurgesteld raken in de politiek, het niveau van comfort dat je hebt bereikt kan het leven soms ondraaglijk licht maken, je status kan achteruit gaan; maar van eten krijg je nooit genoeg. Zodra het op en verteerd is, kan de cyclus van genot en verzadiging opnieuw beginnen. Hoe onvervulder het leven en hoe bitterder de teleurstelling, des te groter de troost van het snaaien en snacken. Het enige nadeel is dat je er zo dik van wordt, maar dat is iets wat geleidelijk gaat en pas na verloop van tijd merkbaar wordt.

In wat de econoom Tibor Scitovski in diens gelijknamige boek *The joyless economy* (1992) passend 'de vreugdeloze economie van overvloedige consumptie' noemt, is voedsel een constante bron van genot dat zeker de laatste tijd voortdurend binnen handbereik ligt. De Romeinse keizers wisten het al: brood en spelen gaan nooit vervelen. Zeker in tijden van groeiende inkomenstegenstellingen en toenemende stress, onzekerheid en statusangst kan eten een enorme bron van troost zijn. Volgens de socioloog Richard Wilkinson bestaat er een nauwe samenhang tussen de toename van overgewicht aan het eind van de jaren tachtig en de groei van de inkomenstegenstellingen in diezelfde periode (1996: 186). De cijfers lijken hem gelijk te geven. De Amerikaanse journalist Greg Critser neemt het stijgende percentage onder zijn landgenoten dat te veel weegt – van eenderde aan het einde van de jaren tachtig naar tweederde vandaag de dag – als startpunt voor zijn *Fat land* (2004). In Engeland is het aantal mensen met ernstig overgewicht in het tijdvak 1980-2000 bijna verdrievoudigd (Marsh, 2003: 6).

## HET SNELLE VOEDSELAANBOD

Het inzicht dat eten een constante bron kan zijn van genot is logischerwijs niet aan de voedingsindustrie voorbijgegaan. Gebruikmakend van de nieuwste technieken is het voedselaanbod de laatste decennia sterk van karakter veranderd. Het eten is gevarieerder geworden, er worden meer smaken dan ooit aan het eten toegevoegd en het aantal kant-en-klaarmaaltijden is met een veelvoud toegenomen. Vooral het laatste is opvallend. Er is in betrekkelijk korte tijd een enorme vraag naar gemaksvoedsel ontstaan.

Al deze veranderingen hebben de omvang van ons lichaam geen goed gedaan. Hoe gevarieerder het voedselaanbod, hoe moeilijker het is er van af te blijven. Verander standaardproducten als melk in fruitmelk, yoghurt in verwenyoghurt en vla in schepvla, drinkvla of dubbelpudding en de winstmarges nemen



aanzienlijk toe. Mensen eten meer als er een gevarieerd voedselpakket is. Daarbij komt dat het bereiden van voedsel sinds de opkomst van het gemaksvuedsel nauwelijks tijd kost. Veel fruitsoorten zijn bijvoorbeeld ‘onhandig’, omdat je ze voor consumptie moet wassen, pellen of snijden. ‘Drinkfruit’ is weliswaar aanmerkelijk minder gezond dan gewoon fruit, maar je hoeft er niets voor te pellen en je krijgt er dus geen vieze handen van. Andere voorbeelden voor het succes van gemaksvuedsel zijn de sterke toename van het aantal afhaalchinese en pizzakoeriers, de opkomst van diepvriesmaaltijden en van voorgesneden groenten en slamixen.

Naast het streven naar diversificatie is er de jacht op smaak. In de twintigste eeuw is het palet van smaken aanzienlijk uitgebreid. Behalve de uitbreiding van het aantal specerijen en kruiden in multiculinair Nederland, komen er tegenwoordig meer dan drieduizend smaken uit de fabriek. Nederlandse rookworst wordt nog zelden gerookt, maar voorzien van de juiste aromageur. Voorts is er een omvangrijke fabrieksmatige productie van smaakversterkers en smaakonderdrukkers. Deze laatste dienen om bittere en zure smaken te maskeren. Ze duiken overal op. Het belangrijkste afzetgebied wordt gevormd door dranken en zuivel. En het snelst groeit het gebruik van smaken en smaakveranderaars in de hoek van hartige hapjes, kant-en-klaarvoedsel en snacks.

Bijzonder opvallend is ook de opkomst van de fastfoodketen. De voedingswereld is ontegenzeggelijk onderhevig aan McDonaldisering, zoals sociologen het noemen (zie Ritzer, 2000 of Dagevos, 2004). Fastfood is een verzamelnaam voor voedsel dat snel bereid en geserveerd wordt en betrekkelijk goedkoop is. Over het algemeen wordt fastfood als ongezond beschouwd. Het is dikwijls vet en er zitten weinig vitamines en andere noodzakelijke voedingsstoffen in. Voorbeelden van fastfood zijn frites, kroketten, frikadellen, bamiballen of nasischijven, hamburgers, pizza’s en broodjes met döner kebab, shoarma of falafel. Fastfoodketens als McDonald’s, Burger King, Pizza Hut of Kentucky Fried Chicken zijn grote multinationals met tienduizenden vestigingen over de hele wereld en grote machthebbers in zowel voedingsketens van bijvoorbeeld rund- of varkensvlees en aardappelen als in de onroerendgoedwereld en in de speelgoedbranche (zie verder Schlosser, 2001).

## **DE GEMAKSCULTUUR EN EEN TEGENGELUID**

Het is duidelijk dat dikke mensen vette winsten opleveren. Maar dat is bij lange na niet het hele verhaal. Minstens zo belangrijk voor de opmars van de fastfoodindustrie zijn de veranderingen die zich recentelijk in de leefcultuur hebben voltrokken. Mensen eten niet alleen méér en vaker dan vroeger, ze eten ook achtelozener en ongeregelder. Er is minder tijd en ruimte voor eten. De vraag naar gemaksvuedsel hangt nauw samen met de opkomst van het tweeverdienersgezin en de veranderde sociale positie van de vrouw (zie hiervoor ook het betoog van Kees de Hoog). Sinds de massale deelname van vrouwen aan het arbeidsproces is de positie van huisvrouw permanent vacant en trachten partners, meestal niet zonder problemen, de kookbeurten te verdelen. Vaak schiet het koken erbij in en

bieden kant-en-klaarmaaltijden een uitkomst. Door het stijgend aantal echtscheidingen in Nederland en door het afnemend gemiddeld kindertal per vrouw bestaat een doorsneehuishouden tegenwoordig uit minder personen. Uitgebreid koken voor zo weinig mensen loont niet, en dan wordt de verleiding voor allereerste gemaksvoeding wel erg groot.

Vanwege de combinatie van loonarbeid en zorgtaken komt het bereiden van maaltijden steeds vaker in de knel. Daarbij komt dat zowel ouders als kinderen tegenwoordig een volle agenda hebben. Ieder eet en vertrekt op zijn eigen tijd. Gezamenlijke maaltijden zijn in veel tweeverdienershuishoudens een zeldzaamheid geworden. Koken doe je in het weekend voor je hobby, niet omdat het moet. In veel gezinnen is de eettafel zelfs uit het interieur verdwenen. Deze privatisering van eten heeft tot gevolg dat er ook steeds vaker op nonchalante wijze wordt gesnaaid, gepraaid en gesnackt. Dikwijls combineren mensen de maaltijd met andere activiteiten, bij voorkeur televisiekijken of chatten. De gebrekkige aandacht voor hetgeen men eet heeft effect op het gevoel van verzadiging, dat langer uitblijft. Ook daardoor eten mensen meer en ongezonder.

Kortom, velen grijpen, bij gebrek aan tijd en aandacht voor het eten, naar fastfood, gemaksvoedsel en kant-en-klaarmaaltijden – voedselconsumptiepraktijken die thuishoren in een wereld die door Hans Dagevos (2004) treft 'Hamburgia' is genoemd. Dit gebeurt niet alleen in de dagelijkse wereld van werk, school en tijdgebrek. Ook in het weekend, op vakantie, in het restaurant of in pretparken waar alles op maximalisatie van consumptie is ingericht of de maaltijd bij de prijs is inbegrepen. Ook hier zijn eetpatronen ontstaan die dikmakend zijn.

En tegengeluid is afkomstig uit een andere wereld, waar kritisch wordt gewezen op de belasting van het milieu, de teloorgang van lokale recepten, regionale eetgewoonten en ambachtelijke bereidingswijzen door toedoen van de heersende voedselcultuur in Hamburgia. Hier wordt slowfood bereid, opgediend en vooral: genoten. Slowfood als verhoging van de kwaliteit van het bestaan en om tegenwicht aan fastfood te bieden. Deze wereld is door Dagevos 'Ecologica' gedoopt, waarbij hij aantekent dat Ecologica zich verhoudt tot Hamburgia als David tot Goliath (Dagevos, 2004: 416). In het onderstaande nemen we een kijkje in Ecologica, meer in het bijzonder in de beweging van slowfood.

## **VAN FAST- NAAR SLOWFOOD**

De Italiaan Carlo Petrini is de bekendste grondlegger van de Slow Food-beweging. Sinds diens verzet tegen junkfood en de vervlakkende eetcultuur in de jaren tachtig heeft de Slow Food-beweging een hoge vlucht genomen. De beweging telt inmiddels zo'n tachtigduizend leden verspreid over vijftig landen. Slowfood komt vooral in Italië en Frankrijk op brede steun rekenen (zie Petrini, 2004). De Slow Food-beweging is oorspronkelijk begonnen als een beweging van hoger opgeleiden, geheel conform de levenswijze van de tweede klasse zoals beschreven door Mandeville. Ze is verwant met een grotere stroming, die al enige tijd voor 'echte' welvaart pleit. Voorstanders van echte welvaart zetten niet alleen in op economi-

sche groei, maar gaan na hoe die groei kan worden omgezet in meer vrije tijd, minder stress en meer ruimte en aandacht voor familie en vrienden. Ze willen niet alleen inkomen verdelen, maar streven een brede opvatting van rechtvaardigheid na, waarin beter is nagedacht over de verdeling van de lusten en lasten van het samenleven. De filosofie van slowfood past bij het hechten van belang aan ont-haasten en een kritische kijk op de heersende consumptiecultuur vanuit een ver-langen dat mensen met meer zorg goederen produceren en consumeren. In de ogen van de Slow Food-beweging vormen gezamenlijke maaltijden, waarin met smaak en aandacht gegeten wordt, een wezenlijk aspect van het goede leven.

Samen met degenen die voor 'echte' welvaart pleiten vormt slowfood een typische expressie van het soort onbehagen dat Mandeville kenmerkend achtte voor gecommmercialiseerde samenlevingen. Zoals hij opmerkte, hebben dergelijke bewegingen steevast het effect dat ze tot méér in plaats van minder productie en consumptie leiden. Zich afficherend als *verzet* tegen de consumptiecultuur zijn ze, volgens Mandeville, een typische *exponent* van die cultuur. Kritiek is namelijk chic: het onderscheidt je van de massa – net zolang tot de massa de kritiek over-neemt en er weer een nieuwe trend opkomt. Kritiek op de consumptiecultuur vormt als het ware het levenselixer ervan: elke golf van onbehagen levert een nieuwe ronde van productie en consumptie op. Oftewel, niets verkoopt zo goed in de consumptiecultuur als kritiek op die cultuur zelf.

Dat geldt niet alleen voor fastfood, maar evengoed voor slowfood. Slow-food wordt weliswaar volgaarne gepresenteerd als tegenhanger van fastfood, en is dat ook in velerlei opzicht, maar niet als het gaat om een wapen van matiging in de strijd tegen overgewicht. De bourgondische eetcultuur van slowfood, waarin genot en smaak, traditie en vakmanschap vooropstaan, vormt geen tegenwicht tegen overgewicht. Hoewel fastfood er maar al te vaak op wordt aangekeken, zet ook slowfood aan tot *consumeren*.

## HET MARKTSUCCES VAN SLOWFOOD

De slowfood-formule slaat inmiddels in brede kring aan. De *Allerhande* van Albert Heijn staat vol eenvoudig te bereiden gerechten met haute cuisine status en een chef-kok als Jamie Oliver doet tegenwoordig in bekendheid niet onder voor een voetbalster. Eten is mede dankzij de filosofie van slowfood een bijzondere culi-naire ervaring geworden. Sinds de commercie zich erop heeft gestort, is ook deze voedingstrend onderdeel van de beleveniseconomie geworden, waar goed geld aan te verdienen is. Immers, grote aantallen mensen zijn tegenwoordig bereid een for-tuin neer te leggen voor natuurlijk streekvoedsel dat met zorg door een beroemde chef-kok is bereid. De verzorgde maaltijd in een toprestaurant is de hoogmis van het goede leven geworden, terwijl de ergernis groeit jegens degenen die lurkend en lebberend hun fastfood naar binnen schrokken. Het streekproduct wordt verheer-lijkt tegenover de magnetronmaaltijd, de speciaalzaak tegenover de supermarkt, de verzorgde maaltijd tegenover de schranspartij, het feest aan natuurlijke smaken tegenover de mechanisch geproduceerde eenheidssmaak. Men looft de aandacht

voor afzonderlijke gerechten, zet zich af tegenover productie aan de lopende band en verdedigt het lokale en particuliere tegenover het globale.

Zoals op grond van Mandevilles *Fabel van de bijen* is te verwachten, begint de slowfood-filosofie inmiddels de vorm van een nieuwe lifestyle aan te nemen. Slowfood wordt hierbij gerepresenteerd als 'klassevoedsel' tegenover fastfood als 'massavoedsel', dat laatdunkend wordt neergezet als voorspelbaar, eentonig, routineus en functioneel (zie Dagevos e.a., 2005: 24-28). 'Genieten' en 'traditie' zijn associaties die toebehoren aan kwaliteit. Dit is tegenwoordig dermate wijdverbreid dat ook reclames die kant-en-klaargerechten aanprijzen verwijzen naar vroegere tijden en ambachtelijke processen die zich voltrekken in een ongeschonden, landelijke omgeving. Zelfs reclames voor fastfood verdedigen rust tegenover haast en presenteren de 'meals' als zinnenstrelende gerechten met veel kraak en smaak.

Genot en traditie als pijlers van slowfood zijn inmiddels zo belangrijk geworden dat iedereen er een graantje van wil meepikken. Er verschijnen tal van kookboeken op de markt die de filosofie van slowfood aanprijzen, je kunt er in glossy magazines bij watertanden, chef-koks bezitten hun eigen tv-programma om hun vakmanschap te etaleren en elk land in Europa kent zijn eigen top honderd van beste restaurants waar het genieten geblazen is. De markt voor slowfood is een 'winner take all market' aan het worden, waarin de klant het beste van het beste wil, iedereen met iedereen concurreert en elk streekproduct dankzij nieuwe logistieke technieken binnen vierentwintig uur zijn plaats van bestemming bereikt. Voor wie dat wil zijn er verzorgde culinaire reizen waar men ter plekke kan kennismaken met de hoogtepunten van de regionale keuken. Toscane en de Provence zijn ware pelgrimsoorden voor lekkerbekken geworden. Daarnaast wordt tegenwoordig om de haverklap een nieuwe streek ontdekt, waar het eten al even bijzonder is.

Wie daar geen geld of tijd voor heeft, kan altijd nog grasduinen door de wereldkeuken dicht bij huis, waar het assortiment van supermarkten dusdanig is uitgebreid dat het onderscheid met de delicatessenwinkel meer en meer vervaagt. Olijfolie, koffie, thee of ham zijn inmiddels net zulke nobele producten als wijn, met een uitgebreide cultuur van fijnproevers, kenners en hobbyisten eromheen. De connaisseurs pikken de grand cru's eruit en betalen daar gul en gretig voor. Vanwege hun schaarse karakter noemen economen dit soort producten 'positionele goederen', die bij uitstek geschikt zijn voor het uitdrukken van maatschappelijke status en de zelfbevestiging van de 'tweede klasse'.

## HET GELIJK VAN MANDEVILLE

Fastfood noch slowfood heeft kunnen voorkomen dat eten in onze cultuur verder geprivatiseerd is dan wel een onderdeel van de entertainmentindustrie is geworden. Dat heeft de omvang van ons lijf geen goed gedaan. Binnen gezinnen nuttigen mensen de maaltijd steeds vaker gehaast en alleen. Buitenshuis maken ze er een avontuur van, hetzij in de vorm van een – dikmakende – supersize maaltijd, die snel en efficiënt met de modernste technieken is bereid, liefst met een verras-

sing erbij voor de kinderen, hetzij in de vorm van een langzame, zinnenstrelende – maar calorierijke – reis door de unieke wereld van de authentieke smaak.

Men kan tegenwoordig voor het ‘ambacht’ of de ‘techniek’ kiezen en in beide gevallen heeft de ambiance een toegevoegde waarde. Zoals Unox niet alleen worsten, maar ook het ‘wintergevoel’, of Douwe Egberts niet alleen koffie, maar ook ‘gezelligheid’ verkoopt, zo bouwen fastfood en slowfood imago’s op die voor de klant vaak net zo belangrijk zijn als het product zelf. Slowfood en fastfood vullen niet alleen de maag, ze spekken ook de identiteit. Ze maken duidelijk waar je bij en vooral waar je niet bij wilt horen. Het lijkt er dan ook op dat Mandeville gelijk krijgt. Vanaf het moment dat de commercie zich erop stortte, heeft slowfood niet zozeer tot minder consumptie als wel tot een nieuwe stijl van consumeren geleid. Er is slechts een nieuwe statusladder bijgekomen.

Mandeville was een van de eerste denkers die morele vraagstukken herdefinieerde als sociale en economische problemen. Hij zou hartelijk moeten lachen om de manier waarop de commercie er ook nu weer in slaagt om het aloude verlangen tot consuminderen te transformeren in hernieuwde ronden van productie en consumptie. De dialectiek van overvloed en onbehagen heeft nog niets aan actualiteit verloren. Mandeville beschreef in zijn werk haarfijn welke sociale mechanismen het geluk van mensen in de weg kunnen zitten. Hij was zeker geen moralist, maar als we één ding van hem kunnen leren, dan is het wel dat je met een oppervlakkige kritiek op de consumptiecultuur het paard achter de wagen spant.

Vanuit Mandeville gezien, en aansluitend bij de inzichten van Hirschmann, is het zaak meer oog te krijgen voor de problematiek van sociale rechtvaardigheid en de verdeling van de maatschappelijke lusten en lasten. In welvarende samenlevingen lijden mensen niet aan materiële tekorten, maar wordt de kwaliteit van leven bepaald door sociaal-psychologische mechanismen. In dit licht zijn bestaande inkomensstellingen en daaraan opgehangen statusverschillen van groot belang. Zoals hierboven uiteengezet, vormen ze een belangrijke motor achter de ongebreidelde consumptiedrift, inclusief de obesogene gevolgen daarvan. Hoewel Mandevilles klassen met bijbehorende statushiërarchie waarschijnlijk altijd zullen blijven bestaan, zijn de verhoudingen daartussen niet voor eens en altijd gegeven. Ervaren stress, onzekerheid en statusangst zijn historisch variabel en bijvoorbeeld beïnvloedbaar door het inkomens- en arbeidsmarktbeleid van de overheid. We staan slechts aan het begin van een debat over een aanpak van overgewicht waarin rekening wordt gehouden met deze factoren.





# Gezette tijden: over de morele plicht niet lelijk dik te zijn

*Inez de Beaufort*

'She finished her tea and then ate a large meat sandwich which Rose had prepared for her. Mma Ramotswe had got out of the habit of a cooked lunch, except at weekends, and was happy with a snack or a glass of milk. She had a taste for sugar, however, and this meant that a doughnut or a cake might follow the sandwich. She was a traditionally built lady, after all, and she did not have to worry about dress size, unlike those poor, neurotic people who were always looking in mirrors and thinking they were too big. What was too big anyway? Who was to tell another person what size they should be? It was a form of dictatorship, by the thin, and she was not having any of it. If these thin people became any more insistent, then the more generously sized people would just have to sit on them. Yes that would teach them! Hah!'

(McCall Smith, 2003: 212-213)

## GEWICHT EN PLICHT

We leven in gezette tijden. Niet dat overgewicht en obesitas als vanzelfsprekend worden beschouwd: zwaarlijvigheid is een groot probleem voor de (volks)gezondheid. Het is echter een heikele kwestie om dikke mensen te bestempelen als de dure klanten die de prijs van de gezondheidszorg opdrijven. Dat hangt samen met het oordeel over gedrag en verantwoordelijkheid en hoeveel vrijheid we elkaar gunnen om het leven te leven dat we willen leven. En met onze bereidheid mee te betalen aan de gevolgen van de leefstijl van anderen en de mate waarin we willen erkennen dat iedereen zo zijn risico's neemt en deze niet allemaal op een simpele manier verwijtbaar zijn (De Beaufort, 1999b).

In het debat over het voorkomen en behandelen van overgewicht spelen derhalve morele argumenten een rol. Hoe ver mag men gaan, wat zijn geoorloofde middelen in de 'strijd tegen overgewicht'? Ontstaat een 'dictatuur van de dunnen'? Worden de dikken de leprozen van onze tijd? Concreet gaat het onder meer over de vettax, hogere premies bij verzekeringen en mensen met overgewicht uitsluiten van (bepaalde) medische voorzieningen. De nadruk ligt op de gezondheidsrisico's van (ernstig) overgewicht. Het debat is vergelijkbaar met kwesties rond de bestrijding van roken en andere riskante leefstijlen of gewoonten. Je berokkent jezelf en/of anderen schade, is het centrale ethische argument.



In het overgewichtdebat speelt echter ook een ander soort argumenten mee. Argumenten die verwijzen naar idealen over schoonheid en de relatie tussen schoonheid, uiterlijk, karakter en moraal. Gewicht wordt gekoppeld aan morele oordelen over karakter en plicht. Dat krijgt – meestal onderhuids – een morele vertaling in wat ik respectievelijk het ‘lapzwansargument’ en het ‘aanstootgevendargument’ zal noemen.

Over beide argumenten gaat dit essay. Het eerste argument luidt: dikke mensen hebben een zwak karakter, schieten tekort wat betreft de deugd zelf-beheersing. Ze zijn, kortom, morele lapzwansen en behoren daar wat aan te doen. Het tweede argument luidt: dikke mensen hinderen anderen, omdat ze te veel ruimte innemen en zit-in-de-wegs zijn (letterlijk in de weg zitten) of aanstootgevend lelijk zijn (figuurlijk in de weg zitten). Elk van de argumenten laat zich illustreren met een citaat. Het eerste argument is ook opgemerkt door de Wereldgezondheidsorganisatie.

‘[O]besity is a highly stigmatized physical state in many industrialized countries, both in terms of the perceived undesirable bodily appearance and in terms of its purported significance in designating individuals as having a number of character defects. Even children as young as 6 years of age describe the silhouette of an obese child as ‘lazy, dirty, stupid, ugly, liar and cheat’ more often than drawings of other body shapes.’ ( WHO, 1998: 58)

Bij wijze van sfeertekening van het tweede argument, het volgende.

‘Er zijn vele mensen die anderen onaangenaam worden doordat ze iets afschuwwekkends, afstotends over zich hebben. (...) De een ruikt uit zijn mond, anderen hebben weer te veel pommade opgesmeerd. De kleren ruiken naar knoflook, naar sigarenrestjes of zelfs tabakspuimen of men ruikt naar jenever enz. Ook stinkneus, stinkoor, zweet van voeten en schouderholten van onzindelijke mensen zijn zeer hinderlijk. (...) Ook kan men door onaangename gesprekken, door snuffelen, snuiven, roggelen, spuwen, smakken bij het eten, luid slurpen bij het drinken anderen onaangenaam worden. Verder zijn scheelzien, krop, wratten of vergroeiingen in het gezicht of op de handen, behaarde plaatsen, die zonder haren moesten blijven, vooral bij vrouwen, ook pokken en zomersproeten voor vele bezitters hinderlijk.’ (De Vries, 1976: 109)

## WIE DIK IS DEUGT NIET ÓF PRACHTIGE PENSEN?

Overgewicht ontstaat doordat iemand niet voldoende verbrandt om de calorieën die hij met eten naar binnen krijgt weg te werken. Hij eet te veel en/of beweegt te weinig. Dus: hij heeft een zwak karakter, schiet tekort in discipline, in matigheid. Er is moreel iets mis met hem en dus moet hij daar wat aan doen. De twee ‘dussen’ in de redenering ‘dik dus zwak, dik dus moreel niet in orde’, zijn dubieus.

Als Robert de Niro (*Raging Bull*), Renee Zellweger (*Bridget Jones*) of Cees Geel (*Simon*) vele kilo’s aankomen om een bepaalde rol in een film te spelen,

beticht niemand hen van een gebrek aan deugdzzaamheid. Mensen met het syndroom van Prader Willi, een erfelijke aandoening met allerlei gevolgen waaronder ook een continu gevoel van niet-verzadigd zijn, treft evenmin een verwijt: ze kunnen het niet helpen. En dan zijn er nog medicijnen waar je geheel buiten je schuld dik van wordt. Maar gezette mensen die zich niet kunnen beroepen op een dergelijke verontschuldigende omstandigheid, danken hun dik-zijn aan hun eigen lapzwanzige karakter.

Aanhangers van dit argument zullen dit zelden recht in het gezicht van een dik persoon zeggen. Weerhoudt lafheid, vermomd als beleefdheid, hen daarvan? Desalniettemin kennen we het commentaar achter iemands rug: 'Als je ziet hoeveel hij eet, dan is het ook geen wonder...', 'Als je ook zoveel cola drinkt als zij...'. Wat niet wegneemt dat dikke mensen het stille verwijt wel kunnen ervaren. En dat het beeld bestaat: 'Er zijn genoeg voorbeelden van hoe dikke mensen op televisie en in reclames worden afgebeeld: als mensen uit een lagere sociale klasse, dom, slonzig en uitgesproken losers. (...) En het beeld dat geschapen en steeds herhaald wordt, blijft lange tijd in de hoofden van alle mensen hangen.' (Jeurissen & Van Spanje, 2001: 55)

Aan het verband tussen karakter en gewicht in deze redenering kleef een aantal problemen. Denk bijvoorbeeld aan de genetische aanleg om dik te worden. Sommige families zijn evolutionair uitgerust met een spijsverteringssysteem dat grote hoeveelheden vet opslaat voor barre tijden. In de tegenwoordige tijd van overvloed heb je daar niet bijster veel aan, maar er waren tijden dat het goed van pas kwam. Andere families zijn gezegend met een spijsverteringssysteem waarbij ze kunnen eten wat ze willen. Zij beheersen zich misschien helemaal niet met eten, maar het vertaalt zich niet in vetkwabben. Denk ook aan de invloed van sociaal-economische status op leefstijl en gewicht: sociaal-economische omstandigheden en de daarmee samenhangende leefstijl (te weinig geld en controle over het bestaan, andere mogelijkheden tot vertier) beïnvloeden eetgewoonten en gewicht (zie verder de bijdrage van Johan Mackenbach en Albert-Jan Roskam in dit boek).

Bovendien, ook mensen die geobsedeerd zijn door afvallen kunnen uit balans zijn. Misschien soms wel meer dan mensen die zich hebben neergelegd bij hun (over)gewicht. Een staaltje van de bedoelde disbalans wordt ten beste gegeven door Bridget Jones.

“Hoeveel calorieën mag je als je op dieet bent?” vroeg hij.

‘Duizend ongeveer. Nou ja, ik mik op duizend, en kom meestal uit op zo’n vijftienhonderd,’ zei ik, in de wetenschap dat dit laatste niet helemaal klopte.

‘Duizend?’ vroeg Tom ongelovig. ‘Maar ik dacht dat je tweeduizend nodig had om in leven te blijven.’

Ik keek hem perplex aan. Ik besepte dat ik al zoveel jaren aan de lijn had gedaan dat het besef dat je calorieën nodig hebt om in leven te blijven volledig uit mijn bewustzijn was gevaagd. Ben zo diep gezonken dat voor mij het grootste ideaal is totaal niets te eten, in de overtuiging dat mensen alleen maar eten omdat ze gulzig zijn, en tegen hun dieet zondigen omdat ze zich niet kunnen beheersen.

‘Een gekookt ei, hoeveel calorieën is dat?’ vroeg Tom

‘Vijfzeventig.’  
 ‘Een banaan.’  
 ‘Groot of klein?’  
 ‘Klein.’  
 ‘Gepeld?’  
 ‘Ja.’  
 ‘Tachtig,’ zei ik zelfverzekerd.  
 ‘Olijf?’  
 ‘Zwart of groen?’  
 ‘Zwart.’  
 ‘Negen.’  
 (...)

‘Doos bonbons.’  
 ‘Tienduizend achthonderd zesennegentig.’  
 ‘Hoe weet je dat allemaal?’  
 Daar dacht ik over na. ‘Ik weet het gewoon, net zoals je het alfabet kent en de tafels.’  
 (Fielding, 2001: 222-223)

Het lapzwanargument doet verder geen recht aan het feit dat sommigen enorme inspanningen moeten leveren om enkele kilo’s kwijt te raken – hetgeen juist van grote kracht getuigt –, terwijl anderen daar niet of nauwelijks moeite voor hoeven doen. Vetzucht de baas worden is bepaald geen eenvoudige aangelegenheid. Voedingsdeskundige Martijn Katan stelt zelfs dat afkicken van de heroïne eenvoudiger is (Van Delft, 2006). Kortom, het is te kort door de bocht om overgewicht simpelweg te wijten aan wilszwakte.

Het argument ‘dik is zwak’ doet bovendien geen recht aan het feit dat sommige mensen bewust kiezen om niet af te vallen. Een eetgoeroe als Johannes van Dam, koks of professionele smulpapen vinden het vaak genoeg niet nodig mager te zijn. Ze hebben andere prioriteiten. Zij dragen hun embonpoint met gepaste trots. Dat maakt deze dikkerds niet automatisch zwak of moreel deficiënt. Je kunt evengoed redeneren: zij verstaan de kunst van het leven te genieten en de dagen te plukken. Dat getuigt misschien niet van matigheid op het gebied van eten, maar wel van een uitbundig karakter én ook van een moreel talent. Opnieuw een citaat dat illustreert wat ik bedoel.

‘Vraagt u of ik bij de Honderd-Kilo-Club hoor? Ja, heren, en daar ben ik trots op. Het is een gezelschap van wijze mannen, het laatste waarschijnlijk dat bijeenkomt voor het genoegen naar elkaar te kijken. Dit is een plezier dat magere mensen niet kennen; die slepen hun leven voort in verbittering en angst. (...) Onze diners! Wat een grappige, rustgevende, blinkende, overstelpende schouwspelen zijn dat! (...) Zoveel gasten, zoveel ronde hoofden, oplichtend als vetpotjes. En dan de buiken! De prachtige pensen waar de witte vesten, zo dierbaar aan buikige persoonlijkheden, overheen gespannen zitten, de rijke ovale onderlijven, rustend op gespreide dijnen, dikker dan sluimerrollen! En dan dubbele, drievoudige, viervoudige onderkinnen die aan de randen van de servetten blinken als verdikkingen van roze marmer.’ (Béraud, 1985: 160-161)

## LOF DER MATIGHEID: ZELFBEHEERSING ALS MOREEL IDEEAAL

Een onderliggende principiële vraag is hoe we de deugd van de matigheid moreel moeten waarderen. Volstrekt ongecontroleerde hebzucht, vraatzucht of agressie – mensen waar geen morele stop op zit – vinden we moreel deficiënt (of ziek of eng). Maar dat zijn uitersten. Het gaat bij de beoordeling van een karakter om een evenwicht met andere deugden en ook om het doel waartoe matigheid en zelfdiscipline worden aangewend. Iemand kan bijvoorbeeld veel eten maar zeer gedisciplineerd werken. Of wel roken maar zich nooit te buiten gaan aan veel eten of drinken. Er zijn beheerste mensen die overtuigde chocoholics zijn, etc.

Het risico bestaat dat met een overmaat aan matigheid een eenzijdig en oppervlakkig ideaal wordt geschetst van een Heel Erg Braaf Persoon die zich nergens aan te buiten gaat (verstandig dieet, verstandig bewegingspatroon, verstandige seks), hetgeen nog niet bewijst dat deze spruit van de Dorknopertak een volledig moreel deugdzaam mens is. (Om er maar over te zwijgen dat hij vermoedelijk zo saai is dat niemand zich samen met hem aan iets te buiten zou willen gaan als hij onverhoopt die behoefte zou voelen.)

Er zijn meer morele deugden dan matigheid, hoe eerbiedwaardig oud en wijdverbreid de traditie van deze deugd ook is en hoe groot ook de populariteit in bijvoorbeeld calvinistische culturen. Niet dat er op zichzelf iets mis is met matigheid. Dat de mens zich door een vorm van controle over en beheersing van (primitieve) behoeften onderscheidt van vele dieren, daar zijn we terecht trots op. Controle over jezelf waardoor je niet de speelbal bent van de eigen woeste impulsen is goed, onmisbaar voor je eigen ‘human flourishing’ en beslist ook veiliger en aangenamer voor anderen.

Aan de andere kant zijn passie, gedrevenheid (het woord geeft al aan dat je dan iets van de controle uit handen geeft), het vermogen om te genieten ook moreel van belang. Een wereld zonder *bon vivants* is weinig aantrekkelijk. Het gaat om het subtiele evenwicht en niet om matigheid vanwege de matigheid.

Maar als iemand zich nu ongegeneerd voortdurend vol zit te propfen met hamburgers, chips en frisdrank, mag je dan niet vinden dat hij een slappe foodjunk is? Is zijn geschrans te vergelijken met het gedrag van andere verslaafden van wie het kenmerk is dat hun gewoonte hen beheerst en niet zij hun gewoonte? Misschien. Misschien is hij een levensgenieter die liever kort en heftig leeft dan lang en zuinig. Maar dat lijkt niet waarschijnlijk. Zó schransen heeft waarschijnlijk niks te maken met een bewuste keuze van het goede te genieten. Misschien is het iemand die diep ongelukkig is over de uitdijende troosteloosheid van zijn bestaan en dat weg zit te eten, omdat eten nu eenmaal een voor de hand liggende troost biedt, of eten is in zijn beleving het enige waar hij ‘controle’ over heeft.

Er zijn mensen, zowel dikke als dunne, die elke controle over hun eetgedrag kwijt zijn. Je kunt je afvragen waarom ze het zover hebben laten komen en of ze daar zelf niet ongelukkig onder zijn. Of het niet ook hun gevoel van waardigheid en eigenwaarde ondermijnt, juist omdat ze elke controle kwijt zijn. Maar eerder zouden ze moeten kunnen rekenen op onze zorg en hulp dan afgerekend te worden op onze morele instant-oordelen.

## TANTE SIDONIA EN BESSIE TURF

Het tweede argument luidt: veel mensen vinden (ernstig) overgewicht ‘gewoon’ lelijk. De mooie natuurlijke vormen zijn weg. Wat rest zijn vormloze hompen mens. Hoe hompiger hoe lelijker. Zwaargewicht bokscers of judoka’s zijn minder ‘erg’ dan niet-gespierde zwaarlijvigheid. Persoonlijk loop ik niet warm voor sumoworstelaars noch voor bodybuilders. Niet alleen vinden velen (veel) overgewicht lelijk, ze vinden het extra lelijk omdat ‘je er toch wat aan kan doen’. En de stap van het schoonheidsideaal – of het afwijken daarvan – naar een morele plicht daar wat aan te doen, is dan snel gezet. Medemensen vinden het niet mooi of walgen er zelfs van. Er is wat aan te doen, ergo: men is verplicht er wat aan te doen.

Iemand die een lelijk uiterlijk heeft, maar daar niks aan kan doen mag rekenen op meer mildheid, zelfs deernis, dan degene die te dik is. Tante Sidonia heeft het makkelijker dan Bessie Turf. Het getuigt van zelfvoldaanheid, egoïsme of ongevoeligheid voor de gevoelens van anderen dat men dik blijft en er niets aan doet, aldus deze redenering die ongenueanceerd is te noemen en de nodige vragen oproept.

Ten eerste de kwestie van de variatie in schoonheidsidealen. De meningen lopen uiteen over hoe gezet, mollig, zelfs vet je ‘mager’ zijn uit esthetisch oogpunt. Dan weer is weelderig wenselijk en mollig mooi, dan weer moeten je botten te tellen zijn. Extreme obesitas wordt, denk ik, zelden mooi gevonden, behoudens mogelijk door een enkele ‘fatfetisjist’. Over de esthetica van mensen met overgewicht kun je echter heel verschillend denken. In de loop der eeuwen is er ook anders over gedacht. Nu bestaan er tussen diverse culturen verschillende opvattingen over en hebben individuen binnen een cultuur er een andere kijk op. Het dominante schoonheidsideaal lijkt zich inmiddels in de westerse cultuur van broodmager naar ‘sportiefslankefit’ te hebben ontwikkeld. Geen Marilyn Monroe dus, maar wel minder mager dan Twiggy – het broodmagere model dat in de jaren zestig het grote voorbeeld was.

Natuurlijk voldoen tot hun verdriet veel mensen niet aan de idealen. Er is altijd wel een ‘te’: te dik, te dun, te lang, te klein, te weinig, te veel. Generaties vrouwen zijn ontevreden en ongelukkig met hun lijf. Jonge meisjes hongeren, sommigen tot aan het anorectische toe. Steeds meer mensen ondergaan cosmetische chirurgie (Bolt & Wijsbek, 2002). De producenten van middelen en methoden om af te vallen wrijven zich ondertussen in de handen. Er moet altijd wel een paar kiloortjes af. De klinieken waar men liposuctie kan krijgen, trilapparaten waarmee je kunt afvallen (zonder je te hoeven inspannen nota bene), kruiden(thee), pillen, diëten, crèmes, fitnessclubs: een ware groeiemarkt. Daarbij spelen zeker redenen van je gezond en fit voelen een rol, maar tevens het idee te willen voldoen aan de schoonheidsnormen van de tijd. Hier past beduchtheid voor het stigmatiseren van dikke mensen en anderen die de pech hebben in een bepaald tijdsgewricht niet aan de heersende esthetische normen te voldoen. Slank is een keurslijf (zie ook De Beaufort, 1999a).

## GEEN MORELE PLICHT TOT ESTHETISCH BEHAGEN

Het argument van aanstootgevendheid is daarnaast twijfelachtig, omdat de oordelen gebaseerd zijn op vluchtige eerste indrukken. Dikke mensen worden bijvoorbeeld vaker geweigerd voor (bepaalde) banen, omdat zij niet representatief zouden zijn. De dubbele veronderstelling is dat dik lelijk is en dat anderen zich daaraan storen. Het is kennelijk niet goed voor het bedrijf als er bij de ontvangstbalie een dikke mevrouw zit. (De mannelijke directeur mag waarschijnlijk wel fors zijn: dat straalt macht en welvaart uit.) Diskwalificeren andere vormen van 'lelijkheid' ook voor representatieve banen? Mag iemand met zichtbare psoriasis ook niet achter de balie? Of met een wijnvlek of een geopereerde hazenlip? Het argument legt een grote nadruk op het uiterlijk. Een nadruk die in de hedendaagse westerse samenleving toch al erg dominant is. Een verband met het lapzwansargument zal dit versterken.

Opvattingen over schoonheid, en alles wat daarmee samenhangt aan erotische en esthetische waarden, zijn inherent aan de menselijke cultuur. In alle culturen wordt de een mooier en/of meer sexy gevonden dan de ander. Maar dat levert niet meteen een morele vertaling op in de zin van 'mooi moet'. Integendeel, eerder verwacht je op grond van morele overwegingen een pleidooi om de mogelijke discriminatie en stigmatisering tegen te gaan van degenen die door moeder natuur minder rijk bedeeld zijn. Bovendien is uiterlijke schoonheid slechts beperkt te beïnvloeden en maakbaar – ondanks alle beloften van 'totale make-overs'.

Zelfs als er grote consensus is over een bepaald beeld, betekent dit niet dat wie niet in de mal past (of wil of kan passen), toch moet voldoen aan dat ideaal om anderen esthetisch te behagen. Er zijn, in tegenstelling tot wat modebladen, modekoningen en sommige proponenten van cosmetische chirurgie ons willen laten geloven, geen overtuigende argumenten voor een morele plicht om anderen met je uiterlijk te behagen.

Er kunnen goede redenen zijn om dat wel te doen: indruk willen maken, verliefd zijn, jezelf zekerheid geven, het gewoon leuk vinden, etc. Maar niet omdat men moreel verplicht is niet-lelijk te zijn. Wie niet zijn best doet om mooi te zijn, kan men dat moreel niet verwijten. Zou dit wel zo zijn, dan is een extreme consequentie het verplicht dragen van een boerka. Niet om de schoonheid te verhullen tegen gretige mannen, maar om de lelijkheid te verhullen voor zich ergerende medeburgers. Dit zou de sluizen openzetten voor een ongebreidelde bemoeizucht. De beter-weet-pimp-brigade zal uitrukken om esthetisch en moreel orde op zaken te stellen. Als je een 'bad-hair-day' hebt, zal een vreemde je de vermaning naar je hoofd slingeren of je er altijd zo onverzorgd bij loopt.

## AANSTOOTGEVEND: DIK HINDERT ANDEREN

Als je in een vliegtuig of bus zit met naast je een fors persoon die over jouw armluning bungelt, zodat jij je ternauwernood kunt verroeren en voortdurend in je ribben wordt gepord, dan erger je je. Dat iemand 'jouw' ruimte binnenkomt is

hinderlijk en reken je de persoon in kwestie aan. Tenslotte bevindt zijn lichaam zich op het voor jou afgebakende territoir. Zat je naast hem op een locatie waar ruimte genoeg was, dan had je er mogelijk geen aandacht aan besteed. Het is de lijfelijke confrontatie die irritatie oproept. Velen ervaren dat ook met stank of lawaai. Iemand die via de mobiele telefoon onbenulligheden uitwisselt, iemand met een te harde iPod of een doordringende knoflookgeur kan net zo goed de reis vergallen als iemand met buitenboordblubberarmen. Het feit dat ze ons in de weg zitten, onze privésfeer binnendringen met hun geur, geluid of hun vetrollen, roept de irritatie op. Het is een aspect van beschaving dat men niet op andermans terrein komt, zich niet lijfelijk opdringt tegen de wens van een ander in.

Waar anderen direct last hebben, is in beginsel een morele plicht daar wat aan te doen. Te denken valt aan platgedrukt worden en het risico lopen op trombose, misselijk worden van de stank, zich niet kunnen concentreren of niet kunnen slapen vanwege lawaai.

Hoe zit dat met ernstig overgewicht? Valt daar niet evengoed te spreken van een morele plicht als de plicht wat te doen aan lawaai en lichaamsgeur? Probleem is dat fors afvallen veel meer vergt van iemand dan het gebruik van een deodorant of het zacht zetten van de iPod. Roken kun je verbieden in bepaalde ruimtes. Maar dikke mensen kunnen niet even ophouden met dik zijn. Extra ruimte creëren voor mensen met overgewicht lijkt meer voor de hand te liggen dan het opleggen van een verplichting om af te vallen. Het inrichten van bioscopen of vliegtuigen zodat er plaatsen zijn voor dikke mensen, lijkt vanuit pragmatisch oogpunt te verkiezen.

## **RODE SOKKEN EN ANDERE ERGERNISSEN**

Ons leven zit vol (ongeschreven) wetten, conventies en regels waarin uiterlijk, privacy en indirecte hinder een rol spelen. Je gaat niet in bikini naar een vergadering. Het is onbeschaafd in zijn neus te pulken of zijn kruis te krabben in gezelschap van anderen. De onappetitelijkheid stoort. Conventies die, binnen een zekere bandbreedte, wisselen afhankelijk van mode, cultuur en andere tijdelijke verschijnselen.

Bij indirecte hinder is de afweging moeilijk en te vergelijken met aanstoot nemen aan andermans grove taalgebruik, beledigende cartoons of smakeloze grappen dan wel losbandige seksueel getinte gedrag in privéruimtes – allemaal ook notoir lastig. Immers, snel is de stap gezet naar het opeisen van te veel respect voor particuliere ergernissen en het opleggen van de eigen esthetische normen en etiketteregels. Zo vond mijn grootvader, tamelijk hartgrondig en hardnekkig, dat mannen geen rode sokken behoorden te dragen. In sommige landen mag je niet zoenen in het openbaar. Sommigen ergeren zich aan homoseksuelen die op straat hand in hand lopen. Of vinden dat homoseksualiteit verboden moet worden, omdat zij moeite hebben met de gedachte aan wat homoseksuelen in bed doen. Weer anderen ergeren zich aan jongeren met piercings op niet al te voor de hand liggende plaatsen. Een dergelijke lijst is eindeloos uit te breiden.

De vrijheid ons eigen leven in te richten betekent dat we moeten accepteren dat anderen, die dat evengoed willen, gewoontes hebben of keuzes maken die ons ergeren of zelfs tegen de borst stuiten. Ergernissen die ik niet wil bagatelliseren. Ze hebben voor velen met fundamentele opvattingen over cultuur, moraal, fatsoen, taboes en de grenzen van het aanvaardbare te maken. Fatsoen en beleefdheid, vormgegeven in etiquette, zijn niet onbenullig. De soms bizarre regels waarin overtuigingen zich manifesteren irriteren ons misschien af en toe wel, maar daar gaat het dan niet om. Het gaat om wat er achter zit: respect voor andere individuen, voor symbolische tekenen van een bepaalde cultuur, levensovertuiging of leefstijl en de betekenis daarvan voor de identiteit van de dragers. De behoefte om niet gekrenkt en geschoffeerd te worden geldt uiteraard net zo hard voor degenen met andere culturele en levensbeschouwelijke overtuigingen die evenzo deel uitmaken van hun identiteit. Wederzijdse morele behoedzaamheid is geboden.

Aan bovengeschetste ergernissen valt in het dagelijkse leven moeilijk te ontkomen voor wie geen kluizenaarsbestaan ambieert. Er zijn mensen die 'fattist' zijn, voor wie de buikige aanwezigheid van de dikke medemens een gruwel is. Deze ergernis zullen ze voor lief moeten nemen, omdat het alternatief bestaat uit dwang van de sterkste of dictatuur van de dominante opvatting. Kortom, wanneer overgewicht sommigen tegen de borst stuit of met walging vervult, biedt dit onvoldoende argument voor een morele plicht af te vallen.

## **GEZOND VAN BINNEN, MOOI VAN BUITEN**

Het moreel hanteren van het esthetische argument 'dik is lelijk', door dikke mensen als zwak en/of aanstootgevend af te schilderen en te verplichten iets te doen aan hun omvang, stuit op bezwaren. Het gaat uit van een eenvormig schoonheidsideaal, draagt bij aan discriminatie en stigmatisering van dikke mensen en leidt tot veroordeling op grond van vluchtige, eerste indrukken. Men moet de deugd der matigheid zeer hoog hebben om een dergelijke redenering overtuigend te vinden. De eigen opvatting over schoonheid, gewicht en matigheid mag niet zonder meer aan anderen worden opgelegd.

Uiterlijk *is* belangrijk, oorlogen zijn begonnen, gewonnen en verloren, vanwege de schoonheid van een vrouw. Liefdes, mogelijke en onmogelijke, zijn gebaseerd op uiterlijke aantrekkingskracht. Er wordt gehunkerd, gezwijmeld, gedroomd van uiterlijk. Allemaal waar. Maar dat is geen reden om mensen die dat niet kunnen of willen onder druk te zetten af te vallen, omdat anderen hen lelijk vinden. Afvallen moet je vooral doen omdat je daardoor gezonder wordt en je beter voelt. Dikke kans dat je je ook mooier voelt.





# SOCIALE INVLOEDEN: GEZIN, OMGEVING EN MARKT

Consumenten leven niet in een sociaal vacuüm, maar worden continu door hun omgeving gestimuleerd, verleid of beloond om bepaald gedrag te vertonen dan wel juist belemmerd in bepaalde gedragingen. Dat kan zowel betrekking hebben op hun sociale omgeving (gezinssituatie, school, vriendjes, collega's) als op hun fysieke omgeving (consumptieaanbod, woon-werkafstand, inrichting van gebouwen en openbare ruimte). Dit gaat ook op voor hun eet- en beweeggedrag. Hierbij valt bijvoorbeeld te denken aan de opvoedende rol van ouders of school bij het aanleren van gezonde eetgewoonten, de invloed van commerciële reclame-uitingen op koopgedrag of de sterk afgenomen noodzaak om fysiek belastende – en dus energie verbruikende – arbeid te verrichten. In het debat over overgewicht wordt vaak gerefereerd aan dergelijke omgevingsfactoren. Er is echter nog weinig systematisch onderzoek gedaan naar hun precieze relatie met de stijgende overgewichtcijfers. De hier verzamelde essays willen – zonder de pretentie volledig of uitputtend te zijn – daartoe aanzetten geven.

Zo gaat gezinssocioloog *Kees de Hoog* in zijn essay 'Het gezin in de fuik: overgewicht en het moderne gezinsleven' voor verschillende gezinstypen na in welke mate ze blootstaan aan de gevaren van overgewicht. Daarvoor gaat hij in op de betekenis van het veranderde opvoedingsklimaat, de toegenomen welstand en de groei van het aantal tweeverdieners. Om uiteenlopende redenen blijken hedendaagse gezinnen kwetsbaar voor de risico's van een zwaarlijvig nageslacht. Dat geldt niet alleen voor gezinnen met een lage sociaal-economische status; ook hoogopgeleide ouders hebben steeds meer moeite te ontsnappen aan de fuik van overgewicht.

In aansluiting hierop wijst bewegingswetenschapper *Han Kemper* in 'Tegen de bewegingsarmoede in: het belang van lichaamsbeweging' op de gebrekkige aandacht die lichaamsbeweging in het debat over overgewicht krijgt. De stijging van het aantal te dikke kinderen hangt volgens Kemper in hoge mate samen met het gebrek aan beweging als gevolg van de aandacht die tv en pc opeisen en de afwezigheid van

sport- en speelgelegenheden. Onze bewegingsarme werk- en leefomgeving vormt dan ook een regelrechte rem op het keren van de obesitastrend.

Maar ook de invloed van commerciële krachten is niet te onderschatten. Communicatiewetenschapper *Moniek Buijzen* wijst in haar essay 'Commercie in de jeugdcultuur: vette verleiders en weerbare kinderen' op de uiterst geraffineerde marketingmethoden waarmee de voedingsindustrie de consumptielust van kinderen opwekt. Tegelijkertijd plaatst ze vraagtekens bij de effectiviteit van een verbod op voedingsreclame gericht op kinderen, zoals regelmatig wordt bepleit. Opgroeien binnen onze huidige consumptiecultuur vergt, volgens Buijzen, dat kinderen leren omgaan met de verlokkingen daarvan. 'Empowerment' van kinderen is daarbij het sleutelwoord.

De bedrijfskundigen *Ronald Jeurissen* en *Alberic Pater* richten in hun bijdrage 'De voedingsindustrie en overgewicht: MVO op zijn smalst?' de aandacht op de rol van de industrie zelf. Aan de hand van het concept maatschappelijk verantwoord ondernemen gaan ze in op de huidige initiatieven die door het bedrijfsleven worden genomen in de strijd tegen overgewicht. Welke bijdrage mag van de voedingsindustrie worden verwacht – en binnen welke grenzen?





# Het gezin in de fuik: overgewicht en het moderne gezinsleven

*Kees de Hoog*

## HET GEWIJZIGDE GEZINSLEVEN

Overgewicht bij kinderen wordt een steeds groter probleem. Uit recent onderzoek van TNO blijkt dat bij jongens in de periode 2002-2004 het overgewicht gemiddeld 13,5 procent bedraagt en bij meisjes 16,7 procent (Van den Hurk e.a., 2006). In vergelijking met 1997 is er sprake van een stijging met enkele procentpunten. Centraal in dit betoog staat dat overgewicht bij kinderen mede een dreiging is die inherent is aan het hedendaagse gezinsleven. Een gezinsleven dat de laatste drie decennia vooral door emancipatie van vrouwen, de toegenomen welstand en door veranderende opvattingen over de opvoeding gewijzigd is. Maatschappelijke ontwikkelingen die, apart of in combinatie, binnen iedere gezinsconstellatie van invloed kunnen zijn op voedingspatronen en het gedrag van kinderen.

De emancipatie van vrouwen is vanaf de jaren zeventig van de twintigste eeuw door de overheid sterk gestimuleerd. Deze emancipatie is vooral toe te schrijven aan het toegenomen opleidingsniveau. Een effect hiervan is dat de kennis over gezonde voeding lijkt te zijn toegenomen. Calorieën, vitamines, nutriënten en koolhydraten zijn geen vreemde woorden meer die slechts bekend zijn bij diëtisten, voedingsdeskundigen en artsen. Toch blijkt dat ondanks deze toegenomen kennis in veel gezinnen het besef niet aanwezig is hoeveel men gedurende de dag eet en hoe een gezond eetpatroon eruitziet (Schilpzand, 2004). De theoretische kennis wordt kennelijk niet in praktijk gebracht.

Een direct gevolg van de emancipatie van vrouwen is de groei van het aantal tweeverdieners. Bewindvoerders noemen het emancipatiebeleid geslaagd. Er zijn echter neveneffecten te noemen die minder gunstig zijn. Moeders die altijd toezicht op hun kinderen houden, zijn een minderheid geworden. Veel moeders hebben immers een baan buitenshuis en verreweg de meeste vaders werken niet in deeltijd. Door deze uithuizigheid van ouders is 'haast' geen onbekende in het hedendaagse Nederlandse gezin. Uithuizigheid en haast kunnen in gezinnen met tweeverdieners ingrediënten zijn die bijdragen aan ongezonde voedingsgewoonten van kinderen.

De toegenomen welstand is een andere belangrijke maatschappelijke ontwikkeling van de laatste decennia. Dit is op zich weliswaar een gunstige ontwikkeling, maar de grotere welstand van gezinnen kan zeker invloed hebben op het ontstaan van overgewicht bij kinderen. Gezinnen kunnen zich op het gebied van

voeding meer permitteren dan in het verleden. Door de grotere welstand en het verleidelijke aanbod zijn in veel gezinnen tussendoortjes, chips en suikerrijke frisdranken tot het dagelijkse menu gaan behoren. Er wordt in dit verband, in goed Nederlands, over ‘grazers’ gesproken.

Daarnaast is het gewijzigde opvoedingsklimaat van belang. De opvoeding was vroeger in de meeste gezinnen gericht op vlijt, ijver en netheid. De controle van ouders op hun kinderen was groot en ouders gaven, ook wat betreft het eten, het goede voorbeeld. Aan tafel was moeders (en vaders) wil wet. Nu is de opvoeding in veel gezinnen sterk gericht op zelfontplooiing en geborgenheid. De socioloog Abram de Swaan (1979) heeft dit gewijzigde opvoedingsklimaat getypeerd als een verschuiving van een bevelshuishouding naar een onderhandelingshuishouding. Een gezinshuishouding waar kinderen met hun ouders onderhandelen over wat, waar en wanneer er gegeten wordt. In gezinnen met al te toegeeflijke ouders ligt overgewicht bij kinderen op de loer. Ook ouders die te veel geborgenheid bieden kunnen overigens slechte opvoeders zijn, als zij hun kinderen te weinig beweging gunnen door bijvoorbeeld buitenspelen te ontmoedigen of zelfs te verbieden.

In dit essay worden vier gezinstypen nader gezien. Drie gezinstypen, de gezinnen met twee ouders, zijn gebaseerd op een ideaaltypische constructie. Een constructie die uit structurele en culturele elementen bestaat en stoelt op onderzoek. Daarnaast komt een restcategorie aan de orde: de eenoudergezinnen.

## VIER GEZINSTYPEN

De emancipatie, de toegenomen welstand en het gewijzigde opvoedingsklimaat hebben niet geleid tot één nieuw uniform gezinstype. Hedendaagse gezinnen zijn pluriforme gezinnen geworden (De Hoog, 2005; Kuijsten, 2002). Mede op basis van veld- en literatuuronderzoek (Te Kloeze e.a., 1996; Nederlandse Gezinsraad, 2001) alsmede via een ideaaltypische benaderingswijze (De Hoog & Hooghiemstra, 2002, 2003) kunnen drie omvangrijke gezinstypen worden onderscheiden. Deze zijn respectievelijk: het traditionele gezinstype (de achterblijvers), het transitionele gezinstype (een tussensituatie) en het geïndividualiseerde gezinstype (de voorlopers). Daarnaast wordt aandacht besteed aan het eenoudergezin – wat eigenlijk een restcategorie is, waarop de ideaaltypische benadering niet van toepassing is.

De indeling naar gezinstypen berust op de positie van de ouders binnen het gezin, de activiteiten van de moeder in huis en haar werk buitenshuis, haar denkbeelden over het moederschap, het opvoedingsklimaat, het welstandsniveau van het gezin en de mate van religiositeit van het gezin. Bij de constructie van de ideaaltypen is ook gebruikgemaakt van beelden (‘guiding images’) die beleidsmakers hebben over gezinnen. Het gaat daarbij om een bepaald ideaalmodel van de rol en de functie van het gezin in het openbare domein en de interne verhoudingen binnen de privésfeer van het gezin. Het zijn constructies die gebaseerd zijn op het hedendaagse gezinsleven en daarmee op een maatschappelijke realiteit berusten.

Voor deze gezinstypen zijn elk afzonderlijk oorzaken aan te geven voor het mogelijk ontstaan van overgewicht bij kinderen. Het betekent niet dat per definitie in deze gezinstypen overgewicht bij kinderen aanwezig is. De kern van het beweerde in dit essay is dat in hedendaagse gezinnen door de emancipatie, de toegenomen welstand en het gewijzigde opvoedingsklimaat overgewicht bij kinderen *kan* optreden, en dus niet per definitie *zal* optreden. Geprobeerd wordt om het mogelijke verband aan te geven tussen de stijging van overgewicht en obesitas bij kinderen vanuit het perspectief van hun alledaagse gezinssituatie. Constateren dat steeds meer kinderen dikker worden is één ding, proberen te beschrijven en te begrijpen hoe dit komt, vergt meer. In het onderstaande worden aanknopingspunten verkend die in toekomstig onderzoek nadere, empirische bestudering verdienen. Het essay blijft dus vooral een verkenning.

## HET HEDENDAAGSE TRADITIONELE GEZIN

De familie Doorsnee bestaat niet meer. Het was het gezinstype dat in alle lagen van de bevolking dominant was. In deze gezinnen wordt gezamenlijk ontbeten en om zes uur gebruikt men aan tafel gezamenlijk de hoofdmaaltijd. Die bestaat veelal uit zelfgemaakte soep, gekookte aardappelen, groenten van het seizoen, een stukje vlees en als toetje een banaan of een appel. De kinderen moeten hun bord leegeten en als beloning voor hun welvoeglijke gedrag wordt in de vroege avond een spelletje gespeeld of met vader en moeder naar de radio geluisterd. Later – eind jaren vijftig, begin jaren zestig – kijkt het hele gezin na het eten naar de televisie. Kinderen gaan op tijd naar bed, want morgen is er weer een dag. In deze gezinnen lopen of fietsen de kinderen naar school en is buitenspelen heel gewoon.

Dit gezin, dat tot in het begin van de jaren zestig domineerde, is het traditionele gezin. Het gaat hier om een gezinstype dat het kostwinnersgezin wordt genoemd. Vader werkt buitenshuis, moeder is huisvrouw. Een moeder die altijd thuis is met de kleine kinderen en als de opgroeiende kinderen van school komen klaar staat met een kopje thee of een glas chocolademelk. Natuurlijk, het zijn generalisaties, maar de huisvrouw was de heerseres binnen het privédomain. Een domein waarin het toezicht van de moeder op de kinderen het opvoedingsklimaat bepaalt. Uiteraard trad overgewicht bij kinderen ook toen op, maar door de aanwezigheid van de moeder, de geringere materiële welstand en de ruimere gelegenheid om buiten te spelen bleef overgewicht bij kinderen binnen de perken.

Het hedendaagse traditionele gezin kan als een variant op de familie Doorsnee gezien worden. Uit het eerdergenoemde veldonderzoek van Te Kloeze e.a. (1996) blijkt dat ongeveer twintig procent van de gezinnen in Nederland onder dit gezinstype valt. De moeder regelt, weliswaar met meer hulp van haar echtgenoot dan in het verleden, de huishouding en de verzorging van de kinderen. Het opvoedingsklimaat is nog steeds tamelijk streng. Ouders staan nauwelijks inspraak van kinderen toe. Buitenshuis werken van moeders wordt vaak afgekeurd. Binnen het traditionele gezinstype wordt het hebben van een eigen vriendenkring van beide ouders en financiële onafhankelijkheid van de huwelijkspartners min of meer



negatief beoordeeld. Conformistische eigenschappen van kinderen, zoals gehoorzaamheid, vlijt, ijver en netheid, zijn nog altijd belangrijk. Het moederschap wordt als een dominant levensperspectief gezien. Het traditionele gezin is vooral te vinden bij de strengere levensbeschouwelijke richtingen en bij modale of lagere inkomsgroepen (Te Kloeze e.a., 1996). Ook veel allochtone gezinnen vallen hieronder.

Door de aanwezigheid van de moeder en de strenge ouderlijke controle zou wellicht te verwachten zijn dat overgewicht bij kinderen geen groot probleem vormt. Het blijkt echter dat in deze gezinnen overgewicht bij kinderen wel degelijk aanwezig is. Een bepalende factor is de lage sociaal-economische status van hedendaagse traditionele gezinnen. En overgewicht is nadrukkelijker aanwezig onder lagere statusgroepen dan hogere statusgroepen, zoals ook blijkt uit de bijdrage van Johan Mackenbach en Albert-Jan Roskam in deze bundel (zie bijvoorbeeld ook Hulshof e.a., 2003).

Uit ander onderzoek blijkt bovendien dat in gezinnen met te zware ouders ook de kinderen vaak te dik zijn (Frenken, 2005). Behalve met het voorbeeld van de ouders heeft overgewicht te maken met de manier waarop zij omgaan met beloning en straf. Als kinderen zoet zijn worden ze in veel traditionele gezinnen beloofd met snoepgoed, frisdrank en andere lekkernijen. Als kinderen zeuren of lastig zijn worden ze rustig gehouden met snacks en zoetigheid. Het gaat hier opnieuw om generalisaties, die de bedoeling hebben aandacht te vragen voor het idee dat de levensstijl binnen deze gezinnen, samenhangend met hun lage sociaal-economische status, een belangrijke oorzaak kan zijn van overgewicht bij kinderen. Een oorzaak die mogelijk wordt versterkt door een gebrek aan kennis over gezonde voeding, hetgeen te wijten is aan het lage opleidingsniveau van de ouders (Monden, 2003).

Naast de lage economische status speelt in allochtone gezinnen het beperkte bereik van voorlichting een rol. Onvoldoende beheersing van de Nederlandse taal, televisiekijkgedrag (niet kijken naar Nederlandse programma's) en tekortschietend bezoek aan consultatiebureaus vormen belemmeringen voor een adequate gezondheidsvoorlichting. Dit leidt tot omvangrijke problemen, want bijna een kwart van de Turkse en Marokkaanse kinderen is te dik (Frenken, 2004).

Ten slotte kan worden vastgesteld dat in nogal wat hedendaagse traditionele gezinnen sportbeoefening door kinderen te duur wordt gevonden en kinderen daardoor te weinig bewegen. Bij streng religieuze groeperingen, zowel onder allochtonen als autochtonen, stuit het beoefenen van sport en spel, vooral door meisjes, bovendien op weerstand. Ook sociaal-culturele factoren kunnen derhalve een belemmering vormen om kinderen in beweging te krijgen.

## **HET TRANSITIONELE GEZIN**

Een tweede gezinstype dat we kunnen onderscheiden is het transitionele gezin. Het is een gezin in een tussensituatie. Dit gezinstype is in Nederland omvangrijk. Ongeveer 65 procent van de gezinnen met twee ouders valt hieronder (Te Kloeze e.a., 1996). Het zijn de gezinnen waarin de emancipatie vooral zichtbaar is gewor-

den door het parttime buitenshuis werken van moeders. De meeste moeders hebben een kleinere deeltijdbaan, van minder dan twintig uur per week. De vader houdt zich meer dan in de traditionele gezinnen bezig met huishoudelijke taken en met de opvoeding van de kinderen. Het opvoedingsklimaat is niet langer gericht op ijver, vlijt en netheid, maar op zelfontplooiing en geborgenheid.

Van belang is dat binnen deze gezinnen de gezamenlijkheid wordt gepreikt, maar niet naar de letter wordt gevolgd. De gevolgen van de individualisering worden in de vrijetijdsbesteding, maar ook rond de maaltijd en de maaltijdbereiding zichtbaar. Moeder is door haar werk buitenshuis lang niet altijd aanwezig bij het ontbijt en de hoofdmaaltijd. Het werk van vader en de (steeds grotere) afstand tot zijn werk doen verder afbreuk aan de gezamenlijkheid van maaltijden. Het gevolg is dat deze ouders voor een deel de controle over het eetgedrag van hun kinderen verloren hebben. Het betekent dat in deze gezinnen de kinderen soms zelf beslissen wat ze eten en drinken. Op doordeweekse dagen maken de zelfbereide maaltijd en het samen aan tafel eten plaats voor de koelkast en de snelle hap bij de televisie.

In het transitionele gezin is het streven, zoals gezegd, gericht op gezamenlijkheid. De paradox is echter dat deze gezamenlijkheid slechts ten dele wordt bereikt. Dat geldt zowel voor de maaltijd als voor de vrijetijdsbesteding. De kinderen in dit type gezin hebben een eigen kamer, met een eigen computer. Ze kijken op hun kamer naar de televisie. Hun ouders hebben eveneens een eigen ruimte – vader heeft een eigen kamer, moeder heeft de huiskamer tot haar beschikking – en beiden hebben in de avonden hun eigen vrijetijdsbesteding. Het is geen uitzondering dat in deze gezinnen vader na een snelle maaltijd gaat internetten en dat moeder naar cursus gaat.

De prioriteiten in deze gezinnen zijn verlegd. Eigen vrije tijd wordt belangrijker gevonden dan de voedselbereiding en het samen eten. Het betekent dat fast-food in belangrijke mate de plaats van zelfbereid voedsel heeft ingenomen en daarmee ook de belangstelling voor gezonde voeding. Een gevolg hiervan is dat overgewicht ook bij kinderen in veel transitionele gezinnen een even dreigend als reëel probleem is geworden.

Geborgenheid speelt hierin ook een rol. Bezorgde ouders leggen het speelgedrag aan banden en brengen hun kinderen met de auto naar school. Een direct gevolg hiervan is dat kinderen minder bewegen en sneller overgewicht ontwikkelen.

## HET GEÏNDIVIDUALISEERDE GEZIN

Het geïndividualiseerde gezin, dat ook wel wordt aangeduid met het postmoderne, het egalitaire, of het 'grachtengordelgezin', is het derde gezinstype (De Hoog & Hooghiemstra, 2003; Te Kloeze e.a., 1996). Van de twee-oudergezinnen behoort ongeveer vijftien procent tot dit type.

In deze gezinnen hebben beide ouders een omvangrijke baan buitenshuis. Hun opleidingsniveau is hoog. Het zijn trendgevoelige mensen, die hun nageslacht 'kids' noemen. Vader en moeder hebben hun eigen vriendenkring. Naast de

tijd die nodig is om hun sociale netwerk te onderhouden wordt eigen vrije tijd belangrijk gevonden. Financiële onafhankelijkheid is eveneens voor beiden van groot belang. Moederschap als levensvulling wordt als sociale identiteit afgevoelen. Het kind is een statussymbool geworden. Dat brengt met zich mee dat op de prille schouders van kinderen een hoge prestatiedruk ligt. Kinderen raken soms zelfs overbelast door het wensenpakket van hun veeleisende ouders, die er bijvoorbeeld veel waarde aan hechten dat hun kinderen van kindsbeen af ‘aan cultuur doen’. Ook op school ligt de lat veelal hoog: kinderen blinken bij voorkeur uit en zijn haantje-de-voorste.

Een deel van deze gezinnen heeft een opvoedingscultuur met een hoog ‘vrijheid-blijheid’-karakter. De agenda van de ouders is overbezet. ‘Druk, druk, druk’ is in deze gezinnen een staande uitdrukking. De kinderen worden echter niet aan hun lot overgelaten, want hun ouders reserveren speciale momenten voor hen (‘quality time’). Vooral in het weekend wordt in deze gezinnen de opvoeding ter hand genomen en de nodige tijd besteed aan gezamenlijke activiteiten en zaken als maaltijdbereiding (De Hoog & Van Ophem, 1994).

Het is echter de vraag of er voldoende tijd is om ook aandacht te besteden aan het eetgedrag op doordeweekse dagen. De relatief grote welstand van deze gezinnen draagt er bovendien aan bij dat schoolgaande kinderen zich door het hoge zakgeld veel kunnen permitteren. Zij hebben daardoor de mogelijkheid op school en in hun vrije tijd (te) veel snacks en suikerrijke frisdranken te kopen. Hier kan het aloude motto gelden: ‘Wie het breed heeft, laat het breed hangen’. Het hoeft daarom niet te verwonderen dat ook in dit gezinstype overgewicht bij kinderen geen onbekend verschijnsel is.

## **HET EENOUDERGEZIN**

Naast de drie gezinstypen met twee ouders bestaat ongeveer tien procent van de gezinnen in Nederland uit eenoudergezinnen (Nederlandse Gezinsraad, 2001). Het merendeel van deze gezinnen wordt gevormd door een gescheiden moeder met één of twee kinderen. Daarnaast kennen we de ongehuwde moeder, de weduwe, de gescheiden vader en de weduwnaar met thuiswonende kinderen.

Over het opvoedingsklimaat en het eetgedrag binnen deze gezinnen is weinig bekend. Aangenomen kan worden dat in eenoudergezinnen werk en zorg nog moeilijker te combineren zijn dan in gezinnen met twee werkende ouders. Het betekent dat de problemen die we kennen van transitionele en geïndividualiseerde gezinstypen, bij deze eenoudergezinnen in versterkte mate aanwezig (kunnen) zijn. Op basis hiervan kan worden verondersteld dat het gezin met de meeste tijdsdruk een eenoudergezin is met een buitenshuis werkende ouder – in verreweg de meeste gevallen een moeder. Door tijdstress kan ouderlijk toezicht in deze gezinnen te wensen overlaten, wat weer negatief kan uitpakken voor wat en hoeveel kinderen eten.

Dit wil overigens niet zeggen dat in eenoudergezinnen met een moeder die minder uithuizig is, geen te dikke kinderen voorkomen. Juist door de sociaal-

economische positie en/of etnisch-culturele achtergrond van bijstandsmoeders kan overgewicht bij kinderen wel degelijk een probleem vormen. De situatie van eenoudergezinnen lijkt in dat opzicht dan ook veel overeenkomsten te vertonen met het hedendaagse traditionele gezinstype.

## **HET GEZIN IN DE FUIK**

Bij de beschrijving van de oorzaken van overgewicht met behulp van de bovenstaande gezinstypologie is stilzwijgend uitgegaan van de veronderstelling dat de aanwezigheid van ouders een buffer kan vormen tegen overgewicht bij kinderen. In twee van de drie gezinstypen – het transitionele en het geïndividualiseerde – is door het buitenshuis werken van moeders het ouderlijk toezicht afgenomen en de tijdsdruk toegenomen. Door het verminderde toezicht kunnen kinderen meer zelf uitmaken wat ze eten en drinken. Dit is echter niet de enige mogelijke verklaring voor het ontstaan van overgewicht bij kinderen uit deze gezinnen. Het gewijzigde opvoedingsklimaat en de grotere welstand kunnen evenzeer als factoren worden aangemerkt. Zo kan de grotere geborgenheid die ouders willen bieden op gespannen voet komen te staan met de bewegingsvrijheid van kinderen. Het veel gekoesterde idee van zelfontplooiing ziet er op zijn beurt minder rooskleuring uit als daardoor kinderen meer dan voorheen kunnen – én mogen – kiezen wat en hoeveel ze eten.

Het beeld doemt op van het gezin in de fuik. Dat gaat niet alleen op voor de transitionele en geïndividualiseerde gezinnen, maar ook voor de hedendaagse traditionele gezinnen. De moeder werkt niet buitenshuis, maar kinderen worden via eten en drinken vertroeteld. Daarbij komt dat in veel van deze gezinnen het negatieve voorbeeld van te zware ouders een grote hindernis is om overgewicht bij kinderen tegen te gaan. In eenoudergezinnen met een buitenshuis werkende moeder spelen, net als in de transitionele en geïndividualiseerde gezinstypen, het verminderde toezicht en de tijdsdruk een rol. Daarnaast is de lage sociaal-economische status van veel bijstandsmoeders een factor van belang.

Kortom, de fuik van overgewicht waarin veel gezinnen gevangen zitten, gaat niet alleen op voor gezinnen met een lage sociaal-economische status. Ook (kinderen uit) gezinnen met een hogere sociaal-economische status raken gemakkelijk verstrikt in ditzelfde net. Hierboven is gezocht naar elementen uit het gewijzigde gezinsleven die behulpzaam zijn om ons ervan te gewaarworden dat die fuik wagenwijd openstaat. Het is dan ook bepaald niet eenvoudig om te ontsnappen aan de groei van overgewicht bij kinderen.

## **IMPLICATIES VOOR BELEID EN ONDERZOEK**

Binnen het overheidsbeleid bestaat – enige – aandacht voor ontwikkelingen binnen moderne gezinnen die overgewicht bij kinderen kunnen veroorzaken. Van een samenhangende visie is vooralsnog echter geen sprake is.

In de jaren negentig is op beleidsniveau in vage bewoordingen over onthaasten gesproken. Het betrof hier vooral de transitionele en geïndividualiseerde gezinstypen. Bewindvoerders, politieke partijen en vakbonden meenden dat mannen meer in deeltijd zouden moeten gaan werken, om zo de zorgtaken binnen de gezinnen beter te verdelen. Hiervoor zouden werk en gezinsleven beter op elkaar moeten worden afgestemd. Hier is echter weinig werk van gemaakt. De doelstellingen zijn dan ook niet bereikt.

Een meer recente beleidsopvatting bepleit een betere verdeling van de zorgtaken van vaders en moeders door invoering van de levensloopregeling. Ook hier gaat het om de twee gezinstypen met buitenshuis werkende moeders. Daarnaast wordt massamediale voorlichting gezien als middel bij uitstek om een gezondere levensstijl van jongeren en volwassenen te bevorderen. Hedendaagse eet- en leefstijlen blijken keer op keer echter te weerbarstig om daardoor direct te worden beïnvloed. Daarbij worden overigens hedendaagse traditionele gezinnen vrijwel geheel als doelgroep over het hoofd gezien. Vooral als het gaat om de aanpak van overgewicht bij kinderen, zou het een slechte zaak zijn als juist deze gezinnen worden vergeten.

Naast duidelijke voorlichting, die gericht is op de diverse gezinstypen, doet de overheid er goed aan te voorzien in een breed pakket aan maatregelen om overgewicht onder kinderen tegen te gaan. Onthaasting zou daarbij zeker als aandachtspunt moeten worden meegenomen. Zo valt te denken aan betere voorzieningen op het gebied van ouderschapsverlof, kinderopvang en buitenschoolse opvang, met ruime mogelijkheden voor sport en spel. In navolging van de Scandinavische landen en Frankrijk zou het ouderschapsverlof bij geboorte met vele maanden kunnen worden uitgebreid. Het zou ook een goede zaak zijn als ouderschapsverlof kan worden opgenomen in latere fasen – bijvoorbeeld tijdens de pubertijd.

Hierbij is het essentieel dat het beleid ondersteuning kan vinden in onderzoek. Op dat laatste terrein valt nog veel winst te boeken. Dit essay getuigt daarvan. Het essay oppert mogelijke verklaringen voor de groei van overgewicht onder de Nederlandse jeugd. Deze verbanden vragen echter verdere empirische onderbouwing. Bijvoorbeeld door onderzoek te verrichten naar de overgrote meerderheid (!) van de gezinnen uit de vier gezinstypen waar kinderen *geen* overgewicht hebben. Dergelijk onderzoek zou ons verder op het spoor kunnen brengen welke factoren gewicht in de schaal leggen in het voorkómen van (een verdere groei) van overgewicht bij kinderen.





# Tegen de bewegingsarmoede in: het belang van lichaamsbeweging

*Han Kemper*

## POSITIEVE ENERGIEBALANS EN NEGATIEVE SPIRAAL

In het debat over de aanpak van overgewicht gaat veel aandacht uit naar het belang van gezonde voeding. Zie bijvoorbeeld de voorlichtingscampagnes Let op Vet of de Balansdag van het Voedingscentrum, het groeiende aanbod aan light-producten, functional foods en afslankdiëten en de discussie over de vettax of wettelijke beperkingen aan voedingsreclame.

Weliswaar wordt algemeen onderkend dat de groeiende overgewichtcijfers een gevolg zijn van een disbalans tussen (te veel) eten en (te weinig) bewegen, maar de aandacht voor de bewegingskant van de balans wordt ‘assepoesterlijk’ behandeld. Dat is een gemiste kans (Kemper, 2004a). Als we niet meer aandacht gaan besteden aan stimulering van lichaamsbeweging, is de strijd tegen overgewicht als dweilen met de kraan open. Dat lukt alleen als onze leefomgeving zodanig wordt heringericht dat deze uitnodigt tot een actievere leefstijl. Dit betekent niets minder dan dat de trend richting een steeds bewegingsarmere leefomgeving wordt gekeerd. Er zijn nog veel hobbels te nemen voor het zover is.

Overgewicht wordt veroorzaakt door een, vaak jarenlang durende, positieve energiebalans: er wordt meer energie ingenomen dan gebruikt. De overtollige energie wordt in het lichaam opgeslagen als vet. Omgekeerd zijn er dus grofweg twee strategieën om overgewicht te bestrijden: vermindering van energie-inname of vermeerdering van het energiegebruik.

Daarmee is nog niets gezegd over het verband tussen die twee. Is te weinig bewegen nu het gevolg of de oorzaak van overgewicht? Het ligt voor de hand om te veronderstellen dat overgewicht een gevolg is van te weinig lichamelijke inspanning. Als je minder lichamenlijk actief bent in het dagelijks leven, gebruik je minder energie. Bij gelijkblijvende inname van energie zal het lichaamsgewicht toenemen en zal het lichaam het teveel aan energie als vet opslaan.

We kunnen ook andersom redeneren: dikke mensen hebben over het algemeen meer moeite om te bewegen. Wie kent nog Dik Trom? Voor dit jongensboekidool kost elke stap veel meer energie, hardlopen gaat moeizaam en de meeste sporten zijn niet aan hem besteed. Dit gaat nog steeds op voor de tegenwoordige evenbeelden van Dik Trom en Bessie Turf: in de gymles komen ze zelden aan de bal en bij oefeningen als bokspringen en touwklimmen slaan ze meestal geen best figuur. Ze worden geplaagd en vaak buitengesloten door klasgenoten. Een beschermende reactie hierop van hun ouders werkt meer dan eens averechts. Ze brengen



hun dikke kind met de auto naar school, laten het niet buiten spelen en vragen de gymleraar hem of haar te ontzien. De sportclub is niet in ze geïnteresseerd, omdat ze een blok aan het been zijn van het team – doelman is het hoogst haalbare.

Ook te zware volwassenen bewegen vaak weinig. Overgewicht beperkt letterlijk je bewegingsvrijheid: vormen van intensieve lichaamsbeweging worden vermeden; soms kosten zelfs opstaan en gaan zitten moeite. Kortom, overgewicht vormt in het dagelijkse leven een belemmering om meer te gaan bewegen en vormt daarmee ook een oorzaak van bewegingsarmoede. Dikke mensen dreigen daarmee terecht te komen in een negatieve spiraal: doordat mensen met (ernstig) overgewicht minder bewegen, wordt hun energiebalans nog ongunstiger dan die al was en neemt hun lichaamsgewicht verder toe. Kan deze cirkel worden doorbroken?

## DE EVOLUTIE SPEELT ONS PARTEN

Een belangrijke handicap in het tegengaan van overgewicht is onze genetische aanleg. In de loop van de evolutie is de mens gewend geraakt aan een bestaan dat gekenmerkt werd door voedselschaarste en veel lichamelijke activiteit. Ons lichaam is erop ingesteld zoveel mogelijk te eten zodra er voedsel binnen bereik is. Het aanleggen van vetreserves vormt dus een aloude overlevingsstrategie om magere tijden te kunnen overleven. Het schaarse voedsel kon bovendien alleen worden bemachtigd door het op lange tochten te verzamelen en te bejagen of met de nodige inspanning te verbouwen. Kortom, de inname van energie was alleen mogelijk na veel energieverbruik. ‘Balansdagen’ waren aan onze voorouders niet besteed.

Tegenwoordig is de situatie geheel gewijzigd. De hedendaagse mens kan naar believen op elk moment van de dag eten en drinken, wordt daartoe zelfs verleid door een overmaat aan aantrekkelijk voedsel – en hoeft daarvoor meestal weinig lichamelijke inspanning te verrichten.

Een vergelijking van de energiebehoefte maakt dit verschil meer dan duidelijk. Onze voorouders hadden hun energiebalans onder controle bij een gemiddelde inname en gebruik van energie van 2900 kilocalorieën per dag. Daarvan was eenderde – circa duizend kilocalorieën – nodig voor lichaamsbeweging (Cordain e.a., 1998). Tegenwoordig moeten mensen in balans zien te blijven bij een gemiddelde van 2200 kilocalorieën per dag. Slechts eenzevende deel daarvan – driehonderd kilocalorieën – wordt besteed aan lichaamsbeweging.

Het menselijk lichaam heeft echter nooit geleerd om de energie-inname aan te passen aan een geringer energiegebruik. Om onze energiebalans in evenwicht te houden, moeten wij dan ook voortdurend nadenken om niet te vaak, te grote porties en te vet te eten.

Het bovenstaande maakt duidelijk dat de moderne mens beduidend minder energie binnenkrijgt dan zijn verre voorouders. Dat vormt een eerste aanwijzing voor de stelling dat de huidige overgewichtproblematiek niet louter een kwestie is van te veel eten. Sterker nog: recente cijfers zaaien twijfel over het oorzakelijke verband tussen de hoeveelheid energie die we tot ons nemen en overgewicht. Terwijl de laatste decennia de gemiddelde Nederlander aanmerkelijk

zwaarder is geworden, is de gemiddelde inname van energie niet noemenswaardig gestegen (Gezondheidsraad, 2003).

Andere studies bevestigen dit beeld. Langdurig onderzoek waarin een groep Amsterdamse middelbare scholieren gedurende 23 jaar is gevolgd, toont aan dat van de oorspronkelijke groep dertienjarigen 35 tot 45 procent overgewicht heeft ontwikkeld. De oorzaak hiervan is echter niet dat degenen met overgewicht meer zijn gaan eten, maar vooral minder zijn gaan bewegen in vergelijking met hun leeftijdgenoten die geen overgewicht hebben ontwikkeld (Kemper, 2004b). De conclusie die uit dergelijke studies is te trekken is dat onze energiebalans vooral positief is omdat ons energiegebruik is afgenomen. Het gebrek aan lichaamsbeweging is eerst en vooral debet aan de toename van overgewicht.

## AANKOMEN EN AFVALLEN

Veel mensen vertonen tegenwoordig een positieve energiebalans en komen langzaam maar zeker aan. Dat gaat vaak sluipenderwijs. Slechts een klein dagelijks energiesurplus van vijftig tot honderd kilocalorieën (één chocolaatje of koekje) leidt op jaarbasis tot een verhoging van het lichaamsgewicht met een kilo. Deze gewichtstoename is vaak nauwelijks te merken, omdat de nauwkeurigheid van de meeste weegschalen minder is dan een kilogram. Ook zie je het niet direct af aan je lichaamsfiguur. Het surplus aan energie wordt opgeslagen in de onderhuidse vetlaag. Omdat het huidoppervlak enkele vierkante meters groot is en het vet daarover wordt verspreid, merk je dit aanvankelijk nauwelijks. Pas op den duur word je zichtbaar dikker en gaan er vetkwabben ontstaan ('bierbuik' en 'love handels').

Zo makkelijk en ongemerkt als er een paar kilo's bijkomen, zo moeilijk kom je er weer van af. De meeste mensen die willen afvallen beginnen met (pogingen om) minder te eten. Als de lente en de zonvakanties aanstaande zijn, moeten de vetplooien verdwijnen om het lichaam in zwembroek en bikini weer toonbaar te maken.

De commercie speelt daar gretig op in. Ze biedt allerlei wonderdiëten aan waarmee 'gegarandeerd' binnen enkele weken vele kilo's verdwijnen. Meestal komt die belofte zelfs uit. Wat men echter niet weet, is dat de eerste weken maar weinig vet wordt verloren en des te meer water. Op de weegschaal zie je dat onderscheid niet. Een liter vocht weegt immers ook een kilo. De firma die de spullen heeft geleverd is blij en degene die wil afvallen ook, maar men realiseert zich niet dat het lagere lichaamsgewicht niet het gevolg is van dunnere vetplooien.

Maar ook afvalprogramma's die zich wel richten op het terugdringen van vet, hebben hun beperkingen. Ze werken alleen zolang die programma's streng worden gevolgd en begeleid. Na beëindiging ervan keert het lichaamsgewicht vaak weer terug op het oude niveau, of zelfs hoger – het bekende 'gejojo'. Dit laatste komt doordat tijdens een periode van lijnen of vasten het basisenergiegebruik ook daalt. Het lichaam reageert door nog zuiniger en efficiënter met zijn stofwisseling om te gaan. Na zo'n periode wordt het dus steeds moeilijker om in balans te blijven bij eenzelfde energie-inname.

Maar zelfs als afvaldiëten met succes hun werk zouden doen, kan daar niet te veel van worden verwacht. Het is moeilijk voor te stellen dat bijna de helft van de bevolking zo'n behandeling zou moeten ondergaan. Dat is eens te meer onvoorstelbaar als de – enorme – kosten daarvan uit de gezondheidszorg moeten worden betaald.

## **VOORKOMEN VAN OVERGEWICHT DOOR MEER BEWEGING**

Beter is het de aandacht te vestigen op de andere kant van de energiebalans: (het gebrek aan) beweging. Zowel voor de behandeling van overgewicht als – nog belangrijker – het voorkomen van (verder) overgewicht, moet veel sterker worden ingezet op stimulering van lichaamsbeweging.

Mensen die willen voorkomen dat hun lichaamsgewicht jaarlijks met een kilo stijgt moeten beginnen met hun energiegebruik te verhogen: een tot anderhalf uur per dag matig intensief bewegen (wandelen, fietsen, traplopen) is nodig om in balans te blijven. Het inbouwen van lichamelijke inspanning is het meest effectief en kan ook het makkelijkst worden volgehouden wanneer deze is geïntegreerd in het dagelijkse leven: lopend of fietsend boodschappen doen, naar school of het werk, de hond uitlaten, de trap nemen in plaats van de lift of roltrap, de auto alleen gebruiken voor langere ritten, tijdens de lunch een blokje om, etc.

Met behulp van een stappenteller kan zelf worden nagegaan of men dagelijks genoeg beweegt. Tienduizend stappen of meer op een dag geeft aan dat men voldoende actief is geweest.

Dat is echter makkelijker gezegd dan gedaan. Ons beweeggedrag hangt in hoge mate af van onze leefomgeving. Deze betreft zowel de fysieke omgeving (inrichting van gebouwen en openbare ruimte) als de sociale omgeving (gezin, vrienden, collega's).

Sociale steun is van groot belang, want veranderen doe je niet in je eentje (Köhler & De Bats, 2005). Zo blijken kinderen eerder geneigd te zijn te gaan sporten naarmate hun ouders meer aan sport doen (Moore e.a., 1991). Uit tweelingonderzoek, waarbij zowel genetische als omgevingsinvloeden kunnen worden onderscheiden, blijkt dat pubers vooral het voorbeeld van vriendjes volgen ten aanzien van sportbeoefening (Koopmans, 1997). Ook het toezicht van ouders op het computer- en televisiegebruik van kinderen is van groot belang. Niet alleen is de tijd die aan televisie of computer wordt besteed verloren voor bewegen, maar ook blijken kinderen bij het kijken naar televisie minder energie te gebruiken dan wanneer ze zitten te lezen (Klesges e.a., 1993).

## **BETER FIT DAN VET**

Meer dagelijks bewegen helpt niet alleen overgewicht te voorkomen, maar maakt mensen ook fit. Fitte mensen met matig overgewicht blijken een hogere levensverwachting te hebben dan niet-fitte personen met een normaal gewicht. Oftewel,

fit is beter dan vet (Blair, 2002)! Lichaamsbeweging is, met andere woorden, zowel een middel om meer energie te gebruiken als de lichamelijke conditie te verbeteren. Mensen krijgen hierdoor een beter uithoudingsvermogen, sterkere spieren en gezondere botten.

Het kan dan ook heel goed gebeuren dat mensen die meer gaan bewegen om vet te verliezen, aanvankelijk niet snel hun gewicht zien verminderen. Daar moeten ze echter niet om treuren, want er is vet verstoekt en daarvoor in de plaats is meer spierweefsel opgebouwd en hebben ze stevigere botten gekregen.

Hardlopen en fitnesssen kunnen bijdragen aan het voorkomen of tegengaan van overgewicht. Hiervan moeten echter geen wonderen worden verwacht. Eén of twee keer per week sporten in de (spaarzame) vrije tijd is vooral leuk en gezellig, maar draagt over het algemeen weinig bij aan een structurele verhoging van het dagelijkse energiegebruik. Weliswaar is de intensiteit van veel sporten hoog, maar de frequentie en de duur zijn vaak te kort. Bovendien zijn de meeste sporten seizoengebonden en worden bij buitensporten wedstrijden nogal eens afgelast.

Ook de steeds meer in zwang rakende mogelijkheden voor bedrijfsfitness hebben slechts beperkt effect. Ze zijn uiteraard goed bedoeld, maar worden vooral bezocht door werknemers die al lichamelijk actiever zijn en in hun vrije tijd sport beoefenen. Fitnesssen op individuele basis ontbeert de sociale steun van clubmaatjes en wordt vanwege de prijs meestal niet lang volgehouden.

Bovendien moet worden bedacht dat matig intensieve lichaamsbeweging, zoals wandelen, fietsen of traplopen, de meest effectieve vorm van vetverbranding vormt. Je hoeft beslist niet te rennen om vet te verliezen. De hoeveelheid vet die je verbrandt hangt vooral af van de totale duur van de lichaamsbeweging. Hoe langer het duurt, hoe beter. Vijf kilometer wandelen kost evenveel energie als deze afstand rennend afleggen. Maar omdat bij een hogere intensiteit niet alleen vet maar ook koolhydraten worden verbrand, is matig intensieve activiteit effectiever voor vetverlies.

Sport kan zelfs ook averechts uitpakken. Uit onderzoek blijkt dat mensen die extra gaan sporten dit vaak compenseren door in hun dagelijkse leven minder te gaan bewegen. Onder het mom van 'ik heb al gesport' wordt de hond door een ander uitgelaten of vinden we er een excuus in om maar even de auto te nemen in plaats van de benenwagen of de fiets.

## **INRICHTING VAN DE FYSIEKE LEEFOMGEVING**

Het bovenstaande benadrukt het belang van het inbouwen van dagelijkse beweeg-routines, boven het stimuleren van fitness en sport. Daarmee belanden we bij het al genoemde aspect van de fysieke inrichting van onze leefomgeving. Onze werken leefomgeving nodigt allesbehalve uit tot meer bewegen of vormt daar zelfs een rem op (Swinburn e.a., 2003). Daarmee staan beide omgevingen haaks op de behoefte aan meer beweegroutines.

Dikwijls liggen huizen op te grote afstand van winkels en recreatieve mogelijkheden. Dat leidt tot lichamelijke inactiviteit (Bauman e.a., 1999). Aangetoond

is dat wanneer sport- en winkelaccommodaties niet meer dan een kilometer verwijderd zijn van het woonhuis, de auto minder vaak wordt gepakt. Een kilometer is iets meer dan tien minuten lopen of minder dan vijf minuten fietsen. Dit zijn duidelijk voor veel mensen nog acceptabele afstanden.

De situatie in een land als de Verenigde Staten is daar ver van verwijderd. De woon- en winkelomgeving is daarin volledig afgestemd op het gebruik van de auto. Winkels en sporthallen bevinden zich ver buiten de bebouwde kom, voetpaden en fietspaden zijn er niet of nauwelijks. Dat dit alles niet bevorderlijk is voor het terugdringen van de schrikbarende stijging van overgewicht en obesitas in de Verenigde Staten moge duidelijk zijn.

In vergelijking daarmee steekt Nederland gunstig af met zijn ruime beschikbaarheid aan voetpaden en meer dan zeventienduizend kilometer fietspaden. Dat is echter nog geen reden tot borstklapperij. Wat de fietspaden betreft: dit voordeel gaat verloren als de veiligheid niet gewaarborgd blijft. Onverlichte, onoverzichtelijke en stille paden worden, vooral door vrouwen en kinderen, gemeden of niet meer gebruikt als het donker is. Door de toegenomen verkeersdruk is de onveiligheid voor kinderen sterk toegenomen. Spelen op straat is er al lang niet meer bij. Vanwege de verkeersonveiligheid worden kinderen ook steeds vaker door de ouders met de auto naar school of de sportclub gebracht (Renders e.a., 2003).

Ook de huidige trend om vinexwijken te bouwen op locaties ver buiten het centrum van de steden is in dit opzicht negatief te waarderen. Het bevordert het gebruik van de auto voor woon-werkverkeer, het naar school brengen van kinderen en vrijetijdsoepleinden.

Vooraf ten aanzien van de inrichting van de fysieke leefomgeving lijkt een taak te zijn weggelegd voor de overheid. De overheid kan een bijdrage leveren door bijvoorbeeld in openbare gebouwen de trap een veel duidelijkere plek te geven dan de lift of de roltrap; door veilige, verkeersluwe fietsroutes naar school, winkelcentra en werk aan te leggen; door de aanleg van parken, trapveldjes en skatebanen.

De bemoeienis van de overheid zou reeds moeten beginnen bij de eerste bouwplannen van gemeentelijke instanties. Ook wettelijke richtlijnen kunnen daaraan bijdragen. Zo mogen in Oslo sinds enkele jaren openbare speelplekken (speeltuinen, trapveldjes en parken) niet ontbreken op een afstand van minder dan een kilometer van scholen. Uiteraard is ook meer aandacht van landschapsarchitecten en stadsontwikkelaars nodig voor het creëren van een leefomgeving die uitnodigt tot een actievere leefstijl.

## **STIMULERING VAN LICHAAMSBEWEGING CENTRAAL**

In het debat over het terugdringen van de overgewichtcijfers wordt ten onrechte weinig aandacht besteed aan het belang van voldoende lichaamsbeweging. Dat is een grote omissie, omdat onze huidige inactieve leefstijl een belangrijke, zo niet de belangrijkste oorzaak vormt voor het ontstaan en de toename van overgewicht.

De overheid zal moeten inzetten op stimulering van meer lichaamsbeweging. Dat kan ze doen door in voorlichtingscampagnes het belang daarvan nog eens extra te benadrukken. Maar daar kan het niet bij blijven. De huidige bewegingsarmoede heeft immers alles te maken met de wijze waarop onze woon-, werk- en leefomgeving is ingericht. In plaats van een rem te vormen op lichaamsbeweging zou ze daartoe moeten uitnodigen. Maar dat kan alleen als de overheid daartoe het voortouw neemt en erop aandringt dat stimulering van lichaamsbeweging een centraal aandachtspunt vormt binnen de stedenbouw en de inrichting van de openbare ruimte.

Het zwalkende overheidsbeleid inzake bewegingsonderwijs is vooral een voorbeeld van hoe het *niet* moet. Op scholen waren tot voor kort twee of drie lessen lichamelijke opvoeding verplicht. Daarmee werd elk kind geleerd regelmatig te bewegen en te sporten. Die verplichting is inmiddels afgeschaft. Het ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschappen dreigt nu ook voor het voortgezet onderwijs een dergelijke verplichting af te schaffen, terwijl juist bij middelbare scholieren – onder meer door scooter en bromfiets – de sterkste daling in beweegactiviteiten is waar te nemen. Tegelijkertijd gaat ditzelfde ministerie er prat op dat ze samen met het ministerie van Volksgezondheid Welzijn en Sport en het NOC\*NSF een convenant heeft afgesloten om kinderen meer aan te zetten tot sportbeoefening. Dit illustreert dat de rijksoverheid met betrekking tot lichaamsbeweging voor de jeugd een ongeloofwaardig en halfslachtig beleid voert.

Lichaamsbeweging is de ‘assepoester’ van de energiebalans. Bij het in evenwicht brengen van de energiebalans gaat veel aandacht uit naar vermindering van de energie-inname. Dit dient echter niet ten koste te gaan van aandacht voor de vermeerdering van het energiegebruik door het stimuleren van een actieve leefstijl in een uitnodigende leefomgeving. Er mag niet worden vergeten hoe groot het belang is van lichaamsbeweging in het voorkomen of tegengaan van overgewicht.



# Commercie in de jeugdcultuur: vette verleiders en weerbare kinderen

Moniek Buijzen

“Stel je eens voor,’ riep meneer Wonka, ‘wanneer ik dit in het hele land ga gebruiken. Je zit thuis naar de televisie te kijken en plotseling komt de reclame. Een stem zegt: ‘EET WONKA’S CHOCOLADE, DE BESTE VAN DE HELE WERELD! ALS JE ’T NIET GELOOFT PROEF ER DAN MAAR EENTJE! NU!’ En je steekt gewoon je hand uit en neemt er een. Nou wat zeg je me daarvan?”  
(Dahl, 1968: 125)

## WILLY WONKA EN WEERBAARHEID

De introductie van ‘televisiechocolade’, zoals Willy Wonka die voor zijn geestes-oog ziet in Roald Dahls *Sjakkie en de chocoladefabriek* is vooralsnog geen werkelijkheid geworden. Wel is het realiteit dat in discussies over kinderen en overgewicht vaak met een beschuldigende vinger wordt gewezen naar reclame voor dikmakers. De verontrustende stijging in het aantal te dikke kinderen de afgelopen decennia loopt parallel met een vergaande commercialisering van de jeugdcultuur. Thuis, op school, op straat en op het sportveld: kinderen worden in hun dagelijkse omgeving omringd door reclame, sponsoring en andere commerciële uitingen. Marketing gericht op kinderen bestaat voor een groot deel uit voedingsmiddelen en dranken (European Heart Network, 2005). En dit zijn niet de meest gezonde producten. Het merendeel van de geadverteerde producten bevat hoge gehalten aan vet, suiker en zout, en wordt in de literatuur ook wel aangeduid als de ‘Big Five’: snoep, snacks, frisdrank, toetjes en fastfood (Buijzen & Valkenburg, 2002; Schor, 2004). Willy Wonka, de kinderheld van weleer, is een vette verleider geworden.

Steeds vaker rijst de vraag hoe ouders, scholen, beleidsmakers en andere betrokkenen deze toenemende commerciële druk het hoofd kunnen bieden. Instanties als de Hartstichting en de Consumentenbond pleiten voor een verbod op voedingsreclame gericht op kinderen. Zo’n verbod stuit echter op veel weerstand. Fabrikanten van kinderproducten en mediabedrijven hebben economische belangen te verdedigen, en de overheid probeert haar huidige beleid van zelfregulering zoveel mogelijk te handhaven. Ook in wetenschappelijke kringen heerst twijfel over de zin van een reclameverbod. Naast de vraag of het haalbaar is kinderen af te schermen van reclame, is het onzeker of zo’n verbod het gewenste effect



zal hebben. Kinderen groeien op in een commerciële consumptiesamenleving en moeten ook de kans krijgen te leren omgaan met commercie en reclame.

In plaats van kinderen af te schermen is het zinvoller ze te helpen zich te verweren tegen commercie (Buijzen & Valkenburg, 2005b). Het leren omgaan met marketing hoort bij de ontwikkeling van het kind tot consument. Met andere woorden, in plaats van de hoop te vestigen op een reclameverbod lijkt het vruchtbaarder meer aandacht te besteden aan de weerbaarheid van het kind. Een dergelijke aanpak vergt inzicht in het aanbod en de werking van marketing. In dit essay komt daarom aan de orde hoe kinderen worden benaderd door de commercie, hoe marketing werkt en welke kinderen meer of minder ontvankelijk zijn voor de ongewenste effecten ervan. Aan de hand van deze inzichten wordt ten slotte aangegeven hoe kinderen weerbaar gemaakt kunnen worden en welke rol betrokken partijen hierin kunnen spelen.

## MARKETING VOOR KIDS

Kinderen vormen een aantrekkelijke en veelzijdige doelgroep voor adverteerders, niet alleen omdat zij zelf geld te besteden hebben, maar vooral ook door hun toenemende invloed op gezinsbestedingen. De commerciële interesse in de kindermarkt is de afgelopen decennia enorm toegenomen (European Heart Network, 2005). Naast welbekende marketingvormen, zoals televisie-, radio- en printreclame, worden kinderen benaderd via evenementen, internet websites, sms, frisdrankautomaten op scholen en 'product placement' in populaire programma's, zoals *GTST* en *ZOOP*. De chips, frisdrank en ijsjes die worden genuttigd door de acteurs in deze series zijn meestal geen willekeurige keuze van de productie maatschappij. In de Verenigde Staten, waar kinderen al sinds de jaren zestig als serieuze consumenten worden gezien en waarvandaan de meeste marketingtrends overwaaien naar ons land, worden verborgen methoden steeds populairder. Voorbeelden daarvan zijn programmalange commercials, guerrillamarketing en virale campagnes, waarbij trendsettende kinderen worden gerekruteerd om nieuwe producten bij hun vriendjes te promoten. Hoewel ook in Nederland alternatieve marketingvormen, zoals commerciële websites en gesponsorde evenementen toenemen in populariteit, gaat het grootste deel van de advertentiebestedingen nog steeds naar televisiereclame.

Het uitstippelen van marketingstrategieën vond lange tijd plaats op basis van onderbuikgevoelens van creatieven en marketeers. Mede door de professionalisering van de kindercommercie wordt de laatste jaren echter steeds meer waarde gehecht aan marktonderzoek. De afgelopen tien jaar zijn op de jeugd gespecialiseerde onderzoeks- en marketingbureaus als paddestoelen uit de grond geschoten. Voordat een product wordt ontwikkeld en op de markt gezet, wordt de kinderconsument eerst uitvoerig gepolst. Onderzoeksbureaus ontwikkelen steeds betere methoden om de consument te doorgronden. Naast klassieke methoden zoals surveys en focusgroepen, worden nu ook jonge trendsetters geïnterviewd en worden gezinnen thuis bezocht voor uitgebreide observaties van het dagelijkse gezinsleven.

Op deze manier ontwikkelen adverteerders steeds verfijndere strategieën om de kinderconsument aan te spreken. Was marketing ooit bedoeld om een doelgroep te informeren over het bestaan van een product, vandaag de dag draait de promotie van producten vooral om het overbrengen van een gevoel. Op kinderen gerichte marketing kenmerkt zich door de manier waarop wordt ingespeeld op tijdloze behoeften en waarden van kinderen (Acuff & Reiher, 1998). Een veelgebruikte strategie is de zogenaamde ‘kids empowerment’, waarbij de eigen identiteit van het kind wordt benadrukt (Schor, 2004). In de marketingwereld zijn kinderen geen volwassenen-in-wording, maar kids: een zelfredzame, mondige en geëmancipeerde groep. Marketeers nemen kids serieus als een opzichzelfstaande groep met een eigen taal, eigen communicatiemiddelen en eigen producten.

## **DANOONTJE POWERRR EN BOB DE BOUWER**

Een duidelijk voorbeeld van de kids empowerment-strategie is terug te vinden in de ‘Danootje powerrr’-campagne, waarbij een klein meisje bovennatuurlijke krachten krijgt van de kinderyoghurt en de volwassenen om haar heen aftroeft. De strategie wordt ook toegepast bij de ontwikkeling en innovatie van producten, waarbij alledaagse producten worden aangepast aan de specifieke leefwereld van kinderen. Met producten als groene ketchup, pasta in de vorm van frietjes en diepvriesmaaltijden in een speelkoffer wordt een aparte wereld voor kinderen gecreëerd, waarmee ze zich kunnen onderscheiden van de saaie volwassenenwereld.

Bij de promotie van producten wordt ook gebruikgemaakt van elementen uit andere gebieden van de jeugdcultuur. Een populaire strategie is het verbinden van populaire kinderidolen en cartoonfiguren aan producten (European Heart Network, 2005). In de schappen van de supermarkt, op verpakkingen van koekjes, toetjes, pasta en soep, domineren televisiehelden, zoals Bob de Bouwer, K3, Kabouter Plop en Spongebob Squarepants. En met succes: een recente observatiestudie in Nederlandse supermarkten laat zien dat kinderen erg vaak refereren aan deze figuren als ze vragen om producten (Van der Ven, 2003). Kinderhelden worden ook vaak ingezet in de vorm van speelgoed dat wordt aangeboden bij een product. Het speelgoed dat kinderen kunnen verzamelen door aankoop van een McDonald’s Happy Meal wordt door velen gezien als de belangrijkste verklaring voor het succes van de hamburgergigant op de kindermarkt (Schor, 2004).

Adverteerders zijn ook goed op de hoogte van andere waarden en behoeften die leven bij jongens en meisjes in verschillende leeftijdsgroepen. In voedingsmiddelenreclames voor jonge kinderen overheersen aansprekende thema’s zoals plezier, spelen, actieavontuur, lekkere smaak en, bovenal, humor. In reclames voor oudere kinderen wordt meer gerefereerd aan ‘cool’-zijn, energie, sport- en activiteitentema’s, die vaak gekoppeld worden aan suikerhoudende producten. Het thema gezondheid komt zelden voor: in een analyse van commercials op de meest bekeken kinderzenders refereerde slechts drie procent van de reclames voor voedingsmiddelen hieraan (Buijzen & Valkenburg, 2002).

## DE INVLOED VAN RECLAME OP KINDEREN

Marketing voor kids kan op verschillende manieren effect hebben. Doelstellingen van adverteerders zijn onder meer het vergroten van de naamsbekendheid van het product en (uiteeraard) het verhogen van de verkoopcijfers. Omdat kinderen zelf relatief niet zoveel koopkracht hebben, trachten marketeers vaak om kinderen aan te sporen de geadverteerde producten te vragen bij hun ouders (Gunter e.a., 2005; McNeal, 1992). Deze marketinginspanningen blijven niet onbeloofd: kinderen die vaker reclame zien, vragen hun ouders vaker om geadverteerde producten. Dit geldt niet alleen voor speelgoed en kleding, maar ook voor wat er thuis op tafel komt: in de supermarkt vragen kinderen die geregeld televisiekijken hun ouders vaker om de bekende merken, zoals Haribo, Lay's en Danootje (Estoppey, 2006)

Omdat voedingsmiddelenmarketing voornamelijk bestaat uit het promoten van ongezonde producten, kan een voorkeur voor geadverteerde producten nadelige gevolgen hebben voor de gezondheid van kinderen. Uit internationaal onderzoek blijkt inderdaad dat kinderen die meer reclame zien, vaker ongezonde eetgewoonten ontwikkelen en op lange termijn een grotere kans hebben op overgewicht en zelfs obesitas (Buijzen & Valkenburg, 2005a; Hastings e.a., 2003).

De invloed van reclame op ongezonde eetgewoonten en overgewicht is echter niet voor alle kinderen gelijk. De mate waarin kinderen beïnvloed worden door reclame is met name afhankelijk van leeftijd en opvoeding (Buijzen & Valkenburg, 2005a). Om inzicht te krijgen in de weerbaarheid van kinderen tegen voedingsmiddelenmarketing, is het dan ook nodig te begrijpen hoe en waarom deze factoren de invloed van reclame afzwakken dan wel versterken.

## WEERBAARHEID KOMT MET DE JAREN

Jonge kinderen zijn gevoeliger voor de effecten van marketing dan tieners en volwassenen. Gedurende de kindertijd ontwikkelen kinderen een breed scala aan reclame- en consumentenvaardigheden, waarmee ze geleidelijk weerbaarder worden tegen de effecten van marketing. In het geval van voedingsmiddelenmarketing hebben deze vaardigheden betrekking op inzicht in reclame, kritisch consumentengedrag en gezondheidsbewustzijn.

In de loop van hun kindertijd leren kinderen wat reclame en marketing inhoudt en gaan ze inzien dat reclameboodschappen bedoeld zijn om producten te verkopen. Kinderen die nog geen kritische houding ten aanzien van reclame hebben ontwikkeld, zijn gemakkelijker te overreden door een commerciële boodschap (Gunter e.a., 2005; John, 1999). Tot de basisschoolleeftijd begrijpen kinderen nog niet goed het onderscheid tussen commerciële en niet-commerciële inhoud en zien ze reclame vaak als entertainment. Het inzicht dat reclame wordt gemaakt om een product te verkopen, ontstaat bij de meeste kinderen rond het zevende levensjaar. Vanaf die leeftijd ontwikkelen kinderen een voortschrijdend inzicht in reclame- en marketingtechnieken en leren ze hoe bepaalde technieken worden

ingezet om anderen te overtuigen. Hiermee samenhangend ontstaat een toenemende kritische houding ten aanzien van marketing.

Naast deze specifieke reclamevaardigheden wordt de weerbaarheid van kinderen ook bepaald door meer algemene consumentenvaardigheden. Kinderen worden niet geboren als consument, maar ontwikkelen in de loop der jaren allerlei vaardigheden die nodig zijn om te kunnen functioneren in de consumptiemaatschappij (Valkenburg, 2002). Kinderen voelen al op jonge leeftijd behoeften en voorkeuren voor bepaalde producten. Maar pas in de loop van de kindertijd leren zij acties te ondernemen om deze behoeften te bevredigen, producten te vergelijken en kritisch te evalueren. Ook verkrijgen ze inzicht in de waarde en functie van geld. Kennis over een gezonde levenswijze is eveneens van belang. Bewustzijn van het belang van een gezond eet- en bewegingspatroon is essentieel voor het kritisch verwerken van reclameboodschappen over aantrekkelijke maar ongezonde producten.

## **OPVOEDING TOT WEERBAAR CONSUMENT**

De ontwikkeling van reclame- en consumentenvaardigheden vindt in hoge mate plaats binnen de context van het gezin: kinderen en ouders kijken samen televisie, eten samen en doen vaak samen boodschappen. Ouders en verzorgers spelen dan ook een belangrijke rol in de opvoeding van het kind tot weerbaar consument.

Om te beginnen hebben ouders verschillende manieren om met reclame om te gaan. Sommige ouders laten hun kinderen bijvoorbeeld geen televisiekijken, of alleen naar zenders waar minder reclame op wordt uitgezonden. Deze beschermende methoden zijn echter weinig effectief. Kinderen komen immers op talloze andere manieren in aanraking met commerciële uitingen (Buijzen & Valkenburg, 2005b). Een effectievere manier om kinderen weerbaar te maken is uitleg te geven over reclame. Ouders kunnen hun kinderen bijvoorbeeld leren wat het doel van reclame is, of ze kunnen commentaar leveren tijdens het kijken naar commercials. Aangeven welke reclametechnieken worden gebruikt, of simpelweg een negatieve mening geven over het geadverteerde product zijn beproefde methoden om de effecten van reclame af te zwakken (Mens & Buijzen, 2006).

Ouders hebben ook een belangrijk aandeel in het aanleren van consumentenvaardigheden. Door kinderen mee te nemen naar de supermarkt en te overleggen over de aankoop van producten, dragen ouders daaraan bij. Kinderen uit gezinnen waar veel aandacht wordt besteed aan dit soort consumentenopvoeding zijn over het algemeen minder ontvankelijk voor de effecten van reclame dan kinderen uit gezinnen waar minder wordt gepraat over commercie en consumeren (Buijzen & Valkenburg, 2005b).

Voor een optimale weerbaarheid tegen voedingsmiddelenmarketing is het tot slot belangrijk dat kinderen ook leren wat een gezonde levensstijl en een gezond eetpatroon inhoudt. Ook hier vervullen ouders een cruciale rol. Ouders praten met hun kinderen over wat gezond is en wat niet, stellen regels over snoepen en snackgedrag en hebben een voorbeeldfunctie als het gaat om voedings- en bewegingspatronen van kinderen.

## **TIJD VOOR PARENT EMPOWERMENT**

Hoewel ouders dus een belangrijk aandeel hebben in de opvoeding van het kind tot weerbaar consument, zijn zij vaak onzeker over hun rol. De commerciële druk is de afgelopen decennia dermate opgelopen dat veel ouders niet meer weten hoe deze het hoofd te bieden. Ze weten niet hoe ze met reclame en commercie om moeten gaan, maar ook niet wat een gezonde levensstijl inhoudt. Bovendien heerst in hedendaagse gezinnen in het algemeen steeds meer onzekerheid over opvoeding en omgang met kinderen. Door het toenemend aantal tweeverdieners, echtscheidingen en eenoudergezinnen, spenderen ouders steeds minder tijd aan hun kinderen. De tijd die samen wordt doorgebracht moet harmonieus en gezellig zijn, wat gepaard kan gaan met conflictvermijding en angst voor confrontaties.

Met andere woorden, de ouders van vandaag kunnen wel wat hulp en stimulans gebruiken. Het is tijd voor 'parent empowerment'! Aan de ene kant kunnen ouders geholpen worden bij de opvoeding door zelf geïnformeerd en gestimuleerd te worden. Ouders dienen bewust te worden gemaakt van de overgewichtproblematiek en van hun belangrijke rol hierin. Hoe kunnen zij omgaan met het zeurgedrag van hun kinderen, wat houdt een gezond dieet in en wat niet? Een goed voorbeeld van een dergelijke, op ouders gerichte aanpak vormt het project Vette verleiders, een samenwerking tussen de Hartstichting en Teleac. Dit project bestaat onder andere uit voorlichtingsavonden en opvoedkundige televisieprogramma's, waarin ouders worden geïnformeerd over een gezonde levensstijl en het omgaan met voedingsmiddelenmarketing ([www.hartstichting.nl](http://www.hartstichting.nl)).

Aan de andere kant kan de opvoeding worden aangevuld met projecten en campagnes die direct op het kind gericht zijn. In veel Europese landen wordt bijvoorbeeld steeds meer aandacht besteed aan reclame-educatie op scholen. In Nederland is onlangs het project ReklameRakkers van start gegaan, een lesprogramma voor basisscholen gericht op het versterken van het commercieel bewustzijn van kinderen ([www.reclamerakkers.nl](http://www.reclamerakkers.nl)). Het lespakket is sinds de start in 2005 gebruikt op ruim vierduizend scholen en wordt door zowel leerkrachten als leerlingen positief ontvangen. In de toekomst moet onderzocht worden in hoeverre het lesprogramma de weerbaarheid van kinderen daadwerkelijk vergroot.

## **EN WAT DOET WILLY WONKA?**

Er zijn grenzen aan de weerbaarheid van kinderen tegen reclame en commercie. Zelfs wanneer een kind de reclame- en consumentenvaardigheden heeft ontwikkeld om een commerciële boodschap kritisch te verwerken, kan het geadverteerde product nog steeds erg aantrekkelijk zijn. Ook blijven sommige marketingtechnieken moeilijk te doorzien (Valkenburg, 2002). Het gebruik van televisiehelden in commercials maakt het onderscheid tussen programma's en reclame bijvoorbeeld minder duidelijk. Ook nieuwe marketingvormen, zoals internetreclame en sponsoring, zijn moeilijker als reclame te herkennen.

De strategie om de weerbaarheid van kinderen en ouders te versterken wordt ondergraven als tegelijkertijd de commerciële druk alleen maar toeneemt en adverteerders steeds verfijndere en meer verborgen technieken ontwikkelen om de kindermarkt te bereiken. In het publieke debat wordt dan ook steeds dringender een appel gedaan op de maatschappelijke verantwoordelijkheid van de voedingsmiddelensector. Deze gaat daar op verschillende manieren mee om.

De verantwoordelijkheid van het bedrijfsleven ligt tot op zekere hoogte besloten in het Nederlandse systeem van zelfregulering. In de Nederlandse Reclame Code zijn regels en richtlijnen opgenomen met betrekking tot reclame en marketing. Op aandringen van de overheid zijn recentelijk aanvullende gedragscodes ontwikkeld. Zo is de Reclame Code aangevuld met de Kinderreclamewijzer en heeft de voedingsmiddelenbranche een gedragscode opgesteld voor voedingsmarketing. Helaas bestaat er nog steeds geen toezicht op de naleving van de codes en is het onduidelijk in hoeverre deze aanscherpingen de situatie daadwerkelijk verbeteren.

Sommige marktpartijen geven invulling aan hun maatschappelijke verantwoordelijkheid door mee te werken aan projecten gericht op het welzijn van kinderen. Een aantal adverteerders heeft zich bijvoorbeeld verbonden aan het eerdergenoemde project ReklameRakkers. Recentelijk is ook een trend ontstaan om de bedrijfsnaam te verbinden aan gezondheidsprojecten als de Heart Dance Award en de Nationale Sportweek. Opvallend is dat deze initiatieven zich voornamelijk richten op het promoten van beweging, terwijl in deze sector juist veel kennis bestaat over consumptiepatronen en hoe deze te beïnvloeden. Dat heeft wellicht te maken met de in de voedingsmiddelenbranche veelgehoorde redenering dat het probleem van overgewicht niet zozeer veroorzaakt wordt door een toename in de consumptie van calorierijke (geadverteerde) voeding, maar door gebrek aan beweging.

De trend van maatschappelijk verantwoord marketen heeft ontegenzeggelijk positieve kanten. Maar dergelijke initiatieven moeten toch met enige terughoudendheid worden gezien. Producenten en adverteerders hebben te maken met een negatieve publieke opinie, druk van de Nederlandse overheid en een dreigende regelaanscherping op Europees niveau. De toekomst moet uitwijzen of de goede bedoelingen van de sector waargemaakt worden, of slechts pogingen zijn om het geschonden imago te herstellen en overheidsingrijpen te voorkomen. Bovendien wordt de kern van de zaak niet aangepakt: de nadruk in voedingsmarketing voor kinderen blijft liggen op ongezonde producten. Het is de grote vraag of we meer mogen verwachten van het bedrijfsleven. Ligt de verantwoordelijkheid voor wat en hoeveel er wordt geconsumeerd uiteindelijk niet bij kinderen en ouders? Of is er behoefte aan meer overheidsbemoediging?

## **EIGEN SCHULD, DIKKE BULT?**

De overheid legt in haar huidige beleid sterk de nadruk op de eigen verantwoordelijkheid van consument en producent. Er is uiteraard aandacht voor het probleem van overgewicht, maar die uit zich voornamelijk in het aansporen van andere partijen om tot actie over te gaan. Zo heeft de minister van Volksgezond-

heid de voedingsmiddelenbranche onder druk gezet om met een eigen marketingcode te komen, en heeft de staatssecretaris van Cultuur en Media aandacht gevraagd voor het vergroten van de reclameweerbaarheid van kinderen.

Deze aansporingen ten spijt gaat de overheid nog sterk uit van het principe eigen schuld, dikke bult: kinderen en ouders zijn primair verantwoordelijk voor wat er geconsumeerd wordt. Met de toenemende commerciële druk en de ernst van de overgewichtproblematiek is echter meer nodig dan ad-hocoplossingen en aansporingen. Kinderen, ouders en voedingsmiddelenproducenten hebben baat bij een duidelijke visie van en een strakkere regie door de overheid.

Ten eerste zou de overheid in samenspraak met producenten en adverteerders moeten zorgdragen voor een verantwoorde commerciële leefomgeving van kinderen. Dit beleid moet verder gaan dan alleen aansporingen. Om te beginnen moeten specifieke en bindende afspraken worden gemaakt met de betrokken partijen om de commerciële druk op kinderen te verminderen. De vette verleider moet aan banden: minder marketing voor Big Five-producten, duidelijk herkenbare marketingtechnieken en geen marketing gericht op jonge kinderen die reclame nog niet goed doorzien. In dit beleid moet ook geanticipeerd worden op ontwikkelingen in de marketingwereld, waar verborgen marketing- en onderzoeksmethoden in opkomst zijn. Het is daarbij essentieel dat de overheid ook toeziet op naleving van de gemaakte afspraken en codes.

Daarnaast zou de overheid het voortouw moeten nemen in het coördineren, stimuleren en evalueren van initiatieven om de gezondheid van kinderen te promoten. Het huidige, passieve beleid kent een hoge mate van versnippering. Bovendien is niet duidelijk in hoeverre bestaande initiatieven als Zeg vaker nee!, Vette verleiders en de Stimuleringsprijs gezonde schoolkantine, de situatie voor kinderen in de praktijk daadwerkelijk verbeterd hebben. Voor een succesvolle gezondheids campagne is het van belang dat goed gebruik wordt gemaakt van bestaande kennis over een gezonde levenswijze en van marketinginzichten over de doelgroep. De overheid zou er dan ook goed aan doen samenwerkingsverbanden te stimuleren en subsidies te verlenen voor professioneel opgezette campagnes en projecten.

Tot slot zou reclame- en consumenteneducatie opgenomen moeten worden in het reguliere basisschoolcurriculum. Nederlandse kinderen groeien op in een consumptiemaatschappij, waarin een adequate omgang met reclame een voorwaarde vormt voor een volwaardig functioneren. En dat geldt niet alleen voor de omgang met voedingsmiddelenmarketing. Ook bij het kiezen van bijvoorbeeld zorgverzekeringen of energieleveranciers moet de consument in staat zijn producten te vergelijken, keuzes te maken en deze te evalueren. Een maatschappij die steeds meer uitgaat van het model van de vrije markt vraagt om consumenten met een daarop toegesneden handelingsrepertoire. Beleid dat de eigen verantwoordelijkheid van de consument onderstreept, kan alleen werken als de overheid voorwaarden schept waarbinnen deze verantwoordelijkheid kan worden gerealiseerd. Kortom, geen beleid van eigen schuld, dikke bult, maar 'kids' en 'parents empowerment' om slim en sterk genoeg te staan tegenover het marketinggeweld van de Willy Wonka's van vandaag en morgen.







# De voedingsindustrie en overgewicht: MVO op zijn smalst?

Ronald Jeurissen & Alberic Pater

## MAAK JE NIET DIK

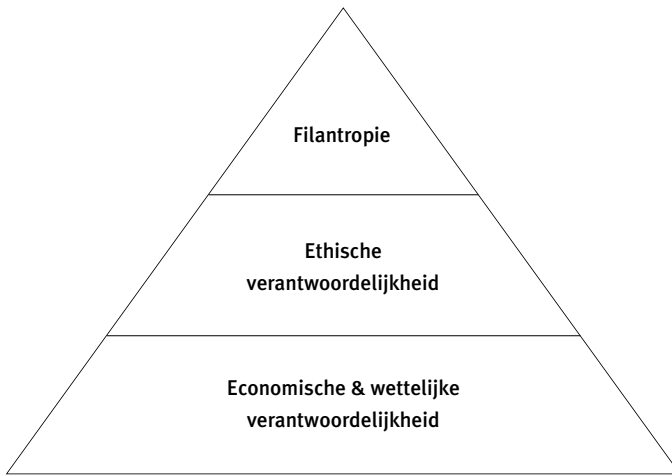
Maak je niet dik! Voor velen van ons is dit makkelijker gezegd dan gedaan. Hoewel dun nog steeds de mode is en we weten dat al te dik ongezond is, worden we steeds dikker. Bewegen we te weinig of zijn we ten prooi gevallen aan een collectieve vraagzucht? Moeten we daar in de nabije toekomst de prijs voor betalen, als we er geen gezonder dieet op na gaan houden? Is hierbij ook een rol weggelegd voor de aanbieders van al dat lekkers, de voedingsindustrie? In dit essay gaan we in op de vraag welke verantwoordelijkheid voedingsproducenten hebben om in actie te komen om overgewicht tegen te gaan. Tevens bespreken we de maatregelen waarmee de voedingsindustrie momenteel reageert op het probleem van overgewicht. We baseren ons daarbij op recente ideeën over maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO).

## DE WAARDE(N) VAN VERANTWOORDELIJKHEID EN FILANTROPIE

De Sociaal-Economische Raad (SER) publiceerde in 2000 het invloedrijke rapport *De winst van waarden*. Volgens dit rapport houdt maatschappelijk verantwoord ondernemen in dat bedrijven een bijdrage leveren aan de maatschappelijke welvaart op langere termijn en dat ze daarvoor een dialoog dienen aan te gaan met hun belanghebbenden. Daarbij tekent de SER aan dat MVO een vrijwillige activiteit is van ondernemingen, die primair betrekking heeft op hun kernactiviteiten. Dat wil zeggen dat de maatschappelijke verantwoordelijkheid van bedrijven (de gevolgen van) het primaire productieproces betreft. Een adviesbureau dat schooltjes bouwt in Afrika, geldt niet als maatschappelijk verantwoord wanneer dit bureau niet ook haar kernactiviteiten – het leveren van adviesdiensten – op een verantwoorde manier uitvoert.

In de jaren tachtig raakte het aandeelhouderskapitalisme steeds meer in zwang. Hierin werd winst niet langer als een beloning voor goed ondernemerschap beschouwd, maar steeds meer als een doel op zich. In de hoogtijdagen van het aandeelhouderskapitalisme werd zelfs uitdrukkelijk gesteld dat de enige verantwoordelijkheid van een onderneming is om het financieel gewin van de eigenaars te maximaliseren, binnen de grenzen van de wet. De notie van maatschappelijk verantwoord ondernemen ontstond in diezelfde tijd, als een correctie op deze beperkte invulling van de maatschappelijke functie van bedrijven.

Volgens de logica van MVO zijn ondernemingen niet alleen verantwoordelijk voor de welvaart van de aandeelhouders, maar ook voor de belangen van andere betrokkenen, zoals werknemers, leveranciers, klanten, concurrenten en de samenleving als geheel. Overigens zijn de belangen van aandeelhouders en andere belanghebbenden niet altijd tegenstrijdig. Optimisten gaan uit van een win-win-situatie en verwoorden dit treffend in de slogan 'doing well by doing good'. MVO wordt dus gekenmerkt door een breed welvaartsbegrip, waaraan tevens een brede opvatting van ondernemingsverantwoordelijkheid is gekoppeld. De Amerikaanse bedrijfskundige Archie Carroll (1991) onderscheidt binnen het concept MVO diverse niveaus van verantwoordelijkheid.



Zoals de MVO-piramide laat zien, wordt de basis gelegd door economische en juridische verantwoordelijkheid. Winst is een voorwaarde voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. Ook de SER stelt dat MVO alleen duurzaam kan zijn wanneer het strookt met de rendementsdoelstelling die ondernemingen nu eenmaal eigen is. Een onderneming moet immers winst maken om ook in de toekomst te kunnen blijven opereren. Deze voorwaarde van gezonde financiële resultaten is evenwel geen vrijgeleide voor ondernemingen. Bedrijven zijn, net als burgers, onderdeel van de maatschappij en hebben daarom ook een juridische verantwoordelijkheid. De samenleving eist simpelweg dat bedrijven zich houden aan de geldende wetten en regels, zoals het minimumloon of milieuwetgeving.

De tweede laag heeft betrekking op de ethische verantwoordelijkheid van ondernemingen. Deze betreft de maatschappelijk geldende waarden en normen waaraan het bedrijf moet voldoen, zelfs als deze verder gaan dan de wet voorschrijft. Van 'wat moet' gaan we hier over naar 'wat hoort'. Deze ethische verantwoordelijkheid kan zowel van een positieve als van een negatieve kant worden belicht. Negatief probeert de onderneming te vermijden dat er door de productie en consumptie van goederen of diensten 'schadeposten' ontstaan, zoals milieuo-

vervuiling of gezondheidsschade. Van een positieve kant bekeken, tracht een verantwoordelijke onderneming bij te dragen aan het bevorderen van welvaart in brede zin, bijvoorbeeld door te helpen bij de integratie van minderheden of door een innovatief milieu- en gezondheidsbeleid.

De top van de MVO-piramide wordt gevormd door filantropie, oftewel maatschappelijke betrokkenheid. We gaan hier nog een stapje hoger: van 'wat hoort' naar het niveau van de bijzondere verdienstelijkheid. Veel bedrijven doen vrijwillig investeringen in de samenleving die buiten de gangbare bedrijfsprocessen vallen. Voorbeelden zijn vrijwilligerswerk of donaties aan goede doelen. In tegenstelling tot beide vorige niveaus hebben ondernemingen geen morele verplichting tot filantropie. Bovendien heeft filantropie alleen waarde wanneer de onderneming haar economische, juridische en ethische verantwoordelijkheden serieus aanvaardt. Filantropie is géén aflat.

Het tweede kenmerk van maatschappelijk verantwoord ondernemen dat de SER noemt is de dialoog met belanghebbenden. Verantwoordelijkheid wordt altijd afgelegd of aanvaard ten overstaan van anderen. Een bedrijf kan niet in zijn eentje de grenzen trekken van zijn verantwoordelijkheid. Anderen zijn nodig om duidelijk te maken wat er van je verwacht wordt. Zo ondervond olieproducent Shell in 1995 hardhandig dat de maatschappij het afzinken van het olieopslagplatform Brent Spar niet verantwoord achtte. Dit betekent dat MVO moet zijn ingebed in een serieuze dialoog met belanghebbende partijen. De SER (2000: 17) zegt in dit verband het volgende.

'In de huidige fase van maatschappelijke ontwikkeling wordt van ondernemingen verwacht dat zij antwoord geven op gerechtvaardigde vragen vanuit de maatschappij, opening van zaken willen geven en bereid zijn een voortdurende dialoog met diverse belanghebbenden aan te gaan.'

## **BEGRENSEDE VERANTWOORDELIJKHEID**

MVO houdt geen onbegrensd verantwoordelijkheid voor bedrijven in. Ondernemingen zijn immers geen overheidsorganisaties of liefdadigheidsinstellingen. De concurrentie dwingt ondernemingen op de kosten te letten. Dat stelt een grens aan de uitoefening van maatschappelijke verantwoordelijkheid. Bedrijven kunnen drie criteria gebruiken om deze grenzen in kaart te brengen.

1. Hoe zwaar wegen de belangen die in het geding zijn?
2. Hebben wij de situatie (mede) veroorzaakt?
3. Wat is onze invloed op de situatie?

Deze drie criteria kunnen we gebruiken om de verantwoordelijkheid van de voedingsindustrie voor het probleem van het overgewicht in kaart te brengen. De verantwoordelijkheid van de industrie wordt groter naarmate de belangen die ermee samenhangen groter zijn; naarmate er een duidelijker verband bestaat tussen de

activiteiten van de voedingsindustrie en de toename van overgewicht; en naarmate de voedingsindustrie over meer mogelijkheden beschikt om iets te doen aan overgewicht.

Er hoeft overigens geen oorzakelijk verband te zijn om bedrijven verantwoordelijkheid toe te dichten. Een maatschappelijk probleem als overgewicht valt immers niet altijd – of zelfs hoogst zelden – toe te schrijven aan een enkele onderneming. Toch kan een onderneming (mede)verantwoordelijk worden gehouden voor de oplossing van het probleem, omdat zij haar invloed ten goede kan aanwenden. De campagne van Heineken voor ‘Verantwoord alcoholgebruik’ is sterk gebaseerd op de gedachte dat deze bierbrouwer invloed heeft op het drinkgedrag. De campagne wil juist af van het mogelijke oorzakelijke verband tussen de productie en verkoop van bier, en alcoholmisbruik.

Wanneer we de drie criteria van MVO toepassen op de voedingsindustrie en overgewicht, rijst om te beginnen de vraag of het hier om zwaarwegende belangen gaat. Dat lijkt inderdaad het geval te zijn. De gevolgen van overgewicht zijn ingrijpend, zowel persoonlijk als maatschappelijk. Zie bijvoorbeeld de prognose dat het huidige percentage obese volwassenen van elf procent zal stijgen naar vijftien à twintig procent in 2015 (Gezondheidsraad, 2003). En volgens de Wereldgezondheidsorganisatie vormt overgewicht een van de hoofdoorzaken van chronische ziekten als diabetes en hart- en vaatziekten (WHO, 2005). Dit zijn gegevens die er niet om liegen.

Naast het effect op de persoonlijke gezondheid heeft overgewicht ook maatschappelijk gevolgen. Volgens schattingen liepen in 2004 in Nederland de medische kosten gerelateerd aan overgewicht op tot vijfhonderd miljoen euro. Bovendien zou als gevolg van overgewicht circa twee miljard euro verloren zijn gegaan door ziekteverzuim en arbeidsongeschiktheid (NIGZ, 2002). Tel daarbij op dat volgens de Amerikaanse Council on Size and Weight Discrimination mensen met ‘een meer dan gemiddeld gewicht’ in toenemende mate worden gediscrimineerd. Het is aannemelijk dat Nederland niet gevrijwaard is van deze constatering en dat mensen met ernstig overgewicht worden gestigmatiseerd (zie hiervoor ook het essay van Inez de Beaufort).

## **MAAKT DE VOEDINGSINDUSTRIE ONS DIK?**

Ieder pondje gaat door het mondje. Wie niet dik wil worden heeft de vrije keus om een matig dieet te hanteren. Bovendien is onvoldoende beweging een belangrijke oorzaak voor het toenemende overgewicht. Deze populaire opvattingen over zwaarlijvigheid worden vaak als morele excuses voor de voedingsindustrie gebruikt. Volgens deze uitgangspunten ligt de oorzaak van overgewicht primair bij de consument die toetast, niet bij de leverancier die enkel optast (criterium 2). Bovendien heeft de voedingsindustrie geen greep op het bewegingspatroon van burgers en daarmee is haar invloed op de situatie gering (criterium 3). Conclusie: de beker der verantwoordelijkheid lijkt hier stilletjes aan de voedingssector voorbij te gaan. Maar kloppen deze redeneringen wel?

Sommige onderzoekers beweren dat de algehele gewichttoename voorname-lijk valt toe te schrijven aan bewegingsarmoede en niet aan te veel eten. Bijna de helft van de volwassen Nederlanders beweegt te weinig. Het energieverbruik van het lichaam is afgenomen door verregaande automatisering en mechanisering. Door de transitie naar een diensteneconomie is lichamelijke arbeid in Nederland praktisch verdwenen. Ook in het huishouden heeft mechanisering haar intrede gedaan. Door de introductie van de auto, de stofzuiger, de (af)wasmachine en de wasdroger zijn de dagelijkse inspanningen sterk afgenomen. Ook ruimtelijke factoren hebben invloed op het bewegingspatroon. De infrastructuur van veel woonwijken is niet bevorderlijk voor lichaamsbeweging. Door druk verkeer en weinig veilige speelplaatsen in de wijk wordt het kinderen steeds moeilijker gemaakt om te bewegen.

Uiteraard kan de voedingsindustrie niet verantwoordelijk worden gesteld voor het feit dat mensen te weinig bewegen. Maar door te benadrukken dat bewe-gingsarmoede een belangrijke oorzaak is van overgewicht, kan – bedoeld of onbe-doeld – de verantwoordelijkheid van de voedingsindustrie naar de achtergrond worden gedrukt.

De westerse maatschappij is geëvolueerd in een ‘gemakssamenleving’ waarin een hedonistische levensstijl centraal staat. Daarbij lijkt ons leven drukker dan ooit. Een van de gevolgen daarvan is dat er minder tijd overblijft voor de bereiding van maaltijden (zie ook het essay van Kees de Hoog). De consument zoekt daarom steeds meer zijn toevlucht in kant-en-klaarmaaltijden die relatief weinig groenten en veel vet bevatten. Ook wordt steeds vaker buitenshuis gegeten. Niet alleen in de bekende fastfoodketens, maar ook in de bedrijfskantine en de snackbar (Eagle e.a., 2004). Deze maaltijden zijn over het algemeen minder voed-zaam en energierijker dan een thuisbereide maaltijd. Bovendien neemt het ‘graas-gedrag’ toe: we eten vaker tussendoortjes, niet zozeer als vervanging van de tradi-tionele hoofdmaaltijd maar als extraatje. Met de toename van het aantal eetmomenten stijgt de dagelijkse calorie-inname. Kortom, in de gemakssamenle-ving eten we te energierijk, te veel en te vaak.

De voedingsindustrie speelt gretig in op de hang naar snelheid en gemak. Door de consument steeds meer fasen van de voedselbereiding uit handen te nemen, creëert de voedingsindustrie een meerwaarde waarvoor de consument wil betalen. Het wordt echter steeds duidelijker dat het aanbod van gemaksvuedsel tot versterking van de energiebalans bij de consument kan leiden. Met andere woor-den, doordat de voedingsindustrie direct betrokken is bij de verbreiding van gemaksvuoding, kan een eerste causaal verband worden gelegd tussen de activitei-ten van de voedingsindustrie en het ontstaan van overgewicht.

## **DE MYTHE VAN DE AUTONOME CONSUMENT**

‘Guns don’t kill, people do’, zegt de Amerikaanse vuurwapenlobby graag. Zoiets zou je ook kunnen zeggen over voedingsmiddelen: ‘slagroom maakt niet dik, te veel slagroom eten maakt je dik.’ Zowel de redenering van de vuurwapenlobby als het excuus van de voedingsindustrie gaat uit van de eigen verantwoordelijkheid

van het individu. Het ideaal van de autonome consument is een argument dat bedrijven graag hanteren. Omdat ons vrije marktdenken erop is gebaseerd, wordt het vaak voor waar aangenomen. Maar autonomie is een gradueel en geen absoluut begrip. Niemand is helemaal autonoom. Een belangrijke vraag is dan ook of de consument voldoende autonoom kan blijven onder de toenemende druk die reclame en marketing op hem uitoefenen.

Een koekje op tafel loopt beduidend meer kans om te worden opgegeten dan een koekje in de kast. Eten zien doet eten. Door de grote verkrijgbaarheid van snoep en snacks kan de consument er steeds moeilijker omheen. Bovendien kunnen de keuzes van de consument sterk worden beïnvloed door inventieve marketing van voedselproducenten. Wereldwijd wordt er jaarlijks veertig miljard dollar besteed aan reclame voor voedsel en snoep. Reclame leert consumenten hoe gezellig, ontspannend en acceptabel het is om van alles tussendoor te eten en om de klok rond te snoepen. De marketinginspanningen van de voedingsindustrie hebben precies dat beoogd en bereikt wat de tabaksindustrie ook altijd voor ogen had: de *normalisatie* van de consumptie van hun producten. Het kindersegment wordt effectief geëxploiteerd door gratis ‘goodies’ en rageartikelen, zoals de flipflo. In de Verenigde Staten leren kinderen op school rekenen met M&M’s (zie ook de bijdrage van Moniek Buijzen in dit boek).

Bovendien wordt de consument verleid tot nog meer eten door porties te vergroten. De voedingsindustrie biedt tegen een geringe meerprijs steeds grotere verpakkingen aan. De bijbehorende reclame wijst de consument op de mogelijkheid om ‘meer waar voor je geld’ te krijgen. In de Verenigde Staten is in de afgelopen twintig jaar de energiewaarde van een cheeseburger gestegen van 333 tot 590 kilocalorie (Adams, 2005). In de kritische Amerikaanse documentaire *Super size me* wijst filmmaker Morgan Spurlock dan ook met een beschuldigende vinger naar de fastfoodrestaurants. Echter, ‘supersizen’ beperkt zich niet tot de bekende fastfoodketens. Ook de verpakkingen in de supermarkt worden steeds groter. Frisdrank in flessen van twee liter en megazakken chips zijn tegenwoordig bepaald geen uitzondering. Onderzoek toont aan dat grotere verpakkingen leiden tot meer consumptie (Gezondheidsraad, 2003; Lowell, 2004). Voor consumenten is een lege verpakking namelijk een natuurlijk ‘stopmoment’. Door de porties te vergroten, wordt dit stopmoment uitgesteld.

Kortom, de consument staat voortdurend bloot aan slimme marketingtrucs die hem proberen te verleiden om vooral méér te consumeren (zie ook het inleidende betoog van Hans Dagevos en Geert Munnichs). Geen wonder dat de – slechts in theorie volledig autonome – consument hier steeds vaker voor zwicht. Ook in dat opzicht kan de voedingsindustrie mede verantwoordelijk worden gesteld voor de groeiende overgewichtcijfers.

## MARKTANALFABETEN

Het argument van de autonome consument wordt nog eens sterker gerelativeerd door de relatie tussen overgewicht en sociale klasse. In lagere sociaal-economische

klassen komt meer overgewicht voor dan in hogere klassen. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat lagere sociale klassen minder opleiding hebben en daardoor over minder kennis beschikken over de risico's van overgewicht en de noodzaak van een gezonde leefstijl. Bovendien kan het lage inkomen de keuze voor gezond voedsel beperken. Onderzoek heeft aangetoond dat in vergelijking met hogere klassen, de lagere klassen minder letten op vet, suikers en koolhydraten bij de aankoop van dagelijkse boodschappen (Millward Brown, 2005).

De marketing-ethiek besteedt in toenemende mate aandacht aan zogenaamde 'marktanalfabeten'. Daarmee duiden we een sociaal kwetsbare consumentengroep aan die wordt gekenmerkt door lage inkomens, een laag onderwijsniveau en een naïef begrip van de wereld om zich heen. Wat moet de voedingsindustrie hiermee aan? Natuurlijk zijn producenten van voeding niet verantwoordelijk voor sociale stratificatie. Maar de voedingsindustrie kan wel handelen op basis van de kennis die we hebben over kwetsbare groepen. Marktanalfabeten letten sterk op uiterlijke kenmerken van producten, zoals prijs, formaat en zichtbare ingrediënten. Doordat ze weinig besef hebben van voedingswaarden, is het niet reëel te verwachten dat ze er zonder hulp een gezond eetpatroon op na zullen houden. Het ideaal van de autonome consument, waar de voedingsindustrie graag naar verwijst, gaat voor deze groep al helemaal niet op.

## **DE SCHULDVRAAG VOORBIJ**

In de Verenigde Staten zijn de eerste rechtszaken tegen de fastfoodindustrie al gevoerd. Tot nu toe is de industrie daarbij niet veroordeeld, vooral omdat de vereiste causale verbanden moeilijk zijn aan te tonen. De exacte bijdrage van een onderneming aan het vetpercentage van een individu valt niet te bepalen. Een belangrijk argument is daarnaast dat overgewicht voor een groot deel veroorzaakt wordt door te weinig beweging.

Het zoeken naar de schuldige leidt derhalve niet tot eenduidige antwoorden – niet in juridische noch in morele zin. Een ander nadeel van juridisering van het overgewichtvraagstuk is dat het bedrijven gemakkelijk kopschuw maakt, waardoor een belangrijke partner in de strijd tegen overgewicht verloren dreigt te gaan. Derhalve lijkt het zinvoller om de schuldvraag los te laten en ons af te vragen of en hoe de voedingsindustrie haar invloed kan aanwenden om het groeiende probleem van overgewicht het hoofd te bieden.

Deze handschoen is inmiddels door de Nederlandse voedingsindustrie opgepakt. De voedingsbranche heeft te kennen gegeven op drie manieren bij te willen dragen aan het voorkomen en bestrijden van overgewicht: via de ontwikkeling van een breed scala aan 'lightproducten', door invoering van een reclamecode voor voedingsmiddelen en door deelname aan het Convenant Overgewicht.



## LIGHTPRODUCTEN EN RECLAMECODE

Lightproducten vormen een groeiende productgroep. De Nederlandse zuivelindustrie is kampioen in het ontwikkelen van caloriearme zuivelproducten met goedlopende merken als Optimel, Vifit en Milner, alle verkrijgbaar in diverse varianten. Wil dat zeggen dat de zuivelindustrie opeens begaan is met de volksgezondheid? Dat is zeer wel mogelijk, maar er is meer aan de hand. De melkconsumptie daalt al jaren gestaag. Door nieuwe producten te introduceren, die passen in een verantwoord dieet, krijgt de industrie een kans om verloren terrein terug te winnen.

Het belang van lightproducten in de maatschappelijke strijd tegen het overgewicht moet niet worden overdreven. Deze producten zijn stevig geprijsd en vooral gericht op hoogopgeleide, jonge vrouwen. Juist de bevolkingsgroepen met lagere opleiding en inkomens zijn vatbaar voor overgewicht. Discounters hebben ook nauwelijks lightproducten in hun assortiment, omdat ze voor veel klanten niet passen in een financieel verantwoord dieet. De groep waar overgewicht het meest voorkomt is voor de producenten van lightproducten simpelweg niet winstgevend.

Ook om andere redenen zijn de zegeningen van lightproducten in de strijd tegen overgewicht minder groot dan op het eerste gezicht mag lijken. Zo is het nog maar de vraag of lightproducten werkelijk helpen in het bekampen van de kilo's. Mensen hebben nogal eens de neiging om de consumptie van een lightproduct te compenseren met een extra portie, en dan is er natuurlijk weinig gewonnen. Hier is opnieuw een parallel te trekken met de tabaksindustrie. Lightsigaretten bleken een dodelijke val, want ze leidden tot dieper inhaleren. Net zoals de gezondheidsschade vanwege tabak alleen duurzaam kan worden bestreden door gedragsverandering, namelijk stoppen met roken, zo geldt ook voor overgewicht dat verandering van gedrag meer zoden aan de dijk zet dan verandering van voedsel.

De tweede mogelijke bijdrage van de voedingsindustrie aan de strijd tegen overgewicht betreft het gebruik van marketing en reclame. In juni 2005 is onder hoede van de Stichting Reclame Code een code voor voedingsreclame in het leven geroepen. De code reguleert zaken als de objectiviteit van productinformatie en voedings- en gezondheidsclaims. Reclame mag geen overmatige consumptie tonen en in beeld gebrachte maaltijden moeten voldoen aan de Richtlijnen Goede Voeding. Kinderen mogen niet worden blootgesteld aan al te opdringerige voedingsreclame. Voorbeelden hiervan zijn tv-programma's waarin inhoud en reclame in elkaar overlappen, reclames die de indruk wekken dat bepaalde producten leiden tot meer status of populariteit of reclames waarin idolen een product aanprijzen. De Marscampagne met Idolsster Jim zal dus geen vervolg krijgen.

Het is echter onwaarschijnlijk dat de reclamecode een einde maakt aan de toepassing van marketingtechnieken om consumenten meer te laten eten. Tekennend in dit verband is een onderzoek van de Engelse Food Commission, dat laat zien wat er mogelijk is aan marketing van obesogene producten aan kinderen, ondanks strenge regulering van de reclame. In een onderzoek naar 358 voedingsproducten waarvan de marketing was gericht op kinderen, vond men dat 77 procent van deze producten volgens nationale voedingsrichtlijnen veel suiker, zout en

(verzadigde) vetten bevatten. Juist deze voedingsmiddelen met een lage voedingswaarde bleken het meest aantrekkelijk te zijn gemaakt voor kinderen, middels kleur, geur- en smaakstoffen, door felgekleurde verpakkingen, ragegeschenken (zoals flippo's), en via links met cartoons, populaire kinderfilms en popsterren en sporthelden (Dalmeny, 2003).

## **CONVENANT ALS PLATFORM**

Tot slot neemt de voedingsbranche deel aan het Convenant Overgewicht dat onder regie van het ministerie van Volksgezondheid Welzijn en Sport in januari 2005 van start is gegaan. De Nederlandse levensmiddelenindustrie is een van de ondertekenaars. De gedachte achter het convenant is dat er veel oorzaken zijn aan te wijzen voor het probleem van overgewicht en dat derhalve een brede, multi-sectorale aanpak nodig is. Iedere partij zal vanuit haar eigen positie een bijdrage moeten leveren om het probleem terug te dringen.

Volgens sommigen schiet het convenant echter schromelijk tekort. Allereerst is de samenstelling van de deelnemende partijen vrij eenzijdig. Het merendeel van de deelnemers bestaat uit marktpartijen. Bovendien is de afspraak dat de convenantpartijen elk vanuit hun eigen positie naar mogelijkheden zoeken die kunnen bijdragen aan het terugdringen van overgewicht, erg vrijblijvend. Het convenant lijkt in zijn huidige vorm niet meer dan een platform voor losse initiatieven en uitwisseling van informatie. Aan de interdependentie van de betrokkenen wordt nauwelijks aandacht besteed. Iedere partij levert op eigen wijze haar bijdrage en het convenant is niets meer of minder dan de optelsom van de verschillende activiteiten. Het convenant ontbeert een duidelijke regisseur die de afzonderlijke partijen aanspreekt op hun verantwoordelijkheid. Het gevaar is dan ook niet denkbeeldig dat het convenant blijft steken in een vrijblijvend langs elkaar heen werken – aldus de criticasters.

Desalniettemin lijkt de belangrijkste winst van het convenant dat de deelnemers in elk geval kunnen worden aangesproken op hun onderkenning van het probleem en hun zelf erkende betrokkenheid daarbij. Het vooralsnog vrijblijvende karakter van het convenant lijkt echter niet bevorderlijk voor het bereiken van tastbare resultaten. Om op effectieve wijze gezamenlijk overgewicht te lijf te gaan, zullen de betrokken partijen bindende en goed gecoördineerde afspraken moeten maken. De overheid moet hierin wellicht een grotere rol spelen door aan te sturen op meer verplichtende vormen van samenwerking (zie verder ook het essay van Marleen Bekker e.a.).

## **DE ZWAKTE VAN MVO**

Onze analyse van de verantwoordelijkheid van de voedingsindustrie voor het probleem van overgewicht laat alles bij elkaar een gemengd beeld zien. Niet alleen de voedingsindustrie is schuldig aan het groeiend overgewicht. Men kan kritisch zijn

over de wijze waarop voedingsproducenten reclame maken voor calorierijke voedingsmiddelen. Echter, een belangrijk tegenargument blijft dat de verstoorde caloriebalans van burgers ook een kwestie is van te weinig bewegen. En dat is iets waar de voedingsindustrie slechts marginaal invloed op heeft.

Dit neemt niet weg dat de levensmiddelenindustrie wel degelijk in de positie is het groeiend overgewicht een halt toe te (helpen) roepen. Omdat de industrie een sleutelpositie bezet, heeft ze ook de verantwoordelijkheid bij te dragen aan de oplossing van dit maatschappelijk probleem. Tot op heden heeft de voedingsindustrie deze verantwoordelijkheid echter nauwelijks structureel ingevuld. Zo heeft het er alle schijn van dat de rage rond 'light', die door producenten wordt aangejaagd, vooral leidt tot dikkere portemonnees bij de aandeelhouders en niet zozeer tot plattere buikjes bij de consument.

Nog grotere bedenkingen hebben we bij de invulling die wordt gegeven aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Vanuit individuele ondernemingen bezien is MVO ongetwijfeld een goed idee. Het kan leiden tot een beter imago, tot minder risico's en tot beter gemotiveerd personeel. Vergeleken met de zakelijke opbrengsten vallen de *maatschappelijke* baten van MVO echter vaak minder hoog uit. De huidige inzet van de voedingsindustrie bij het tegengaan van overgewicht biedt daarvan een treffende illustratie. Je kunt deze inzet wel als MVO 'verkoppen' – en het legt de betrokken ondernemers geen windeieren – maar als wapen in de strijd tegen overgewicht komt het toch vooral neer op gerommel in de marge. Dit is MVO met een kleine 'm'.

Voor de aanpak van een complex maatschappelijk probleem als overgewicht is samenwerking tussen belanghebbenden essentieel. Hier stuit MVO echter al snel op inherente grenzen. Wanneer een onderneming maatschappelijk verantwoord ondernemen als marketinginstrument inzet, komt alles aan op onderscheidend vermogen. Maar als partijen gaan samenwerken houdt dit onderscheidend vermogen al snel op. Je kunt je immers als bedrijf niet onderscheiden met activiteiten die je samen met je concurrenten doet. Het is daarom naïef te verwachten dat substantiële oplossingen van het overgewichtprobleem zullen samenvallen met de zakelijke baten van de betrokken ondernemingen.

De voedingsindustrie mikt voorlopig op een marktconforme benadering van verantwoordelijkheid. Deze benadering blijft steken aan de oppervlakte: het werkelijke probleem wordt er nauwelijks mee aangepakt, laat staan opgelost. Om substantieel bij te dragen aan het terugdringen van overgewicht zal de industrie verregaande maatregelen moeten nemen. Het is goed voorstelbaar dat de overheid zich in dit kader sterker zal moeten opstellen. Ze kan haar regisseursrol nadrukkelijker invullen en marktpartijen duidelijker aanspreken op hun specifieke verantwoordelijkheden binnen een gezamenlijk aanpak.

Maar dit is vooraansnog langetermijnpolitiek. Op de korte termijn schuilt het gevaar erin dat de huidige initiatieven van de voedingsindustrie worden verwelkomd als ware vormen van MVO. Dit wordt gevoed door de voor bedrijven buitengewoon comfortabele opvatting dat het bedrijfsleven geen maatschappelijke verantwoordelijkheid heeft als dat niet ook geld oplevert. Wie heeft het bedrijfsleven ooit deze ongehoorde vrijbrief gegeven?

# INTERVENTIES

Het politieke en maatschappelijke debat over de aanpak van overgewicht wordt gekenmerkt door een hoog ad-hockarakter. Niet alleen brengen de betrokken partijen (consumentenorganisaties, bedrijfsleven, overheidsinstanties, gezondheidsinstellingen) vaak uiteenlopende maatregelen naar voren – meer lightproducten, betere consumentenvoorlichting of een verbod op frisdrankautomaten op scholen – ook denken ze verschillend over het nut van die interventies. Dit laatste komt omdat nog maar weinig kennis bestaat over de effectiviteit van de voorgestelde maatregelen. Dat heeft vaak te maken met een gebrekkig inzicht in relevante omgevingsfactoren. In het laatste cluster essays van deze bundel worden tipjes van sluiers gelicht over diverse mogelijkheden – en vaak ook: beperkingen – van gerichte interventies om gezondere eet- en leefgewoonten te stimuleren.

Communicatiewetenschapper *Maria Koelen* gaat in haar essay ‘De zin en onzin van voedingsvoorlichting’ in op de vraag hoe effectief (massamediale) voedingsvoorlichting is. Hoewel regelmatig twijfels worden geuit over de mate van effectiviteit, blijven overheid, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties hoge verwachtingen koesteren van voorlichtingscampagnes. Koelen plaatst zowel vraagtekens bij de vaak geuite scepsis als bij een al te groot vertrouwen in het effect van – bestaande – voorlichtingsactiviteiten. Voorlichting blijft volgens haar van groot belang, maar moet nadrukkelijker aansluiten bij de belevingswereld van consumenten om meer effect te sorteren.

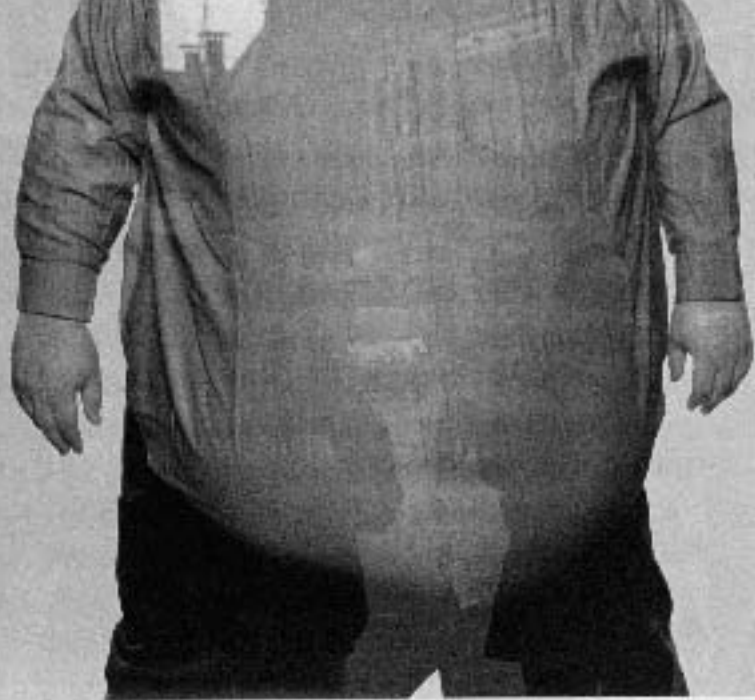
In ‘Lijnen met je hoofd: afvallen door anders denken’ benaderen de psychologen *Marieke Werrij* en *Anita Jansen* de problematiek van overgewicht op een veel individuer niveau. Ze bestrijden het (voor)oordeel dat ‘lijnen’ niet helpt en – zeker op de langere duur – alleen maar leidt tot een verdere gewichttoename. Op basis van nieuwe cognitiepsychologische inzichten nemen ze een tegenovergestelde positie in: lijnen helpt wel degelijk, maar dan moet het anders worden aangepakt. Een belangrijk ingrediënt van de voorgestelde benadering is dat het – vaak negatieve – zelfbeeld van mensen met overgewicht ter sprake wordt gebracht.

Econoom *Petra Berkhout* kiest weer een andere invalshoek in haar essay ‘Tandeloze strijd: overgewicht en economisch onvermogen’. Haar startpunt is na te gaan of door middel van prijsprikkels gezonde eetgewoonten kunnen worden gestimuleerd en ongezonde ontmoedigd. In een ontzuenderende analyse geeft ze de voorstanders van maatregelen als een ‘vetbelasting’ het nakijken. Hoe aantrekkelijk ze op het eerste gezicht ook mogen lijken, prijsprikkels zetten weinig tot geen zoden aan de dijk in de strijd tegen overgewicht.

Eveneens verrassend is de bijdrage ‘Hartslag Limburg: lessen uit de praktijk’ van de medicus *Erik Ruland*. Uit zijn beschrijving van het lokale gezondheidsproject Hartslag Limburg blijkt – in weerwil van de algemene opvatting – dat laagopgeleide bevolkingsgroepen daadwerkelijk én met succes betrokken kunnen worden in campagnes ter bevordering van gezondere eet- en leefgewoonten. Wel wordt duidelijk dat voor dergelijke initiatieven de nodige beleidsmatige hobbels moeten worden genomen.

De bestuurskundigen *Marleen Bekker*, *Iris Wallenburg* en *Jan-Kees Helderman* vragen zich in hun bijdrage ‘Verschuivende verhoudingen: de marges van overheidsbeleid bij overgewicht’ af in welke mate de overheid kan interveniëren in leefstijl-gerelateerde vraagstukken als overgewicht. Ze gaan daarbij uitgebreid in op het Convenant Overgewicht, dat de nodige controverse heeft opgeroepen. In een opmerkelijk genuanceerd betoog weten de auteurs deze controverse te overstijgen. Ze houden een pleidooi voor het constructief benutten van de aanknopingspunten die het convenant biedt om een steeds grotere kring van partijen te betrekken in de strijd tegen overgewicht. Daarvoor is het wel nodig dat de overheid afstand neemt van de opvatting dat consumenten primair zelf verantwoordelijk zijn voor de overgewichtproblematiek.





ZEG VAKER NEE . NL

**SIRE**

JCDecaux

Z.O.Z. stadsplattegrond



# De zin en onzin van voedings-voorlichting

Maria Koelen

## VOORLICHTING ALS WAPEN IN DE STRIJD TEGEN OVERGEWICHT?

In Nederland wordt van verschillende kanten de strijd aangeboden met overgewicht. Er worden speciale diëten gepropageerd en er komen steeds meer caloriearme voedingsproducten op de markt. Ook de farmaceutische industrie zit niet stil, zoals bijvoorbeeld blijkt uit de berichten over een nieuw geneesmiddel, rimonabant, dat wel gepresenteerd wordt als het wondermiddel tegen overgewicht. Of dergelijke remedies daadwerkelijk wapens in de strijd zijn is twijfelachtig. Maar is voedingsvoorlichting dat dan wel? Opvallend is in ieder geval dat uiteenlopende partijen als de overheid, de Consumentenbond, de Federatie Nederlandse Levensmiddelenindustrie (FNLI), maar ook internationale organisaties als de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) en de Voedsel- en Landbouworganisatie van de Verenigde Naties (FAO) eensgezind zijn in hun warme pleidooi voor betere voorlichting aan consumenten. Dit suggereert dat de zojuist gestelde vraag bevestigend wordt beantwoord en dat voorlichting wordt gezien als een effectief wapen in de strijd tegen overgewicht. Maar is dat zo? Leidt meer voedingsvoorlichting tot gezonde en gebalanceerde eetgewoonten?

In Nederland wordt al sinds jaar en dag voorlichting gegeven over gezonde voeding. In 1941 is het Voorlichtingsbureau voor de Voeding opgericht met als doel de bevolking te informeren over hoe men zich in tijden van schaarste toch voldoende kan voeden. Om de boodschap helder voor het voetlicht te brengen, komt het bureau in 1953 met de Schijf van Vijf. Goede voeding wordt daarin onderverdeeld in vijf categorieën. De bevolking krijgt het advies elke dag een aantal producten uit elk van deze categorieën te eten.

Vanaf het begin van de jaren zestig kent het tij. We zien grote veranderingen optreden in het leefpatroon van de bevolking, onder meer door de toenemende welvaart. De televisie doet zijn intrede, het werk vereist steeds minder lichamelijke inspanning, fietsen worden vervangen door auto's en buiten spelende kinderen verdwijnen uit het straatbeeld. Tegelijkertijd komt er steeds meer calorierijk voedsel op de markt. Hierdoor is mettertijd de balans tussen energie-inname en energieverbruik in onbalans geraakt.

In de jaren zeventig verandert, mede op basis van deze ontwikkelingen, de inhoud van de voedingsvoorlichting. Het accent verschuift van het wijzen op het gevaar van *ondervoeding* naar het gevaar van *overvoeding*. In de westerse wereld,



eerst in Zweden (1968) en de Verenigde Staten (1970) en later, halverwege de jaren tachtig, ook in Nederland (Voedingsraad, 1986) zijn Richtlijnen Goede Voeding ontwikkeld, onder meer met het oog op de dreigende overconsumptie. De richtlijnen worden via verschillende, meestal massamediale, voorlichtingscampagnes onder de aandacht gebracht.

De laatste jaren is er vooral veel aandacht voor het verminderen van de consumptie van (verzadigd) vet en het bevorderen van de groente- en fruitconsumptie. Echter, uit onderzoek blijkt keer op keer dat we nog steeds te veel en te ongezond eten en dat het aantal mensen met overgewicht groeit. De meest recente Nederlandse voedselconsumptiepeiling laat bijvoorbeeld zien dat niet meer dan *zeven* procent van de respondenten tussen negentien en dertig jaar de norm van twee stuks fruit per dag haalt, slechts *twee* procent van de respondenten anderhalf ons groente per dag eet en dat welgeteld *niemand* voldoet aan de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid van twee ons groente (Hulshof e.a., 2003). Met zulke ontnuchterende cijfers in de hand ligt het voor de hand om te stellen dat de jarenlange voorlichting bedroevend weinig effect heeft gehad en dat meer voorlichting geen zin heeft. Een dergelijke slotsom is echter voorbarig. Om dit te verduidelijken bespreken we hieronder een aantal essentiële kenmerken van voorlichting en de wijze waarop ontvangers daarmee omgaan. Vervolgens plaatsen we eetgedrag in een breder kader om op basis daarvan de vraag te beantwoorden of meer dan wel betere voorlichting zinvol is.

## KENMERKEN VAN VOEDINGSVOORLICHTING

Het doel van voedingsvoorlichting wordt doorgaans omschreven in termen van het veranderen van de kennis, de houding en het gedrag ten aanzien van eten. In de praktijk echter wordt voedingsvoorlichting maar al te vaak opgevat als synoniem aan het eerste aspect: het verschaffen van kennis en informatie over gezonde voeding. De bijbehorende vooronderstelling is dat mensen vooral ongezond eten omdat ze niet beter weten. Aangenomen wordt dat mensen moeten *weten* wat gezonde voeding is, zodat ze zich ook *bewust* worden van de risico's van het eigen – ongezonde – eetgedrag, waardoor ze vervolgens gemotiveerd raken dit gedrag aan te passen.

Aan deze benadering liggen ten minste drie problemen ten grondslag. In de eerste plaats worden consumenten beschouwd als logische informatieverwerkers die redeneren in de trant van: deskundigen zeggen dat vet eten ongezond is, dus dan ga ik minder vet eten. Maar zo werkt het niet. Kijk naar het rookgedrag van mensen. Iedereen weet dat roken ongezond is, toch rookt nog steeds ruim eenderde deel van de Nederlandse bevolking. Natuurlijk speelt kennis over gezonde voeding en de Richtlijnen Goede Voeding een rol in de verandering van eetgewoonten, maar ongezond eetgedrag kan niet alleen worden toegeschreven aan een gebrek aan kennis (Contento, 1995). Kennis is een belangrijke maar onvoldoende voorwaarde voor gedragsverandering.

Een tweede probleem ligt in het gegeven dat voorlichting over voeding veel complexer is dan bijvoorbeeld voorlichting over alcohol of roken. Want wat is nu

precies gezonde voeding? Een frietje met mayonaise is niet per definitie ongezond. Te veel is dat wel. Maar wat is te veel en wat is toelaatbaar? ‘Stop met eten’ is in elk geval geen goed advies. ‘Geniet, maar eet met mate’ zou misschien kunnen. Ook de terminologie is ingewikkeld. Voedingsvoorlichters spreken traditioneel in termen van nutriënten. De consument daarentegen eet geen eiwitten en koolhydraten, maar spaghetti, spinazie, speklappen of sardientjes.

Een derde probleem is de meervoudigheid van eetgedrag. Het gaat immers om gedrag dat reikt van het boodschappen doen en het bereiden – inclusief toevoegen van bijvoorbeeld zout of letten op hygiëne – tot aan de manier waarop en de context waarin gegeten wordt (bijvoorbeeld aan tafel of voor de televisie; alleen of samen met anderen). Belangrijke aspecten zijn dan niet alleen wat we wel of niet moeten eten, maar ook hoe we daar bij de aankoop al rekening mee kunnen houden en hoe we een lekkere en aantrekkelijke maaltijd kunnen maken.

Kortom, bij het bevorderen van een gezonder voedingspatroon gaat het niet alleen om wat consumenten (moeten) weten over gezonde voeding, maar ook om vaardigheden. Bijvoorbeeld vaardigheden om etiketten te lezen en te beoordelen; vaardigheden in het maken van lekkere maaltijden zonder al te veel toevoeging van de traditionele smaakmakers als vet, zout en suiker of vaardigheden in het aanbrenge van variatie. Het zijn juist deze meer specifieke gedragsaspecten die met massamedia moeilijk te beïnvloeden zijn. Eetgedrag veranderen via massamediale campagnes is daarom bepaald geen sinecure.

## KENMERKEN VAN CONSUMENTEN

Bij voedingsvoorlichting kunnen we onderscheid maken tussen gevraagde en ongevraagde voorlichting. In het eerste geval hebben we te maken met een persoon die geïnteresseerd is in het onderwerp gezonde voeding en gericht op zoek gaat naar die aspecten waarover hij of zij meer wil weten. Veel voedingsvoorlichting is echter ongevraagd en dat is op verschillende manieren van invloed op de effectiviteit van voedingsvoorlichting.

Mensen worden dagelijks overspoeld met informatie, onder meer over voeding en gezond eten. Om onszelf te beschermen tegen algehele chaos en verwarring kunnen we slechts aandacht besteden aan een beperkt deel uit dit grote aanbod. Dit wordt *selectieve perceptie* genoemd. Normaal gesproken valt ons alleen die informatie op die om een of andere reden persoonlijk relevant is. Informatie die we minder relevant vinden of die onderwerpen betreft waarin we niet geïnteresseerd zijn, wordt genegeerd. Zo trekken alleen die reclames onze aandacht die sterker (harder, feller, groter) zijn dan andere, die onderscheidend zijn (maar niet té verschillend) én die een persoonlijk belang aanspreken (Batra & Ray, 1983). Het is niet moeilijk voor te stellen dat dit ook geldt voor informatie over gezonde voeding. Het is belangrijk hier rekening mee te houden. Immers, de eerste stap op weg naar gedragsverandering is dat mensen zich bewust zijn van het belang dat gezond eten voor hen persoonlijk heeft.

Een ander interessant fenomeen is dat van *onrealistisch optimisme*. Mensen hebben de neiging gezondheidsrisico's voor zichzelf lager in te schatten dan voor vergelijkbare anderen (Weinstein, 1989). Tegelijkertijd overschatten ze hun eigen gezondheid. Uit onderzoek blijkt dat mensen vaak denken dat voedingsvoorlichting niet zozeer voor henzelf belangrijk is, maar vooral voor mensen die ziek zijn (Vaandrager, 1995). Mensen schatten ook hun eigen gezonde eetgedrag te gunstig in. Er blijken aanzienlijke verschillen te bestaan tussen de zelf gerapporteerde consumptie van vet, groente en fruit en de objectief gemeten inname. Zo denkt negentig procent van de Nederlanders dat ze niet te vet eten, terwijl in werkelijkheid een ruime meerderheid boven de aanbevolen hoeveelheid zit (zie Brug e.a., 1998).

Optimisme is een belangrijke eigenschap. Over het algemeen zijn optimistische mensen gezonder en voelen zij zich beter dan pessimistische mensen (Seligman, 2001). Optimisme over de eigen gezondheid en de illusie dat men zelf niet vatbaar is voor gezondheidsrisico's vormen belangrijke verdedigingsmechanismen tegen angst en bezorgdheid. Op zich is dat dus goed. Maar als dat leidt tot overoptimisme, kan dat ertoe leiden dat we relevante gezondheidsadviezen te snel naast ons neerleggen (zie Zimbardo & Leippe, 1991).

*Cynisme* is een derde kenmerk dat van belang is voor voorlichting. Voedingsvoorlichting is vaak gekoppeld aan enge ziektes en aandoeningen. Koffie, snoep, vet eten, hoge cholesterolniveaus of onvoldoende groente en fruit, vergroten de kans op hart- en vaatziekten of kanker. De aaneenschakeling van slecht nieuws, het opgeheven vingertje, kan aanleiding geven tot cynisme. 'Everything gives you cancer', zingen we dan met popzanger Joe Jackson mee.

Cynisme wordt ook in de hand gewerkt door tegenstrijdige informatie. Lang niet alle informatie over gezond eten is consistent. Zo wordt al jaren gezegd dat te veel cholesterol slecht is voor de gezondheid, terwijl dat later dan weer genuanceerder blijkt te liggen. Lage cholesterolniveaus zijn op een gegeven moment zelfs geassocieerd met depressies en de neiging tot zelfmoord. Of neem melk. Jarenlang was het goed om veel melk te drinken, maar melk is tegenwoordig uit de Schijf van Vijf verdwenen. De verwarring die onder consumenten kan ontstaan door informatie via commerciële reclame laten we dan nog buiten beschouwing. De tegenstrijdige informatie kan als consequentie hebben dat consumenten onverschillig worden en informatie over het onderwerp negeren: 'Laat de geleerden het eerst maar eens goed uitzoeken en eens worden, voordat ze ons ermee lastigvallen.'

Al met al staan consumenten niet automatisch open voor alle goedbedoelde informatie. Soms omdat het gewoon niet kan (te veel informatie), soms omdat men niet wil (geen zin in slecht nieuws) en vaak omdat men zich niet aangesproken voelt.

## EETGEDRAG NADER BEKEKEN

De voedingsvoorlichting legt het accent vaak op het niet-wetende, ongezond etende individu. Voorlichting wordt ingezet als instrument om kennis over te dragen en mensen bewust te maken van de consequenties van ongezonde eetgewoonten. Op zichzelf is daar niets mis mee. Als we ons er niet van bewust zijn dat wat we eten gevolgen kan hebben voor de gezondheid, is er ook geen aanleiding hier wat aan te veranderen. Maar eetgedrag is dermate complex dat we hier met alleen informatie over gezonde voeding niet veel kunnen bereiken. Naast de eerdergenoemde meervoudigheid van eetgedrag is er een veelheid van andere factoren van invloed op waarom mensen eten zoals ze eten.

Om te beginnen hebben mensen een *fysiologische behoefte* aan eten. Voeding levert de noodzakelijke energie om te kunnen functioneren in het dagelijkse leven. Deze behoefte aan energie is onder andere afhankelijk van leeftijd, lichamelijke activiteit en gezondheidstoestand.

Als mensen gevraagd wordt op basis waarvan ze kiezen wat ze eten, dan is een van de eerste reacties dat het lekker moet zijn. *Voedselvoorkeuren* spelen dus een belangrijke rol. We moeten hierbij denken aan sensorische aspecten als smaak, geur en textuur van voedingsmiddelen. Veel van onze voedselvoorkeuren worden op jonge leeftijd aangeleerd in de sociale context van het gezin en, als kinderen groter worden, ook door de invloed van vriendjes. De zo ontwikkelde voorkeuren nemen we verder mee als *gewoonte* (Aarts e.a., 1998). Gewoonten zijn in wezen repetitieve handelingen die men verricht zonder erbij na te denken. Daardoor zijn gewoonten ook zo moeilijk veranderbaar – omdat we de gewoonte dan eerst weer moeten omzetten in bewuste handelingen.

Een andere belangrijke invloed op het eetpatroon, zowel positief als negatief, komt vanuit de *sociale omgeving*. Als vriendjes een Mars meekrijgen voor de pauze op school, dan smaakt die appel niet echt lekker meer. Als rauwkost wordt gediskwalificeerd als konijnenvoer, dan is de vette hap morgen weer favoriet. Aan de andere kant is gezamenlijk eten doorgaans een sociale en gezellige bezigheid. We praten bij na een dag hard werken. Als we iets te vieren hebben, dan doen we dat al snel met een entente. Een zieke wordt verwend met lekkere hapjes. Eten geeft dus ook gevoelens van gezelligheid, vriendelijkheid, geborgenheid, troost, zorg of ergens bijhoren. Deze sociale context bepaalt mede wat en hoe we eten (Pollard e.a., 2002).

Een interessant, en vaak vergeten, aspect is de *sociale identiteitsfunctie* van eten. Met wat en hoe we eten kunnen we ons onderscheiden van anderen en we roepen er een bepaald beeld van onszelf mee op. We spreken hier ook wel van een zelfpresentatiefunctie (Koelen, 1988). We portretteren onszelf in feite als we anderen bijvoorbeeld vertellen dat we regelmatig eten in restaurants met een Michelinster of laten weten dat we vegetariër zijn (Sneijder & Te Molder, 2005).

Een laatste sterke invloed op wat we eten betreft de *fysieke omgeving*. Het gaat hier om aspecten als de beschikbaarheid, toegankelijkheid en prijs van gezonde en minder gezonde producten. In veel supermarkten liggen de minder gezonde producten voor het grijpen en moet men zoeken naar de gezonde varianten. Ook

zijn niet in alle winkels evenveel gezonde producten beschikbaar. Vooral in supermarkten in minder welgestelde wijken blijkt de keuze voor gezonde producten vaak beperkt te zijn (Koelen, 2000; Raine, 2005). Gezonde producten zijn vaak ook duurder. Uit een vergelijkend onderzoek in zeven Europese steden bleek dat ‘de gezonde winkelwagen’ een vijfde tot een kwart duurder is dan de ongezonde variant (Koelen, 2000). Ook in school- en bedrijfskantines zijn het aanbod en de prijs van gezonde en minder gezonde producten van invloed op de keuzes die mensen maken.

## **NAAR EEN EFFECTIEVE BEÏNVLOEDING VAN EETGEDRAG**

Een antwoord op de vraag naar de effectiviteit van voedingsvoorlichting is uitermate complex. Zoals we hierboven kunnen zien, spelen veel factoren een rol bij het succes of falen van massamediale campagnes. In bestaande campagnes wordt daar onvoldoende rekening mee gehouden. Voedingsvoorlichting wordt nog te vaak gezien als het simpelweg overdragen van informatie. Er wordt van uitgegaan dat informatie over gezonde voeding de kennis vergroot, het bewustzijn en de motivatie van consumenten positief beïnvloed en tot een gezond voedingspatroon leidt. Tegen deze redenering is hierboven ingebracht dat kennis alleen onvoldoende is voor gedragsverandering. De boodschap is en blijft complex, mensen gaan niet altijd logisch om met de geboden informatie en de geboden informatie is niet altijd consistent. Daar komt bij dat voedingspatronen sterk verweven zijn met de sociale en fysieke omgeving. Voedingsvoorlichting via massamedia besteedt vaak geen aandacht aan deze zaken. Dit is ook lastig, want hoe dient de – relatief eenvoudige – voedingsboodschap zich te verhouden tot de bestaande complexiteit van voedselconsumptiepraktijken?

Voor een effectieve aanpak gericht op het bevorderen van gezonde eetgewoonten is dus veel meer nodig dan algemene voorlichting over goede voeding via massamediale campagnes. In relatie tot selectieve perceptie is erop gewezen dat het van het grootste belang is dat consumenten zich aangesproken voelen door de geboden informatie. Voorlichting moet nadrukkelijker aansluiten bij de belevingswereld van consumenten. Persoonlijk voedingsadvies en moderne informatietechnologie kunnen hierbij soelaas bieden. Dat gaat echter vooral op voor mensen die al op de een of andere manier geïnteresseerd zijn in gezonde voeding, of die bijvoorbeeld door hun huisarts gewezen zijn op het belang van andere voedingsgewoonten.

Bij voedingsvoorlichting die gericht is op het grote publiek gaat het vaak om ongevraagde voorlichting. Juist dan is het echter moeilijk de persoonlijke relevantie van de geboden informatie duidelijk te maken. Dat heeft consequenties voor de inhoud van de voorlichting. Zo is het onverstandig om alleen voedings-technische informatie te geven of te communiceren in termen van koolhydraten of onverzadigde vetten. Evenmin zijn voeding en eten altijd synoniemen voor consumenten.

Daarnaast is de toonzetting van belang. Het genot en het plezier dat consumenten beleven aan eten blijft maar al te vaak ongenoemd – zeker als we dat

vergelijken met de nadruk die daaraan wordt gegeven in reclameboodschappen. Dat is een gemiste kans. Positieve boodschappen vinden namelijk gemakkelijker een gewillig oor dan negatieve (Rothman & Salovey, 1997). In Japan is men zich daar al langer van bewust en zijn in de richtlijnen voor gezonde voeding ook aanbevelingen opgenomen om te genieten van alles wat met het eten te maken heeft en om de tijd te nemen voor het bereiden van een maaltijd, het dekken van de tafel en het eten zelf (Fukuba, 1992). Een dergelijke verwijzing naar de sociale functie van eten komt de zeggingskracht en de effectiviteit van de voorlichting alleen maar ten goede.

Ook de plaats waar de voorlichting wordt gegeven is een factor van belang. De meeste beslissingen over wat we eten worden immers genomen op de plaats van aankoop: in de supermarkt, bij de groenteboer, in de kantine. Het moment van aankoop is een moment waarop de consument wikt en weegt en biedt daarom uitgelezen kansen om met voorlichting de aandacht van de consument te trekken.

## **MASSAMEDIALE VOORLICHTING EN MÉÉR**

Voedingsvoorlichting is en blijft belangrijk voor het bevorderen van een gezond eetpatroon. We moeten ons daarbij echter goed realiseren wat we er wel en niet mee kunnen bereiken. Massamediale voorlichting is een zeer geschikt instrument om onderwerpen op de publieke agenda te zetten en onder de aandacht te brengen van mensen. Daarbij moet het overigens vooral gaan om het overbrengen van eenvoudige en eenduidige informatie. Een voorbeeld hiervan is de door het Voedingscentrum geïntroduceerde Balansdag. Een balansdag is ‘een dagje méér’ afwisselen met ‘een dagje minder’. Dat is een boodschap waar veel mensen zich in kunnen herkennen en die eenvoudig uitvoerbaar is – in ieder geval veel eenvoudiger dan het volgen van een dieet.

Echter, met massamediale voorlichting alleen komen we er niet. Juist omdat ons eetgedrag niet alleen beïnvloed wordt door individuele aspecten, maar minstens zo sterk door sociale en fysieke omgevingsfactoren, is het van belang om te werken aan een gecombineerde aanpak. Een aanpak die aansluit bij de belevingswereld van de consument, waarbij de geboden informatie in het oog springt, waarbij gebroken wordt met de gewoonte om gezond eten te associëren met ‘niet lekker’ of ‘voor zieken en zwakken’ en die de plezierige kanten van eten accentueert. Een aanpak die op zoek gaat naar de consument, bijvoorbeeld door voorlichting te geven op de plek van aankoop. Een aanpak ook waarbij tevens gekeken wordt naar fysieke aspecten als verbetering van de beschikbaarheid en betaalbaarheid van het aanbod van gezonde levensmiddelen. Een aanpak, kortom, die niet zozeer méér voedingsvoorlichting behelst, als wel een gerichtere inzet van voedingsvoorlichting die meerwaarde bezit.



# Lijnen met je hoofd: afvallen door anders denken

Marieke Werrij & Anita Jansen

## DE STRIJD TEGEN DE KILO'S

Heeft u weleens aan de lijn gedaan? Heeft u weleens geprobeerd om gewicht te verliezen, omdat u te dik was? En, is dat gelukt? Als je de reclames in kranten, tijdschriften en op televisie moet geloven, is afvallen geen enkel probleem. Er is een ruime keuze aan shakes, repen en diëten die in korte tijd gewichtsverlies beloven. Maar hebben die shakes, repen en diëten ook effect? Valt u er van af? Een recent verschenen wetenschappelijke studie, die vier populaire dieetmethodes met elkaar vergelijkt, toont aan dat de diëten inderdaad leiden tot een beetje gewichtsverlies. Maar dan alleen op korte termijn, en uitsluitend bij mensen die zich ook houden aan het dieet (Dansinger e.a., 2005). En dat laatste is nu juist zo moeilijk. De eerste weken en maanden gaat het nog wel, maar daarna is het dieet voor de meeste mensen een crime. Stelt u het zich maar eens voor: u volgt al maanden een dieet en uw vrienden en familie genieten alweer van een heerlijke maaltijd. Zou u niet steeds vaker in de verleiding komen om uw dieet even te laten voor wat het is?

Kilo's verliezen lijkt geen probleem. Maar het *behouden* van gewichtsverlies is wat mensen vaak niet lukt. Gemiddeld genomen is men één tot vijf jaar na een periode van lijnen weer terug op het oude gewicht, of zelfs nog zwaarder dan voorheen (Wilson, 1994). Het niet kunnen volhouden van het nieuwe eetpatroon is hiervan een belangrijke oorzaak. Als lijnen toch niet de gewenste effecten heeft op de lange termijn, kunnen we er beter mee stoppen, zou u kunnen denken. Wij willen dikke mensen vooral aanmoedigen om wél te lijnen. Het gezegde 'Elk pondje gaat door het mondje' is immers maar al te waar. Maar naast het veranderen van het eetgedrag is het nodig anders te *denken* over uiterlijk en eten. Lijnen doe je in belangrijke mate met je hoofd.

## LIJNEN: NIET GEZOND, OF TOCH WEL?

Jarenlang was de opvatting populair dat lijnen slecht zou zijn voor de gezondheid. Sommigen zijn daarvan nog steeds overtuigd (zie bijvoorbeeld Van Strien, 2004). Wie lijnt, eet minder dan hij of zij zou willen eten. Lijners hebben als het ware voortdurend honger en in zo'n toestand is het moeilijk om van alle vette verleidingen af te blijven. Lijnen is erger dan de kwaal, zeggen de deskundigen, want wie lijnt gaat zich vervolgens te buiten aan eten. Tijdens zo'n eetaanval worden veel



vette en calorierijke snacks gegeten waardoor de balans weer de andere kant opslaat en de lijner dus steeds weer dikker wordt.

De theorie klinkt plausibel. In een serie elegante wetenschappelijke experimenten is er flink wat steun gevonden voor de gedachte dat lijnen samenhangt met te veel eten. De Amerikaanse psychologen C. Peter Herman en Deborah Mack (1975) waren de eersten die dit aantoonde. Ze vroegen een aantal eerstejaarsstudenten om in het laboratorium mee te doen aan een smaaktest. De studenten kregen een kwartier de tijd om drie soorten ijs (chocola, aardbeien en vanille) te beoordelen op allerlei subjectieve aspecten. Ze zaten alleen in een kamertje en voor hun neus stonden drie borden met grote hoeveelheden ijs. Ze mochten proeven zoveel als ze wilden. Maar de onderzoekers deden nog iets. Voorafgaand aan de smaaktest moest een deel van de studenten een flinke milkshake drinken en een ander deel consumeerde er zelfs twee. De overige studenten kregen vooraf niets te eten of te drinken.

Na afloop gingen de onderzoekers na of de studenten aan de lijn deden. Wat bleek? Studenten die *niet* aan de lijn deden aten minder ijs naarmate ze van tevoren meer milkshakes hadden gehad. Dat klinkt logisch: wie vooraf meer eet, heeft daarna minder honger. Maar de lijnende studenten deden precies het tegenovergestelde: zij gingen steeds *meer* eten naarmate ze van tevoren meer milkshakes hadden moeten drinken. Lijners reguleerden hun inname dus niet na het consumeren van milkshakes, terwijl niet-lijners dat wel deden. De lijners sloegen als het ware door na het verplicht eten van iets lekkers.

De theorie dat lijnen slecht zou zijn, omdat het uiteindelijk leidt tot te veel eten, werd in de ogen van de onderzoekers door dit experiment bevestigd. Lijners overeten zich zodra ze ervan overtuigd zijn dat hun dieet verpest is. Ze zouden op zo'n moment iets denken in de trant van 'Mijn dag is nu toch al verpest, laat ik dan ook nog maar even doorgaan' (Herman & Polivy, 1984). Ongetwijfeld voor velen een herkenbare redenering.

Hoe herkenbaar ook, als verklaring is deze te simpel. Ander onderzoek heeft laten zien dat lijners zich ook overeten in situaties waarin hun zelfcontrole niet wordt doorbroken, zoals in een sombere stemming of na het ruiken aan lekkere hapjes. In beide gevallen zijn de diëten niet mislukt. Toch overeten de lijners zich. Het blijken moeilijke situaties voor mensen op dieet: zich rot voelen en geconfronteerd worden met lekkernijen. Het zijn dit soort risicosituaties die lijners verleiden tot overmatige consumptie van al dat lekkers. Dát het gebeurt is een feit, maar waaróm is nog niet duidelijk.

## ANDERS LEREN DENKEN

Uit het milkshake-experiment en vergelijkbare studies is de conclusie getrokken dat lijnen slecht zou zijn, omdat de lijner zich gemakkelijk te buiten gaat aan overeten. Lijnen zou leiden tot overeten. Deze conclusie is echter te snel getrokken. Wat in de genoemde studies is aangetoond, is dat mensen die *zeggen* te lijnen snel te verleiden zijn tot overeten. Of dit komt doordat ze lijnen is nog maar de vraag. Het

heeft er alle schijn van dat de ‘lijners’ in dergelijke studies niet daadwerkelijk lijnden, maar veeleer gekenmerkt worden door een neiging tot overeten en de intentie om te lijnen. De twijfels worden versterkt door ander Amerikaans onderzoek, waaruit blijkt dat als mensen *daadwerkelijk* een dieet volgen, zij juist minder overeten (Presnell & Stice, 1992).

Al met al lijkt de theorie dat lijnen de *oorzaak* is van overeten niet te kloppen. Sterker nog, gezond lijnen – ofwel het aanleren van gezonde voedingsgewoontes – blijkt bij dikke mensen vrij snel te leiden tot verlies van vele kilo’s en een *afname* van eetproblemen. *Daadwerkelijk* lijnen – het veranderen van het eetpatroon – blijkt juist goed te zijn voor de gezondheid van dikke mensen.

Maar lijnen alleen is niet voldoende. Immers, verandering van het eetpatroon leidt meestal wel tot gewichtsverlies op de korte termijn, maar lang niet altijd ook op de lange termijn. Het gebeurt maar al te vaak dat mensen een paar jaar na de start van hun dieet dikker zijn dan daarvoor. Voor een behandeling van overgewicht die gedurende langere tijd vruchten afwerpt, is meer nodig dan verandering van het eetgedrag. Uit recent onderzoek komt naar voren dat dikke mensen ook anders moeten gaan leren *denken* (Werrij, 2005; Werrij e.a., te verschijnen).

## GEWICHTIGE GEDACHTEN

Het wordt nog niet zo lang erkend dat dikke mensen veel lijden onder hun overgewicht. Ze worden op straat – al dan niet met een schuin oog – bekeken. Ze worden soms zelfs aangesproken op hun gewicht of gediscrimineerd. Ook wordt het ze – al dan niet heimelijk – verweten dat ze onvoldoende wilskracht hebben (zie ook het essay van Inez de Beaufort in deze bundel). Het is daarom niet verbazingwekkend dat mensen met overgewicht meer dan eens een lage zelfwaardering hebben en depressiever zijn dan mensen zonder overgewicht. Ze maken zich ook veel zorgen over hun uiterlijk en gewicht.

Karakteristiek hierbij zijn allerlei bijzondere denkpatronen. Zo denken mensen met (fors) overgewicht bijvoorbeeld dat ze nooit gelukkig zullen worden zolang ze dik zijn. Dat ze nooit een partner zullen vinden zolang ze dik zijn. Dat ze door niemand écht aardig gevonden worden. Dat ze nooit leuke kleding kunnen vinden, of dat ze nooit zullen leren de verleiding van lekker eten te weerstaan. Dat mensen met overgewicht zich meer zorgen maken over hun uiterlijk dan mensen zonder overgewicht is op zichzelf geen verrassende bevinding. Wel verrassend is het inzicht dat deze denkpatronen een belangrijke rol spelen bij de instandhouding van overgewicht (Werrij, 2005; Werrij e.a., te verschijnen).

Gedachten of denkpatronen hebben een belangrijke invloed op gedrag. Sterker nog, volgens sommige onderzoekers wordt gedrag *altijd* gestuurd door daaraan voorafgaande gedachten. Van deze gedachten hoeft men zich niet altijd even bewust te zijn. Soms gaan ze daarvoor te snel. Een voorbeeld kan dit duidelijker maken. Stelt u zich eens voor dat u ’s nachts in bed ligt, buiten is het donker en guur, en plotseling hoort u beneden in de kamer een harde knal. U denkt: ‘Er is een inbreker in mijn huis!’ Wat gaat er op dat moment door u heen? En wat gaat u

doen? Waarschijnlijk bent u doodsbenauwd. U kruipt bang trillend in een hoek of u gaat, als u wat stoerder bent, met kloppend hart en gewapend met een bezemsteel naar beneden. Of u belt de politie. Maar stelt u zich nu diezelfde situatie nog eens voor – u ligt in bed en hoort plotseling een harde knal. Nu denkt u echter: ‘Dat is de kat, heeft ie nu die lelijke vaas omgegooid?’ Wat doet u in dit geval? U draait zich nog eens om en slaapt lekker verder.

Dit voorbeeld illustreert hoe dezelfde situatie (een knal) kan leiden tot verschillende gedachten. En belangrijker: de verschillende gedachten over eenzelfde situatie leiden tot uiteenlopende gevoelens en tegenovergesteld gedrag. Dit brengt ons op het spoor van wat we ‘disfunctionele gedachten’ noemen. Als mensen veel last hebben van gedachten die niet handig zijn of niet kloppen, we noemen dit ook wel disfunctionele gedachten, kan dit leiden tot gedragsproblemen (Beck, 1976). Zo kunnen mensen met een depressie last hebben van de overtuiging dat ze waardeloos zijn of dat iedereen tegen ze is, terwijl mensen met een angststoornis voortdurend denken dat er gevaar dreigt.

Ook mensen met overgewicht blijken karakteristieke gedachten te hebben die disfunctioneel kunnen zijn. Die gedachten gaan dan over eten, uiterlijk en gewicht. Soms hebben ze ook betrekking op hun zelfwaardering. Misschien herkent u het wel: ‘Die nootjes *moeten* op.’ Of: ‘Ik heb geen rust voordat het schaalpje nootjes leeg is.’ Wanneer u uw best doet om af te vallen en deze gedachten schieten u steeds maar te binnen wanneer er een schaalpje nootjes in de buurt is, dan zal het moeilijk zijn om het schaalpje *niet* leeg te eten. Functioneler is het in dit geval om bijvoorbeeld te denken: ‘Ik neem één handje nootjes, dat mag ik best hebben en ik mag daar gerust van genieten.’ Als u zo denkt wanneer u op een feestje bent, zal het u eerder lukken om het schaalpje niet helemaal leeg te eten en het bij dat handje te laten.

Een andere gedachte die dikke mensen vaak hebben, bijvoorbeeld als zij op de weegschaal staan, is: ‘Als ik zo dik ben als nu, kan ik mij nooit leuk kleden.’ Ook deze gedachte is disfunctioneel. Ze kan somber stemmen of ertoe leiden dat men grijpt naar zo’n ‘veelbelovend crashdieet’ – waarvan op voorhand al vaststaat dat het op de lange termijn toch niet helpt. Dat dikke mensen zich niet leuk kunnen kleden is gewoonweg niet waar. Misschien kost het vinden van mooie, moderne kleding meer moeite, maar onmogelijk is het zeker niet. Ook hier ziet u weer – net als in het voorbeeld van de inbreker en de kat – dat dezelfde situatie (de weegschaal) kan leiden tot verschillende gevoelens en gedragingen, afhankelijk van wat men *denkt* in de betreffende situatie.

## COGNITIEVE THERAPIE

Om disfunctionele gedachten en dito gedragingen van mensen met overgewicht te doorbreken zijn zij in een therapeutische setting ertoe gebracht realistischer te leren denken over eten, uiterlijk en gewicht. Hiervoor zijn eerst hun disfunctionele opvattingen opgespoord, om deze vervolgens aan de realiteit te toetsen. De gedachten zijn opgespoord met behulp van een dagboekje. Hierin noteren de

deelnemers de situaties die ze als problematisch ervaren en beschrijven ze de bijbehorende gedachten en gevoelens. Vervolgens worden deze gedachten door een therapeut met kritische vragen aan de realiteit getoetst.

In het hierboven genoemde voorbeeld van het schaalteje nootjes, kunnen vragen worden gesteld als: 'Is het werkelijk zo dat de nootjes op *moeten*?' of 'Wie dwingt u dan om de nootjes op te eten?' Of, bij het niet kunnen vinden van mooie kleding: 'Welk bewijs is er voor die gedachte?' en 'Wat pleit tegen?' Zodoende worden de deelnemers aangeleerd om zelf kritische vragen te stellen en nieuwe antwoorden te vinden, en kunnen ingesleten denkpatronen worden veranderd.

Deze vorm van cognitieve therapie blijkt deelnemers uitstekend te bevalen. Een wellicht nog belangrijker resultaat is dat het doorbreken van disfunctionele gedachten heeft geleid tot blijvend gewichtsverlies (Werrij, 2005; Werrij e.a., te verschijnen).

Dit laatste volgt uit een vergelijkend onderzoek met tweehonderd mensen met overgewicht. De helft daarvan kreeg een standaardbehandeling, bestaande uit dieetmanagement door een diëtiste en beweging door een fysiotherapeut. Het andere deel onderging een combinatie van dieetmanagement met de hierboven beschreven cognitieve therapie, gegeven door een gedragstherapeut. Deze nieuwe behandeling bleek uiterst succesvol. De deelnemers zijn ongeveer vijf procent van hun gewicht verloren en wisten dit gewichtsverlies ook vol te houden in het jaar na de behandeling. Deelnemers die de standaardbehandeling hebben ondergaan, verloren in eerste instantie ook vijf procent, maar waren na een jaar weer zwaarder geworden. De combinatie van dieetmanagement en cognitieve therapie heeft er dus voor gezorgd dat de gebruikelijke terugval kon worden voorkomen.

## EMOTIE-ETEN EN IMPULSIVITEIT

In onze huidige leefomgeving is lekker, vet en zoet eten in overvloed aanwezig. Fastfoodrestaurants, maar ook kantines in scholen en bedrijven, zorgen ervoor dat calorierijke voedingsproducten uitermate makkelijk verkrijgbaar zijn. Daarnaast is het in onze maatschappij bijna onnodig geworden om te bewegen. Veel mensen vervoeren zich per auto en hebben een zittend beroep. Deze combinatie van een overmatige beschikbaarheid aan calorierijke voeding en een beperkte noodzaak tot bewegen – ook wel de obesogene omgeving genoemd (Hill & Peters, 1998; Wadden e.a., 2002) – maakt dat men gemakkelijk meer energie inneemt dan gebruikt en dus aankomt in gewicht.

We leven allemaal in deze obesogene omgeving. Toch is niet iedereen te dik. Waarom wordt de een dik en de ander niet? Waarom kan de een de verleiding van te veel eten beter weerstaan dan de ander? In antwoord op deze vragen wordt dikke mensen – zoals gezegd, vaak in het geniep – nogal eens een gebrek aan wilskracht verweten. Een stigma waaronder menige dikkerd gebukt gaat. Maar is het werkelijk zo simpel? Misschien is het zo dat lekker eten voor sommigen veel aantrekkelijk is dan voor anderen. Hieraan weerstand bieden zou dan voor de een ook veel meer moeite kosten dan voor de ander. Wilskracht wordt dan een moeilijke te

plaatsen begrip. Of misschien is het zo dat sommigen gewoonweg meer moeite hebben zich te beheersen dan anderen. Los van de moeite die ze doen om dit te proberen.

Een populaire veronderstelling is dat een deel van de dikke mensen te veel eet uit emotie. Door het eten van veel vetrijk voedsel zouden zij hun ellendige gevoelens 'wegeten' (Van Strien, 2004). Het klopt dat ongeveer de helft van de mensen met overgewicht last heeft van een milde depressie. Deze groep heeft daarnaast nog meer zorgen over eten, uiterlijk en gewicht en een lagere zelfwaardering dan de niet-depressieve groep (Jansen e.a., 2006; Werrij e.a., 2006). Dat dikke mensen te veel eten *omdat* zij depressief zijn, is echter een voorbarige conclusie. Immers, we weten niet of ze te veel eten omdat ze depressief zijn of juist andersom, dat ze depressief worden van te veel eten. Daarnaast blijken depressievere dikke mensen ook te overeten op de momenten dat ze niet depressief zijn (Jansen e.a., 2006). Ze worden er bovendien ook niet vrolijker van als ze overeten tijdens een depressie. Het helpt dus niet om ellendige gevoelens weg te eten, zoals sommige populaire geschriften ons willen doen geloven.

In een omgeving met calorierijk voedsel in overvloed zal men, om te voorkomen dat men dikker wordt, lekker eten met grote regelmaat moeten weerstaan. Dat dikke mensen daar minder goed in zijn dan mensen met een gezond gewicht, wordt bevestigd door recent onderzoek: dikke mensen blijken meer moeite te hebben met het beheersen van hun impulsen (Nederkoorn e.a., 2004). De combinatie van impulsiviteit en het overmatige aanbod van lekkere, vette voeding is ongunstig voor wie wil afvallen. Gelukkig biedt cognitieve therapie een hulpmiddel voor bewustwording van het eigen eetgedrag en van de gedachten die dit bevorderen.

## **IEDEREEN NAAR DE THERAPEUT?**

Het doorbreken van ingeslepen, disfunctionele denkpatronen over eten, uiterlijk en gewicht is van groot belang voor succesvol lijnen. Uit het vergelijkend onderzoek bleek dat de combinatie van dieetmanagement en cognitieve therapie een blijvend gewichtsverlies van vijf procent oplevert. Dit lijkt misschien weinig, maar is een waardevolle winst als we beseffen dat mensen normaliter juist dikker worden met de jaren.

Betekent dit nu dat alle dikke mensen cognitieve gedragstherapie moeten krijgen? De resultaten van deze aanpak zijn veelbelovend. Cognitieve gedragstherapie werkt in elk geval beter dan de standaardbehandeling en zorgt er als enige behandeling voor dat gewichtsverlies wordt volgehouden. Deze vorm van therapie is echter ook een stuk duurder dan de standaardbehandeling. Cognitieve technieken zijn moeilijk uit te voeren en vergen een intensieve training van de gedragstherapeuten. Verdere studie is nodig om te onderzoeken of er bepaalde groepen zijn die in het bijzonder profiteren van een cognitieve behandeling, terwijl anderen wellicht kunnen volstaan met een standaardbehandeling van voedingsvoorlichting en meer beweging. Ons onderzoek wijst in ieder geval uit dat

een brede groep van mensen met overgewicht veel baat heeft bij cognitieve gedragstherapie. Er is dan ook alles voor te zeggen de mogelijkheden te bestuderen om deze behandeling op grotere schaal tot uitvoering te brengen.

Gewichtsverlies is een gewichtige zaak. Niet alleen omdat blijvend verlies van kilo's van groot belang is voor het levensgeluk, maar ook omdat het uiterst moeilijk is te realiseren. Voor mensen met overgewicht is het van groot belang hun eetgedrag te veranderen. Niet in de vorm van exotische diëten, sapjes, repen of pillen, maar op basis van een normaal en regelmatig eetpatroon, met af en toe een tussendoortje. Om dit eetpatroon te kunnen volhouden is het nodig disfunctionele gedachten over eten, uiterlijk, gewicht en eigenwaarde aan te pakken. Het alternatief is het eeuwige gejojo – en daar zit niemand op te wachten.



# Tandeloze strijd: overgewicht en economisch onvermogen

*Petra Berkhout*

## **PRIKKELEN PRIJSPRIKKELS?**

Toen Bram L. vorige week naar de snackbar ging om een frietje mét te kopen, betaalde hij twee euro. Vandaag betaalde Bram L. voor datzelfde frietje 2,20 euro, oftewel tien procent meer. Heeft Bram een moment gearzeld om het frietje te kopen? Waarschijnlijk niet. Evenmin overwoog hij om in plaats van patat een kilo appels te kopen, die deze week tien cent de kilo goedkoper waren dan vorige week. Toch duikt met enige regelmaat de suggestie op om in de strijd tegen overgewicht via prijsprikkels de consumptie bij te sturen, (vooral van ongezond eten). Enkele Nederlandse economen pleitten in 2003 voor een belasting op ongezond eten (Cornelisse-Vermaat e.a., 2003). Een suggestie die door de Raad voor de Volksgezondheid het jaar daarvoor al was verworpen (RVZ, 2002). Drie jaar later echter is invoering van een vettax door de voorzitter van de RVZ toch weer als oplossing gepresenteerd voor het tegengaan van obesitas (VWS, 2005).

Ook in de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Canada en Zweden zijn, vooral door medici, voorstellen gedaan voor invoering van een belasting op ongezonde snacks. Hoewel de meeste suggesties betrekking hebben op het belasten van 'slechte' voeding, wordt het subsidiëren van gezonde voeding ook naar voren geschoven als een alternatief (Cash e.a., 2004). Het achterliggende idee hierbij is dat men zo een prikkel geeft aan consumenten om hun eetpatroon te wijzigen, maar ook aan de levensmiddelenindustrie om hun producten gezonder te maken. Hieraan gerelateerd zijn suggesties gedaan om in het Europese landbouwbeleid instrumenten op te nemen die de productie van ongezonde producten afremmen en die van gezonde bevorderen (zie Bol e.a., 2004; Schäfer Elinde, 2003). Dit alles met de bedoeling om de Europese consument gezonder te laten eten.

Deze voorstellen voor prijsprikkels veronderstellen dat consumenten gevoelig zijn voor prijsveranderingen en dat – in geval van het landbouwbeleid – veranderingen in de prijzen voor producenten doorwerken in de prijzen op consumentenniveau. Bij de effectiviteit van deze economische instrumenten in de strijd tegen overgewicht kunnen echter de nodige vraagtekens worden geplaatst.



## MIJ OVERKOMT DAT NIET

Gezondheid is een gewaardeerd goed. Keer op keer blijkt uit onderzoek dat mensen een goede gezondheid een van de belangrijkste factoren vinden voor een gelukkig bestaan. Des te vreemder is het voor een econoom – die ervan uitgaat dat mensen altijd in hun welbegrepen eigenbelang handelen – dat steeds meer mensen te dik worden. Overgewicht brengt immers tal van gezondheidsproblemen met zich mee. De obese mens is in de ogen van een econoom beslist geen rationeel handelend persoon. Er wordt immers geen goede afweging gemaakt tussen enerzijds de geneugten van te veel en ongezond eten nu en anderzijds de gevolgen daarvan voor de gezondheid en de hogere ziektekosten die daarmee kunnen samenhangen.

Veel consumenten blijken niet te kunnen of willen overzien wat de consequenties zijn van hun eetgedrag. Evenmin overzien zij dat deze consequenties niet alleen betrekking hebben op zichzelf, maar ook op de maatschappij als geheel. Uiteindelijk is het immers ook de maatschappij die meebetaalt aan de medische kosten die overgewicht kan veroorzaken, zoals diezelfde maatschappij ook inkomsten misloopt, bijvoorbeeld omdat obese personen minder lang werken. Het zijn deze ongewenste externe effecten (externaliteiten) die volgens de klassieke economische theorie ingrijpen rechtvaardigen. Dat het ook voor de betrokken individuen plezierig kan zijn als ze worden geholpen bij het maken van andere – in casu gezondere – voedingskeuzes speelt daarbij in principe geen rol.

Het is overigens niet verwonderlijk dat consumenten niet altijd de juiste keuzes maken. De veelheid van producten en gezondheidsclaims van levensmiddelen is overrompelijk. Er zijn veel factoren waarmee een consument rekening kan of moet houden. Om al die informatie tot zich te nemen – een voorwaarde om uiteindelijk rationeel te kunnen handelen – is een dagtaak. De markt werkt op dit punt dus niet; er is sprake van informatieasymmetrie. Voedingsbedrijven zullen altijd een voorsprong houden wat betreft hun kennis van producten en van ingrediënten. Het is (mede) een gevolg van de steeds grotere afstand die is ontstaan tussen consumenten en de productie van voedsel. Nu zou dit niet zo'n groot probleem zijn als bedrijven altijd het beste voor hebben met de consument, of als de consument altijd het beste met zichzelf voor heeft. Dan immers zouden er vooral 'gezonde' producten op de markt komen.

Beide aannames hebben echter een beperkte geldigheid. Bedrijven maken producten waarvan ze denken dat consumenten ze zullen kopen. Dat zijn niet per definitie producten die goed zijn voor de klant. Zo is het bekend dat het heden voor mensen vaak zwaarder weegt dan de toekomst. Men beseft vaak niet, of wil niet beseffen, dat nu te veel eten in de toekomst weleens kan betekenen dat je te dik wordt. Immers: 'Mij overkomt dat niet.' De voorkeur van consumenten voor directe behoeftebevrediging, die ze op een later moment zouden afwijzen, staat bekend als het 'zelfbeheersingsprobleem'. Dit verschijnsel verklaart waarom de consumenten minder rationeel handelen dan de economische theorie wil doen voorkomen en kan dan ook een reden vormen voor overheidsingrijpen (O'Donoghue & Rabin, 2005).

## **INSTRUMENTEN OM HET GEDRAG TE BEÏNVLOEDEN**

Consumenten kunnen op verschillende wijzen worden ‘gestuurd’. Een effectieve manier is ze in de portemonnee te raken. Daarvoor heeft de economie drie instrumenten voorhanden: belastingen, subsidies en beperking van het aanbod.

Als product Y duurder wordt gaat de consument op zoek naar een alternatief. Dit substitutie-effect geeft aan waarom de huidige prijzenslag tussen de supermarkten zoveel beroering teweegbrengt in de voedingsmarkt. Het verklaart ook deels waarom de verkoop van biologische producten zo moeizaam verloopt: de meeste consumenten zien geen verschil tussen het biologische product en het goedkopere alternatief en zijn dan ook niet snel bereid een meerprijs te betalen (zie ook Diederer, 2003). Morrelen aan prijzen heeft ook effect op het besteedbaar budget. Als het beschikbare budget verandert, zal men van sommige goederen meer gaan kopen, terwijl andere levensmiddelen uit het voedingspakket verdwijnen. Brood wordt bijvoorbeeld vervangen door een ontbijtdrankje, aardappelen maken plaats voor patat.

De suggestie om ongezonde producten te belasten en gezonde producten te subsidiëren is dus niet onlogisch. De prijsveranderingen kunnen ertoe leiden dat consumenten andere afwegingen maken. Bij voorkeur kopen ze een gezond alternatief, mits dit aanwezig is én bekend is bij de consumenten. Het mechanisme heeft prima gewerkt bij gelode en ongelode benzine. De belasting op gelode benzine heeft als een katalysator gewerkt voor het verdringen van die – milieubelastende – brandstof. Het is echter twijfelachtig of prijsprikkels ook effectief zijn in het veranderen van de vraag naar voedingsmiddelen.

## **BELASTING OP EEN BROODJE GEZOND?**

Wil een belasting effectief zijn, dan moet je weten hoe de vraag naar een product verandert als de prijs met, zeg tien procent, omhooggaat. Voor veel producten kennen we deze zogenaamde prijselasticiteit echter niet, wat het heffen van een belasting tot een hachelijke onderneming maakt. Algemeen wordt aangenomen dat de vraag naar basisproducten, zoals aardappelen en brood, niet sterk wijzigt bij prijsveranderingen. Anders gezegd, de vraag is relatief ‘prijsinelastisch’. Dat is vooral het geval bij basisbehoeften van de mens. Voor ‘luxere’ – verwerkte – producten, zoals vlees en kaas, gaat men ervan uit dat de prijselasticiteit hoger is. Recente schattingen voor Nederland naar de prijselasticiteit van de vraag naar onder meer groenten, fruit en vlees bevestigen deze aannames (Boer e.a., 2006).

Wil een belasting op ongezonde, calorierijke producten effectief zijn, dan zal deze behoorlijk hoog moeten zijn om het aankoopgedrag te veranderen. Het heffen van belasting veronderstelt ook dat vooral de prijs van belang is bij de aankoop van producten, terwijl voor veel producten tal van andere, bijvoorbeeld sociale en culturele factoren een belangrijke rol spelen in de aankoop. Ook geldt dat hoe hoger het inkomen is, des te minder de prijs ertoe doet. De prijs speelt het meest een rol bij de consumenten die het minste te besteden hebben. Om

‘uitwijkgedrag’ naar substituten te voorkomen zullen bovendien *alle* ongezonde producten moeten worden belast, simpelweg omdat anders het ene ongezonde product vervangen wordt door het andere.

Een tweede probleem vormt de definitie van wat een gezond dan wel ongezond product is. Van een aantal producten voelen we op onze klompen aan dat ze niet gezond zijn, zoals patat met mayonaise en chips. Lastiger wordt het om bijvoorbeeld koekjes en chocola te plaatsen. Zijn die ongezond? Ook als ze met mate worden geconsumeerd? En hoe zat het ook weer met dat broodje gezond? Ook gezonde producten zijn lang niet altijd als zodanig te herkennen. Groente en fruit zijn duidelijk. Maar hoe gezond is volvette kaas?

Een nadeel van belasting is dat alle consumptie wordt belast. In theorie is het denkbaar dat enkel de ‘overmatige’ consumptie wordt belast. De uitvoeringskosten die daarmee samenhangen zullen praktische uitvoering ervan echter verhinderen. Iedere geconsumeerde eenheid zal dus even hoog worden belast en de matige gebruikers, met mogelijk geen nadelige effecten voor de gezondheid, zullen even hard worden getroffen. Overigens is dit geen doorslaggevend argument om tegen belastingen te zijn. Matige gebruikers van ‘ongezonde’ producten hebben immers belang bij tempering van het overmatige gebruik van medeburgers. Hun beperkte individuele nadeel weegt dan op tegen de voordelen voor het collectief.

Een derde kwestie is de vraag waarop belasting te heffen. Op het eindproduct, of op het ongezonde ingrediënt (suiker of vet)? Omwille van de eenvoud heeft het de voorkeur om de ongezonde ingrediënten te belasten, omdat deze beperkter in aantal zijn dan de mogelijke eindproducten. Hoe effectief dit is zal per product verschillen. In producten die weinig bewerking ondergaan zal het niet veel uitmaken of de ingrediënten worden belast of het product dat uiteindelijk in de schappen ligt. Een belasting op bijvoorbeeld melkvet werkt vrij direct door in de prijs van boter, tenzij deze belasting elders in de voedingsketen wordt afgewenteld. Met de huidige concentratie in de voedingsmiddelenindustrie en de detailhandel is dat laatste overigens niet geheel ondenkbaar. Bij meer verwerkte producten is de kans groot dat de belasting wegvalt tegen de verwerkingsmarge, waardoor het effect op de eindprijs gering zal zijn. Dit geldt bijvoorbeeld voor snacks, ijsjes, chocolade en snoep. Kortom, voor producten die behoren tot de typische dikmakers.

## **SUBSIDIE OP BANANENCHIPS?**

In plaats van slaan met de stok van belastingen kunnen we consumenten ook de wortel voorhouden van subsidies op gezonde producten. Dat oogt ook een stuk sympathieker. Maar subsidies doen hetzelfde als heffingen, namelijk de prijsverhouding tussen producten wijzigen in de hoop daarmee ook de consumptie te beïnvloeden. Evenals bij het heffen van belastingen zitten hier de nodige haken en ogen aan. Hoeveel subsidie moet ik geven op een gezond product als spruitjes om ervoor te zorgen dat deze meer gegeten worden? Ook nu lopen we aan tegen het feit dat we in het duister tasten over de prijselasticiteit van de vraag. Algemeen

geldt weer dat deze niet heel groot zal zijn, waardoor subsidies weinig effect zullen sorteren en vooral geld kosten (wat overigens ook het geval is als de subsidies wél zouden werken). Het definiëren van wat een gezond product is vormt ook nu een probleem. Groenten en fruit zijn gezond, daar is weinig discussie over mogelijk. Maar als groenten en fruit zijn verwerkt in een uiteindelijk minder gezond product, bijvoorbeeld bananenchips, geef je dan ook nog subsidie? En als ik subsidie geef op gezonde producten, voorkom ik daarmee dan dat alsnog ongezonde producten worden gegeten? Los van de (transactie)kosten kleven er ook aan subsidies op gezonde producten de nodige bezwaren, die een en ander moeilijk praktisch uitvoerbaar maken (zie Aronsson & Thunström, 2005; Cash e.a., 2004; Smed e.a., 2005).

Subsidies gaan bovendien uit van het wijdverbreide misverstand dat gezonde producten duur zijn vergeleken met ongezonde producten (deze stelling wordt ook ingenomen door enkele van de auteurs in deze bundel). Nu is duur een relatief begrip, maar in veel West-Europese landen zijn bijvoorbeeld groenten en fruit – in vergelijking met de rest van het levensmiddelenassortiment – niet duur. De afgelopen decennia wordt voedsel steeds goedkoper geproduceerd en lopen consumentenprijzen slechts langzaam op, terwijl de welvaart aanzienlijk is gestegen. Dit alles maakt dat er sprake is van een dalend aandeel van de uitgaven aan voedsel in onze totale bestedingen. Gemiddeld is in Nederland tegenwoordig slechts negen procent van de consumptieve bestedingen bestemd voor voeding.

De notie dat ongezonde voedingsmiddelen goedkoop zijn en gezond voedsel duur lijkt vooral ingegeven door het feit dat voor weinig geld veel calorieën gekocht kunnen worden. Het beeld verandert als de totale voedingswaarde van producten wordt meegenomen. Onderzoek in Frankrijk naar de verhouding tussen de voedingswaarde en de prijs van groenten en fruit laat zien dat groenten en fruit tegen een schappelijke prijs een hoop nuttige voedingsstoffen leveren (Darmon e.a., 2005). Volgens de onderzoekers is het zeer waarschijnlijk dat deze waarneming ook voor veel andere landen geldt. Een conclusie die naar mijn smaak ook op de Nederlandse voedingsmarkt van toepassing is.

Dat calorieën zo ‘goedkoop’ zijn, heeft deels te maken met de bron: suiker is bijvoorbeeld goed te bewaren, makkelijk te verwerken en daarmee te verwaarden. Daarin zit ook de winst voor de voedingsindustrie. Hetzelfde geldt voor granen en vetten. Verse groenten en fruit zijn veel kwetsbaarder, transport is duurder, de mogelijke verliezen door bijvoorbeeld bederf groter. Bewerken – denk aan voorgesneden groenten – betekent ook nu verwaarden, maar met een hoger risico van bederf. Dit vertaalt zich ook in hogere marges (risico-opslag) in bijvoorbeeld de supermarkt. Maar duur? Nee.

## **EEN RECHT OP SNOEPEN?**

Een laatste, indirecte vorm van beïnvloeding van de prijs, is het aanbod op een bepaald niveau vast te leggen. Hierbij is te denken aan stempelkaarten voor patat en frikadellen. Aan snackbonnen of aan het per consument vaststellen van een

maximaal vrij besteedbaar budget aan ongezonde producten. Maar op welke basis bepaal je zo'n 'snoeprecht'? Hoe voer je dit uit? Hoe controleer je het? Mogen gebruikers het onderling verhandelen? Op het niveau van de consument is zo'n aanpak om meerdere redenen niet haalbaar. Iets eerder in de keten overigens wel. Je zou kunnen overwegen om het aanbod aan de basis – de primaire landbouw – van producten als suiker en vet te beperken. In dit verband is wel voorgesteld de zuivelproductie fors in te krimpen om zo de consumptie van boter af te kunnen remmen (Schäfer Elinder, 2003).

Binnen de primaire landbouw in de Europese Unie zijn genoeg ervaringen opgedaan met het quoteren van het aanbod van producten, bijvoorbeeld bij suiker en melk, om zo overschotten op de interne markt te voorkomen. Dit vond wel plaats in een tijdperk dat het (nog) mogelijk was de EU als handelsblok van de wereldmarkt af te schermen, zonder dat is een quotering niet mogelijk. Boter en suiker zijn in de EU dan ook – in vergelijking met de wereldmarkt – relatief duur. Zo bezien is dat een van de weinige voordelen van het zo vaak verguisde Europese landbouwbeleid. In een tijd dat landbouwmarkten echter – ook die in de Europese Unie – steeds opener worden is het niet erg logisch na te willen denken over productiequota. Bovendien geldt bij een aanpak 'bij de bron' – de primaire productie – dat het prijseffect, zoals eerder betoogd, grotendeels zal wegvallen in de rest van de keten, zeker voor producten die bewerkingen ondergaan.

## **SUIKER...**

Suiker is evenals vet behoorlijk in opspraak geraakt. Het is een erkende dikmaker en de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) raadt zelfs aan niet meer dan tien procent van de dagelijkse energiebehoefte uit 'vrije suikers' te halen. De term 'vrije suikers' slaat op alle suiker die wordt toegevoegd aan levensmiddelen plus de suiker die van nature aanwezig is in honing, siroop en vruchtensap (WHO, 2003). Het gaat om suiker in koffie of thee, in jam, maar niet om suiker in een appel. Bij een gemiddelde caloriebehoefte voor mannen van 2500 calorieën komen de WHO-richtlijnen erop neer dat circa 250 calorieën uit vrije suiker mogen komen. Dat is zo'n 65 gram.

Nederlanders gebruiken gemiddeld zo'n negentig gram suiker per dag, waarvan circa vijftien procent direct en de rest indirect via koekjes of bijvoorbeeld frisdranken (Berkhout & Van Berkum, 2005). Dat is bijna veertig procent meer dan de WHO aanraadt. In totaal is de Nederlandse consument zo'n 27 euro per jaar kwijt aan suiker, waarvan vier euro voor het directe gebruik.

Stel, we willen het suikerverbruik terugdringen en heffen een extreem hoge belasting op suiker. Suiker wordt eens zo duur (een belasting van honderd procent). Wat betekent dat voor het directe gebruik van suiker? Op jaarbasis zou de consument vier euro meer kwijt zijn aan suiker. Gaat hij dan minder suiker gebruiken? Dat hangt sterk af van de elasticiteit van de vraag. Suiker staat bekend als een product met een inelastische vraag (Jongeneel, 2000). Een verdubbeling van de prijs leidt naar schatting tot een afname van de vraag met één procent.

Hieruit mag blijken hoe weinig effect een dergelijke belasting zal hebben. Het is daarnaast aannemelijk dat het effect op het indirecte gebruik nog beperkter, tot nihil zal zijn, omdat het aandeel van de kosten voor suiker in producten als koekjes en chocola uiteindelijk maar een fractie van de totale kosten bedraagt.

### **... EN ANDERE ZOETHOUDERTJES**

Voor de industriële grootafnemers van suiker, die het product verwerken in koekjes, zuivelproducten, frisdrank, ijs en zoetwaren spelen kostenoverwegingen een belangrijke rol. Suiker in de EU is circa 2,5 keer zo duur als op de wereldmarkt. De Europese suikermarktordening schermt de interne EU-markt af, waardoor suikerverwerkers zijn gedwongen hun suiker af te nemen van in de EU gevestigde suikerproducenten. De dure suiker heeft ertoe geleid dat verschillende alternatieve zoetmakers zijn ontwikkeld, die goedkoper zijn dan suiker. Voorbeelden zijn isoglucose en glucosestropen, beide gemaakt van granen. In de Europese Unie is de productie van isoglucose aan banden gelegd om de positie van de bietentelers en suikerproducenten te beschermen. Het marktaandeel in de interne consumptie van zoetmakers is in de EU voor isoglucose nog geen drie procent. In de VS daarentegen wordt per hoofd van de bevolking vrijwel evenveel suiker als isoglucose geconsumeerd (Berkhout & Van Berkum, 2005). De productie van glucosestropen is niet gequoteerd, maar hun marktaandeel in de EU is beperkt, onder meer omdat ze minder zoet zijn dan suiker en deze – in tegenstelling tot isoglucose – niet volledig kunnen vervangen. De verschillende producten ontlopen elkaar weinig in caloriewaarde. Enkel een belasting op suiker schiet dus tekort, alle zoetstoffen zouden belast moeten worden om enig (calorisch) effect te kunnen sorteren. Maar ook wanneer het zover zou komen, gaat het hier slechts om (belasting)maatregelen in de marge.

Een bijkomend vraagstuk is hoe om te gaan met substituten die wellicht minder calorierijk zijn, maar mogelijk andere negatieve effecten voor de gezondheid hebben. Zo is er sucralose, gemaakt van suiker, maar dan zonder één calorie. Het is een vinding van Tate & Lyle, een van de grootste suikerproducenten ter wereld. De gezondheidseffecten van sucralose zijn echter niet onomstreden. Vergelijkbare discussies bestaan over de categorie chemische zoetstoffen zoals aspartaam en sacharine. Voor sommige van deze zoetstoffen gelden al richtlijnen voor het gebruik (maximaal aanbevolen dagelijkse hoeveelheden) vanwege de mogelijke gevaren voor de gezondheid bij overmatige consumptie.

### **HOLLEN BOLLE GIJS!**

Met het bovenstaande wordt geïllustreerd dat de economie in feite met lege handen staat bij de aanpak van overgewicht en obesitas. Met de besproken economische instrumenten bijten we onze tanden stuk op de problematiek van overgewicht. We blijken een tandeloze strijd te voeren.

Prijsprikkels om de consumptie bij te sturen zijn in theorie een goed instrument. De praktische uitvoering stuit echter op grote bezwaren en kosten. Bovenal is de effectiviteit beperkt, omdat de vraag naar voedsel maar in geringe mate reageert op verandering van prijzen. Hogere prijzen voor suiker of vet zullen het directe verbruik nauwelijks beïnvloeden. Bovendien zijn zowel suiker als (melk)vet in de Europese Unie al relatief duur in vergelijking met de prijzen op de wereldmarkt. Bij verwerkte producten valt een belasting op de ongezonde ingrediënten in het niet bij de verwerkingsmarge.

Een (forse) belasting op eindproducten, bijvoorbeeld een caloriebelasting, zou meer effect kunnen hebben, omdat de prijsreactie bij deze producten groter is. Om substitutie-effecten tegen te gaan zullen dan wel alle ongezonde alternatieven belast moeten worden. Belasting brengt in deze gevallen echter vooral geld in het laatje van de overheid. Uiteraard kan er voor worden gekozen om bepaalde producten zo hoog te belasten dat dit prohibitief werkt. Maar het is dan veel eenvoudiger om gewoonweg te verbieden dat dat product op de markt komt. Sturing via de prijs zal nog het meeste effect hebben bij consumenten met lagere inkomens. Alhoewel de meeste problemen met obesitas zich in deze inkomensgroepen voordoen, is het zeer de vraag of een dergelijke aanpak maatschappelijk acceptabel is.

Het effect van subsidies op gezonde producten is eveneens discutabel. Veel gezonde producten zijn bovendien helemaal niet duur, wat erop duidt dat de prijzen blijkaar niet doorslaggevend zijn in de aankoop. De subsidies zullen vooral veel geld kosten, maar weinig opleveren.

Al met al zal de inzet van (forse) prijsprikkels nauwelijks tot geen matigend effect hebben op de consumptie. De inzet van krachtiger instrumenten dan die de economie voorhanden heeft zal nodig zijn om het overgewichtprobleem aan te pakken. Misschien rest bolle Gijs niets anders dan te gaan hollen.







# Hartslag Limburg: lessen uit de praktijk

*Erik Ruland*

## **EEN AANSPREKEND VOORBEELDPROJECT**

Het is al vaker gezegd: het bevorderen van een gezonde leefstijl lukt niet alleen met een Postbus 51-spotje. Er is meer nodig om het gedrag van mensen te veranderen. Bijvoorbeeld lokale programma's die zich zowel richten op directe gedragsverandering als op het creëren van een stimulerende leefomgeving – op school, op het werk, in de wijk, etc. (Oers, 2002). Maar hoe krijg je dat voor elkaar? Wat is nodig? En werkt het ook?

Eind 1994 werden deze vragen gesteld op een bijeenkomst georganiseerd door de burgemeester van het Limburgse Meerssen. Het antwoord van de aanwezigen was: hier ligt een uitdaging om een aansprekend voorbeeldproject te ontwikkelen. Dit preventieprogramma is er inderdaad gekomen en kreeg de titel 'Hartslag Limburg, samen gezond', dat mede mogelijk is gemaakt dankzij steun van de Nederlandse Hartstichting en ZonMw.

Vanaf 1998 hebben de GGD, gemeenten, huisartsen en vele anderen in de regio Maastricht intensief samengewerkt om een gezonde leefstijl te promoten. Doel van het programma was om te laten zien dat het met een goede samenwerking mogelijk is om hart- en vaatziekten daadwerkelijk terug te dringen. Dit zou zowel voor de bevolking als geheel moeten gelden als specifiek voor groepen met een verhoogd risico. Die aanpak had echter alleen kans van slagen als veel partijen mee zouden doen, ieder naar eigen vermogen. Bovendien moest het programma minstens zeven jaar de tijd krijgen om zich te bewijzen. Gedragsverandering gaat immers langzaam.

Vele campagnes, lokale activiteiten en patiëntgerichte voorlichting later, hebben wetenschappers van de Universiteit Maastricht (UM) en het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) de resultaten van het project geëvalueerd. Belangrijkste succes: de regio Maastricht laat in 2004 een minder sterke toename zien van de indicatoren voor overgewicht dan een controleregio. Verdere analyse heeft bovendien laten zien dat de lokale aanpak van Hartslag Limburg bijzonder kosteneffectief is geweest. Goedkoop dus, in vergelijking met sommige andere preventiemethoden. Prachtige resultaten, die meteen de vraag oproepen wat deze uitkomsten betekenen voor het huidige lokale en nationale gezondheidsbeleid.

Dit essay opent met enige tekst en uitleg over de opzet van Hartslag Limburg. Vervolgens wordt stilgestaan bij de successen van het project – en bij wat minder goed ging. Ten slotte wordt ingegaan op de lessen die uit Hartslag Limburg kunnen

worden getrokken. Zo blijkt een kosteneffectief lokaal beleid haalbaar te zijn, mits aan een aantal randvoorwaarden wordt voldaan. De belangrijkste randvoorwaarde is de aanwezigheid van een adequate infrastructuur.

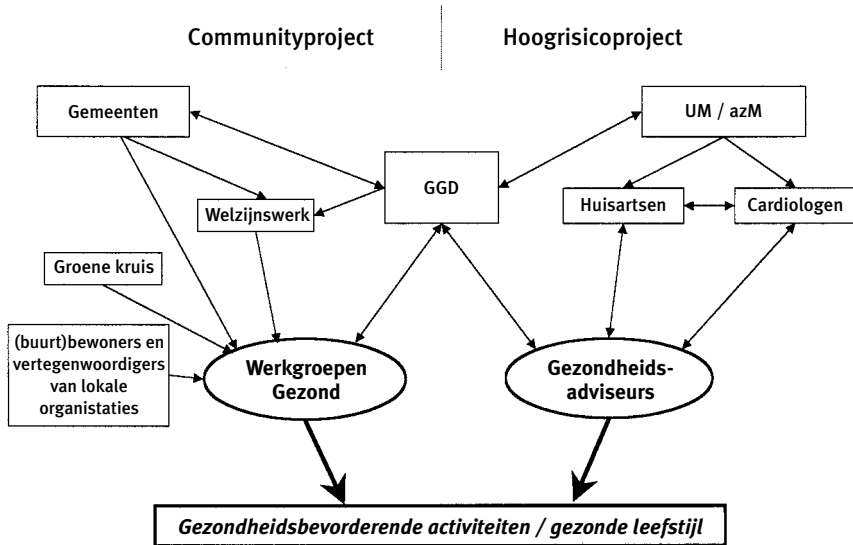
## **HARTSLAG LIMBURG: EEN REGIONAAL NETWERK**

De opzet van Hartslag Limburg was om de bestaande, afzonderlijke preventieve maatregelen van GGD, gemeenten, huisartsen en het ziekenhuis te bundelen in één regionaal model. Dat model zou toonaangevend moeten worden voor preventie op regionaal niveau. De initiatiefgroep (GGD, gemeenten, UM) koos de principes van de zogenoemde ‘community-benadering’ als uitgangspunt (Bracht & Kingbury, 1990). Kern daarvan is dat allerlei partijen worden uitgenodigd om mee te doen en hun bijdragen te leveren *vanuit de eigen mogelijkheden*. Er ligt dan ook geen blauwdruk klaar voor activiteiten. Het is de bedoeling dat via samenwerking tussen partners allerlei activiteiten ontstaan die aansluiten bij reeds bestaande werkwijzen. Vanuit de initiatiefnemers dient hierbij voldoende ondersteuning te worden gegeven om plannen daadwerkelijk te kunnen realiseren.

Het toepassen van deze uitgangspunten op de schaal van de regio Maastricht – vijf gemeenten met in totaal ongeveer 185.000 inwoners – riep een netwerkstructuur in het leven. Hierbij werd een onderscheid gemaakt tussen twee deelprojecten. Het Hoogrisico-project, waaraan huisartsen en het ziekenhuis deelnamen, richtte zich op hoogrisicopatiënten. Het andere deel bestond uit de GGD, gemeenten en welzijnswerk en richtte zich op ‘gewone’ inwoners en kreeg de naam Community-project (Ruland, 1999; Ruland e.a., 2006). In beide deelprojecten lag een belangrijk accent op het bereiken van inwoners met een laag opleidingsniveau. Uit eerdere ervaringen bleek namelijk dat juist deze doelgroep een gezondheidsachterstand heeft en met massamediale methoden onvoldoende bereikt wordt (zoals ook in andere bijdragen in dit boek naar voren wordt gebracht).

In het Community-project ging het vooral om het opzetten van allerlei de gezondheid bevorderende activiteiten en campagnes. Om zoveel mogelijk partijen erbij te betrekken is gewerkt vanuit acht lokale werkgroepen: één in iedere participerende kleine gemeente en daarnaast vier verspreid over evenzoveel Maastrichtse volksbuurten. Elke werkgroep bestond uit vertegenwoordigers van organisaties en doelgroepen in de gemeente of buurt, en werd professioneel ondersteund door een gezondheidsvoorlichter. Iedere werkgroep stond onder leiding van een welzijnswerker of, in de kleine gemeenten, van een gemeenteambtenaar.

Nieuw was dat elke werkgroep beschikte over een eigen budget van ongeveer € 5000,-. De activiteiten moesten daarbij voor minstens de helft gericht zijn op drie bekende thema’s: gezonde voeding, meer bewegen en niet-roken. De werkgroepen beschikten verder over veel vrijheid om activiteiten zelf invulling te geven, vooral met de bedoeling om inwoners met een laag opleidingsniveau zo goed mogelijk te bereiken.



Het Hoogrisico-project richtte zich via huisartsen en de afdeling Cardiologie van het Maastrichtse academisch ziekenhuis op patiënten met een al bekend, hoog risico op hart- en vaatziekten. Doel hiervan was om deze patiënten door persoonlijke begeleiding te helpen bij het ontwikkelen van een gezondere leefstijl. Ondersteuning werd geleverd door vier speciaal opgeleide functionarissen: de ‘gezondheidsadviseurs’.

De rol van de GGD in Hartslag Limburg betrof, naast de vaktechnische ondersteuning, vooral het netwerkmanagement. Dit hield in dat zorg werd gedragen voor alle randvoorwaarden, waaronder planning, voortgangsbewaking, communicatie en de organisatie van jaarlijkse miniconferenties voor alle betrokkenen. Daarnaast was uitgebreid onderzoek gepland om de resultaten van het project zichtbaar te maken en de kernvraag te beantwoorden of Hartslag Limburg een effectief model biedt voor preventie op regionaal niveau.

## BEWEGTEEVEE EN ANDERE ACTIES

De eerste uitdagingen voor de projectgroep van Hartslag Limburg vormden de totstandkoming van samenwerking; het ontwikkelen van voldoende en kwalitatief goede activiteiten op buurt- en regionaal niveau, in huisartspraktijken en in het ziekenhuis; en het uitvoeren van het begeleidende onderzoek.

Over het geheel genomen is dit goed gelukt. Ruim vijf jaar hebben vele tientallen mensen, professionals en vrijwilligers, samengewerkt, zowel in buurten als in de zorg. De jaarlijkse miniconferentie trok steeds tegen de honderd deelnemers, zowel uitvoerenden, onderzoekers als bestuurders.

In het kader van het Community-project zijn in vijf jaar tijd ruim achthonderd verschillende activiteiten uitgevoerd en zijn ruim vierhonderd publicaties verschenen (Van Assema e.a., 2006b). Geschat wordt dat daarmee tussen 25.000 en 35.000 inwoners zijn bereikt, ongeveer vijftien procent van de totale populatie. Meer dan tachtig procent van de activiteiten betrof de thema's bewegen en voeding: van het dagelijkse televisieprogramma *BeweegTeeVee* tot rondleidingen in supermarkten in de eigen buurt.

Onderzoek laat zien dat er een significante toename was in het aantal activiteiten en het aantal organisaties dat bij activiteiten was betrokken, in vergelijking met de controleregio (Ronda e.a., 2005). Deelnemers waren goed te spreken over de ontwikkelde activiteiten. Verder bleek dat de aanpak heeft geleid tot een hoog niveau van sponsoring en 'cost-sharing' (Ronckers e.a., 2006; Ruland e.a., 2006). Belangrijke voorbeelden hiervan waren structurele cofinanciering vanuit het welzijnswerk en sponsoring door commerciële partners op deelprojectniveau. Bemoedigend was ook dat veel activiteiten een combinatie waren van voorlichting en beïnvloeding van omgevingsfactoren. Goede voorbeelden hiervan vormden schoolcampagnes die het lidmaatschap van een sportclub stimuleren of de jaarlijkse acties met de middenstand (supermarkten, groentewinkels en bakkers).

In dit verband mag de campagne Lekker Gezond niet ongenoemd blijven, die in samenwerking met Van Melik Food Groep in hun slagerij- en fastfoodketen werd gehouden. In deze campagne is een breed pakket aan maatregelen uitgevoerd: training van het voltallig winkelpersoneel, labelling van gezonde producten en een gerichte verkoopcampagne (Van Assema e.a., 2006a). Een prachtig voorbeeld, dat echter tevens laat zien waar de schoen wringt als de verandering alleen uit commerciële hoek moet komen. De campagne leverde namelijk op korte termijn niet voldoende winst op om structureel gecontinueerd te kunnen worden. Klanten waardeerden de campagne positief, maar dit leidde niet tot een substantiële stijging in de verkoop van magere producten. Wellicht omdat de vettere producten toch goedkoper bleven.

## **POSITIEVE GEZONDHEIDSEFFECTEN EN KOSTENPLAATJES**

Het meest stimulerend zijn de gevonden effecten op populatieniveau, vijf jaar nadat Hartslag Limburg van start ging. Cohortonderzoek van het RIVM laat zien dat Hartslag Limburg erin is geslaagd om onder meer de leeftijdsgebonden stijging van een aantal risicofactoren voor hart- en vaatziekten gedeeltelijk tegen te gaan. Met name de body mass index (BMI), de middel-heupomtrek en de bloeddruk hebben zich in de Maastrichtse regio relatief gunstig ontwikkeld (Schuit e.a., 2006). Deze effecten zijn gevonden bij zowel inwoners met een hoge als met een lage opleiding. Dit vormt een belangrijke ondersteuning van de strategie om via een lokale aanpak de laagopgeleide doelgroep te bereiken.

Op basis van de gevonden gezondheidseffecten is vervolgens een kosten-effectiviteitsstudie uitgevoerd. Daarbij zijn de kosten van uitvoering van het programma en de elders in de zorg bespaarde kosten, vergeleken met een berekening

van het aantal gewonnen, gezonde levensjaren. De uitkomst van deze studie is dat Harts slag Limburg met een prijskaartje van € 3.500,- per gewonnen levensjaar zeer kosteneffectief is geweest. Het kostenplaatje van Harts slag Limburg blijft namelijk ver onder de algemeen geaccepteerde norm, die op € 20.000,- per gewonnen levensjaar ligt (Ronckers e.a., 2006).

Positief is verder dat Harts slag Limburg gaandeweg tot parallelle initiatieven heeft geleid. Zo is met het Riagg een samenwerkingsverband opgericht om het probleem van stress beter aan te kunnen pakken. Voor het bereiken van jongeren is een ander, omvangrijk samenwerkingsverband tot stand gekomen onder de titel 'schoolSlag'. En op bestuurlijk niveau zijn meerdere initiatieven ontwikkeld voor nauwere samenwerking tussen GGD, universiteit en academisch ziekenhuis.

Gedurende het project kwam ook de samenwerking tussen GGD en het welzijnswerk van de grond. Was ondersteuning vanuit de GGD in de eerste jaren nog veel gevraagd, geleidelijk aan konden succesvolle deelprojecten worden overgedragen en ontstond ook binnen andere afdelingen van het welzijnswerk interesse voor het combineren van welzijnswerk en gezondheidsbevordering. Om een voorbeeld te noemen: in plaats van de standaard 'friet met kroket' tijdens het kindervakantiewerk, gingen kinderen zelf een gezonde lunch samenstellen.

## ENKELE PLUSSEN EN MINNEN

Het Hoogrisico-project slaagde in zijn opzet om ruim 2600 patiënten met een hoog gezondheidsrisico te laten deelnemen. Patiënten bleken de geboden begeleiding zeer te waarderen (Harting e.a., 2006). Bijna tachtig procent van de mensen gaf te kennen zich meer verantwoordelijk te zijn gaan voelen voor de eigen gezondheid. Echter, meting van de gedragseffecten toont aan dat de uiteindelijke resultaten tegenvallen. Er is slechts sprake van een kortdurende verlaging van het lichaamsgewicht en vermindering van het aantal rokers ten opzichte van de controlegroep (Harting, 2005).

Ook in het Community-project verliep niet alles succesvol. Om te beginnen is het slechts in beperkte mate gelukt om het gemeentelijk beleid te veranderen. Zo ging in Maastricht wel meer aandacht uit naar speelgelegenheden voor kinderen, maar kwam nagenoeg niets terecht van de aanbevelingen om sport en bewegen toegankelijker te maken voor lage inkomensgroepen in achterstandsbuurten. Voor betrokken ambtenaren bleek het moeilijk om 'binnenshuis' op te boksen tegen andere belangen. Ook kan geconstateerd worden dat op bestuurlijk niveau onvoldoende prioriteit werd gegeven aan het betrekken van gemeentelijke bestuurders en andere beleidsmakers bij het project.

Een andere keerzijde betreft het werken met lokale werkgroepen en vrijwilligers. De positieve band die door de samenwerking ontstond maakte het voor de GGD en het welzijnswerk moeilijker om contact te leggen met geheel nieuwe groepen. Als uitvloeisel hiervan is met een relatief groot deel van de activiteiten steeds dezelfde achterban bereikt – in dit geval meestal autochtonen. Het lijkt er veel op dat we hier te maken hebben met een dilemma dat inherent is aan de

community-benadering. Participatie vraagt om de opbouw van een band met de doelgroep, hetgeen tijd kost die niet aan een andere groep kan worden besteed. Alle groepen tegelijkertijd bedienen kan evenmin, omdat dan onvoldoende ruimte bestaat om in te gaan op specifieke wensen, die juist nodig zijn om participatie van de grond te krijgen.

## REGIONALE VERANKERING OF ONTMANTELING?

Is het Hartslag-model in de proefregio voortgezet en verankerd? De praktijk blijkt weerbarstiger dan de mooie plannen op papier. In de loop van 2003 is Hartslag Limburg opgenomen in (concept)nota's gezondheidsbeleid van de gemeenten. Anno 2005 blijkt echter dat maar ruwweg de helft van de gemeentelijke financiering is overgebleven en dat de samenwerkingstructuur tussen GGD, welzijnswerk en vrijwilligers grotendeels is afgebroken. De samenwerking met huisartspraktijken is gestopt. De samenwerking tussen het academisch ziekenhuis en de GGD is wel doorgezet (Harting e.a., 2005). Verder is ook de samenwerking tussen GGD en universiteit gecontinueerd, leidend tot een toekenning als academische werkplaats openbare gezondheid.

Welke factoren zijn op deze ontwikkelingen van invloed geweest en wat valt hieruit te leren? Landelijke bezuinigingen en regelgeving, lokale factoren, communicatie en een ongelukkige timing hebben waarschijnlijk een rol gespeeld. Hoewel de nota lokaal gezondheidsbeleid door de gemeenteraad van Maastricht in juli 2003 is goedgekeurd, werd kort daarna duidelijk dat gemeentebrede bezuinigingen Hartslag Limburg zouden treffen. De argumentatie was dat projecten gefinancierd uit het Grotestedenbeleid 'per definitie' tijdelijk moesten zijn.

Uiteindelijk is de GGD gesommeerd zorg te dragen voor continuering van de Hartslag-werkwijze *binnen* de geslonken kaders. De keuze voor lokale gezondheidsbevordering werd daarmee afhankelijk gemaakt van bezuinigingsmogelijkheden binnen de GGD. Deze bleek echter meerdere financiële problemen te hebben en was net begonnen aan een fusietraject met de twee andere Zuid-Limburgse GGD'en. En voor de bestuurders telde dit laatste het zwaarst.

Mogelijk heeft verder meegespeeld dat de resultaten over effecten en kosteneffectiviteit pas in de loop van 2004 en 2005 beschikbaar kwamen: te laat om nog een rol te spelen in de Maastrichtse bezuinigingsdiscussie. Diezelfde resultaten kwamen overigens wel op tijd voor de discussie in de gemeente Margraten en leidden daar tot goedkeuring en zelfs verruiming van het budget. Niet lang daarna werd dit succes echter tenietgedaan toen bleek dat Margraten en Meerssen een minderheidspositie innamen ten opzichte van 'grote stad' Maastricht.

Welke lessen hieruit getrokken kunnen worden, is nog onderwerp van nader onderzoek. Maar een paar zaken valt toch wel op. Hoewel in het academisch ziekenhuis de resultaten nog beperkt waren, is continuering gerealiseerd omdat er *draagvlak* was bij de bestuurders: het paste in de zich ontwikkelende *visie* binnen het ziekenhuis. Een visie die *prioriteit* kreeg van de bestuurders (vrijstelling van bezuinigingen) en waarvoor bovendien *extra geld* van buitenaf beschikbaar kwam.

Deze gunstige factoren ontbraken bij de samenwerking tussen de GGD en de huisartsen. Bij de samenwerking tussen de GGD, het welzijnswerk en de gemeenten ontbrak het met name aan bestuurlijke prioriteit en financiering. Daarbij werkten de regelgeving van het Grotestedenbeleid en de gemeenschappelijke regeling van vijf gemeenten belemmerend.

## **SAMENWERKING ALS SLEUTEL TOT SUCCES**

Alle resultaten overziend kunnen we concluderen dat Hartslag Limburg, en met name het Community-project, zeer succesvol is geweest. Op essentiële onderdelen is veel bereikt: het aantal activiteiten, het aantal betrokken organisaties (profit en non-profit), het soort activiteiten (niet alleen voorlichting, maar ook vaardigheden en omgevingsfactoren), de positieve beoordeling door de deelnemers en het bereik in verschillende 'leefomgevingen' (buurt, school, werk, zorg). De door het RIVM gevonden gezondheidseffecten maken aannemelijk dat de landelijke trend van toename van BMI en middel-heupomtrek is afgeremd. Verder hebben zich positieve neveneffecten voorgedaan in de vorm van nieuwe samenwerkingsinitiatieven. En dit alles tegen kosten die alleszins acceptabel zijn te noemen. Hartslag Limburg heeft dus zonder meer positieve resultaten laten zien.

Wat is essentieel geweest voor dit succes? In het project stond de samenwerking binnen een netwerkstructuur dermate centraal dat het aannemelijk is dat het antwoord hierin schuilt. In het Community-deelproject betrof dit de samenwerking tussen GGD, welzijnswerk en gemeenten. Die samenwerking is gebouwd op drie randvoorwaarden: voldoende capaciteit aan netwerkmanagement bij de GGD; voldoende middelen voor interventies; en goede afspraken, vastgelegd in een langdurig contract tussen gemeenten, GGD en welzijnswerk. De kosten van het Community-project, inclusief het netwerkmanagement, bedroegen jaarlijks circa € 439.000,- (prijspeil 2003). Sinds de bezuinigingen van de afgelopen jaren wordt niet langer aan deze randvoorwaarden voldaan in de regio Zuid-Limburg. Net zoals in de rest van Nederland overigens.

## **HARTSLAG NEDERLAND: VOORBEELD VOOR DE NATIE?**

Kunnen of moeten de ervaringen van Hartslag Limburg over heel Nederland toepassing krijgen? Aan deze vraag zitten meerdere kanten. In de eerste plaats vraagt een eenmalige casus als Hartslag Limburg om herhaling op andere plekken, voordat iedereen is overtuigd van de meerwaarde ervan. Er is evenwel veel bijkomend bewijs voorradig dat in dezelfde richting wijst (Oers, 2002). Bovendien is niets doen nauwelijks een alternatief, als we tenminste niet in de voetsporen willen treden van landen als de Verenigde Staten of Groot-Brittannië, wat overgewichtcijfers betreft. Met inachtneming van de geleerde lessen, is het dan ook zeer wel verdedigbaar om de essentie van de netwerkstructuur van Hartslag Limburg landelijk te implementeren.



Hoe zou dat kunnen worden gerealiseerd? Een cruciale factor is uiteraard de financiering, ongeveer € 2,50 per inwoner, ofwel veertig miljoen euro op landelijke schaal. De hierboven beschreven ervaringen met de (tekortschietende) beleidsmatige verankering van Hartslag Limburg doen vermoeden dat niet iedere gemeente daar warm voor loopt. De gemeentelijke financiën staan ook vandaag de dag onder forse druk. Een bijkomende factor is dat veel gemeentebestuurders gezondheidsbevordering zien als iets waar de landelijke overheid het kader voor moet aangeven. Bij de jeugdgezondheidszorg, de infectieziektebestrijding en de rampenbestrijding is dat namelijk ook het geval. Dergelijke landelijke kaders beschrijven onder meer wat minimaal nodig is aan professionele capaciteit en aan financiering. Een aanscherping van de Wet Collectieve Preventie Volksgezondheid (WCPV) zou nader invulling kunnen geven aan het preventiebeleid op lokaal niveau. Voor de financiering is te denken aan een variant op de huidige BOS-regeling, die gelden beschikbaar stelt voor initiatieven die buurt, onderwijs en sport (BOS) combineren. Opname in zo'n regeling van criteria voor structurele samenwerking tussen welzijnswerk, GGD en gemeente zou een belangrijke stap in de goede richting zijn.

In het verlengde hiervan is op te merken dat ook de ondersteuning vanuit landelijke kennisinstituten aan gemeenten, GGD'en en andere lokale actoren beter kan. Men zou niet alleen op afstand kennis beschikbaar moeten stellen, maar veel meer moeten meehelpen om die kennis ook lokaal toe te passen. Dit vergt wel een aanmerkelijk intensievere samenwerking tussen de landelijke instituten en lokale actoren.

Bovendien zou een grootschaliger toepassing van de ervaringen van Hartslag Limburg gepaard moeten gaan met extra investeringen in samenwerkingsmanagement. De huidige professionals zijn hier merendeels onvoldoende voor opgeleid en missen hiervoor ook veelal de bevoegdheden. Het mandaat hiervoor moet komen van de bestuurders van de GGD en de gemeenten. Zij zullen het leiderschap moeten tonen dat hiervoor nodig is. Daarmee zullen ze eveneens aangeven de problematiek van overgewicht en obesitas serieus te willen aanpakken.



**EET GEZOND**

1. Gevarieerd

2. Niet te veel

3. Minder verzadigd vet

4. Veel groente, fruit en brood

5. Veilig

# Verschuivende verhoudingen: de marges van overheidsbeleid bij overgewicht

*Marleen Bekker, Iris Wallenburg & Jan-Kees Helderma*

## NAAR EEN HERDEFINIËRING VAN OVERGEWICHT

Overgewicht is in relatief korte tijd veranderd van een individueel gezondheidsprobleem in een volksgezondheidsprobleem. Dit is gepaard gegaan met een groeiende roep om overheidsbemoediging in de vorm van wet- en regelgeving. Maar wat vermag de overheid? In dit essay onderwerpen we de roep om overheidsingrijpen aan een kritische reflectie. Hoewel de overheid een grondwettelijke verantwoordelijkheid heeft voor de publieke gezondheid, leert de geschiedenis van andere leefstijl-gerelateerde problemen ons dat de overheid zich in een paradoxale situatie bevindt. Enerzijds kan ze in instrumentele zin veel doen – ze beschikt immers over een uitgebreide gereedschapskist met juridische en economische beleidsinstrumenten. Anderzijds wordt de overheid vaak in haar handelingsruimte beperkt doordat dat beleidsinstrumentarium maatschappelijk omstreden is.

Deze aanvaardbaarheid van overheidsingrijpen hangt samen met de betekenis die in sociaal-culturele contexten wordt gegeven aan bestaande leefgewoonten. Het streven naar een gezondere leefstijl vergt daarom niet alleen individuele gedragsverandering, maar ook een cultuurverandering, die kan botsen met andere maatschappelijke waarden, zoals het recht op zelfbeschikking.

Toch kan de overheid haar beleidsruimte vergroten zonder meteen naar het zware middel van wet- en regelgeving te grijpen. We zullen betogen dat de mate waarin de beleidsdefinitie van maatschappelijke problemen, zoals overgewicht, op brede steun kan rekenen, nauw samenhangt met de samenstelling van de relevante ‘publieken’. Onder ‘publieken’ verstaan we alle organisaties en individuen die bij het vraagstuk betrokken zijn.

In het publieke debat over overgewicht overheerst momenteel de discussie tussen experts en de overheid. De groepen met de hoogste overgewichtcijfers worden hier niet of nauwelijks in betrokken. Dat komt omdat deze groepen moeilijk te bereiken zijn, en omdat zij zich nauwelijks bewust lijken van (of geen prioriteit geven aan) de mogelijke gezondheidsproblemen als gevolg van overgewicht. Een voorwaarde voor gedragsverandering is echter dat risicogroepen zichzelf beschouwen als probleemeigenaar. Een belangrijke vraag is dan ook hoe de verschillende groepen in de samenleving in een interactieve dialoog met de overheid kunnen worden betrokken om een effectieve aanpak te ontwikkelen.

Daartoe is het nodig alle betrokken partijen uit te lokken tot stellingname in het debat, zodat het vraagstuk zodanig kan worden geherdefinieerd dat ook de belangrijkste risicogroepen het probleem erkennen. Wij betogen dat dat kan worden bereikt door de directe leefomgeving van doelgroepen, zoals werkplekken, scholen, recreatieve voorzieningen en detailhandel, te betrekken in de dialoog. Zo kan de overheid samen met maatschappelijke en private partijen een omgeving creëren waarin de gezonde keuze makkelijker wordt gemaakt, zonder dat belangrijke waarden als zelfbeschikking en autonomie worden aangetast.

In dit essay zullen we eerst ingaan op de ervaringen met een ander leefstijl-gerelateerd vraagstuk, het antirookbeleid. Vervolgens gaan we in op de verschillende betekenissen die diverse groeperingen hechten aan (het probleem van) overgewicht. Ten slotte gaan we uitgebreid in op het Convenant Overgewicht, waarmee de overheid een aantal partijen die dicht bij de burgers staan bij de kwestie wil betrekken. In onze ogen biedt het convenant kansen voor het mobiliseren van essentiële publieken. Een noodzakelijke voorwaarde daarvoor is dat het ministerie van Volksgezondheid de kwestie overgewicht niet ‘privatiseert’ tot de vrij beperkte kring van huidige deelnemers aan het convenant, maar verder ‘publiceert’ door een breder scala aan groeperingen erin te betrekken.

Het grote voordeel van een dergelijke aanpak is dat de overheid niet van bovenaf wet- en regelgeving oplegt – en daarmee belangrijke (doel)groepen van zich vervreemdt –, maar uit is op een breed politiek en maatschappelijk gedragen aanpak van overgewicht.

## **LESSEN UIT HET VERLEDEN: HET ROOKBELEID**

Wanneer wordt een individueel probleem een maatschappelijk vraagstuk en hoe wordt dat vervolgens een beleidsissue? Uit de ontwikkeling van het antirookbeleid valt op te maken dat maatschappelijke kwesties soms een lange incubatietijd nodig hebben voordat zij op de politieke agenda verschijnen.

De oorzaken voor de lange aanloopperiode van het rookbeleid lijken op het eerste gezicht vooral economisch van aard. Bekende factoren zijn de effectieve lobby die de tabaksindustrie voerde tegen het opleggen van beperkingen, en het economische belang van de overheid bij de productie en verkoop van tabak (Cook e.a., 2005). De tabaksindustrie heeft lange tijd overheidsingrijpen weten te voorkomen door wetenschappelijke inzichten over de schadelijke effecten van (mee)roken in twijfel te trekken en tegelijkertijd voorstellen te doen voor zelfregulering. Voorbeelden hiervan zijn de waarschuwingsteksten op verpakkingen en in reclameboodschappen. De overheid had op haar beurt om fiscale en economische redenen belang bij instandhouding van de tabaksindustrie en was daarom lange tijd terughoudend bij het invoeren van een actief antirookbeleid.

Daar kwam bij dat maatschappelijke normen ten aanzien van roken niet scherp lagen (Nienhuis & Weyers, 2005). Roken werd aanvankelijk vooral geassocieerd met ontspanning en sociale contacten, iets wat maar langzaam veranderde onder invloed van het toenemende bewijs voor de schadelijke effecten voor de

gezondheid. Politici hadden dan ook maar weinig achterban te winnen met een actief antirookbeleid. De overheid probeerde in eerste instantie door middel van gezondheidsvoorlichting en zelfregulering het roken te verminderen. Daarnaast werd getracht het roken te ontmoedigen door het opleggen van accijns op tabak. De overheid deed van alles een beetje, maar dat zette niet veel zoden aan de dijk.

Halverwege de jaren negentig kwam het antirookbeleid in een stroomversnelling. De publieke opinie over roken kantelde toen bekend werd dat de tabaksindustrie niet alleen allang op de hoogte was van de verslavende stoffen in tabak, maar bovendien met deze stoffen manipuleerde om het roken te stimuleren. In een aantal geruchtmakende rechtszaken werden tabaksfabrikanten verantwoordelijk gesteld voor de gezondheidsproblemen van (voormalige) rokers. De publieke opinie werd verder beïnvloed door de toenemende aandacht voor de schadelijke gevolgen van meeroken. Roken werd als gevolg hiervan niet langer gezien als een louter individuele keuze die tot individuele gezondheidsproblemen leidt, maar tevens als leidend tot gezondheidsschade bij niet-rokers. Een derde belangrijke factor in de kantelende opinie over roken vormde een rapport van de Wereldbank waarin wordt geconstateerd dat het voeren van een antirookbeleid geen schadelijke gevolgen heeft voor de economie (McInnes, 2005).

Deze ontwikkelingen zijn voor de politiek aanleiding geweest om een actiever antirookbeleid te voeren. De aanscherping van de Tabakswet (2002) heeft onder meer geleid tot een rookverbod in overheidsgebouwen, rookvrije werkplekken, het instellen van een leeftijdsgrens voor de verkoop van tabaksproducten en een verbod op de promotie van tabaksartikelen. De maatregelen zijn in de eerste plaats gericht op de bescherming van de niet-roker, maar zijn eveneens bedoeld om het roken zelf te ontmoedigen. Alhoewel nog lang niet alle doelgroepen worden bereikt, blijkt het antirookbeleid wel degelijk effect te hebben.

Uit deze korte schets blijkt dat een strenger antirookbeleid politiek mogelijk is geworden *nadat* de sociale norm ten aanzien van roken veranderde. De aanvankelijk positieve sociale associatie met roken en de – vermeende – economische belangen vormden voor de overheid aanleiding vooral in te zetten op communicatieve beleidsinstrumenten (voorlichting, zelfregulering), naast het opleggen van accijns. Pas toen de publieke opinie over roken veranderde en er geen economische nadelen verbonden bleken aan een straffer antirookbeleid, zijn meer stringente maatregelen genomen in de vorm van wet- en regelgeving.

In het afgelopen decennium is echter een nieuw beleidsinstrumentarium ontstaan op het gebied van communicatieve 'sturing', dat de overheid meer ruimte biedt om de sociale norm ten aanzien van (bijvoorbeeld) overgewicht actief te beïnvloeden, zonder van bovenaf maatregelen op te leggen. Denk hierbij aan instrumenten als interactieve beleidsvorming, 'consensus building', procesmanagement en het organiseren van een publieke dialoog over maatschappelijke vraagstukken. Vooral de publieke dialoog blijkt een geschikt middel om politieke en maatschappelijke beleidsmarges niet alleen te verkennen, maar ook actief te beïnvloeden. Voordat we dit verder toelichten, gaan we eerst in op de wijze waarop het probleem van overgewicht in het politieke en maatschappelijke debat betekenis krijgt.

## HET DEBAT OVER OVERGEWICHT

In tegenstelling tot roken is overgewicht een relatief jonge kwestie. Hoewel deskundigen al tien jaar geleden waarschuwden voor het groeiende probleem van overgewicht, staat het pas sinds 2003 op de politieke agenda. Overgewicht is net als roken een maatschappelijk probleem geworden. Daarmee is niet gezegd dat de overheid simpelweg kan ingrijpen. Net als roken vergt de aanpak van overgewicht verandering van de leefstijl van mensen, die zich in belangrijke mate juist onttrekt aan de directe invloedssfeer van de overheid. In de vorm van media-campagnes of wettelijke reclamebeperkingen kan de overheid hierop wel indirect van invloed zijn.

Er zijn echter ook belangrijke verschillen tussen roken en overgewicht. Roken is per definitie slecht voor de gezondheid, zowel voor de roker zelf als voor de mensen in diens directe omgeving. Overgewicht is daarentegen het gevolg van een disbalans tussen voeding en beweging – welke beide noodzakelijk zijn om (gezond) in leven te blijven. Deze disbalans is het gevolg van een complex samenspel van zowel individuele (genetische, psychologische) als omgevingsfactoren (sociaal, economisch, cultureel). Daardoor kan in tegenstelling tot bij roken het probleem van overgewicht ook veel minder eenvoudig op het bord van een ‘schuldige’ worden neergelegd.

De complexiteit van het probleem weerspiegelt zich in een breed scala aan argumenten dat in het debat in de media naar voren wordt gebracht. Zo wordt de overgewichtproblematiek in verband gebracht met een ‘aantasting van normen en waarden’ (ouders die aan hun kinderen geen grenzen meer stellen); de groeiende rol van de commercie in de samenleving (McDonaldisering); of de dominantie van het slankheidsideaal. Ook wordt ‘de strijd tegen de overgewicht-epidemie’ bekritiseerd als een paternalistische bevoogding van de burger of een verabsolutering van de gezondheidsutopie, die stigmatiserende effecten zou hebben (Schlesinger, 2005).

De manier waarop over het probleem van overgewicht wordt gesproken heeft invloed op het belang dat mensen eraan hechten. Termen als ‘epidemie’ of ‘ramp’ kunnen weliswaar bijdragen aan het creëren van een gevoel van urgentie, maar kunnen ook een averechts effect hebben. Hierbij speelt mee dat in de media ‘overgewicht’ en ‘obesitas’ nogal eens door elkaar worden gehaald, terwijl de gezondheidseffecten van obesitas duidelijker zijn aangetoond dan van (matig) overgewicht. Daardoor worden de gezondheidseffecten van overgewicht ernstiger voorgesteld dan door cijfers kan worden onderbouwd. Als bovendien de overtuiging ontbreekt dat effectieve maatregelen mogelijk zijn, kan dat er bijvoorbeeld toe leiden dat mensen het probleem gaan negeren of ontkennen. Deze ‘vergrotingen’ en ‘vertekeningen’ maken het debat over overgewicht nog eens extra complex. Simpele oplossingen lijken daarmee verder weg dan ooit.

Om draagvlak te creëren voor beleid zal de overheid zich moeten verhouden tot de diverse geluiden binnen dit debat, vooral die geluiden die afkomstig zijn van de meest betrokken partijen. Het is bekend dat overgewicht meer voorkomt onder groepen met een lage sociaal-economische status. De aanpak van over-

gewicht lijkt voor hen echter geen hoge prioriteit te hebben. Ervaringen met anti-rook- en anti-alcoholcampagnes hebben geleerd dat juist deze groeperingen lastig bereikbaar zijn voor gezondheidsvoorlichting. De betrokkenheid van de doelgroep is echter cruciaal voor een effectieve aanpak van overgewicht. Deels kunnen aanpassingen in de directe omgeving de doelgroep verleiden tot gezonde keuzes. Om dit te bereiken is het van belang om het probleem van overgewicht te ‘publiceren’, zodat de kring van betrokken partijen wordt verbreed.

In dit verband is het van belang om twee trajecten te onderscheiden waarlangs vraagstukken in het politiek-maatschappelijk debat een plek krijgen: de al genoemde ‘publicatie’ en de ‘privatisering’ van kwesties (Marres, 2005). Publicatie van kwesties maakt het mogelijk om essentiële publieke (doelgroepen en anderszins betrokken partijen) te consulteren in een publieke dialoog om zo het overgewichtprobleem en mogelijke oplossingen te (her)definiëren. Daarmee wordt de maatschappelijke aanvaardbaarheid van die oplossingen vergroot. Privatisering daarentegen sluit de kwestie als het ware af voor inmenging van ‘buitenstaanders’. De definitie van het probleem van overgewicht blijft in dat geval een zaak van epidemiologen en medici. Daardoor blijven concurrerende waarden en normen, die voor een groot deel verklaren waarom leefstijlinterventies relatief weinig effect hebben, buiten beeld. Hieronder zullen we onderzoeken welke rol het Convenant Overgewicht speelt in de publicatie dan wel privatisering van de kwestie overgewicht.

## **BINDING AAN HET CONVENANT OVERGEWICHT**

Het Convenant Overgewicht is een poging om een integrale aanpak van overgewicht van de grond te krijgen die dwars door de betrokken sectoren en instituties heengaat. De keuze voor een convenant is logisch, omdat verdergaande maatregelen (zoals wet- en regelgeving) op dit moment maatschappelijk omstreden zijn. Toch is het convenant door maatschappelijke organisaties, zoals de Consumentenbond, met de nodige scepsis ontvangen. De kritiek spitst zich toe op de vraag in welke mate de ondertekenaars (ministeries van VWS en OCW, Federatie Nederlandse Levensmiddelenindustrie, Centraal Bureau Levensmiddelenhandel, Vereniging Nederlandse Cateraars, Koninklijke Horeca Nederland, NOC\*NSF, VNO-NCW, MKB Nederland, Zorgverzekeraars Nederland) aan de afspraken gebonden zijn, en het convenant niet een vrijbrief is voor vrijblijvendheid.

De binding aan een convenant is niet zozeer juridisch van aard als wel maatschappelijk en moreel. De publieke transparantie van een convenant legt een morele en maatschappelijke druk op de ondertekenaars: het maakt een weigering om te ondertekenen, dan wel het onderweg afhaken, zichtbaar voor het publiek. De essentie van een convenant bestaat eruit dat de deelnemers zich committeren aan wederzijds gemaakte afspraken (Pröpper & Herwijer, 1992). Dat laat onverlet dat een publieke of private ondertekenaar louter mee kan doen uit concurrentieoverwegingen of ‘window-dressing’. Omdat het Convenant Overgewicht deel uitmaakt van het overheidsbeleid, krijgt het echter een politieke lading, waarbij de



Tweede Kamer een belangrijke rol speelt als toezichthouder. Bovendien komen convenanten vaak tot stand onder dreiging van overheidsingrijpen, zoals wettelijke reclamebeperkingen. Dat vormt een stok achter de deur voor een niet-vrijblijvende deelname aan het convenant.

Om de kansen die het convenant biedt zo goed mogelijk te benutten, is het nodig aan te geven wat de meerwaarde is van publiek-private samenwerking. Terwijl het bij roken effectief is gebleken om de tabaksindustrie aan banden te leggen, is de voedingsmiddelenindustrie juist een belangrijke partner in de aanpak van overgewicht. In het recente verleden heeft de industrie bijvoorbeeld het zout en cholesterolgehalte in bepaalde producten aanzienlijk verlaagd. Door een publiek-private samenwerking kan de beleidsmatige nadruk op gedragsverandering van consumenten worden aangevuld met maatregelen die aangrijpen op de omgeving. Een belangrijk voordeel van een dergelijk bondgenootschap is dat een dergelijke aanpak beduidend minder transactiekosten vergt dan wet- en regelgeving of economische sancties.

## **SLAPPE HAP OF VEELBELOVEND BEGIN?**

Het Convenant Overgewicht heeft in het voorjaar van 2006 als eerste resultaat het actieplan 'Energie in balans' opgeleverd. Hierin leggen de partners de focus op de dagelijkse balans tussen voedselinname en calorieverbruik. Dat is een eenvoudig te communiceren, hanteerbaar principe. In al zijn eenvoud doet het echter onvoldoende recht aan de complexe samenhang van individuele en omgevingsfactoren die bij overgewicht een rol spelen. De aangedragen oplossingen blijven daardoor te oppervlakkig. De nadruk die het actieplan legt op voorlichting en informatie gaat er te gemakkelijk van uit dat mensen hun gedrag daarop zullen aanpassen en legt een zwaar accent op de eigen verantwoordelijkheid van de consument. Of mensen hun gedrag kunnen en willen aanpassen is echter mede afhankelijk van de mate waarin die voorlichting en informatie is toegespitst op hun specifieke situatie en behoeften.

De kring van de convenantpartners van het eerste uur is in belangrijke mate bepalend geweest voor de gehanteerde (probleem)definitie van overgewicht. Samen met de voedingsmiddelenbranche, Zorgverzekeraars Nederland en VNO-NCW heeft het ministerie van VWS een concepttekst en een conceptlijst met convenantpartners opgesteld. Deze lijst is vervolgens door het ministerie ingekort om de ondertekening te bespoedigen. Hierbij zijn sommige partijen geselecteerd vanwege hun grote achterban en gezag, andere vanwege hun directe invloed op (de kwaliteit) van het voedingsaanbod (voedingsindustrie), of vanwege het belang van bewegen (NOC\*NSF). De geselecteerden zijn vooral brancheorganisaties, met als doel een sneeuwbal effect te creëren van beleidsniveau naar individuele werkgevers, scholen, zorgverzekeraars en sportverenigingen. Het voordeel van brancheorganisaties is dat een grote populatie wordt bereikt. Een nadeel is dat de besluitvorming over vele schijven verloopt en dat de partners binnen de eigen organisatie veel pionierswerk moeten verrichten om steun te krijgen.

De Consumentenbond heeft besloten het convenant niet te tekenen, omdat ze zich niet kon vinden in het volgens haar eenzijdige uitgangspunt van de eigen verantwoordelijkheid van de consument. Het convenant is door de Consumentenbond publiekelijk bestempeld als ‘slappe hap’. Later is dit een gevleugelde uitspraak geworden onder de deelnemers aan het convenant om de totstandkoming van het genoemde actieplan te bespoedigen. Daarbij is het opvallend dat ook binnen de overheid belangentegenstellingen opspelen. Een voorbeeld is het afschaffen van het verplichte aantal uren lichamelijke opvoeding op scholen om het kabinetsspeerpunt van deregulering te effectueren. Hieruit wordt duidelijk dat de kwestie overgewicht het soms aflegt tegen andere politieke of maatschappelijke doelstellingen.

Het selectieproces laat zien dat het ministerie van VWS aanvankelijk heeft gekozen voor een privatiserende beweging. De dialoog beperkt zich tot de convenantpartners, waardoor andere relevante partijen niet hebben kunnen participeren in de probleemdefiniëring. Het actieplan is voorsnog gericht op bewustmaking en het creëren van een sneeuwbaaleffect onder de leden van de brancheorganisaties. Omdat de genoemde acties niet direct zullen leiden tot gezondheidswinst, is het niet verwonderlijk dat externe partijen het proces met argusogen volgen.

Toch stellen wij dat met het convenant en het actieplan een veelbelovend begin is gemaakt. Relevante partijen zijn bij elkaar gebracht, het onderlinge wantrouwen is verminderd en er is een zichtbaar product geleverd dat aanknopingspunten biedt voor reacties, kritiek en het leveren van suggesties vanuit de samenleving. Daarmee wordt het maatschappelijke en politieke oplossingsvermogen vergroot.

De volgende stap in het convenantproces is dat allerlei organisaties zich kunnen aansluiten bij het convenant. Het risico bestaat dat nieuwe partijen alleen ‘mee mogen doen’ als zij zich conformeren aan de door de convenantpartners opgestelde probleemdefinitie. Daarom bepleiten we dat het streven van de overheid gericht is – al dan niet buiten het convenant om – op het betrekken van nog niet deelnemende, relevante partijen in de dialoog om een zo breed mogelijk draagvlak te scheppen voor de aanpak van overgewicht.

## **COMMUNICATIEVE STURING DOOR EEN DIALOOG TUSSEN OVERHEID EN SAMENLEVING**

De kwestie overgewicht staat niet alleen model voor verschillende, en soms concurrerende waarden in de samenleving, maar ook voor verschuivende posities van de overheid ten opzichte van de samenleving. De toenemende publiek-private samenwerking is onder andere een poging deze waarden recht te doen. Wil de aanpak van overgewicht effectief zijn, dan moet de overheid zich ten eerste bezinnen op de waarden, prioriteiten en leefstijlmotieven van de doelgroepen; en ten tweede de mogelijkheden benutten om de gewenste gedragsverandering te ondersteunen via hun directe omgeving. Dit vergt een ander type

beleidskennis dan de wetenschappelijke vaststelling van de relatie tussen overgewicht en gezondheidsproblemen.

Omdat het eerste type kennis momenteel nagenoeg ontbreekt, moet de aanpak van een probleem als overgewicht worden behoed voor de bestuursimpulsen van wet- en regelgeving, en zelfregulering. Het van bovenaf ‘dichttimmeren’ van de speelruimte van maatschappelijke partijen door wet- en regelgeving kan leiden tot een vertekend beeld van de maatschappelijke behoefte aan een bepaalde aanpak. Evenzeer kan deze strategie ertoe leiden dat creatieve oplossingen voor de ingewikkelde kwestie van overgewicht worden gemist. Een eenzijdige nadruk op zelfregulering en eigen verantwoordelijkheid kan ertoe leiden dat de kwestie wordt ‘geprivatiseerd’ en de maatschappelijke discussie in de kiem gesmoord. In beide gevallen wordt het oplossingsvermogen beperkt, terwijl die vanwege de complexiteit van het probleem juist zo groot mogelijk zou moeten zijn.

Wij pleiten dan ook voor versterking van de huidige communicatieve aanpak door het ministerie van Volksgezondheid. De gedrags- en cultuuromslag die nodig is voor een gezonde leefstijl vergt een brede maatschappelijke dialoog. Van sommige publieken is inmiddels duidelijk welke positie zij innemen in het debat over overgewicht en welke taken zij voor zichzelf zien weggelegd. Van andere publieken is dat veel minder duidelijk. De overheid zou dan ook de ruimte moeten scheppen voor de articulatie van andere vertogen dan het veel gehuldigde principe van ‘eigen verantwoordelijkheid’.

Verskillende argumenten ondersteunen de voorkeur voor een dergelijke interactieve benadering boven een te vroege wet- en regelgeving. De essentie van deze interactieve benadering is dat de overheid beter anticipeert op de diverse wensen en behoeften die in de samenleving leven ten aanzien van de aanpak van overgewicht. Hiermee vergaart de overheid meer kennis over de haalbaarheid en de aanvaardbaarheid van mogelijke maatregelen.

Tevens wordt het oplossingsvermogen verbreed, omdat meer betrokkenen in het debat worden getrokken. Oplossingen kunnen namelijk uit onverwachte hoek komen en het overheidsbeleid op een nieuw spoor zetten. Zo heeft in Engeland, waar het gebruikelijk is dat kinderen op school een warme maaltijd krijgen, de populaire televisiekok Jamie Oliver overgewicht geweten aan het beperkte kantinebudget van scholen. Kinderen krijgen daardoor nauwelijks of geen alternatieven aangeboden voor de even goedkope als gefrituurde diepvriesproducten die dagelijks op hun bord terechtkomen. Daarmee wist Oliver een maatschappelijke kwestie te creëren: het beeld werd stevig onderuitgehaald dat kinderen op school een fatsoenlijke maaltijd krijgen voorgeschoteld. Deze verbreding van het probleem heeft er bovendien voor gezorgd dat niet alleen het ministerie van Volksgezondheid, maar ook dat van Onderwijs een betrokken partij is geworden – hetgeen het oplossingsvermogen heeft vergroot.

Het Convenant Overgewicht biedt kansen voor een doordacht en maatschappelijk aanvaardbaar beleid op het gebied van overgewicht, mits de kwestie niet wordt geprivatiseerd tot het domein van de ondertekenaars, maar juist verder wordt gepubliceerd in een publieke dialoog met tot nu toe niet-gehoorde partijen. Dit veronderstelt dat het probleem open wordt gedefinieerd, zodat ruimte wordt

geboden aan nieuwe, creatieve oplossingen. Een dergelijke aanpak houdt bovendien de kanalen open met het bedrijfsleven, zodat dit bijvoorbeeld door productaanpassingen een bijdrage kan leveren aan gezondere eetgewoonten.

De marges van het overheidsbeleid hangen bij leefstijl-gerelateerde problemen als overgewicht dus af van het vermogen om door middel van een publieke dialoog recht te doen aan de diversiteit aan sociaal-culturele waarden met betrekking tot leefstijlen, en de diverse partijen ruimte en ondersteuning te geven om met eigen oplossingen bij te dragen aan de aanpak ervan.



# UITLEIDING



# Overgewicht in luilekkerland: een afsluitende tour d'horizon

*Hans Dagevos, Geert Munnichs & Jaap Seidell*

'Zoals iemand ooit zei, voor ieder ingewikkeld probleem bestaat een eenvoudige oplossing, en die is fout.' (Eco, 1989: 326)\*

'You hear plenty of explanations for humanity's expanding waistline (...)  
All these explanations are true, as far as they go.' (Pollan, 2006: 102)

## DE WEERBARSTIGHEID VAN OVERGEWICHT

De in dit boek gebundelde beschouwingen wijzen ons eerst en vooral op de prominente aanwezigheid van overgewicht in het moderne leven. Overgewicht is een inherent onderdeel van de hedendaagse consumptie maatschappij. Matig en ernstig overgewicht worden gekoesterd door een veelheid dikkakende maatschappelijke omstandigheden. Het luilekkerland waarin we tegenwoordig leven is een obesogene samenleving.

De omvang van het probleem wordt geïllustreerd door de uiteenlopende invalshoeken waarmee de auteurs ons hebben geconfronteerd – en meer dan eens verrast. Obesitas blijkt een veelkoppig monster. Niet in de laatste plaats blijkt dat uit de culturele dimensies van de overgewichtproblematiek. Zo wordt de groeiende omvang van overgewicht in beide inleidende essays van deze bundel geplaatst in de context van de huidige consumptiecultuur waarin kosten noch moeite worden gespaard om de kooplust van consumenten op te wekken en hun smaakpapillen te prikkelen. De auteurs Johan Mackenbach en Albert-Jan Roskam betogen op hun beurt dat verschillen in overgewicht tussen bevolkingsgroepen niet alleen terug zijn te voeren op sociaal-economische verschillen, maar bestendigd worden door sociaal-culturele *status* verschillen. Ook het essay van Pieter Pekelharing en Alkeline van Lenning onderstreept het belang van een dergelijke invalshoek. Behalve bekende factoren als opleiding en inkomen, komen dan minder grijpbare elementen in het spel, zoals 'smaak van de noodzaak' versus 'smaak van de luxe'.

---

\* De anonieme 'iemand' waar Umberto Eco het over heeft is de Amerikaanse journalist en politiek commentator Henry L. Mencken (1880-1956), die geldt als de geestelijk vader van de in 1917 gedane uitspraak 'There is always an easy solution to every human problem – neat, plausible, and wrong.'



Hub Zwart zet de betekenis van een sociaal-cultureel kader nog sterker aan. De ‘vrolijke mateloosheid’ van het volkse lichaam staat volgens hem in een lange traditie van volks verzet tegen de normen en waarden die de culturele elite van bovenaf wil opleggen. Dergelijke bespiegelingen werpen nieuw licht op de onbereikbaarheid van lagere sociaal-economische groepen voor gezondheidsboodschappen. Door de strijd tegen overgewicht te herdefiniëren als een ‘beschavings-offensief’ wordt die strijd er niet makkelijker op en het overgewichtvraagstuk alleen maar weerbarstiger – er dient immers een cultuurkloof te worden overbrugd.

De culturele dimensie van overgewicht verwijst ook in een ander opzicht naar een te nemen horde. Zoals Inez de Beaufort laat zien, zijn we er niet met het aanprijzen van ‘gezond’ en ‘slank’ als alleenzaligmakende waarden. Door – bijvoorbeeld – in voorlichtingscampagnes keer op keer te benadrukken dat iedere kilo lichaamsgewicht erbij er één te veel is en dat je er pas volledig bij hoort als je matigheid weet te betrachten, krijgt onze dikke medemens al snel het stigma van lui, dom of op zijn minst onmatig en asociaal. Behalve moeilijk verenigbaar met een moderne liberale moraal – waarbinnen iedereen recht heeft op zijn eigen ondeugden – pakt een dergelijke benadering over het algemeen slecht uit voor het zelfbeeld van dikkerds. Hoe averechts de werking is van een lage eigenwaarde voor mensen om uit de spiraal van gewichtstoename te komen, laten Marieke Werrij en Anita Jansen zien. Om weerwerk te bieden aan een culturele omgeving waarin overgewicht in een negatief daglicht staat, is het nodig cognitieve therapie in te bouwen in dieetrajecten om zodoende de denktrant van zwaarlijvigen in een constructieve richting om te buigen, aldus Werrij en Jansen.

De weerbarstigheid van de overgewichtproblematiek komt ook naar voren in de essays die het vizier richten op de sociale omgeving. Kees de Hoog wijst op de groeiende moeilijkheden die hedendaagse gezinnen hebben om werk, zorg en vrije tijd te combineren. Deze bieden een vruchtbare voedingsbodem voor een toename van overgewicht. Niet alleen binnen gezinnen onder lagere sociaal-economische groepen, maar ook onder gezinnen met hoogopgeleide ouders die eigenlijk ‘beter zouden moeten weten’. Het is lastig voor moderne gezinnen overgewicht buiten de deur te houden. De Hoogs betoog laat zich lezen als een bevestiging van wat velen maar al te goed uit hun eigen praktijk kennen, namelijk dat het verweer van goedwillende ouders om hun kinderen te beschermen tegen de verzoeken en verdwazingen van de hoorn des overvloeds die hun kroost in McNederland krijgt voorgeschoteld, het niet eenvoudig heeft.

Evenmin is het eenvoudig – zo leert de weerbarstige praktijk – mensen letterlijk en figuurlijk in beweging te krijgen om zich in te spannen op een gezond gewicht te blijven of te komen. Dat het hier niet om een vanzelfsprekendheid gaat, zet Erik Ruland in zijn verhandeling uiteen door te beschrijven welk een omvangrijke en goed doordachte netwerkorganisatie benodigd is om succes te hebben in het boeken van gezondheidswinst op regionaal niveau. Han Kemper wijst in diens essay vervolgens op de regelrechte rem die onze leef- en werkomgeving vormen op het ontwikkelen en inbouwen van alledaagse beweeg*routines* die noodzakelijk zijn voor méér lichaamsbeweging. Obesitas hangt fundamenteel samen met de wijze

waarop onze fysieke omgeving is en wordt ingericht aan de hand van onder meer gemeentelijke bestemmingsplannen en stedenbouwkundige ontwerpen.

De voedingsindustrie is ook geen automatische bondgenoot in de strijd tegen overgewicht. In verschillende essays is naar voren gebracht dat lekker makende reclames en listige bedrijfsstrategieën ons op meer of minder geraffineerde wijze proberen te verleiden tot de consumptie van voedings- en genotmiddelen – niet in de laatste plaats die van calorierijke frisdranken en versnaperingen. Naast het inleidende betoog van de redacteurs staan zowel Moniek Buijzen als Ronald Jeurissen en Alberic Pater stil bij de invloed en rol van de levensmiddelenindustrie. Ze laten er weinig twijfel over bestaan hoe gericht de voedingsindustrie is op de *normalisatie* van snoep, snacks en tussendoortjes onder zowel het volwassen als het jeugdige consumentenpubliek.

Tegelijkertijd geeft Petra Berkhout aan dat we van economische mechanismen om gezondere eetgewoonten te bevorderen weinig mogen verwachten. De uitgaven aan voedsel in onze totale consumptieve bestedingen zijn de laatste decennia dermate gedaald dat van een ‘vetbelasting’ weinig producenten of consumenten wakker zullen liggen. Hoewel prijsprikkels op andere terreinen (gelode benzine, tabak) wel degelijk effectief zijn geweest, is de prognose dat dit nauwelijks zal opgaan voor het veranderen van onze voedingsaankopen.

## EEN NOG BREDER PERSPECTIEF

Uit de in dit boek gebundelde essays rijst het beeld op dat er weinig kruid gewassen lijkt tegen de verdikkingstrend. Het uitdijende probleem van overgewicht raakt aan dermate uiteenlopende maatschappelijke en sociaal-culturele aspecten dat het onbegonnen werk lijkt de obesitastrend te keren. Dat is eens te meer het geval, omdat in dit boek slechts een beperkt aantal invalshoeken aan bod is gekomen. Van uitputtendheid is geen sprake. Nog tal van andere factoren zijn aan te wijzen waarvoor wetenschappelijke aanwijzingen bestaan dat ze een rol spelen in de toename van overgewicht (zie Keith e.a., 2006). Om een indruk te geven, volstaan we hier met een korte – en ook nu: verre van volledige – opsomming.

Een factor die in deze bundel slechts zijdelings aan de orde is gekomen, is de toename van het aantal *immigranten* in Nederland en het feit dat overgewicht onder hen meer dan gemiddeld voorkomt. Het groeiend aandeel van migranten in de bevolking vormt een gedeeltelijke verklaring voor de landelijke toename in overgewicht. In het licht van het culturele perspectief, dat zo’n wezenlijk onderdeel is van deze essaybundel, verdient het aandacht om overgewicht nader te bestuderen vanuit de culturele verschillen tussen ‘autochtone’ en ‘allochtone’ Nederlanders.

Een ander verband waarvoor epidemiologische en experimentele aanwijzingen bestaan is dat tussen *slaapgebrek* en een verhoogd risico op obesitas. Minder tijd hebben of nemen om te slapen lijkt een aspect te zijn dat geen vreemde is binnen het (post)moderne gezinsleven dat geregeerd wordt door ‘druk, druk, druk’, waarover Kees de Hoog het heeft.

In aansluiting op de essays van Hub Zwart en Han Kemper kan geweest worden op het feit dat in de moderne gemakssamenleving mensen steeds meer tijd doorbrengen in een *thermoneutrale omgeving*. In een dergelijke – aangename – omgeving kost handhaving van de lichaamstemperatuur geen (extra) energie, hetgeen tot een navenante ‘energiebesparing’ in het lichaam leidt en derhalve bijdraagt aan een positieve energiebalans.

Een volgende bestudeerde factor wordt gevormd door *bijwerkingen van geneesmiddelen*. Van een groot aantal geneesmiddelen leidt gebruik tot een toename in gewicht. Te denken valt aan psychotrope medicatie (antidepressiva, anti-psychotica), antidiabetische medicatie, bloeddrukverlagers, behandeling met hormonen, medicatie bij allergie of protease-remmers (bij hiv). Het gebruik van deze medicatie is de afgelopen dertig jaar explosief gestegen – evenals de aanwas van overgewicht en obesitas.

Weer een ander aspect waarop is te wijzen is van sociaal-demografische signatuur en betreft de verhoogde *leeftijd* waarop vrouwen hun *eerste kind* krijgen. Oudere moeders blijken gemiddeld genomen dikkere kinderen te krijgen. Het leidt geen twijfel dat de leeftijd waarop Nederlandse vrouwen hun eerste kind krijgen de afgelopen decennia sterk is gestegen.

Een laatste verbinding die we hier willen noemen is de relatie die gelegd wordt tussen (ernstig) overgewicht en *partnerkeuze*. Mensen zijn geneigd een partner te kiezen die qua formaat op hen lijkt (‘assortative mating’, oftewel, in rond Hollands: soort zoekt soort). Mannen en vrouwen met overgewicht zullen daarom statistisch vaker partners worden en als gevolg meer dikke kinderen krijgen. Hierdoor kan de verdeling van de mate van overgewicht steeds schever worden (zwaardere mensen worden steeds zwaarder) en daardoor kan het percentage mensen met obesitas toenemen.

Wat we met bovenstaande relaties willen aangeven is dat naast de brede waaier van aspecten die de essays in dit boek presenteren, er een nog breder perspectief is te hanteren van met obesitas samenhangende factoren. Hoewel het zeker het geval is dat onze kennis over de talrijke oorzaken van obesitas veelal nog pril en prematuur is, zoals met name ook is aangegeven door Hans Brug, staat het evenzeer als een paal boven water dat het aantal richtingen waarin gezocht wordt om het overgewichtverschijnsel te begrijpen zich mettertijd aanzienlijk heeft uitgebreid. Niet alleen maatschappelijk maar ook wetenschappelijk is overgewicht een uitdijend probleem te noemen. Anders gezegd, de economie verklaart overgewicht in termen van marktprijzen en welvaartsstijging, de fysioloog aan de hand van de relatie tussen minder uren slaap en toename van eetlust opwekkende hormonen, de geneticus wijst op erfelijke aanleg die in het spel is, de voedingskundige stelt dat overgewicht dient te worden begrepen via de vergrote (calorieën)omvang van de maaltijdporties waaraan we ons te goed doen, de bewegingswetenschapper haalt naar de voorgrond dat we in toenemende mate ‘couch potatoes’ zijn geworden en de socioloog beschrijft corpulentie in termen van sociaal-economische polarisatie. Het gegeven dat zulke uiteenlopende factoren met obesitas in verband worden gebracht, maakt dat bijvoorbeeld iemand als Louise Fresco veel te bescheiden is in haar opsomming

van oorzaken die bijdragen aan de overgewichttoename wanneer ze stelt: ‘Verleiding, minder fysieke arbeid, beschikbaarheid van voedsel en de samenstelling van voedsel, het ontbreken van regels en onzekerheid over wat goed en gezond is – dit alles leidt tot overgewicht.’ (Fresco, 2006: 105)

## TEGENWICHT AAN OVERGEWICHT

Maar ook zonder dat dit boek uitputtend is in het aanwijzen van relevante factoren, is de belangrijkste les die uit deze bundeling van essays is te trekken dat (ernstig) overgewicht een maatschappelijk én complex probleem is. Juist door overgewicht en obesitas te bezien in bredere verbanden dan de simpele formule van ‘te veel eten en te weinig bewegen’ komen ook veelzijdiger en veelomvattender invloedsfactoren in beeld. Zodoende ontstaat er oog voor het zoeken naar andere maatregelen dan die welke contextloos gericht zijn op mensen meer in beweging te krijgen of ze anders te laten eten. Doordat (ernstig) overgewicht in verband is te brengen met een veelheid van (maatschappelijke) invloedsfactoren wordt met recht gesproken over een multifactorieel probleem. Een probleem dat enerzijds robuust en resistent is, maar anderzijds tal van aanknopingspunten bezit om te proberen tegenwicht aan overgewicht te bieden. Aldus (ernstig) overgewicht niet alleen een uitdijend, maar ook een *uitdagend* consumptiemaatschappelijk probleem.

Verschillende essays formuleren aanzetten om de strijd tegen (ernstig) overgewicht aan te binden. Zo pleit Moniek Buijzen voor het versterken van de weerbaarheid van kinderen en hun ouders tegenover het commerciële geweld van reclame en marketing. Ze wijst in dit verband op initiatieven die hier ondersteuning aan proberen te bieden, zoals het lesprogramma voor basisscholen Reklame-Rakkers en educatieve televisieprogramma’s als Vette Verleiders.

In aansluiting hierop geeft Maria Koelen uiting aan een groeiend bewustzijn van de beperkingen van massamediaal opgezette voorlichtingscampagnes en van de behoefte aan vormen van voorlichting die nadrukkelijker aansluiten bij de belevingswereld van consumenten. In het licht van communicatie en voorlichting is het ook belangrijk dat voedingsconsumenten vooral geholpen zijn bij het welbewust maken van gezonde keuzes door toegesneden informatie aan te bieden op plaatsen waar ze boodschappen doen of hun maaltijd gebruiken. In de supermarkt en in de kantine op school of op het werk zijn nog werelden te winnen – niet alleen in de zin van het door Hans Brug en Maria Koelen aangesneden punt van het vergroten van de beschikbaarheid en bereikbaarheid van smakelijke energiearme etenswaren, maar ook in de zin van eerlijke en heldere (vergelijkende) productinformatie. Bovendien is essentieel hoe over voeding wordt gecommuniceerd: voeding wordt in ‘verantwoorde voorlichting’ te vaak vooral in het teken van gezondheid gezien, met onderbelichting van andere wezenlijke aspecten als genot en plezier, die vaak juist vol in de schijnwerpers worden gezet in commerciële boodschappen (zie ook Dagevos, 2005). Pieter Pekelharing en Alkeline van Lenning zetten in hun bijdrage nog maar eens aan hoe gevoelig we in het land van

de gestampte pot tegenwoordig zijn voor het genot van culinaire lekkernijen en het frequenteren van smultempels.

Leerzaam zijn eveneens de lessen die Erik Ruland trekt uit Hartslag Limburg. In het debat over overgewicht wordt regelmatig verwezen naar de potenties van lokale gezondheidsprojecten – zonder dat overigens veel zicht bestaat op de precieze mogelijkheden en beperkingen daarvan. Ruland laat zien dat Hartslag Limburg succes heeft geboekt waar andere initiatieven falen: het bereiken van lagere sociaal-economische bevolkingsgroepen. Dit resultaat kon alleen worden behaald door een breed en langdurig samenwerkingsverband tussen diverse partijen van de grond te krijgen.

Johan Mackenbach en Albert-Jan Roskam vestigen hun hoop erop dat een onder de hogere maatschappelijke echelons aangehangen gezondheidsethos zal gaan fungeren als een zinkend cultuurgood waardoor er sprake zal zijn van een gezondheidsreuil onder bevolkingsgroepen uit de middeninkomens en lagere sociaal-economische geledingen. De met enige regelmaat opduikende berichten in de media die melden dat we genoeg beginnen te krijgen van vette happen en onze buik vol hebben van fastfood, lijken voeding te geven aan de gekoesterde hoop dat een kentering in de richting van gezondheidsbewuste eet- en leefstijlen op handen is die een toekomst inluidt waarin mensen in toenemende mate wensen én waarmaken uit de greep van overgewicht en obesitas te blijven. Momenteel hebben we te maken met de situatie dat minder dan de helft van de volwassen Nederlanders immuun is voor overgewicht en hetzelfde kan gezegd worden van het overgrote deel van de jeugd. De obesogene samenleving mag ons weliswaar alomtegenwoordig omringen, het is niet onmogelijk te ontsnappen aan het dikker worden van lijf en leden. Dat recente cijfers wijzen op een stijgende lijn in het aantal mensen dat voldoet aan de Norm Gezond Bewegen (Breedveld & Tiessen-Raaphorst, 2006) en dat de toename in het aantal gevallen van (ernstig) overgewicht in Nederland zich recentelijk – op een hoog niveau – stabiliseert, zijn desgewenst als bemoedigende voortekenen van die toekomst te lezen.

## **OVERHEID EN OVERGEWICHT**

Welke implicaties voor het overheidsbeleid vloeien voort uit de in dit boek verzamelde verhandelingen over de overgewichtproblematiek?

In antwoord op deze vraag is om te beginnen in algemene zin naar voren te brengen dat een meer maatschappelijke en complexe kijk op (ernstig) overgewicht onmiddellijk waarschuwt tegen het simplificeren van het overgewichtvraagstuk tot enkelvoudige oorzaken én navenante oplossingen. Door overgewicht nadrukkelijk te plaatsen binnen het perspectief van de obesogene samenleving wordt duidelijk dat de oorzaken ervan niet terug te brengen zijn tot bijvoorbeeld televisiekijken, frisdrankgebruik of snackconsumptie alleen. Wie meent de kwestie van obesitas te kunnen reduceren tot de inhoud van frisdrankautomaten op scholen, tot de verbanning van jeugdidolen uit kinderreclames dan wel tot de aanleg van een fietspad of speelveldje, bedrijft illusiepolitiek. Meervoudige problemen zijn de wereld niet uit te krijgen met eenvoudige oplossingen.

Voor een integrale beleidsaanpak van overgewicht en obesitas is het daarom raadzaam net zo goed aandacht te besteden aan de analyse van meer direct gerelateerde factoren rond (over)consumptie van voeding en bewegingsarmoede als aan invloeden die minder behoren tot de huidige 'common sense', zoals de relatie tussen overgewicht bij kinderen en buitenshuis werkende ouders, culturele verschillen tussen hogere en lagere sociaal-economische groepen of de mogelijkheden van én grenzen aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. De veelsortige relaties waarmee de overgewichtstoename is verknoopt, geven alle reden tot bescheidenheid over het treffen van effectieve tegenmaatregelen. Dit geldt des te sterker als we de stelling van Hans Brug onderschrijven dat over de impact van interventies nog betrekkelijk weinig bekend is, omdat empirische ervaringen en wetenschappelijke expertise de kinderschoenen nog nauwelijks ontgroeid zijn.

In de tweede plaats is specifiek op de gestelde vraag te reageren door naar voren te brengen dat het allerminst vanzelf spreekt om consumenten aan te wijzen als eerstverantwoordelijken voor ongezonde eet- en beweegpatronen. Zich rekenschap geven van het feit dat consumenten in een obesogene samenleving leven, maakt dat er belangrijke kanttekeningen zijn te plaatsen bij de neiging van de overheid – en het bedrijfsleven – om ze als autonoom en mondig voor te stellen. Een aantal auteurs wijst erop dat consumenten evengoed overvoerd worden – om niet te zeggen: overmeesterd – door een keur aan lekkernijen die ze bijna in de mond wordt gelegd als door een stortvloed aan voedingsinformatie, die vaak tegenstrijdig is en gemakkelijk verwarring zaait onder consumenten. Informatie, kortom, die consumenten niet helpt hun informatieachterstand op de voedingsindustrie in te lopen. Dit geldt eens te meer voor laagopgeleide en allochtone bevolkingsgroepen. Petra Berkhout spreekt in dit verband over informatie-asymmetrie en Ronald Jeurissen en Alberic Pater hebben het over marktanalfabetisme. Deze kwalificaties geven aan dat, zeker voor kwetsbare consumentengroepen, het ideaal van de autonome consument niet opgaat. Een te sterke nadruk op de eigen verantwoordelijkheid van de consument doet geen recht aan de invloed van omgevingsfactoren, zoals onder meer de commerciële druk waaraan kinderen blootstaan. Dergelijke factoren leggen daarentegen een zwaardere verantwoordelijkheid bij de overheid en de voedingsindustrie (zie ook Koert e.a., 2005).

Een derde reactie op de gestelde vraag bestaat eruit even kort als concreet te kijken naar wat auteurs te berde brengen als ze zich rechtstreeks tot de overheid richten. Specifieke verlangens ten aanzien van overheidsbeleid worden bijvoorbeeld geuit door Kees de Hoog als hij pleit voor betere voorzieningen op het gebied van ouderschapsverlof, kinderopvang en buitenschoolse opvang. Han Kemper roept op tot een samenhangend overheidsbeleid dat mensen aanzet tot meer lichaamsbeweging – onder meer door daar structureel aandacht aan te besteden bij de inrichting van de openbare ruimte. Moniek Buijzen betoont zich voorstander van aanscherping van de bestaande reclamecodes op het gebied van voeding en van een strakker toezicht door de overheid op naleving daarvan.

Marleen Bekker, Iris Wallenburg en Jan-Kees Helderma spreken zich uit voor een duidelijker regierol van de overheid in het Convenant Overgewicht, dat

is te betitelen als het belangrijkste overheidsinitiatief tot op heden. De auteurs stellen voor het convenant als een *creatief* beleidsinstrument te hanteren dat het mogelijk maakt een steeds groter wordende kring van partijen te betrekken in de aanpak van overgewicht. Hoewel het convenant in de huidige vorm niet meer lijkt dan een platform voor losse initiatieven en uitwisseling van informatie, biedt het aanknopingspunten voor reacties, kritiek en suggesties vanuit de samenleving – en in het verlengde daarvan, het betrekken van een breder maatschappelijk engagement. Hierbij is de overheid aangewezen op de medewerking van andere partijen, zoals het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties. Los van de moeilijkheid dat de agenda's, belangen en prioriteiten niet altijd en automatisch hetzelfde zijn, wijzen Ronald Jeurissen en Alberic Pater op de beperkte rol die mag worden verwacht van maatschappelijk verantwoord ondernemen. De bijdragen van marktpartijen als de voedingsindustrie en de horeca aan het Convenant Overgewicht moeten minstens ten dele worden gezien in het licht van maatschappelijk verantwoord ondernemen, dat voor een bedrijf vooral interessant is als het zich daarmee weet te onderscheiden van andere ondernemingen. Dat voordeel vervliegt wanneer bedrijven moeten gaan samenwerken met concurrenten – zoals bij het convenant het geval is. Dit alles geeft reden aan te nemen dat hier geen substantiële oplossingen uit voortkomen die overheidsbemoediging overbodig maken.

Toch geven de bijdragen aan dit boek evenmin aanleiding al te nadrukkelijk en eenzijdig in de richting van de overheid te wijzen. Deze vierde reactie is nader uit te werken door te wijzen op enkele complicerende factoren die de overheidsrol beperken. In de eerste plaats laten gezondere eet- en leefgewoonten zich slecht met wet- en regelgeving afdwingen. Marleen Bekker, Iris Wallenburg en Jan-Kees Helderma zijn auteurs die bevestigen dat de overheid betrekkelijk weinig houvast heeft als het gaat om leefstijl-gerelateerde problemen als overgewicht.

In de tweede plaats laten de ervaringen met Hartslag Limburg er weinig misverstand over bestaan dat aan dit project intensieve en langdurige samenwerking tussen diverse gemeentelijke organen en gezondheidsinstellingen ten grondslag ligt. De energie die het heeft gekost deze organisatie te realiseren, de beleidsmatige barrières die genomen moesten worden en de gebrekkige continuering van het project, geven aan dat het allesbehalve een sinecure is dergelijke initiatieven tot wasdom te laten komen. Het 'opschalen' van zulke lokale projecten betekent dat een nog groter beroep zal worden gedaan op de draagkracht van (regionale) overheidsinstanties en de facilitering vanuit de landelijke overheid, zowel in financieel opzicht als wat betreft de formulering van algemene preventiekaders.

Een derde complicerende factor is dat de overheid niet vanzelfsprekend een luisterend oor vindt onder het consumentenpubliek. Informatie afkomstig van de overheid moet bijvoorbeeld vaak opboksen tegen wantrouwen of onverschilligheid, of riekt voor velen al gauw naar betutteling en bemoeizucht. Liever laat men de oren hangen naar het informatiebombardement dat het 'het recht op genot' of 'baas over eigen buik' laat klinken. Dit zijn communicatieboodschappen die zich goed en gemakkelijk laten inpassen in de hedendaagse hedonistische heerschappij. Bijgevolg zal er heel wat minder goede ontvangst zijn voor communicatie die haar toevlucht neemt tot in kanselarijtaal vervatte boodschappen waarin

overgewicht in verband wordt gebracht met de twee hoofdzonden van vraatzucht en vadsigheid (zie ook Singer & Mason, 2006: 280-281). Sowieso zijn de toon waarop in het politieke debat over overgewicht wordt gesproken en welke beelden daarbij worden gebruikt, preciaire aangelegenheden. De overheid moet ervoor waken bij te dragen aan een negatieve beeldvorming rond mensen met overgewicht. De exposés van Hub Zwart, Inez de Beaufort en van Marieke Werrij en Anita Jansen leren hoe polariserend en destructief de uitwerking is van stigmatisering en intolerantie.

Een vijfde en laatste reactie op de betekenis van de hier gebundelde essays voor het overheidsbeleid, is dat deze in al hun verscheidenheid duidelijk maken dat de kwestie van overgewicht geen zaak is om beleidsmatig gering te schatten. De urgentie waarmee het huidige debat rond overgewicht is omgeven, is nog maar van recente datum. Hoewel in de jaren tachtig de groei van overgewicht al overduidelijke vormen begon aan te nemen, is het niet zo dat sinds die tijd luid en duidelijk de alarmklok klinkt en de roep om het nemen van maatregelen en verantwoordelijkheden. Getuigde een dergelijke ontkenning enkele decennia geleden al van weinig realiteitszin, vandaag de dag betekent dat degene die deze houding inneemt zich volstrekt buiten de werkelijkheid plaatst van de obesogene samenleving.





# Literatuur

## De omvang van overgewicht

- Brug, J. (2004) De consument en determinanten van voedingsgedrag. In: C.F. van Kreijl & A.G.A.C. Knaap (red.) *Ons eten gemeten: Gezonde voeding en veilig voedsel in Nederland*. Bilthoven: RIVM, pp. 241-248.
- Bryman, A. (2004) *The Disneyization of society*. London: Sage.
- Critser, G. (2004) *Fat land: How Americans became the fattest people in the world*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Dagevos, H., E. van Herpen & M. Kornelis (2005) *Consumptiesamenleving en consumenten in de supermarkt: Duurzame voedselconsumptie in de context van markt en maatschappij*. Wageningen: Wageningen Academic Publishers.
- Frazão, E. (1999) High costs of poor eating patterns in the United States. In: E. Frazão (ed.) *America's eating habits: Changes and consequences*. Washington DC: USDA, pp. 5-32.
- Fresco, L.O. (2006) *Nieuwe spijswetten: Over voedsel en verantwoordelijkheid*. Amsterdam: Uitgeverij Bert Bakker.
- Gezondheidsraad (2003) *Overgewicht en obesitas*. Den Haag: Gezondheidsraad.
- Kreijl, C.F. van & A.G.A.C. Knaap (red.) (2004) *Ons eten gemeten: Gezonde voeding en veilig voedsel in Nederland*. Bilthoven: RIVM.
- Lang, T. & M. Heasman (2004) *Food wars: The global battle for mouths, minds and markets*. London: Earthscan.
- Lang, T., G. Rayner & E. Kaelin (2006) *The food industry, diet, physical activity and health: A review of reported commitments and practice of 25 of the world's largest food companies*. London: Centre for Food Policy, City University.
- Lawrence, F. (2004) *Not on the label: What really goes into the food on your plate*. London: Penguin Books.
- Mommaas, H. (2000) *De vrijetijdsindustrie in stad en land: Een studie naar de markt van belevenissen*. Den Haag: Sdu.
- Nestle, M. (2002) *Food politics: How the food industry influences nutrition and health*. Berkeley: University of California Press.
- Raad voor de Volksgezondheid en Zorg (2002) *Gezondheid en gedrag*. Zoetermeer: RVZ.
- Ritzer, G. (1999) *Enchanting a disenchanted world: Revolutionizing the means of consumption*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Russo, R. (2002) *Empire Falls*. New York: Vintage Books.
- Schlosser, E. (2001) *Fast food nation: The dark side of the all-American meal*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- SER (2003) *Duurzaamheid vraagt om openheid: Op weg naar een duurzame consumptie*. Den Haag: Sociaal-Economische Raad.
- Spurlock, M. (2005) *Vet, vetter, vets!* Utrecht: A.W. Bruna Uitgevers.
- Trijp, H.C.M. van, J. Brug & R. van der Maas (2005) Consumer determinants and intervention strategies for obesity prevention. In: D. Mela (ed.) *Food, diet and obesity*. Cambridge: Woodhead Publishing Ltd., pp. 331-355.
- WHO (2003) *Diet, nutrition and the prevention of chronic diseases*. Geneva: WHO.

## Overgewicht als maatschappelijk en wetenschappelijk vraagstuk

- Allison, D.B., A. Pietrobelli, M.S. Faith, K.R. Fontaine, E. Gropp & J.R. Fernandez (2003) Genetic influences on obesity. In: R.H. Eckel (ed.) *Obesity: Mechanisms and clinical management*. Philadelphia: Lippincot Williams & Wilkins.
- Baranowski, T., K.W. Cullen, T. Nicklas, D. Thompson & J. Baranowski (2003) Are current health behavioral change models helpful in guiding prevention of weight gain efforts? *Obesity Research*, 11, pp. 23S-43S.
- Brug, J. & F. van Lenthe (2005) *Environmental determinants and interventions for physical activity, diet and smoking: A review*. Rotterdam: Erasmus MC.
- Gezondheidsraad (2003) *Overgewicht en obesitas*. Den Haag: Gezondheidsraad.
- Godin, G. & G. Kok (1996) The theory of planned behavior: A review of its applications to health-related behaviors. *American Journal of Health Promotion*, 11, pp. 87-98.
- Kok, G., H. Schaalma & J. Brug (2000) Planmatige gezondheidsvoorlichting: Een inleiding. In: J. Brug, H. Schaalma, G. Kok, R.M. Meertens & H.T. van der Molen (red.) *Gezondheidsvoorlichting en gedragsverandering: Een planmatige aanpak*. Assen: Van Gorcum, pp. 15-32.
- Ronda, G., P. van Assema & J. Brug (2001) Stages of change, psychological factors and awareness of physical activity levels. *Health Promotion International*, 16, pp. 305-314.
- Sheeran, P. (2002) Intention-behavior relations: A conceptual and empirical review. *European Review of Social Psychology*, 12, pp. 1-36.
- Swinburn, B., G. Egger & F. Raza (1999) Dissecting obesogenic environments: The development and application of a framework for identifying and prioritizing environmental interventions for obesity. *Preventive Medicine*, 29, pp. 563-570.
- Swinburn, B.A., I. Caterson, J.C. Seidell & W.P. James (2004) Diet, nutrition and the prevention of excess weight gain and obesity. *Public Health Nutrition*, 7, pp. 123-146.
- VWS (2003) *Langer gezond leven 2004-2007: Ook een kwestie van gezond gedrag*. Den Haag: Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.
- Wammes, B.M., S.P.J. Kremers, B. Breedveld & J. Brug (2004) Determinants of motivation to prevent weight gain. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 2, p. 1.
- Westerterp, K.R. (2003) Impacts of vigorous activity on daily energy expenditure. *Proceedings of the Nutrition Society*, 62, pp. 645-650.

## Gewichtige verschillen

- Ball, K. & D. Crawford (2005) Socioeconomic status and weight change in adults: A review. *Social Science & Medicine*, 60, pp. 1987-2010.
- Bourdieu, P. (1996 [1979]) *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- CBS-Statline (2004) Gerapporteerde gezondheid en leefstijl. POLS onderzoek.
- Dalstra J.A., A.E. Kunst, C. Borrell, E. Breeze, E. Cambois, G. Costa, J.J. Geurts, E. Lahelma, H. van Oyen, N.K. Rasmussen, E. Regidor, T. Spadea & J.P. Mackenbach (2005) Socioeconomic differences in the prevalence of common chronic diseases: an overview of eight European countries. *International Journal of Epidemiology*, 34, pp. 316-26.
- Droomers, M., C.T. Schrijvers, H. van de Mheen & J.P. Mackenbach. (1998) Educational differences in leisure-time physical inactivity: a descriptive and explanatory study. *Social Science & Medicine*, 47, pp. 1665-1676.
- Drewnowski, A. & N. Darmon (2005) The economics of obesity: Dietary energy density and energy cost. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 82, pp. 265S-273S.

- Deurenberg, P., A.P. den Hartog, A. Linde & J. van der Weststrate (1988) Secular changes in height, weight, and body mass index of 18-19 years old conscripts in the Netherlands. *Tijdschrift voor Sociale Gezondheidszorg*, 66, pp. 9-11.
- Ezzati, M., S. van der Hoorn, C.C.M. Lawes, R. Leach, W.P.T. James, A.D. Lopez, A. Rodgers & C.J.L. Murray (2005) Rethinking 'the diseases of affluence' paradigm: Global patterns of nutritional risks in relation to economic development. *PLoS Medicine*, 2, p. e133.
- Fishbein, M. & I. Ajzen (1975) *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading: Addison-Wesley.
- Hulshof, K.F.A.M., M.C. Ocké, C.T.M. van Rossum, E.J.M. Buurma-Rethans, H.A.M. Brants, J.J.M.M. Drijvers & D. ter Doest (2004) *Resultaten van de Voedselconsumptiepeiling 2003*. Bilthoven: RIVM/TNO.
- Lindert, H. van, M. Droomers & G.P. Westert (2004) *Een kwestie van verschil: Verschillen in zelfgerapporteerde leefstijl, gezondheid en zorggebruik*. Utrecht/Bilthoven: Nivel/RIVM.
- Mackenbach, J.P. (1994) *Ongezonde verschillen: Over sociale stratificatie en gezondheid in Nederland*. Assen: Van Gorcum.
- Mackenbach, J.P. (2005) *Health inequalities: Europe in profile*. London: Department of Health.
- Monteiro, C.A., E.C. Moura, W.L. Conde & B.M. Popkin (2004) Socioeconomic status and obesity in adult populations of developing countries: A review. *Bulletin of the World Health Organization*, 82, pp. 940-946.
- Otterloo, A.H. van & J. van Ogtrop (1989) *Het regime van veel, vet en zoet: Praten met moeders over voeding en gezondheid*. Amsterdam: VU Uitgeverij.
- Rogers, E.M. (1995 [1962]) *Diffusion of innovations*. New York: The Free Press.
- Schrijvers C.T., K. Stronks, H.D. van de Mheen & J.P. Mackenbach (1999) Explaining educational differences in mortality: The role of behavioral and material factors. *American Journal of Public Health*, 89, pp. 535-540.
- Sobal, J. & A.J. Stunkard (1989) Socioeconomic status and obesity: A review of the literature. *Psychological Bulletin*, 105, pp. 260-275.
- Vries, S.I. de, I. Bakker, K. van Overbeek, N.D. Boer & M. Hopman-Rock (2005). *Kinderen in prioriteitswijken: Lichamelijke (in)activiteit en overgewicht*. Zeist: TNO.

## Slankheid als beschavingsoffensief

- Bakhtin, M. (1968) *Rabelais and his world*. Cambridge: MIT Press.
- Elias N. (1939) *Über den Prozess der Zivilisation: Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen*. Basel: Haus zum Falken.
- Foucault, M. (1963) *Naissance de la clinique: Une archéologie de regard medical*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Foucault, M. (1976) *Histoire de la sexualité 1: La volonté du savoir*. Paris: Gallimard.
- Foucault, M. (1984a) *Histoire de la sexualité 2: L'usage des plaisirs*. Paris: Gallimard.
- Foucault, M. (1984b) *Histoire de la sexualité 3: Le souci de soi*. Paris: Gallimard.
- Gezondheidsraad (2003) *Overgewicht en obesitas*. Den Haag: Gezondheidsraad.
- Freud, S. (1940) *Neue Folge der Vorlesungen zur Einführung in die Psychoanalyse*. Gesammelte Werke XV. London: Imago.
- Zwart, H. (2005) *Denkstijlen*. Nijmegen: Valkhof Pers.

## Nooit genoeg

- Critser, G. (2004) *Fat land: How Americans became the fattest people in the world*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Dagevos, H. (2004) Voedsel als uitdrukking van een levenswijze?: Een sociologische benadering. *Ethische Perspectieven*, 14, pp. 413-428.
- Dagevos, H., E. van Herpen & M. Kornelis (2005) *Consumptiesamenleving en consumenten in de supermarkt: Duurzame voedselconsumptie in de context van markt en maatschappij*. Wageningen: Wageningen Academic Publishers.
- Hirschmann, A.O. (1982) *Shifting involvements: Private interest and public action*. Princeton: Princeton University Press.
- Mandeville, B. (2006) De fabel van de bijen. In: *De wereld gaat aan deugd ten onder*. Rotterdam: Lemniscaat.
- Marsh, B. (2003) Obesity: New child alert. *Daily Mail*, 8 oktober.
- Petrini, C. (2004) *Slow food: Over het belang van smaak*. Amsterdam: Mets & Schilt Uitgevers.
- Ritzer, G. (2000) *The McDonaldization of society: New century edition*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Schlosser, E. (2001) *Fast food nation: The dark side of the all-American meal*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Scitovski, T. (1992 rev. edn.) *The joyless economy: The psychology of human satisfaction*. Oxford: Oxford University Press.
- Wilkinson, R. (1996) *Unhealthy societies: The afflictions of inequality*. London: Routledge.

## Gezette tijden

- Beaufort, I. de (1999a) Van het lijf houden. Rotterdam: Diesrede EUR.
- Beaufort, I. de (1999b) Individual responsibility for health. In: R. Bennett & Ch. Erin (eds.) *HIV and AIDS: Testing, screening, and confidentiality*. Oxford: Oxford University Press, pp. 107-124.
- Béraud, H. (1985) De Honderd-Kilo-Club. In: J.H. Müller (red.) *Het literair eetboek*. Amsterdam: De Bijenkorf, pp. 160-161.
- Bolt, I. & H. Wijsbek (2002) *Beauty and the doctor: Moral issues in health care with regard to appearance*. Budel: Damon.
- Delft, D. van (2006) Veel claims, weinig kennis. *NRC Handelsblad*, 25 maart.
- Fielding, H. (2001) *Het dagboek van Bridget Jones*. Amsterdam: Uitgeverij Prometheus.
- Jeurissen, E. & M. van Spanje (2001) *Rondom dik: Zin en onzin van zwaarlijvigheid*. Amsterdam: Ambo.
- McCall Smith, A. (2003) *Morality for beautiful girls*. London: Abacus.
- Vries, L. de (1976) *Ha dokter, ho dokter*. Haarlem: De Haan.
- WHO (1998) *Obesity, preventing and managing the global epidemic*. Geneva: WHO.

## Het gezin in de fuik

- Frenken, F. (2004) Een op de negen jongeren is te dik. *Webmagazine CBS*. <http://www.cbs.nl>.
- Hoog, C. de & J.A.C. van Ophem (1994) Monetarisering, voeding en voedsel. In: Y.K. van Dam, C. de Hoog & J.A.C. van Ophem (red.) *Eten in de jaren negentig: Reflecties op gemakvoeding*. Delft: Eburon, pp. 121-145.
- Hoog, C. de & J.A.C. van Ophem (1997) Traditionaliteit van echtparen en gezinnen als een vorm van een duurzame levensstijl? In: Y.K. van Dam, C. de Hoog & J.A.C. van Ophem (red.) *Voeding, consumptie en duurzaamheid*. Leuven/Apeldoorn: Garant, pp. 191-205.

- Hoog, K. de & E. Hooghiemstra (2002) *Links en rechts aandacht voor het gezin*. Den Haag: Nederlandse Gezinsraad.
- Hoog, K. de & E. Hooghiemstra (2003) *Gezinsbeleid in beeld: Een vergelijking van de verkiezingsprogramma's*. Den Haag: Nederlandse Gezinsraad.
- Hoog, K. de (2005) Een sociologische beschouwing over de positie van het huwelijk en andere primaire samenlevingsvormen in een veranderende samenleving. In: C. Forder & A. Verbeke (red.) *Gehuwd of niet: Maakt het iets uit?* Maastricht: Metro/Intersentia, pp. 81-103.
- Hulshof, K.F.A.M., J.H. Brussaard, A.G. Kruizinga, J. Telman & M.R.H. Löwik (2003) Socio-economic status, dietary intake and 10 trends: the Dutch National Food Consumption Survey. *European Journal of Clinical Nutrition*, 57, pp. 128-137.
- Hurk, K. van den, P. van Dommelen, J.A. de Wilde, P.H. Verkerk, S. van Buuren & R.A. Hirasig (2006) *Prevalentie van overgewicht en obesitas bij jeugdigen van 4-15 jaar in de periode 2002-2004*. Leiden: TNO.
- Kloeze, J.W. te, K. de Hoog, M. van Bergen & M. van Duivenvoorden (1996) *Tussen vrijheid en gebondenheid: Het postmoderne gezin ontdekt*. Leuven/Apeldoorn: Garant.
- Kuijsten, A. (2002) Variation and change in the forms of private life. In: F.X. Kaufmann, A. Kuijsten, H.-J. Schulze & L.P. Strohmeier (eds.) *Family life and family policy in Europe: Problems and issues in comparative perspective*. Oxford: Oxford University Press, pp. 18-63.
- Monden, Ch. (2003) *Education, inequality and health: The impact of partners and the life course*. Nijmegen: ICS.
- Nederlandse Gezinsraad (2001) *Gezin: Beeld en werkelijkheid - Signalement 1*. Den Haag: Nederlandse Gezinsraad.
- Schilpzand, R. (2004) *Eindrappport studie 'Gezond eten': Een actorschets over voeding en gezondheid*. Den Haag: Schuttelaar & Partners.
- Swaan, A. de (1979) Uitgaansbeperking en uitgaansangst: Over de verschuiving van bevelshuishouding naar onderhandelingshuishouding. *De Gids*, 142, pp. 483-509.

## Tegen de bewegingsarmoede in

- Blair, S.N. (2002) Can obese individuals be fit and healthy? *International Journal of Obesity*, 26, pp. S117-S135.
- Bauman, A. & B. Bellew (1999) Environmental and policy approaches to promoting physical activity. In: *Health in the Commonwealth-sharing solutions 1999/2000*. London: Commonwealth Secretariat, pp. 38-41.
- Cordain, L., R.W. Gotsall & S.B. Elton (1998) Physical activity, energy expenditure and fitness: An evolutionary perspective. *International Journal of Sports Medicine*, 19, pp. 328-335.
- Gezondheidsraad (2003) *Overgewicht en obesitas*. Den Haag: Gezondheidsraad.
- Kemper, H.C.G. (2004a) *Mijn beweegrede(n)*. Maarssen: Elsevier Gezondheidszorg.
- Kemper, H.C.G. (2004b) Amsterdam growth and health longitudinal study: A 23-year follow-up from teenager to adult about lifestyle and health. In: J. Borms, M. Hebbelinc & A.P. Hills (eds.) *Medicine and Sport Science*, 47, pp. 144-152.
- Köhler, W. & C. de Bats (2005) *Slow, slank en fit*. Amsterdam, Thoeis.
- Klesges, R.C., M.I. Shelton & L.M. Klesges (1993) Effects of television on metabolic rate: Potential implications for childhood obesity. *Pediatrics*, 91, pp. 281-286.
- Koopmans, J. (1997) *The genetics of health-related behaviours: A study of adolescent twins and their parents*. Amsterdam: Doctoraalscriptie Vrije Universiteit.
- Moore, L.L., D.A. Lombardi, M.J. White, J.L. Campbell, S.A. Oliveira & R. Curtis Ellison (1991) Influence of parent's activity levels of young children. *The Journal of Pediatrics*, pp. 215-219.
- Renders, C.M., J.C. Seidell, W. van Mechelen & R.A. Hirasig (2003) *Overgewicht bij kinderen en adolescenten*. Maarssen: Elsevier Gezondheidszorg.

Swinburn, B. (2003) Influencing obesogenic environments to reduce obesity prevalence. In: G. Medeiros-Neto, A. Halpern & C. Bouchard (eds.) *Progress in obesity research (vol 9)*. Montrouge: JohnLibbey Eurotext Ltd, pp. 54-58.

## Commercie in de jeugdcultuur

- Acuff, D.S. & R.H. Reiher (1997) *What kids buy and why*. New York: The Free Press.
- Buijzen, M. & P.M. Valkenburg (2002) Appeals in television advertising: A content analysis of commercials aimed at children and teenagers. *Communications*, 27, pp. 349-364.
- Buijzen, M. & P.M. Valkenburg (2005a) Nadelige invloeden van televisiereclame: Een onderzoeks-overzicht. *Kind en Adolescent*, 26, pp. 84-100.
- Buijzen, M. & P.M. Valkenburg (2005b) Parental mediation of undesired advertising effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 49, pp. 153-165.
- Dahl, R. (1968) *Sjakkie en de chocoladefabriek*. Baarn: De Fontein.
- Estoppel, W. (2006) *Is een roepend kind een snoepend kind?: Een onderzoek naar de relatie tussen aankoopverzoeken van kinderen in supermarkten en geadverteerde merken*. Doctoraalscriptie Universiteit van Amsterdam.
- European Heart Network (2005) *The marketing of unhealthy food to children in Europe*. <http://www.ehnheart.org/files/English-141257A.pdf>.
- Gunter, B., C. Oates & M. Blades (2005) *Advertising to children on TV: Contact, impact, and regulation*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hastings, G., M. Stead, C. McDermott, A. Forsyth, A.M. MacKintosh, M. Rayner, G. Godfrey, M. Caraher & K. Angus (2003) *Review of research on the effects of food promotion to children*. Centre for Social Marketing, University of Strathclyde. <http://www.foodstandards.gov.uk>.
- John, D.R. (1999) Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research. *Journal of Consumer Research*, 26, pp. 183-213.
- McNeal, J.U. (1992) *Kids as customers. A handbook of marketing to children*. New York: Lexington Books.
- Mens, C. & M. Buijzen (2006) Interventie van reclame gericht op kinderen: Een experimenteel onderzoek naar de meest effectieve interventiestrategie. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 34, pp. 321-335.
- Schor, J.B. (2004) *Born to buy: The commercialized child and the new consumer culture*. New York: Scribner.
- Valkenburg, P.M. (2002) *Beeldschermkinderen: Theorieën over kind en media*. Amsterdam: Boom.
- Ven, A. van der (2003) *Kinderen die vragen worden overgeslagen, maar kinderen die zwijgen zullen nooit wat krijgen*. Doctoraalscriptie Universiteit van Amsterdam

## De voedingsindustrie en overgewicht

- Adams, R. (2005) Fast food, obesity and tort reform: An examination of industry responsibility for public health. *Business and Society Review*, 110, pp. 297-320.
- Carroll, A.B. (1991) The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, pp. 39-48.
- Dalmeny, K. (2003) Food marketing: The role of advertising in child health care. *Consumer Policy Review*, 13, pp. 2-7.
- Eagle, L., S. Bulmer, P.J. Kitchen & J. Hawkins (2004) Complex and controversial causes for the 'obesity epidemic': The role of marketing communications. *International Journal of Medical Marketing*, 4, pp. 271-288.
- Gezondheidsraad (2003) *Overgewicht en obesitas*. Den Haag: Gezondheidsraad.

- Lowell, J. (2004) The food industry and its impact upon increasing global obesity: A case study. *British Food Journal*, 106, pp. 238-248.
- Millward Brown (2005) *Obesitas vooral in lagere klasse*. <http://www.millwardbrown.nl>.
- NIGZ (2002) Preventie van overgewicht door voeding en bewegen: Probleemanalyse. Woerden: Nationaal Instituut voor Gezondheidsbevordering en Ziektepreventie.
- SER (2000) *De winst van waarden: Advies over maatschappelijk ondernemen*. Den Haag: Sociaal-Economische Raad.
- WHO (2005) *Preventing chronic diseases: A vital investment*. Geneva: WHO.

## De zin en onzin van voedingsvoorlichting

- Aarts, H., B. Verplanken & A. van Knippenberg (1998) Predicting behaviour from actions in the past: Repeated decision making or a matter of habit? *Journal of Applied Social Psychology*, 28, pp. 1355-1374.
- Batra, R. & M.L. Ray (1983) Advertising situations: The implications of differential involvement and accompanying affect responses. In: R.J. Harris (ed.). *Information processing research in advertising*. London: Lawrence Earlbaum Associates Publishers.
- Brug, J., P. Assema & G. Kok (1998) Misconceptie van consumptie van vet, groente en fruit: Oorzaken en implicaties voor voedingsvoorlichting. *Tijdschrift voor Gezondheidswetenschappen*, 76, pp. 17-23.
- Contento, I., G.I. Balch, Y.L. Bronner, L.A. Lytle & S.K. Malony (1995) The effectiveness of nutrition education and implications for nutrition education policy, programs, and research: A review of research. *Journal of Nutrition Education*, 27, pp. 278-418.
- Fukuba, H. (1992) Food policy for health in Japan. *Nutrition and Health*, 8, pp. 177-190.
- Hulshof, K.F.A.M., M.C. Ocké, C.T.M. van Rossum, E.J.M. Buurma-Rethans, H.A.M. Brants, J.J.M.M. Drijvers & D. ter Doest (2004) *Resultaten van de Voedselconsumptiepeiling 2003*. Bilthoven: RIVM/TNO.
- Koelen, M.A. (1988) *Tales of logic: A self-presentational view on health related behaviour*. Proefschrift Landbouwniversiteit Wageningen.
- Koelen, M.A. (2000) *Evaluation of super: The European food and shopping research*. Final report of the EU-BIOMED, EU-HCMP, WHO-MCAP Nutrition Project. Wageningen: Wageningen University.
- Pollard, J., S.F.L. Kirk & J.E. Cade (2002) Factors affecting food choice in relation to fruit and vegetable intake: A review. *Nutrition Research Reviews*, 15, pp. 373-387.
- Raine, K.D. (2005) Determinants of healthy eating in Canada: An overview and synthesis. *Canadian Journal of Public Health*, 96, pp. S8-S14.
- Rothman, A.J. & P. Salovey (1997) Shaping perceptions to motivate healthy behaviour: the role of message framing. *Psychological Bulletin*, 121, pp. 3-19.
- Seligman, M.E.P. (2001) *Learned optimism*. New York: Alfred A. Knopf.
- Sneijder, P.W.J. & H.F.M. te Molder (2005) Disputing taste: Foods pleasure as an achievement in interaction. *Appetite*, 45, pp. 51-61.
- Vaandrager, H.W. (1995) *Constructing a healthy balance: Action and research ingredients to facilitate the process of health promotion*. Doctoraalscriptie Landbouwniversiteit Wageningen.
- Voedingsraad (1986) *Adviesrichtlijnen goede voeding*. Den Haag: Voedingsraad.
- Weinstein, N.D. (1989) Optimistic biases about personal risks. *Science*, 246, pp. 1232-1233.
- Zimbardo, P.G. & M.R. Leippe (1991) *The psychology of attitude change and social influence*. Boston: McGraw-Hill.



## Lijnen met je hoofd

- Beck, A.T. (1976) *Cognitive therapy and the emotional disorders*. New York: International Universities Press.
- Dansinger, M.L., J.A. Gleason, J.L. Griffith, H.P. Selker & E.J. Schaefer (2005) Comparison of the Atkins, Ornish, Weight Watchers, and Zone diets for weight loss and heart disease risk reduction: A randomized trial. *JAMA*, 293, pp. 43-53.
- Herman, C.P. & D. Mack (1975) Restrained and unrestrained eating. *Journal of Personality*, 43, pp. 647-660.
- Herman, C.P. & J. Polivy (1984) A boundary model for the regulation of eating. In: A.J. Stunkard & E. Stellar (eds.) *Eating and its disorders*. New York: Raven Press, pp. 141-156.
- Hill, J.O. & J.C. Peters (1998) Environmental contributions to the obesity epidemic. *Science*, 280, pp. 1371-1374.
- Jansen, A., R. Havermans, A. Roefs & C. Nederkoorn (2006) Overeating in obesity is related to depression, and not to dietary restraint. Paper presented at the Academy of Eating Disorders, Barcelona.
- Presnell, K. & E. Stice (2003) An experimental test of the effect of weight-loss dieting on bulimic pathology: Tipping the scales in a different direction. *Journal of Abnormal Psychology*, 112, pp. 166-170.
- Strien, T. van (2004) *De afslankmythe: Waarom afvallen vaak niet lukt*. Schiedam: Scriptum.
- Wadden, T.A., K.D. Brownell & G.D. Foster (2002) Obesity: Responding to the global epidemic. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 70, pp. 510-525.
- Werrij, M.Q. (2005) *Weighty thoughts: A cognitive approach to the treatment of obesity*. Proefschrift Universiteit Maastricht.
- Werrij, M.Q., S. Mulkens, H.J. Hospers & A. Jansen (2006) Overweight and obesity: The significance of a depressed mood. *Patient Education and Counseling*, 62, pp. 126-131.
- Werrij, M.Q., S. Mulkens, H. Elgersma, A. Ament, H.J. Hospers & A. Jansen (te verschijnen) CBT prevents relapse in obesity treatment whereas standard behavior therapy does not.
- Wilson, G.T. (1994) Behavioral treatment of obesity: Thirty years and counting. *Advances in Behaviour Research and Therapy*, 16, pp. 31-75.

## Tandeloze strijd

- Aronsson, T. & L. Thunström (2005) Optimal paternalism: Sin taxes and health subsidies. Paper presented at 97<sup>th</sup> European Agricultural Economics Association Seminar.
- Berkhout, P. & S. van Berkum (2005) *Hervorming suikermarktordening: Gevolgen voor de suikerproducenten, de suikerverwerkers en de (sucro)chemische industrie*. Den Haag: LEI.
- Boer, J.M.A., R.P. Bogers, M.J.J. Mangel, S.W. van den Berg & W.J.E. Bemelmans (2006) *Het mogelijk effect van prijsbeleid op de voedselconsumptie*. Bilthoven: RIVM.
- Bol, P., K.J. Hin & W. van der Weijden (2004) Goedkoper voedsel slecht voor volksgezondheid. *NRC Handelsblad*, 23 juli.
- Cash, S.B., D.L. Sunding & D. Zilberman (2004) Fat taxes and thin subsidies: Prices, diet and health outcomes. Paper presented at the annual meeting of the American Agricultural Economics Association.
- Cornelisse-Vermaat, J., H. Maassen van den Brink & W. Groot (2003) De prijs van overgewicht. *ESB*, 21 februari, pp. 92-94.
- Diederer, P. (2003) Burger, laat die consument met rust! In: H. Dagevos & L. Sterrenberg (red.) *Burgers en consumenten: Tussen tweedeling en twee-eenheid*. Wageningen: Wageningen Academic Publishers, pp. 19-30.
- Darmon, N., M. Darmon, M. Maillot & A. Drewnowski (2005) A nutrient density standard for vegetables and fruits: Nutrients per calorie and nutrients per unit cost. *Journal of the American Dietetic Association*, 105, pp. 1881-1887.

- Jongeneel, R.A. (2000) *The EU's grains, oilseeds, livestock and feed related market complex: Welfare measurement, modelling and policy analysis*. Proefschrift Wageningen Universiteit.
- O'Donoghue, T. & M. Rabin (2005) Optimal taxes for sin goods. Paper presented at the Conference on Regulating Unhealthy Consumption.
- Raad voor de Volksgezondheid en Zorg (2002) *Gezondheid en gedrag*. Zoetermeer: RVZ.
- Smed, S., J.D. Jensen & S. Denver (2005) Differentiated food taxes as a tool in health and nutrition policy. Paper presented at the XIth Congress of the European Agricultural Economics Association.
- Schäfer Elinder, L. (2003) *Public health aspects of the EU Common Agricultural Policy: Developments and recommendations for change in four sectors – Fruit and vegetables, dairy, wine, tobacco*. Stockholm: National Institute of Public Health.
- VWS (2005) Vettax voorlopig van de baan. Den Haag: Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, nieuwsbericht 15 maart.
- WHO (2003) *Diet, nutrition and the prevention of chronic diseases*. Geneva: WHO.

## Hartslag Limburg

- Assema, P. van, M. Steenbakkers, H. Stapel, H. van Keulen, G. Ronda & J. Brug (2006a) Evaluation of a Dutch public-private partnership to promote healthier diet. *American Journal of Health Promotion*, te verschijnen.
- Assema P. van, M. Steenbakkers, C. Bastiaens & G. Ronda (2006b) Hartslag Limburg: Integrale gezondheidsbevordering in buurten, gemeenten, bij huisartsen en in het ziekenhuis – deel 2: Het interventieproces van het Community-project binnen Hartslag Limburg. *Tijdschrift voor Sociale Gezondheidszorg*, 84, pp. 231-237.
- Bracht, N. & L. Kingbury (1990) Community organization principles in health promotion: A five-stage model. In: N. Bracht (ed.) *Health promotion at the community level*. Newbury Park: Sage, pp. 66-88.
- Harting, J. (2005) *Individual lifestyle advice: Development, implementation, and evaluation within the Hartslag Limburg cardiovascular prevention project*. Proefschrift Universiteit Maastricht.
- Harting, J., P. van Assema, E. Ruland, P. van Limpt, T. Gorgels, J. van Ree, F. Vermeer & N.K. de Vries (2005) Implementation of an innovative health service: A 'real world' diffusion study. *American Journal of Preventive Medicine*, 29, pp. 113-119.
- Harting, J., P. van Assema & N.K. de Vries (2006) Patients' opinions on health counseling in the Hartslag Limburg cardiovascular prevention project: Perceived quality, satisfaction, and normative concerns. *Patient Education and Counseling*, 61, pp. 142-151.
- Oers, J.A.M. van (red.) (2002) *Gezondheid op koers?: Volksgezondheid Toekomst Verkenning 2002*. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Ronckers E., W. Groot, M. Steenbakkers, E. Ruland & A. Ament (2006) Costs of the 'Hartslag Limburg' community heart health intervention. *BioMed Central Public Health*, 6, p. 51.
- Ronda G., P. van Assema, E. Ruland, M. Steenbakkers, J. van Ree & J. Brug (2005) The Dutch heart health community intervention 'Hartslag Limburg': Results of an effect study at organizational level. *Public Health*, 119, pp. 353-360.
- Ruland E. (red.) (1999) *Hartslag Limburg operationeel scenario: Update 1999*. Maastricht: GGD-zzl.
- Ruland E., P. van Assema, J. van Ree, et al. (2006) Hartslag Limburg: Integrale gezondheidsbevordering in buurten, gemeenten, bij huisartsen en in het ziekenhuis – deel 1: De opbouw: bundeling van praktijk, onderzoek en beleid. *Tijdschrift voor Sociale Gezondheidszorg*, 84, pp. 83-89.
- Schuit J., G. Wendel-Vos, W. Verschuren, E. Ronckers, A. Ament, P. van Assema, J. van Ree & E. Ruland (2006) Effect of 5-year community intervention Hartslag on cardiovascular risk factors. *American Journal of Preventive Medicine*, 30, pp. 237-242.

## Verschuivende verhoudingen

- Cook, D.M., E.K. Tong, S.A. Glantz & L.A. Bero (2005) The power of paperwork: How Philip Morris neutralized the medical code for secondhand smoke – The use of politics to influence science. *Health Affairs*, 24, pp. 994-1004.
- Hemerijck, A. (2003) Vier kernvragen voor beleid. *Beleid en Maatschappij*, 30, pp. 3-19.
- Marres, N.S. (2005) *No public no issue: Democratic deficits after the displacements of politics*. Proefschrift Universiteit van Amsterdam.
- McInnes, C. (2005) *Health and foreign policy in the United Kingdom: The experiences since 1997*. UK Global health programme 2005. London: the Nuffield Trust.
- Ministerie van VWS (2005) *Convenant Overgewicht*. 27-10-2005; *Actieplan Energie in Balans*. 27-10-2005. [www.convenantovergewicht.nl](http://www.convenantovergewicht.nl).
- Nienhuis, E. & H. Weyers (2005) Anti-rookbeleid: Sturen en volgen. *Mens en Maatschappij*, 54, pp. 837-842.
- Peppel, R.A. van de (1992) Convenant en de binding van de doelgroep. *Bestuurskunde*, 1, pp. 238-246.
- Pröpfer, I.M.A.M. & M. Herwijer (red.) (1992) *Effecten van plannen en convenanten*. Deventer: Kluwer.
- Schlesinger, M.J. (2005) Weighting for Godot. *Journal of Health Politics, Policy & Law*, 30, pp. 785-801.

## Overgewicht in luilekkerland

- Breedveld, K. & A. Tiessen-Raaphorst (red.) (2006) *Rapportage sport 2006*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Dagevos, H. (2005) Uitleiding. In: H. Dagevos (red.) *Voedselbeelden: Conceptuele en empirische verkenningen*. Den Haag: LEI, pp. 73-80.
- Eco, U. (1989) *De slinger van Foucault*. Amsterdam: Uitgeverij Bert Bakker.
- Fresco, L.O. (2006) *Nieuwe spijswetten: Over voedsel en verantwoordelijkheid*. Amsterdam: Uitgeverij Bert Bakker.
- Keith, S.W., D.T. Redden, P.T. Katzmarzyk, M.M. Boggiano, E.C. Hanlon, R.M. Benca, D. Ruden, A. Pietrobelli, J.L. Barger, K.R. Fontaine, C. Wang, L.J. Aronne, S.M. Wright, M. Baskin, N.V. Dhurandhar, M.C. Lijoi, C.M. Grilo, M. DeLuca, A.O. Westfall & D.B. Allison (2006) Putative contributors to the secular increase in obesity: Exploring the roads less traveled. *International Journal of Obesity* advance online publication, June 27, doi:10.1038/sj.ijo.0803326.
- Koert, W., G. Munnichs & L. Sterrenberg (2005) Bericht aan het parlement 'Gezonde voeding: roep om overheidsbemoeienis groeit'. Den Haag: Rathenau Instituut.
- Pollan, M. (2006) *The omnivore's dilemma: The search for a perfect meal in a fast-food world*. London: Bloomsbury.
- Singer, P. & J. Mason (2006) *The way we eat: Why our food choices matter*. Emmaus: Rodale Books.

# Over de auteurs

*Inez de Beaufort* is ethicus en werkzaam bij het Erasmus Medisch Centrum te Rotterdam als hoogleraar Gezondheidsethiek.

*Marleen Bekker* is gezondheidswetenschapper en doet bestuurskundig onderzoek aan het instituut Beleid en Management Gezondheidszorg (iBMG) van het Erasmus Medisch Centrum te Rotterdam.

*Petra Berkhout* is landbouweconoom en werkzaam als senior projectleider bij het LEI – Wageningen Universiteit en Researchcentrum te Den Haag.

*Johannes Brug* is gezondheidswetenschapper en als hoogleraar Determinanten van de Volksgezondheid werkzaam bij de afdeling Maatschappelijke Gezondheidszorg van het Erasmus Medisch Centrum te Rotterdam.

*Moniek Buijzen* is communicatiewetenschapper en als postdoc-onderzoeker Kind en Media verbonden aan The Amsterdam School of Communications Research (ASCoR) van de Universiteit van Amsterdam.

*Hans Dagevos* is consumptiesocioloog en als senior wetenschappelijk onderzoeker en projectcoördinator verbonden aan het LEI – Wageningen Universiteit en Researchcentrum te Den Haag.

*Jan-Kees Helderma*n is bestuurskundige en als universitair docent werkzaam bij de vakgroep Bestuurskunde en Politieke Wetenschappen van de Radboud Universiteit Nijmegen. Tot 1 september 2006 was hij verbonden aan het instituut Beleid en Management Gezondheidszorg (iBMG) te Rotterdam.

*Kees de Hoog* is socioloog en als hoogleraar Gezinssociologie en Gezinsbeleid verbonden aan Wageningen Universiteit.

*Anita Jansen* is psycholoog en als hoogleraar Experimentele Klinische Psychologie werkzaam bij de faculteit Psychologie van de Universiteit Maastricht.

*Ronald Jeurissen* is filosoof en theoloog en is als hoogleraar Bedrijfsethiek verbonden aan Nyenrode Business Universiteit, waar hij tevens directeur is van het European Institute for Business Ethics.

*Han C.G. Kemper* is bewegingswetenschapper, inspanningsfysioloog en epidemioloog en als emeritus hoogleraar Gezondheidskunde met betrekking tot Bewegen werkzaam bij het EMGO Instituut van het VU Medisch Centrum te Amsterdam.

*Maria A. Koelen* is sociaal psycholoog en als universitair hoofddocent Communicatie en Gezondheidsbevordering verbonden aan de groep Communicatiewetenschappen van Wageningen Universiteit.

*Alkeline van Lenning* werkt als universitair docent bij het departement Sociologie van de faculteit Sociale wetenschappen aan de Universiteit van Tilburg.

*Johan P. Mackenbach* is sociaal-geneeskundige en epidemioloog en als hoogleraar en afdelingshoofd Maatschappelijke Gezondheidszorg verbonden aan het Erasmus Medisch Centrum te Rotterdam.

*Geert Munnichs* is sociaal filosoof en als senior projectmedewerker Technology Assessment werkzaam bij het Rathenau Instituut te Den Haag.

*Alberic Pater* is bedrijfskundige met als specialisatie Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en als consultant verbonden aan FACET BV in Zeist.

*Pieter Pekelharing* is ethicus en als docent Ethiek en Sociale en Politieke Filosofie verbonden aan de afdeling Wijsbegeerte van de Faculteit Geesteswetenschappen van de Universiteit van Amsterdam.

*Albert-Jan Roskam* is psycholoog en als sociaal-epidemiologisch onderzoeker verbonden aan de afdeling Maatschappelijke Gezondheidszorg van het Erasmus Medisch Centrum te Rotterdam.

*Erik Ruland* is arts, gespecialiseerd in beleid en management van de volksgezondheid, tot mei 2004 werkzaam bij de GGD Maastricht als projectleider van Hartslag Limburg en sindsdien adjunct-directeur van het Nationaal Instituut voor Gezondheidsbevordering en Ziektepreventie (NIGZ) te Woerden.

*Jaap Seidell* is hoogleraar Voeding en Gezondheid aan de Vrije Universiteit te Amsterdam, directeur van het Instituut voor Gezondheidswetenschappen en bestuurslid van het Kenniscentrum Overgewicht.

*Iris Wallenburg* is als junior-onderzoeker werkzaam bij het instituut Beleid en Management Gezondheidszorg (iBMG) van het Erasmus Medisch Centrum in Rotterdam.

*Marieke Werrij* is gezondheidswetenschapper en als onderzoeker werkzaam binnen de capaciteitsgroep Experimentele Psychologie van de Universiteit Maastricht.

*Hub Zwart* is hoogleraar Filosofie aan de faculteit Natuurwetenschappen van de Radboud Universiteit Nijmegen en directeur van het Centre for Society and Genomics.

# Verantwoording

*De obesogene samenleving. Maatschappelijke perspectieven op overgewicht* is tot stand gekomen in een gezamenlijk project van het LEI – Wageningen Universiteit en Researchcentrum en het Rathenau Instituut. De personele en financiële inzet door het LEI zijn gedaan vanuit het project ‘Overgewicht, een uitdijend maatschappelijk probleem’, dat onderdeel is van het door het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit gefinancierde Kennisbasisthema ‘Plant en dier voor de gezonde mens’. De inbreng vanuit het Rathenau Instituut valt onder het project ‘Gamma & Overgewicht’, dat een vervolg vormt op het project ‘Gezond eten’.



# Illustratieverantwoording

De omvang van overgewicht: een omgevingsperspectief

*Hans Dagevos & Geert Munnichs*

p. 10 © Peter Hilz / Hollandse Hoogte

Overgewicht als maatschappelijk en wetenschappelijk vraagstuk

*Johannes Brug*

p. 20 © Otto Snoek / Hollandse Hoogte

Gewichtige verschillen: sociale stratificatie en overgewicht

*Johan Mackenbach & Albert-Jan Roskam*

p. 32 © Henk Braam / Hollandse Hoogte

Slankheid als beschavingsoffensief: de culturele en maatschappelijke betekenis van obesitas

*Hub Zwart*

p. 42 © Bilderberg / Hollandse Hoogte

Nooit genoeg: de onstuitbare opmars van fastfood en slowfood

*Pieter Pekelharing & Alkeline van Lenning*

p. 52 © Bilderberg / Hollandse Hoogte

Gezette tijden: over de morele plicht niet lelijk dik te zijn

*Inez de Beaufort*

p. 62 © Berry Stokvis / Hollandse Hoogte

Het gezin in de fuik: overgewicht en het moderne gezinsleven

*Kees de Hoog*

p. 76 © Spaarnestad Photo / Hollandse Hoogte

Tegen de bewegingsarmoede in: het belang van lichaamsbeweging

*Han Kemper*

p. 86 © Peter Hilz / Hollandse Hoogte

Commercie in de jeugdcultuur: vette verleiders en weerbare kinderen

*Moniek Buijzen*

p. 94 Polaris Images / Hollandse Hoogte

De voedingsindustrie en overgewicht: mvo op zijn smalst?

*Ronald Jeurissen & Alberic Pater*

p. 104 © Bilderberg / Hollandse Hoogte



De zin en onzin van voedingsvoorlichting

*Maria Koelen*

p. 118 © Henk Braam / Hollandse Hoogte

Lijnen met je hoofd: afvallen door anders denken

*Marieke Werrij & Anita Jansen*

p. 126 © Dolph Cantrijn / Hollandse Hoogte

Tandeloze strijd: overgewicht en economisch onvermogen

*Petra Berkhout*

p. 134 © Marcel van den Bergh / Hollandse Hoogte

Hartslag Limburg: lessen uit de praktijk

*Erik Ruland*

p. 144 © Sake Elzinga / Hollandse Hoogte

Verschuivende verhoudingen: de marges van overheidsbeleid bij overgewicht

*Marleen Bekker, Iris Wallenburg & Jan-Kees Helderma*

p. 154 © Roger Dohmen / Hollandse Hoogte

Overgewicht in luilekkerland: een afsluitende tour d'horizon

*Hans Dagevos, Geert Munnichs & Jaap Seidell*

p. 166 © Michiel Wijnbergh / Hollandse Hoogte