

De waterboodschap



DR. IR. MARGREET OLTHOF, LID NEDERLANDSE ACADEMIE VAN VOEDINGSWETENSCHAPPEN

‘Suiker in frisdrank maakt onge-merkt dik’ kopte een bericht af-gelopen september in *The New England Journal of Medicine*. Dit naar aanleiding van onze paper over een 18 maanden durend onderzoek bij ruim 600 kinde-ren van 5 tot 11 jaar. Zes woor-den waar zes jaren hard werken met bloed – en soms letterlijk – zweet en tranen achter schuilt. Wat velen vermoedden of stellig ontkenden is nu zeker: van sui-kerhoudende dranken word je dik. Om zo’n stellige boodschap te brengen is heel hard bewijs nodig en dat kost tijd en energie van velen, maar dan heb je wel wat in handen.

Het kan zijn dat u zegt: ‘Nou nou, wat een ophef... open deur... moeten we daar nu on-derzoeksgeld aan besteden?’ Die reactie kregen we gelukkig niet vaak. Velen waren blij met dit harde bewijs en sommige felle critici stelden hun mening zelfs bij. Uiteraard is niet ieder- een het met ons eens. Gelukkig maar, want in de wetenschap moet je elkaar scherp houden. Tijd voor actie nu. Dat een kind van ‘diksap’ dik kan worden zal voor menig ouder wellicht een schok zijn. Wat nu? Water of thee? ‘Dat lust mijn kind niet’, hoor je vaak. Hoe krijg je kinde-ren (en ouders) aan het water? Hierbij lijkt het thema van het

NAV-forum in 2010 van toepas-sing: ‘Jong geleerd, oud ge-zond!’ De voedingsboodschap is duidelijk: ‘Drink water in plaats van frisdrank of limona-de: gezond voor lijf en tanden!’ Daarmee kun je niet vroeg ge-noeg starten, maar hoe kunnen we ouders en kinderen verleiden tot deze gezonde keus? Mis-schien kan sociale marketing ons helpen. Sociale marketing past marketinginzichten uit het bedrijfsleven toe om sociaal ge-wenst gedrag te stimuleren: ge-zondheid verkopen als een mooie spijkerbroek. Het project JOGG (Jongeren Op Gezond Gewicht) is een mooi voorbeeld waarbij sociale marketing wordt toegepast om de waterbood-schap te verkondigen, maar er is meer werk aan de winkel. Nieuwe uitdagingen dus! Mooi om na zes jaar fundamenteel wetenschappelijk onderzoek een echte gezondheidsbood-schap te kunnen uitdragen.

de Ruyter JC, Olthof MR, Seidell JC, Katan MB. A trial of sugar-free or sugar-sweetened beverages and body weight in children. *N Engl J Med* 2012;367:1397-406