

KNAW moet zich niet associëren met Heineken

De KNAW moet zich niet laten sponsoren door een bedrijf dat bekend is om een schadelijk product, schrijft *Klaas Landsman*.

De schadelijke gevolgen van de consumptie van alcohol, ook in lage hoeveelheden, zijn wetenschappelijk en onomstotelijk aangetoond. Naast de welbekende schade aan de hersenen is alcohol kankerverwekkend en beschadigt hij telomeren, wat tot vroegtijdige veroudering leidt. De vaak ongewenste gevolgen voor het gedrag zijn direct zichtbaar. Geen enkel wetenschappelijk onderlegd persoon gelooft nog in broodje-aap-verhalen als zouden enkele glazen wijn of bier per dag gunstig voor de gezondheid zijn. Er is geen principieel verschil tussen alcohol, tabaksrook en softdrugs; verschillen in wetgeving zijn hypocriet.

Het is daarom verbijsterend dat de Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen (KNAW) al vele jaren Heineken-prijzen uitreikt, binnenkort weer (29/9). De oorspronkelijke (en zeer prestigieuze) dr. A.P. Heinekenprijzen zijn recent zelfs aangevuld met zogenaamde Heineken Young Scientist Awards. De KNAW ontpopt zich hiermee als reclamezuil voor een bedrijf dat haar geld verdient met de verkoop van vergif. Het trapt met open ogen in een pr-strategie waarmee ons nationale biermerk, dat evenals de

tabaksindustrie al lang weet hoe dubieus zijn product is, zich associeert met zaken die als positief worden gezien, zoals sport en wetenschap. Zo is Heineken een van de hoofdsponsors van de Champions League en heet het ontmoetingscentrum op de Olympische Spelen waar succesvolle Nederlandse sporters naartoe worden gedirigeerd het Holland Heineken House. Ook is Heineken een grote sponsor van de Formule 1 - vroeger was dat Marlboro.

Kennelijk heeft dergelijke reclame veel effect, anders zou het bedrijf de astronomische bedragen hiervoor niet uitgeven. Het heeft decennia gekost voor tabaksreclames werden verboden en het zal vrees ik ook nog tientallen jaren kosten voor drankreclame verboden wordt. De KNAW draagt aan deze reclames bij door een positieve associatie bij de naam Heineken te bieden, waarbij de bittere ironie is dat juist de wetenschap, niet de alcoholindustrie, de schadelijke gevolgen van alcohol in de openbaarheid heeft gebracht. Door zich op deze wijze aan de bierproducent te verbinden gooit de KNAW niet alleen haar eigen naam te grabbel - het genootschap noemt zich de stem en het geweten van de Nederlandse wetenschap - maar, erger, ver-

leent het waardigheid aan een biermerk. Heineken, sport, wetenschap: wie kan nog bezwaar tegen zo'n merk maken als het zich in dergelijk goed gezelschap bevindt? Hoe leggen wij jongeren uit dat alcohol ongezond is als Heineken een intieme relatie heeft met de KNAW?

Intern protest leidde tot de reactie van de KNAW dat zij geen reclame maakt omdat niet het bedrijf Heineken de prijzen financiert, maar de Stichting Alfred Heineken Fonds, waarvan het kapitaal afkomstig is van de familie. Maar het lijkt me dat het publiek hier geen verschil tussen maakt.

De KNAW zou juist een rapport moeten schrijven dat vooral studenten ervan overtuigt af te zien van alcohol. Zij zou moeten aandringen op veel fellere overheids-campagnes om het gebruik van alcohol te ontmoedigen en zo mogelijk te verbieden. De KNAW moet zich onmiddellijk terugtrekken als organisator van deze prijzen.



Klaas Landsman is hoogle-
raar aan de
Radboud Uni-
versiteit en lid
van de KNAW.