

Multinationals tegen aids



Hoewel de aids-epidemie nog altijd jaarlijks miljoenen doden veroorzaakt, lijkt een kentering nabij. Met dank aan onder meer bierbrouwer Heineken.

DOOR **PAUL VAN DER KWAST**

Ook mobiele-telefoniebedrijf Celtel doet mee aan aids-bestrijdingsprogramma

Ruim vijftienduizend medewerkers heeft bierbrouwerij Heineken in dienst in Congo, Ruanda en Nigeria. Nu was donker Afrika nooit makkelijk om in te ondernemen, maar sinds een jaar of twintig hebben ondernemers er een groot probleem bij: aids. Niet alleen onder Heinekens klanten, maar ook onder het personeel heeft de ziekte de afgelopen jaren veel levens geëist. Ruim vijf procent van het Afrikaanse personeel van de brouwer is besmet met het hiv-virus, en dat percentage neemt toe. Toch is Heineken daarover niet in paniek. Integendeel. 'We krijgen steeds meer seropositieve mensen in dienst', zegt Henk Rijckborst, hoofd van de medische dienst van Heineken. 'Niet omdat we vooral seropositieven aannemen, maar omdat we bestaande medewerkers die besmet zijn nu dankzij medicijnen in leven kunnen houden. Vroeger gingen die dood.'

Aantrekkelijke werkgever

Heineken is, samen met het in Nederland gevestigde Celtel, het grootste mobiele-telefoniebedrijf van Afrika, pionier op het gebied van aids-bestrijding. De onderneming, gevestigd in enkele van de meest door het hiv-virus getroffen landen, verstrekt van oudsher al de complete medische zorg aan medewerkers, ongeacht hun rang of stand binnen het bedrijf. De uitgebreide medische zorg maakt de brouwer dan ook tot een aantrekkelijke werkgever, omdat er op medisch gebied in de meeste landen verder nauwelijks iets is.

In de jaren tachtig, toen aids begon op te komen, startte Heineken met voorlichting over aids-preventie, en stelde gratis condooms beschikbaar. Maar aids bleef een groot probleem. Een goede aids-rem-

mer was er niet en besmetting bleek moeilijk te voorkomen.

In 2000 was er op medisch gebied een doorbraak. De ontwikkelde aids-remmer bleek niet alleen goed te werken, de fabrikant maakte ook bekend die tegen een fractie van de marktprijs beschikbaar te zullen stellen aan een aantal arme landen. Goed nieuws, zou je zeggen; maar er gebeurde bijna niets. Rijckborst, zelf arts: 'Het heeft geen zin zomaar pillen uit te delen. Het behandelen met medicijnen van mensen die besmet zijn met het aids-virus vergt specialistische kennis. Een huisarts kan dat er niet even bij doen.' Voeg daaraan toe dat sommige overheden nauwelijks geïnteresseerd waren in aids-remmers en dat de zorginfrastructuur in Afrika doorgaans belabberd is, en het is te begrijpen dat de goedkope aids-remmers, die in lokale koopkrachten vaak nog altijd meer dan een dagloon kosten, niet aansloegen.

Compleet programma

Daarop besloot Heineken het heft in eigen hand te nemen. De Amsterdamse brouwer had al zo'n honderd man medisch personeel in Afrika in dienst. Elke brouwerij heeft een kleine 'kliniek' – een eenvoudige spreekkamer – waar werknemers terecht kunnen met medische klachten. Verreweg de meest voorko-

'De raad van bestuur wilde weten wat wij konden doen op het gebied van aids-bestrijding'

mende ernstige ziektes zijn malaria, diarree en longinfecties, maar sinds 2001 kan iedereen die in dienst is van Heineken, inclusief zijn of haar partner en kinderen, daar ook terecht voor een aids-test. Rijckborst: 'Nu bleek dat aids-remmers werkten, wilde de raad van bestuur weten wat wij konden doen op het gebied van aids-bestrijding.'

Cruciaal was daarbij de rol van PharmAccess, een stichting die zich richt op aids-bestrijding en waarin een aantal aids-deskundigen van het Amsterdamse Academisch Medisch Centrum zit. PharmAccess hoopte dat de efficiënt werkende multinationals wel eens een bruikbaar vehikel zouden kunnen zijn om de aids-medicatie in Afrika onder de mensen te brengen. Heineken en Celtel grepen die gelegenheid meteen aan en zetten samen met PharmAccess een volledig aids-programma op. Dat behelsde het testen op aids, het zonodig behandelen van patiënten en natuurlijk het scholen en voortdurend bijscholen van medisch personeel ter plekke. Rijckborst: 'We moesten van de raad van bestuur wel *low profile* te werk gaan, we mochten er niet mee te koop lopen. Niemand wist immers of het project zou slagen. Sommige andere bedrijven waren erg sceptisch, en als ons programma in de praktijk niet zou blijken te werken – bijvoorbeeld doordat mensen zich niet aan de medicatie zouden houden – zou dat een enorme klap voor de hele aids-bestrijding zijn.'

Doorslikken

Het programma van Heineken loopt nu precies vijf jaar, en de resultaten zijn boven verwachting. Ruim 7.000 mensen zijn getest. 400 Mensen hebben het hiv-virus onder de leden en van hen gebruiken er