

troverse met een moratorium op de bouw van nieuwe kerncentrales, met als gevolg de wet op de kernuitstap. Maar ook merken de auteurs tekenen van een mogelijke mondiale heropleving van kernenergie, waarbij naast industriële en militaire belangen ook de bevoorradingszekerheid en de klimaatcrisis argumenten vormen. Voor het zover is, moeten er vragen worden beantwoord, stellen de schrijvers. *“In de eerste plaats: is de nieuwe belofte geloofwaardig? Of kiezen we beter voor een nieuw energiep pad? En verder: wie gaat die keuze maken?”* (p.249)

Het vlot leesbare boek laat duidelijk zien dat op 20 jaar tijd onze maatschappij door een ver doorgedreven technologie-optimisme de omslag maakte van een economie die draaide op gas- en steenkolen naar een op olie- en (voor elektriciteit althans) op nucleaire energie gebaseerde economie. In die periode werd een uitgebreid van kerncentrales gebouwd, waardoor België vandaag nog steeds 55% van de elektriciteitsbehoefte uit kernenergie betreft. Dit boek is dan ook aanbevolen lectuur voor iedereen die bezorgd is om

de gevolgen van de klimaat- en energiecrisis, en is verplichte lectuur voor beleidsmakers. Het boek leest sterk de overtuiging dat ook de keuze voor een andere economie, een ecologische economie, gebaseerd op energiebesparing en energievernieuwing, gewoon een kwestie is van politieke wil. Maar die keuze wordt best gemaakt na een grondig, transparant en democratisch debat, stellen de schrijvers in de uitleiding van het boek. En ze voegen er meteen aan toe dat het kernenergie-debat ook moet gaan over veel fundamentele vragen zoals het vasthouden aan een economisch groei-model, de globalisering, of nog, de verantwoordelijkheid voor de planeet en de toekomstige generaties. *“Bovendien heeft debatteren over kernenergie in de toekomst voor België enkel zin als dit kadert in een globale lange termijnvisie op duurzame energievoorziening op lange termijn, die specifiek voor België rekening houdt met de beperkingen van een dichtbevolkt kwetsbaar gebied in een Europese context.”* (p.283)

Els Keytsman



Grenzen aan de consumptie

Dirk Geldof, *We consumeren ons kapot*, Houtekiet, Antwerpen, 2007, 197 blz.

Wie de media volgt, zou de indruk krijgen dat door de stijgende prijzen onze koopkracht als een pudding in elkaar zakt. Daarnaast is er de discussie over de maatregelen die we moeten nemen om het hoofd te bieden aan de klimaatwijzigingen. Maatregelen die vanuit economische hoek veel weerstand oproepen, omdat ze de economische concurrentiepositie van Belgische bedrijven zouden schaden en zo ook de welvaart in ons land. Twee zaken zijn hierbij belangrijk. Ten eerste het gegeven dat de twee net vermelde maatschappelijke discussies los van elkaar gevoerd worden, terwijl ze al-

les met elkaar te maken hebben. Ze gaan namelijk alle twee – bewust of onbewust – uit van de vooronderstelling dat zonder economisch groei – dus steeds meer produceren en consumeren – er geen toekomst is. Waarbij elke kritische beschouwing over hyperconsumptie achterwege blijft, of als zeer ongewenst wordt beschouwd. Nochtans blijkt al jaren dat de toegenomen welvaart en koopkracht in de westerse landen niet langer leidt tot meer welzijn en geluk. Integendeel, terwijl de druk op het milieu onhoudbaar is geworden blijkt het geluksgevoel in de rijkste landen achteruit te gaan.

Daarom is *We consumeren ons kapot* van Dirk Geldof een belangrijk boek op het juiste tijdstip. Het maakt duidelijk dat *business as usual* geen optie is, noch voor het milieu, noch voor de toekomstige

generaties, noch voor de armen in deze wereld, maar ook niet voor de koopkrachtigen die meer willen dan eindeloos gevangen zitten in de cyclus van consumeren en werken. De kracht van het boek zit voor een groot deel in zijn toegankelijkheid. Begrippen als efficiëntie, sufficientie en ecologische voetafdruk worden helder uiteen gezet en begrijpbaar gehanteerd. Dat mensen die vertrouwd zijn met de materie niet zo veel nieuws vernemen, is verbonden met deze aanpak.

Geldof start met de juiste maar weinig besproken vaststelling dat “we op enkele decennia onze koopkracht verdubbelden. We beseffen het amper, zo snelt went luxe.” Zijn we nu gelukkiger te midden van de ongekende overvloed? Vanwaar komt het paradoxale onbehagen in onze samenleving van nooit-genoege in een wereld van overvloed! Die pertinente vragen vormen het uitgangspunt van het boek. Hoe komt het namelijk, dat we bijna alles hebben, behalve genoeg?

Het boek staat terecht stil bij de toenemende dualisering in onze samenleving. Leeft een groot deel van onze samenleving in ongekende overvloed, dan is er ook een groep die structureel in armoede leeft. Geldof toont hoe die laatste groep te lijden heeft onder een dubbele consumptiemoraal. De reclame spiegelt de mensen in armoede voor welke dingen ze moeten hebben om erbij te horen. Maar als ze dan deze dingen aankopen, dan krijgen ze het verwijt dat ze niet in staat zijn om hun budget te beheren. Ook de mondiale dimensie komt aan bod in de analyse van Geldof. Hij legt de vinger op de wonde door er op te wijzen dat leven in overvloed een situatie is die slechts een minderheid van de wereldbevolking ‘treft’.

Geldof gaat uitvoerig in op de gekende analyses inzake de toenemende consumptie. We willen vooral die zaken die onze burens hebben en wij nog niet (cf. het concept ‘mimesis’ uitgewerkt door R. Girard). Dat creëert een permanent ervaren van schaarste (H. Achterhuis). Door zelf de meest *coole* zaken eerst te kopen, ko-

pen we status en onderscheiden we ons van de rest (cf. het begrip ‘distinctie’ van P. Bourdieu). Deze analyse is zeker nog geldig. Maar het is jammer dat Geldof ze niet plaatst in een historische verschuiving van de consumptiemaatschappij en wat dit betekent voor de psychosociale structuur van de consument. Onder meer G. Lipovetsky heeft op overtuigende wijze getoond dat distinctie als werkzaam principe het gezelschap heeft gekregen van het autonome narcisme als motor van de consumptiemaatschappij. We kopen niet langer alleen zaken om ermee uit te pakken. Integendeel, even goed gaan we stiekem op citytrip of laten we ons verwennen in een *welness center*, juist met als doel niemand bekend te ontmoeten. Deze analyse op vlak van het individu zou zijn bespreking van de kracht van de beleveniseconomie versterken.

Geldof confronteert de samenleving van tweeverdieners met de paradox dat een groeiend deel van onze consumptie nodig is om zoveel te kunnen werken als we doen. Spontaan zouden we het omgekeerde denken: we werken veel om veel te kunnen consumeren. Maar het is dus ook omgekeerd in deze vicieuze cirkel: hoeveel mensen werken er niet om de lening af te betalen voor de tweede auto die nodig is om op hun werk te geraken? En hoeveel geld geven mensen uit voor mooie kledij voor op hun werk, hoeveel geld besteden ze aan kinderopvang, poetshulp en kant-en-klaarmaaltijden? Deze existentiële vraag op vlak van het individu wordt terecht verbonden met structurele vragen. Welke vrijheid laat onze samenleving ons eigenlijk nog om niet mee te stappen in de maatschappelijke druk van alsmaar meer en sneller? Neemt in de hyperconsumptiemaatschappij te midden van zagezegd alsmaar meer keuze onze reële keuzevrijheid juist niet af?

De uitdaging is dan ook beter leren leven met schaarste. En leven in schaarste in onze contreien betekent iets totaal anders dan schaarste in een mondiaal perspec-

tief, het materiële tekort van tweederde van de bijna 7 miljard mensen op aarde. Schaarste in mondiaal perspectief confronteert ons in alle scherpste met de vraag naar sociale en ecologische rechtvaardigheid en met de nood tot herverdeling. Als antwoord zoekt Geldof een middenweg tussen de liberale lof van de schaarste (want motor van de economische groei) en de radicale kritiek die aanstuurt op een ascetisch leven. Met Rutger Claassen pleit Geldof voor een "bewust consumeren zodat de kenmerken van andere activiteiten in de consumptie tot hun recht komen". Deze nieuwe benadering vanuit de politieke ecologie hanteert een brede invulling van vrijheid. Vrijheid is niet enkel kiezen wat je kan kopen, het moet ook de vrijheid zijn om eigen voorkeuren te ontwikkelen en om behoeften naast of buiten de markt te bevredigen. Hierbij vertrekt de politieke ecologie vanuit de ecologische grenzen van onze aarde en koppelt daaraan zowel mondiale en nationale solidariteit als solidariteit met volgende generaties. Het sleutelwoord daarbij is genieten, waarbij wordt uitgegaan van een positieve invulling van begrenzings. Die scheppen namelijk juist de ruimte om te genieten. Opnieuw brengt Geldof hier de nodige nuancering aan vanuit sociaal perspectief. Zijn pleidooi *less is more* gaat dan uiteraard over de manier waarop de meerderheid van de mensen vanuit een relatieve rijkdom met behoeften omgaat in onze samenleving. Het gaat daarbij dus niet om de behoeften van mensen onder de armoedegrens, van wie de roep om een eerlijk deel van de materiële rijkdom meer dan terecht is. Vanuit een structurele analyse maakt Geldof duidelijk dat consumptie niet al-

leen een privé zaak is, hoezeer marketing ons dat ook wil doen geloven. Consumptie is maatschappelijk ingebed, anders zouden we nooit tezamen als individu in de file staan om hetzelfde nieuwe trendy product aan te kopen. Duurzame consumptie vereist duidelijke beleidskaders, waarbij duurzame consumptie wordt aangemoedigd en niet-duurzame vormen van consumptie ontmoedigd. Te samen met dit duidelijk beleidskader moeten we het burgerschap versterken. Waanzinnig lage prijzen doen mensen als consumenten toehappen, maar als burger stellen we wel vragen over die bodemprijzen. Denk maar aan exotisch voedsel afkomstig van de andere kant van de wereld. Vaak hebben we de indruk dat alleen al het vervoer méér moet kosten dan de prijs die men vraagt. In die zin moeten we beseffen dat elke burger ook als consument een politieke actor is. De hele machine valt stil als onze kredietkaart (wij dus) dat zou willen. De samenleving kan verduurzamen als de burger duurzaam gaat consumeren én tegelijkertijd de overheid duurzame consumptie aantrekkelijk maakt. Een eigentijdse overheidssturing kan via een veelheid aan instrumenten ervoor zorgen dat we komen tot minder consumptie en meer levenskwaliteit. Besluitend kunnen we stellen dat Geldof op toegankelijke wijze een fundamentele paradox behandelt van onze hedendaagse moderniteit: we consumeren ons kapot zonder dat het ons gelukkiger maakt. Het is de hoogste tijd dat we deze historisch nieuwe situatie tot ons door laten dringen. Geldof stelt de juiste vragen en maakt duidelijk hoe blind de centrumpolitiek is voor deze fundamentele uitdagingen.

Dirk Holemans

