



"De keerzijde van het koopkracht model"

-Drs. Gérard H.C. Roseval-
Cultuur- en Godsdienstpsycholoog

Als gejaagde consumptiemonsters de afgrond in?

Kopen, kopen, kopen. Leuke dingen doen, vakanties, volle agenda's. We zijn er maar druk mee. Geweest. Tot aan de Coronacrisis. De manier waarop we met z'n allen leefden kon allang niet meer. Toch zaten we in de greep van een zichzelf voortstuwend systeem. Gebaseerd op koopkracht. Het is de vraag of we onze werkelijkheid zullen veranderen, zodra we weer enige bewegingsruimte hebben. Ik ben bang van niet. Terwijl het voor alles en iedereen vele malen beter zou zijn.

Koopkracht

De Coronacrisis gooit onze zekerheden omver. We kunnen er van alles over vinden of denken, maar de onzekerheid over hoe het zal gaan uitpakken in onze privé situatie, onze samenleving, Europa, de wereld, geeft ons een unheimisch gevoel. Het zet onze overleefknop aan. Want er is gevaar. Het type dat we tot nu toe vooral in Hollywood films voorgeschoteld kregen.

Eén van de vragen die mij beziggehouden is: gaan we als alles weer 'normaal' is, dan ook gewoon weer als consumptiemonsters verder? Van waar we vóór Corona gebleven waren? Weer alles in volle vaart willen hebben, ervaren, doen. Het is toch vreemd dat ons maatschappelijke leven volledig gebaseerd is op een model dat draait op koopkracht? Dat mensen geld moeten uitgeven, omdat een economie moet draaien. En het geld rond moet gaan. Dus dat ervoor gezorgd moet worden dat iedereen zijn geld laat rollen. Rollen komt hier kortgezegd neer op het telkens toe-eigenen van goederen en diensten. Dus elke zoveel jaar toch maar weer een nieuwe tv of pc of mobiel. Elk jaar in ieder geval minimaal één keer op vakantie. Uit eten. Netflixen. Een nieuwe broek die je eigenlijk niet nodig hebt. Volle boodschappen tassen¹.

¹ Het toe-eigeningsmechanisme zorgt niet alleen voor een onstilbare drang naar meer, beter, of nieuw, maar werkt ook gejaagdheid en veel móeten in de hand. De volle agenda's en het veel leuke dingen (willen/moeten) doen, verwijzen hiernaar.

Consumptie Marketing

Alles dat met Marketing te maken heeft gaat in feite om: een ander zover krijgen dat hij/zij iets gaat willen hebben, doen, of ervaren. Het gaat in veel mindere mate om de vraag in hoeverre je iemand anders werkelijk een dienst kunt bewijzen. Dit laatste lijkt een streven waar wel meer mensen oren naar kregen, maar wat nochtans in de idealistische hoek verkeerde. Afgezet tegen de massaconsumptie weliswaar. Op het grote geheel beschouwd, blijkt tegen de enorme machine die koopkracht economie heet, geen idealistisch kruid gewassen. Als het erop aankomt, is deze economie er vooral op gericht dat mensen elkaar tot aanschaf(fen) van goederen en diensten manipuleren. Want dan gaat het geld pas rond. Fysiek in winkels en online. In de context van restaurants, cafés, attractieparken, vliegtickets, droomreizen, woningen, auto's, mobiele telefoons, kleding, cosmetica.

We weten al lang dat we met zijn allen veel te veel producten kopen. En dat veel daarvan qua milieu- en mensenrechtenbelasting niet deugen. Dat we eigenlijk massaal mobiele telefoons zouden moeten weigeren bijvoorbeeld, totdat de grondstoffen en mensenrechten die onder de productie moeten lijden, niet meer aangetast worden. Plastic verpakkingen die om elk product zitten. We vragen er niet eens om. En toch kopen we. En zo geldt dat voor ons algehele dagelijkse patroon. We consumeren er maar op los.



We moeten het samen doen

In de basis zijn we niet werkelijk geïnteresseerd in waar en hoe iets ergens precies vandaan komt. We weten heimelijk dat veel minder deugt dan we zouden willen weten, maar feitelijk interesseert het ons alleen als schokkende beelden 'even' voorbijkomen via media. Overig zijn we vooral met onszelf bezig. Met het redderen en continueren van ons alledaagse 'waan van de dag' leven. Ondertussen hebben manipulatieve (lees: aanschaft) mechanismen ons behoorlijk in de greep. Ze lijken onderdeel van ons culturele bestel te zijn geworden. Dus niet alleen media manipuleren ons bijvoorbeeld, maar de gerichtheid op beter, meer etc., heeft zich ook in onze alledaagse uitwisseling met onszelf en anderen verweven. We jagen onszelf en elkaar op. Monkey see, monkey do.

Jaja, we weten het nu wel

We weten allemaal dat we de zeeën volstouwen met afval. Met plastic. En diezelfde wateren leegvissen. Dat het daar al ruim twee voor twaalf is.

Dat de luchtvaartindustrie een drama voor het milieu is.

Dat de aarde wèl opwarmt.

Dat klimaat doelstellingen natuurlijk niet gehaald worden.

Dat economische groeiambities en klimaatdoelstellingen elkaar bijten. En dat regeringsleiders daar niet voldoende aan doen.

We weten wel dat voorzichtige (milieu gerelateerde) bijsturing hierdoor constant achter de feiten aanloopt. En we volop schade blijven aanrichten. Ons wordt de afgelopen jaren middels diverse informatiekkanalen onder de neus gewreven, dat dit consumptiegedrag echt niet meer kan. Ook is het inmiddels wel duidelijk dat iedereen dat eigenlijk heus wel weet.

Back to reality

Nu staan we met zijn allen stil. Ineens is iedereen in meer of mindere mate beperkt in zijn of haar vrijheid en er ontstaan compleet andere zorgen dan we gewend zijn. Mensen uit de 'vitale beroepen' zijn plotseling onze helden geworden. Staan we voor te klappen. En gaan mensen zich nu meer de vraag stellen: wat kan ik doen? Moet ik niet iets doen?

Je kunt je toch niet voorstellen dat zodra de crisis 'voorbij' is, de vitale beroepen weer in het verdomhoekje komen te staan? Dat we, zeg een jaar na de crisis, weer onderwijst demonstraties op het

Malieveld gaan meemaken. Dat kun je je toch niet voorstellen? Hoe gênant zou het zijn.

De mate waarin we met zijn allen de draad weer als vanouds zullen oppakken, hangt af van hoe lang de crisis nog gaat duren. Hoe erg het nog gaat worden. En hoe het maatschappelijke landschap er tegen die tijd uitziet. Wat nog wel kan als vanouds. En wat niet meer kan, wat werkelijk anders is geworden.

Honger naar meer

Het koopkrachtmodel, waarop onze economische realiteit gestoeld is, is een karig model geworden, dat feitelijk een afgrond in het vooruitzicht stelt. Er moet namelijk altijd nieuw en daarmee meer. Productie mag niet stoppen. Daar halen idealistische inzichten het niet bij. De productie- en vooruitgang gestuurde aandring is vele malen sterker dan ideologisch besef. We willen van alles beseffen, maar niet op luxe en vooruitgangsgeloof inleveren. Ondanks dat er op globaal niveau de afgelopen decennia weinig geruststellends heeft plaatsgevonden. Want op het geheel beschouwd leken veranderingen eerder op wat relatief geschuif in de marge. We gingen er in elk geval niet minder door verbruiken.

Zo lijken egocentrisme, hedonisme en bezitsdrang de wezenlijke kanten van het leven altijd een flinke stap voor te zijn. De gemiddelde sterveling wil voluit meeprofiteren van de consumptiemaatschappij. Er lekker in kunnen meedoen. Het blijkt ook erg lastig om in deze maalstroom van continu verbruik, waarbij de woorden; *nieuw, vooruit, meer* en *leuk* opgeld doen, bewust en authentiek te leven. Het koopkrachtmodel met zijn vele implicaties komt telkens weer op hetzelfde neer. Dóór moeten en voortdurend iets nieuws, anders, of beters moet willen, doen of hebben. Er zijn weinigen onder ons in staat om hier niet als makke lammetjes in mee te gaan. Het vergt nogal wat.

Alles heeft een prijs

Hoe zou het zijn als de vitale beroepen, A beroepen zijn. Die gewild zijn onder de mensen. En dat we er ook respect voor hebben en misschien wel ontzag. Dat de vitale beroepen de notabele beroepen zijn. Puur omdat zo sterk en langdurig is gebleken, dat hele samenlevingen en dus ook jouw en mijn veiligheid daarvan afhankelijk zijn. Dat de focus van onze samenleving daar meer op is gericht.



We moeten het samen doen

Op het leveren van een wezenlijke bijdrage voor anderen. Zorg, gezondheid, onderwijs, veiligheid.

En dat deze trend zich door vertaalt naar de markt van goederen en overige diensten. Dus dat je jezelf bij het kopen van een bank bijvoorbeeld, andere vragen stelt dan tot nu toe. Dat het aanschafproces van een jeans niet meer hetzelfde verloopt als hiervoor. En dat je jezelf over de herkomst van een product minder zorgen hoeft te maken. Omdat kinderarbeid bijvoorbeeld, afneemt. Omdat ons gedrag als eindgebruiker verandert. En binnen de landen die tot nu toe in onze vraag voorzien ook omwentelingen hebben plaatsgevonden. De keten van vraag, productie, aanschaf, verbruik verloopt niet meer hetzelfde. De prijs voor veel producten is omhoog gegaan. Maar ook het aanbod is veranderd. Van voedsel. Van goederen in z'n algemeenheid. Meer mensen profiteren mee in de ketens. T-shirts voor 5 euro bestaan niet meer. Voor 49 euro vliegen naar Barcelona is verleden tijd.

Gek idee. Veranderd aanbod. Minder onverantwoord verbruik. Minder pulp. Eerlijkere verdeling van gelden. Andere manieren van consumptie/verbruik. Bewustere keuzes rondom gedrag. Je denkt anders na voordat je iets aanschaf of onderneemt. Kwaliteit, urgentie en duurzaamheid staan meer vooraan. Op alle niveaus van ons leven. De vraag is echter wat het gevolg hiervan zou zijn op de factor arbeid. Mensen moeten toch een baan hebben om in hun levensonderhoud te voorzien. Dat zal niet veranderen.

Nieuwe beroepen

Stel je hierbij eens voor dat er beroepen zijn (ontstaan) die er voorheen niet waren. Omdat het nu meer de vraag is wat ik kan doen voor een ander, dan hoe kan ik het leven nóg leuker, beter, etc. voor mezelf maken. Tegenover dat 'doen voor een ander' staat nu een andere beloning. Want samenleving gerelateerde beroepen zijn geen ambachten meer waarvoor je een pure idealist moet zijn. Om er echt voor te kunnen kiezen. Nee, mensen zijn daar als vanzelfsprekend mee bezig. Het zijn alom geprezen beroepen. Dus naast fatsoenlijke inkomsten is iedereen eraan gelegen ervoor te zorgen dat deze takken fit zijn. Overheid en bedrijfsleven gaan hierin hand in hand.

Er zijn geen arbeidstekorten meer in de zorg, onderwijs, politie. Menig burgerinitiatief dat gericht is op het leveren van een bijdrage is mogelijk, wordt gestimuleerd. Zoals je nu allerlei initiatieven ziet ontstaan, krijgt deze trend stabiele vormen, mensen pakken erin door. Voor ondernemers en met name multinationals geldt, dat ze een aanzienlijk deel van hun winsten en inspanningen inzetten voor veiligheid, onderwijs, onderzoek en zorg in de regio's waar ze gevestigd zijn. Niemand wil meer terug naar de voortstuwende verbruikers gekte. Het meer hebben, kunnen en doen wordt wereldwijd als relatief en achterhaald ervaren.

Is idealisme het nieuwe realisme?

Ik vrees dat 'niet terug naar het koopkrachtmodel' alleen mogelijk is wanneer we voldoende beperkt blijven in onze bewegingsvrijheid. Dus dat het eindeloos vliegtuigen de lucht in blijven sturen, bijvoorbeeld, onmogelijk is. Dat dit niet meer kan. Al zouden we het nog willen. En dat de consumptiepatronen nooit meer in de overgulzige mate geledigd kunnen worden, als dat we hebben gedaan. Als mens moeten we helaas aan banden worden gelegd om puur egocentrisch gedreven drijfveren de baas te kunnen.

Hierboven heb ik een idealistisch veranderbeeld geschetst, waarvan het de is vraag in hoeverre dit bij de mensheid hoort, als je naar de geschiedenis kijkt. Ook kan het gevoel je bekruipen dat er niet veel goeds is geweest aan onze consumptiedrang en vooruitgangsgeloof. Terwijl deze houding veel mensen ontwikkelingsmogelijkheden heeft geboden en andere vormen van welzijn heeft gebracht. Denk alleen al aan de medische vooruitgang die geboekt is, of technologische ontwikkelingen.

Het enige probleem is dat we eenmaal bij de grenzen van groei aangekomen, niet zelfstandig in staat zijn gebleken te veranderen van levenshouding. De door onszelf geoliede machine heeft ons in de greep. Op individueel niveau is het al lastig om een ontspannen, consuminderend, milieuvriendelijk leven te leiden. Daar moet je behoorlijk wat moeite voor doen, je in bochten wringen. Dat is natuurlijk best gek te noemen. Daarnaast zien we regeringsleiders steeds meer concessies doen aan hun beginnersidealen.

En multinationals zijn nog te veel gericht op het vergroten van aandeelhouderswaarde.



We moeten het samen doen

Geen hoopgevende tendens. Omdat de aansturende macht en daarmee onze toekomst, in handen is van deze invloedbolwerken en het wereldwijde politieke klimaat.

Tot slot

Dus hoe idealistisch bovenstaand beeld ook is, hoop ik niet dat we straks weer terugkeren naar een samenleving waarbij we maar voort blijven denderen. Terwijl het voor ons allemaal klip en klaar is, dat deze alomvattende gejaagdheid, nergens naartoe gaat. En dat we er zelf geen sturing op hebben. Het koopkrachtmodel is het onjuiste model voor samenleven geworden. De inrichting van ons samenleven en daarmee voortbestaan, werkt onrust en een constante honger naar meer in de hand. Anno 2020 is dit model van koopkracht economie verworpen tot een uitzichtloos model.

Blijkbaar hebben we aanhoudende, vrijheid inperkende rampspoed nodig. Om werkelijk tot verandering over te kunnen gaan.

Ga er eens voor zitten en stel jezelf de volgende vragen:

- In hoeverre ben ik onderdeel van de gekte? En wat praat ik daarin recht?
- Welke excuses gebruik ik om hiermee door te gaan?
- Wat vind ik daar eigenlijk van?

Kijk & leestips

- Het grote gevecht. Boek van Jeroen Smit. Over een bevlogen CEO die Unilever leider wilde maken in duurzaam ondernemerschap. Een hoogintelligente gedreven durfal. Hij moest nogal wat krachtenvelden weerstaan. Uiteindelijk ook die in zichzelf.
- Frontberichten. Actualiteitenprogramma. Elke avond een klein halfuur op NPO. Mensen die zich dagelijks inzetten in de frontlinie, zijn zelf 'on the job' in beeld en aan het woord.
- Virus vergezichten. Documentaire van VPRO *Tegenlicht*. Terug te kijken bij programma gemist, NPO start of een documentaire kanaal. Een mondiaal actieve trendwatcher en Vlaamse psychiater schijnen hun licht op wat er nu gebeurt door Corona wereldwijd.

En wat we als westerlingen te leren hebben, maar waarschijnlijk niet gaan doen.

- Slachtoffer van het WNF. Documentaire van *Zembla*. Terugkijken bij programma gemist, NPO Start of een documentaire kanaal. De prijs die natuurbescherming vergt van juist bevolkingen die daar niet om vragen. Hoe wij westerlingen mensen buiten ons blikveld laten lijden in hun dagelijks bestaan. Als gevolg van onze niet aflatende consumptie vraag. Hoe kan het dat juist een organisatie als het WNF zoveel slachtoffers maakt en hier geen verantwoording voor neemt.