

# Afvalstof (2)

Sophie J.M. Josephus Jitta

**In NTtdK, 3, 2003, p. 8-9, heb ik aangegeven wat de belangrijkste kenmerken zijn van de advertenties voor afslankmiddelen die ik heb verzameld: middel aanbevolen door bekend- en onbekendheden, foto van slanke jongedame die het te bereiken doel vertegenwoordigt, duur woordgebruik, krom Nederlands en gewichtsverlies in recordtijd ondanks 'gewoon door blijven eten'.**

**N**u wil ik ingaan op de details. Per categorie belicht ik een of meer spraakmakende advertenties wat nader. Voor alle duidelijkheid volgt hier nogmaals de indeling in categorieën:

- a. middelen waarvan de werking is gebaseerd op uit groente, fruit of planten geëxtraheerde stoffen (Komkommerslank of het 19-plantenextract)
- b. middelen met een cryptische, chemisch aandoende naam (BMI 23 of Bio-C.L.A.)
- c. commerciële diëten (Poolplus 5 sterren topdieet of *just4weeks*)
- d. gewichtsverlies bevorderende voorwerpen (de Afslankring of de Electronische Afslankgordel)
- e. overige veelbelovende middelen, waaronder Spray-u-slank, Slank terwijl u slaapt (de Dr. Hans Neunerslankheidskuur) of Suco Bloc, 'het middel dat er voor zorgt dat suiker niet meer als vet wordt opgeslagen'

Wat de producten die onder a vallen betreft, ik heb reeds vermeld dat middelen als Appel-Slank, Grapefruitlank of Fruitlank schijnen te hebben afgedaan. Voor Fructolm wordt echter nog steeds geadverteerd: 'het vetverdelgende fruit, het snelste middel om uw silhouet af te slanken, geconcentreerd in een enkele capsule van meerdere kilo's fruit'. Mocht het middel onverhoopt geen resultaat opleveren, dan 'garanderen wij voor 100 % de terugbetaling!' (*Party*, oktober 2000 en augustus 2003)

Tot de tweede categorie behoren ook de BeMi-norm- capsules. Het middel wordt aangeprezen door aurofotografe Anneke van Galen. De capsules moeten worden ingenomen vóór de twee hoofdmaaltijden en voor het slapen gaan. Ze bevatten carnitine, fenylalanine, tryptofaan (een aminozuur, zegt de advertentie voor de duidelijkheid) en het fruitzuur HCA. Respectievelijk zorgen deze substanties ervoor dat er 'geen hongergevoel maar een verzadigingsgevoel ontstaat, dat de eetlust wordt geremd en abnormale vetopslag wordt bestreden'. (*Party*, september 2000).

Het Poolplus 5 sterrentopdieet is een commer-

cieel dieet, dat zegt uit te gaan van een dagelijkse inname van zo'n 900 calorieën. Alsof de naam alléén nog niet ronkend genoeg is, wordt voor het dieet ook nog eens reclame gemaakt door Paul Fagel, een bekende kok. Een van de door hem aanbevolen maaltijden is trouwens 'tagliatelle carbonara', nu niet bepaald een gerecht waarbij ik aan afvallen denk, tenminste, als het wordt klaargemaakt zoals het hoort: spek, ei en veel geraspte kaas! (*Privé*, september 2001). Eerder werd het Poolplus dieet ook aanbevolen door een bij het VU-ziekenhuis werkzame diëtiste, die plechtig verklaarde dat zij bij de totstandkoming van het dieet betrokken was geweest en daarmee de indruk wekte dat het product betrouwbaar was.<sup>1</sup> (*Privé*, december 1998).

Tot verreweg de meest fantastische categorie afslankmiddelen behoren de voorwerpen die gewichtsverlies garanderen aan wie ze aan- of omdoet. Vreemd genoeg zijn zij niet in de winkel te koop, maar moeten ze worden besteld bij een firma in Klaaswaal. Ik maak een kleine selectie:

'Weer net zo slank als uw dochter' is de kop boven een advertentie voor gepatenteerde afslankzolen. De werking van de zolen berust op 'eeuwenoude Chinese wetenschap'. Zij zijn bezet met massageknoppen en magneetjes voor de reflexzones van de spijsverteringsorganen. Door op de zolen te lopen 'wordt de functie van deze organen weer optimaal, de stofwisseling beter en herneemt de verbranding van het voedsel zijn normale gang'. Daardoor worden ook de natuurlijke vetreserves afgebroken, met als resultaat: snel op het ideale gewicht. Er is een foto van de bewuste zolen afgedrukt plus een veelkleurige tekening van de linker- en rechtervoet, met verdeling in zones en aanduiding van de organen waarmee deze corresponderen. Voor zover ik het kan zien, bevinden de grootste massageknoppen zich op de scheiding tussen de zones voor de dunne en de dikke darm en de nieren. (*Privé*, januari 2001)

Dan zijn er de Magnetische Acupress Afslank-Oorbellen. De werking van de oorbellen berust

op acupressuur en magnetisme, een 'eeuwenoude medische techniek uit Japan'.<sup>2</sup> Als een van de zeer weinige in mijn verzameling wijst deze advertentie erop dat iemand 'om af te vallen strict genomen minder moet eten dan zijn lichaam nodig heeft'. Deze bewering wordt evenwel meteen weer tenietgedaan: door minder te eten worden weliswaar de vetreserves aangesproken, maar minder eten betekent helaas ook meer trek. Niet eten en wel trek, dat leidt al gauw tot het jojo-effect. Hoe nu kan het jojo-effect worden doorbroken? Juist ja, door de aanschaf van de Magnetische Acupress Aflank-Oorbellen! Wie deze heeft gekocht, kan zoveel eten als ze wil: met de bellen op de juiste plaats op het oor is afvallen gegarandeerd. Er zijn vier fotootjes van een oor afgedrukt, met de oorbel telkens op een andere plaats en erboven geschreven waar het gewichtsverlies optreedt (heup/ dij enzovoort). (*Weekend*, oktober 2000)

Een andere mogelijkheid om af te vallen biedt de Masserende Sauna-bermuda, van '200 % elastische stof gemaakt'. Om gewicht te verliezen hoeft iemand de bermuda alleen maar aan te trekken: het ding genereert warmte en daardoor worden vocht en vet afgedreven (dat kan nog een vieze boel worden, daar onder die bermuda, maar dit terzijde). Bermuda blijkt overigens een rekbaar begrip: op de foto's staat een ranke jonge vrouw, gehuld in een kledingstuk dat onder haar boezem begint en even over haar zitvlak eindigt. De armen houdt zij kuis voor de borst. (*Weekend*, augustus 2000)

Een vierde aanbieding uit Klaaswaal betreft de *Slim-Away* Afslankpleisters. Zij behoren volgens de advertentie tot 'de belangrijkste medische ontdekkingen van de laatste tien jaar en worden door honderdduizenden mensen over de gehele wereld gebruikt'. Ze bevatten extracten van de *Fucus vesiculosus* en *Garcinia cambodia*<sup>3</sup>, die door de huid worden opgenomen en zo het hongergevoel stillen. De pleisters moeten elke ochtend worden vernieuwd. Na één tot twee weken ziet de gebruiker al resultaat: 'u verliest kilo's per maand, want de pondjes vliëgen eraf...!' (*Party*, juli 2003)

De laatste categorie - de wondermiddelen die de wereld nog niet uit zijn - neemt in mijn verzameling verreweg de grootste plaats in. Ook hier maak ik noodgedwongen een selectie. 'Spray-u- slank' is een revolutionair en wereldwijd succesvol afslankpreparaat, dat via de techniek van de Mond Spray door de mond-slijmvliezen wordt opgenomen en daardoor 'maar liefst 10 maal beter wordt opgenomen dan tabletten en capsules'. Het normale spijsverteringstraject, waarbij slechts 5 tot 8 % van de werkzame bestand-delen zijn doel bereikt,

wordt zo overgeslagen. Het lichaam 'wordt geactiveerd om de vetreserves aan te spreken en de eetlust wordt geremd. Men krijgt meer energie, waardoor er meer calorieën worden verbrand'. (*Faam/ Vlissinger*, juni 2001)

Ook de 'Slang terwijl u slaapt'kuur van de Oostenrijker Dr. Hans Neuner is een groot succes. Het middel is een ontslakkingskuur, die er tegelijkertijd voor zorgt dat iemand afvalt: 'de natuurlijke werkstoffen maken slakstoffen los uit het binnenste van het vetweefsel. Daardoor verkleinen reuzenvetcellen zich tot gezonde proporties. Overtollige kilo's verdwijnen derhalve als sneeuw voor de zon!' (*Party*, januari 1999)

Een opvallende advertentie is verder die voor de 100 % natuurlijke Lipotrex24- methode. In een kadertje onderaan staat eerst: 'Kort geleden heeft de wetenschap aangetoond dat een dieet het minst doeltreffende middel is om af te slanken, en slank te blijven', waarna een man in een witte jas uitlegt hoe de methode werkt: 'Lipotrex24 weerhoudt overdag de calorieën ervan om zich in lichaamsvetten om te zetten en 's nachts wordt de stofwisseling erdoor gestimuleerd'. Voor de rest is de advertentie een kolommenlang openhartig en gedetailleerd afvalverhaal van een tevreden klant. De bijbehorende foto's zijn nu eens niet van een dame die het middel in het geheel niet nodig heeft, maar van een forse tante met een watermeloenboezem (boodschap: vóór de kuur). Op de tweede foto resten haar nog twee erwten op een plank en enig heupvet (boodschap: na de kuur). (*Privé*, januari 2001)

Een volgend middel dat in het oog springt, is het Zwitserse CaloStop.<sup>4</sup> Ditmaal is er een slanke den afgebeeld die in een alpenwei geheel naakt van het uitzicht op de bergen zit te genieten. Het middel wordt geleverd in een strooibusje en bevat een mengsel van vitaminen en vezelstoffen, waaronder chitosan. Hierdoor 'worden vetstoffen gebonden en de vertering ervan geblokkeerd'. De slotzin van deze advertentie is raadselachtig: 'Door CaloStop over uw voedsel te strooien wordt ca de helft van alle vet onschadelijk gemaakt voordat u er dik van kunt worden'. Het lichaam gaat zijn vetreserves aanspreken en het afvallen neemt een aanvang. Calostop is bedoeld voor vrouwen en mannen, een uitzondering in mijn verzameling.

Tot zover mijn selectie uit de advertenties. Het is duidelijk: fabrikanten van afslankproducten blijken ervanuit te gaan dat wie een populair dan wel huis-aan-huisblad leest haar eventueel aanwezige verstand op nul zet en kritiekloos slikt wat haar wordt voorgeschoteld. Zo wordt

er in vrijwel elke advertentie tegen alle logica in beweerd dat een dieet overbodig is (behalve uiteraard bij de commerciële diëten), afgewisseld met 'u kunt zoveel blijven eten als u wilt'. Daarnaast wordt de lezers een werkelijk fabelachtig gewichtsverlies in het vooruitzicht gesteld en wel in recordtijd: een bewering als 'in 7 weken ben ik 31 kilo afgevallen' is eerder regel dan uitzondering. Mocht iemand desondanks nog twijfelen, dan wordt een poging gedaan haar over de streep te trekken door middel van twee (doorzichtige) verkooptrucs: de Foto en de Getuigenis. Op de Foto staat een bevallige, tengere en vaak ietwat schaars geklede jonge vrouw, die 'met dit middel kan u net zo slank worden als ik' uitstraalt. De Getuigenis is het verhaal van een klant die het middel tot volle tevredenheid heeft gebruikt. Hoe ongelooflijker het middel is, des te langer en intiemer overigens de Getuigenis, maar dat zal wel toeval zijn.

Hoewel het bij mijn weten niet om geneesmiddelen gaat, wordt er zonder blikken of blozen in de advertenties medisch geclaimd: 'verhoogt de algemene stofwisseling', 'cholesterolverlagend', 'stimuleert de vetverbranding/ de spijsvertering', 'minder trek in zoetigheid doordat het je bloedsuikerspiegel normaal houdt' of 'eetlustremmer'. Hier is, dunkt mij, wel wat werk aan de winkel voor de KOAG/ KAG en de Reclame Code Commissie. Ik weet evenwel uit ervaring dat protesteren niet veel zoden aan de dijk zet. De advertentietekst wordt op zijn best (tijdelijk) licht gewijzigd, maar niet zo dat het opvalt.

Om de lezers te imponeren wordt er kwistig gestrooid met in 'vaktermen' verpakte, al dan niet 'natuurlijke' ingrediënten die het middel bevat. Ik doe een greep: HCA, fruitzuur, orthosiphonia, inuline, kelp, isomeren cis 9/ trans 11, arginine, CLA 80, lecithine, senna, phaseolusproteïnes dan wel het 'uit zee gewonnen'<sup>5</sup> chitosan. Vrijwel altijd wordt van de bestanddelen vermeld welke werking zij hebben: 'De ballaststof Inuline helpt bij de vermindering van het hongergevoel en het vullen van de maag. Het geeft verzadiging en vermindert de trek onder andere in zoetigheid' of 'het afslankende bestanddeel grapefruit is zeer belangrijk voor een goede stofwisseling en intensificeert de verbranding van overtollig vet'. Een aantal afslankproducten - meestal die niet in de winkel verkrijgbaar zijn - geeft alleen de werking aan, niet de ingrediënten: 'Calostop werkt als een krachtige magneet en bindt een groot gedeelte van het maaltijdvet op moleculair niveau. De gebonden vetmoleculen verlaten langs natuurlijke weg het lichaam'.

Zoals ik al eerder heb opgemerkt, is er vaak een schril contrast tussen de gewichtig bedoelde inhoud van de advertenties en de wijze waarop deze onder woorden is gebracht. Hoe langer de advertentie is, des te kreupeler het Nederlands: 'zorgt er voor dat het HONGER-en TREKGEVOEL verdwijnt' of 'Van nu af aan is het overbodig op te letten voor wat u eet. Met FAT BREAKER bent U het zeker dat niets uw silhouet nog zal komen vervormen. Ja! Zelfs de meest calorierijke eetmalen niet!'

Kortom, in afval-land heeft het aloude 'mundus vult decipi' (de wereld wil bedrogen worden) nog niets van zijn kracht verloren. Hoezeer afslankadvertenties ook het tegendeel beweren, afvallen (en op gewicht blijven) vergt een ijzeren discipline, met een verantwoord dieet plus veel lichaamsbeweging. Dat die discipline moeilijk is op te brengen, ziet iedereen die simpelweg om zich heen kijkt. Of in de spiegel kijkt natuurlijk. ●

#### Literatuur

1. Ik heb destijds het VU-ziekenhuis een brief geschreven om het erop te attenderen dat er misbruik werd gemaakt van zijn naam. Het antwoord op mijn brief luidde dat 'er iets aan gedaan zou worden'. Inderdaad heb ik sindsdien de diëtiste niet meer aangetroffen.
2. Vaker wordt het magische 'Oosters' gebruikt, afgewisseld met Chinees. Ik vermoed dat de Klaaswaalse leverancier om niet in herhaling te vervallen hier maar eens een keer 'uit Japan' ertegenaan gooit.
3. Het plantengeslacht heet Garcinia en de soort cambodia. Cambodia zal wel een in de reeks 'uit het Oosten' passende verschrijving zijn.
4. Ik vind CaloStop maar een vreemde naam voor een product uit een land waarvan een aanzienlijk deel van de bevolking Italiaans spreekt. Gezien het feit dat calare afvallen betekent en calo ik val af dan wel gewichtsafname, ligt een naam als CaloPlus of CaloExtra toch meer voor de hand.
5. Bij het woord zee schijnt de associatie slank te horen. Een advertentie vraagt zelfs retorisch 'Hebt u wel eens een te dikke vis gezien? Of een zwaarlijvige oester?' (Redu-Quick, Privé, augustus 2000)