

Vroeger kreeg je van Fontys een kerstcadeau. Zo'n grote doos. Daar was je blij mee. Of niet. Of een beetje. Het maakte niet uit. Het was, wat het was. Een doos.

Ik heb mijn doos wel eens dronken geruild met iemand anders die beneveld op het station rondwaalde met ook zo'n doos. Ik heb ook wel eens mijn doos in de trein leeg gevreten vanwege een kerstborrelvreetkick. Droge crackers met koude ragout. Het was heerlijk.

Tegenwoordig krijgen we bij de dienst IT een link naar een website met heel veel keuze. Wat kies je? Een Belevenis? Boek? Drank? Luchtje? Keukenapparatuur? Of toch een goed doel?

Het is een wreed kerstcadeau. Kijk, elke keer als je geld uitgeeft, maak je natuurlijk ook een keuze. Voor die dure spijkerbroek, had je ook kinderlevens kunnen redden. Alleen is die keuze niet expliciet. Bij het online kerstpakket wel.

Een Belgisch bierpakket? Of vluchtelingen? Foodprocessor? Of de voedselbank? Het is Kerst. Het feest van de naastenliefde. Kies dan nog maar eens voor een speakerset in plaats van voor onderwijs voor Keniaanse kinderen.

Ik vraag me wel eens af, zou er data beschikbaar zijn over deze keuzes? Kiest het onderwijs anders dan andere sectoren? Meer goede doelen? Of juist meer drank?

Aan mij ligt het niet. Ik koos vorig jaar een hippe retro-koelbox-met-chroom. Dat was voor een goed doel. Ik ben namelijk op een leeftijd dat op het strand de aandacht van het lichaam moet worden afgeleid met een accessoire.

Daar wordt écht iedereen beter van.