

Asbestkampioen België laat nog steeds te veel slachtoffers vallen als een baksteen, schrijven **WIM GELUYKENS** en **JEAN-JACQUES CASSIMAN**.

Koud en stil in asbestland

Of het nu in oude leidingen, plafonds of huishoudelijke apparaten is: asbest blijft alomtegenwoordig in België. Ons land behoorde decennialang tot de grootste asbestverbruikers ter wereld en uit recente studies blijkt dat er nog minstens 3,7 miljoen ton asbest in omloop is in ons land. De stof treft hier jaarlijks nog altijd honderden mensen. Daarom werd tien jaar geleden het Asbestfonds (AFA) opgericht, dat slachtoffers en nabestaanden vergoedt. Het fonds hielp intussen 2.669 mensen. Maar op bepaalde vlakken schiet de hulp dramatisch tekort. Ter gelegenheid van de tiende verjaardag van het fonds roepen wij op: hoog tijd dat slachtoffers écht gehoord worden.

Het AFA werd opgericht om de asbestslachtoffers die niet vergoed worden door Fedris, het voormalige Fonds voor Beroepsziekten, toch tegemoet te komen. Het gaat dan bijvoorbeeld om zelfstandigen, of omgevingsluchtslachtoffers die in hun woning in aanraking komen met asbest of in de buurt wonen van een asbestverwerkend bedrijf. 2.669 mensen lijkt heel wat, maar het aantal slachtoffers in België lag het voorbije decennium veel hoger: het gaat naar schatting om 9.000 mensen.

Wij zien drie grote lacunes in het beleid.

1. De vervuiler betaalt niet

Momenteel moet een slachtoffer dat een tegemoetkoming wil van het AFA, afzien van gerechtelijke stappen tegen het bedrijf dat zijn ziekte veroorzaakte. Het bedrijf, dat via zijn socialezekerheidsbijdragen net als alle andere werkgevers slechts een kleine bijdrage levert aan het Asbestfonds, wordt daardoor vrijwel nooit op zijn verantwoordelijkheid gewezen. Is 'de vervuiler betaalt' dan geen basisprincipe in het milieurecht?

Vorig jaar werd het bedrijf Eternit veroordeeld door het Brusselse hof

van beroep in een zaak aangespannen door Françoise Jonckheere. Zij was een buurtbewoner van de bedrijfssite in Kapelle-op-den-Bos. Zij liep een mesotheliom op. Ze startte haar procedure in 2000, hoewel ze wist dat ze de uitspraak van de rechter nooit zou overleven. De gemiddelde overlevingsduur na zo'n diagnose bedraagt immers slechts twaalf tot achttien maanden.

Sinds de start van het AFA in 2007 is het voor asbestslachtoffers nog minder evident geworden om een juridische procedure aan te spannen. Ze moeten kiezen tussen een relatief snelle vergoeding via het AFA waarbij de aansprakelijke vrijuit gaat, of

een lange onzekere gerechtelijke procedure tegen de eigenlijke veroorzaker van de schade, wetende dat het risico groot is dat ze al overleden zijn voor er een uitspraak is.

Vele mensen kiezen vandaag dan

Françoise Jonckheere spande een rechtszaak aan tegen Eternit, hoewel ze wist dat ze de uitspraak nooit zou meemaken

ook voor de weg van het AFA. Slachtoffers die een tegemoetkoming krijgen van het AFA, zouden ook een procedure moeten kunnen opstarten voor de rechtbank. Dat een rechtbank de aansprakelijkheid vaststelt, kan voor slachtoffers immers een belangrijke erkenning zijn.

2. Absolute verjarings-termijn is te kort

Een tweede barrière voor slachtoffers is de verjaringstermijn. Momenteel bedraagt die vijf jaar vanaf de diagnose, en is er een maximumtermijn van twintig jaar na de eigenlijke blootstelling aan asbest. Maar de gemiddelde tijd tussen de bloot-



WIM GELUYKENS & JEAN-JACQUES CASSIMAN

Wie? Onderzoeker-jurist en voorzitter Kom op tegen Kanker.

Wat? Asbestslachtoffers staan al te vaak voor een pijnlijke keuze: een snelle vergoeding, of een trage zoektocht naar rechtvaardigheid.



Er is nog minstens 3,7 miljoen ton asbest in omloop in ons land.

© belga

Binnenkort naar de tandarts voor een 'mondbeleving'?

'Beleving' is een mooi woord. Het verwijst naar het leven, 'in geest en gemoed deel hebben aan het genoemde' (*Van Dale*).

Maar te veel is te veel.

Heden ten dage moet blijkbaar alles wat een mens inspireert, motiveert en bezighoudt, een beleving zijn. We gaan naar de bioscoop om een 'filmbeleving' mee te maken, in plaats van de verveling in een wachtzaal krijgen we een 'wachtbeleving', in een restaurant kunnen we rekenen op een heuse 'smaakbeleving' en thuis krijg ik een uitnodiging voor een 'belevenisvolle winterwandeling'. Een winkelmastodont als Uplace wordt gepromoot als een 'beleveniscentrum' en volgens de 'event manager' van de 33ste beurs voor landbouw-werktuigen 'draait alles om beleving'. Zullen we binnenkort naar de tandarts gaan voor een 'mondbeleving'?

De beleving is overal. In de hemel, op aarde en op alle plaatsen. Maar ze is niet uit de lucht komen vallen.

Strijd om de consument

'Beleving' heeft alles te maken met reclametechnieken en marketingtrucs die evenementen aantrekkelijker, producten aanlokkelijker en diensten klantvriendelijker moeten voorstellen. In de concurrentie om de consument in een druk bezette wereld met een gigantisch aanbod, komt het erop aan met de juiste prikkels de aandacht te krijgen van het individu.

Volgens Joseph Pine en James Gilmore (*De beleviseconomie*) zoeken bedrijven, nu diensten leveren steeds meer gemeengoed wordt, naar andere manieren om waarde toe te voegen aan hun aanbod. Die vinden ze in het creëren van belevissen. In een sushibar aan de lopende band eten,

zelf smaken toevoegen in een restaurant, gethematiseerde hotelkamers. De belevismarketing wil dat de 'consumenten het product, bedrijf of merk op een emotioneel niveau ervaren en een relatie creëren', lees ik in een handboek. En: 'Koopwaren zijn vervangbaar, producten zijn tastbaar, services zijn ontastbaar, belevissen zijn ge-

denkwaardig'.

'Beleving' verwijst naar de manier waarop iemand zelf iets interpreteert. Door iets als een 'beleving' aan te prijzen, geef je het individu de indruk dat hij participeert, zelf iets toevoegt, iets extra's creëert of zich onderscheidt van de anderen. En vooral dat hij 'in geest en gemoed' geniet van een gedenkwaardige gebeurtenis.

Like!

De filosoof Byung-Chul Han noemt dat proces in zijn prikkelende boekje *Psychopolitiek* een vorm van 'neoliberale psychopolitiek' die wordt beheerst door positiviteit. In plaats van met negatieve dreigementen werkt beleving met positieve prikkels. Ze maakt geen gebruik van het 'bittere medicijn', maar van het 'like'.

Ze verleidt met emoties, ze 'masseert

Het individu geniet van zijn authentieke belevingen en tegelijkertijd wordt hij naadloos in een economisch-culturele logica gesluisd