

Heineken-reclame onder vuur

29-10-2007 00:00

De advertentie van Heineken in het tijdschrift Pink Ribbon overschrijdt een ethische grens. De bierbrouwer adverteert in het tijdschrift van de stichting tegen borstkanker met het vrouwenbier Wieckse Rosé, terwijl alcohol juist het risico van borstkanker vergroot. Dat schrijft directeur Wim van Dalen van de Stichting Alcoholpreventie (Stap) in een brief aan het tijdschrift. Hij verwijt Pink Ribbon een misplaatst signaal af te geven, zo meldt Elsevier.nl.

Stap haalt onderzoek aan waaruit blijkt dat zo'n vier procent van alle borstkanker kan worden verklaard door alcoholgebruik. In Nederland gaat het daarmee om ongeveer vijfhonderd van de 12.500 borstkankergevallen die jaarlijks worden geconstateerd.

Elk glas alcohol draagt bij aan een verhoogd risico, stelt Stap. Bij één tot twee glazen per dag neemt het risico toe met tien procent, bij drie glazen of meer glazen per dag zelfs met dertig procent.

Een woordvoerder van de Stichting Pink Ribbon laat weten serieus naar de kritiek van Stap te gaan kijken. Tegelijkertijd benadrukt de zegsvrouw dat de stichting geen invloed heeft op de inhoud en advertenties van het blad. Het tijdschrift is van uitgever Sanoma en de opbrengsten van het blad gaan naar de Stichting Pink Ribbon.