



**“PRODUCEER ALLEEN
WAT WE NODIG HEBBEN”**

Mensen, *stop met kopen!*

In de weekenden werk ik als vrijwilliger in het registratiecentrum voor Oekraïners in Den Haag. Dat is schrijnend, prachtig, confronterend, dankbaar, verdrietig en hoopvol tegelijk. Het hele scala aan menselijke emoties komt voorbij. Het is leerzaam en gek genoeg ook mooi om te ervaren. Maar bovenal is het fijn om deze mensen, die hun hele hebben en houden hebben achtergelaten in een kapot land, een heel klein beetje te kunnen helpen.

TEKST KIM CRAMER

Inzichten komen op de meest onverwachte momenten, dus terwijl ik zo aan het werk was, werd één simpel ding me duidelijk: we kopen teveel spullen. Niet dat ik dat nooit eerder had bedacht – ik ben een zeer bewuste consument en streef ernaar geen nieuwe, maar tweedehands spullen aan te schaffen, of mijn spullen te repareren – maar nu stapelden de inzichten zich voor mijn ogen op. Letterlijk.

Want wat was mijn taak? Het leek eigenlijk nog het meest op het bemannen van kraampjes op een rommelmarkt, maar dan zonder te hoeven onderhandelen over de prijs. Alle mensen die daar komen, mogen zoveel ze willen gratis meenemen. Sommigen komen zich na aankomst in Den Haag officieel registreren, waarna voor hen een plek ergens in Nederland wordt gezocht (de regio is vol) en zij de rest van de dag wachten op vervoer. Anderen die al in de eerste weken van de oorlog hier zijn aangekomen, hebben voorlopige huisvesting gekregen in de Haagse regio en mogen onbepert aanwaaien voor een praatje, een kop koffie, een hulpvraag aan de professionele crew, een ontmoeting met landgenoten en nog wat gratis ‘shoppen’. Hoe dan ook, aan aanbod is geen gebrek. Veel lieve mensen komen doneren: schoenen, kleding, ondergoed, sokken, tassen, riemen, kinderwagens, brillen, potten en pannen, boeken, speelgoed en knuffels. Allemaal heel fijn en veel vluchtelingen hebben er iets aan. Een outfit om te kunnen blijven sporten, dat betekent veel. Een buggy voor een moeder die haar baby dagenlang heeft gedragen, letterlijk een last minder. En gewoon een spijkerbroek. Dan voel je je iets meer jezelf.

OVERSCHOT

De andere kant van deze liefdadigheid is het enorme overschot aan afgedankte spullen. Vorige week was de grens bereikt. Er was teveel. De kraampjes raakten overvol en er was geen ruimte om nog meer kinderkleding, jurken, jasjes en overhemden neer te leggen of op te hangen. En dat lag niet aan de ruimte, die was groot genoeg. Er was gewoon TE VEEL. En er kwam maar steeds meer bij. Afgelopen zaterdag stopten we met uitpakken. Het voegde niets meer toe. En zondag verzamelden we dozen, zakken, tassen en kratten vol met spullen om te laten ophalen door het Leger des Heils. Die er waarschijnlijk ook eigenlijk al genoeg van hebben. Daar kun je niet tegenop remaken of recyclen. Het moest overigens, want de brandweer begon te klagen. Er was veel te veel brandgevaarlijk spul aanwezig.

TEVEEL

Ik probeerde van de stapels schoenen die onoverzichtelijk op een hoop lagen een beetje een aantrekkelijk ogend aanbod te maken. En ik moet zeggen, ik was best een beetje trots op het resultaat... Maar bovenal overheerste het gevoel: het is veel teveel. Waarom produceren we zoveel spullen? Waarom kopen we zoveel spullen? En waarom danken we het weer zo makkelijk af? Wie is daar uiteindelijk mee gebaat? We weten dat het schadelijk is voor de planeet en dat is erg genoeg, maar daarbij, wat levert het ons op? Wat is de meerwaarde?

Prompt hoorde ik op de radio een gesprek over duurzaamheid. Over hoe de Club van Rome in 1972 het rapport *De Gren-*



zen aan de Groei uitbracht, waarmee zij aandacht vroeg voor de relatie tussen economische groei en de gevolgen voor het milieu. Het rapport, dat een negatief beeld schetste over het grondstof- en voedselverbruik in de komende decennia, landde goed op de golf van de oliecrisis. Bovendien leefden we in een tijd dat vervuiling heel merkbaar was door stank en vuil uit fabrieken. Na de oliecrisis en nadat technologische ontwikkeling had gezorgd voor filtering van de zichtbare(!) vervuiling was er plaats voor ontzuivering en kritiek. Wat meespeelde was het oorspronkelijke ontzag voor de computermodellen die de prognoses berekenden, wat later - toen de 'waarheid' van computers in twijfel werd getrokken - omsloeg in de perceptie van ongefundeerde doemscenario's. Kloppend of niet, we weten nu dat de waarschuwing die van het rapport uitging, terecht was. We hoeven maar een blik te werpen op de recent verschenen IPCC rapporten om te beseffen dat we decennia te laat in actie komen.

In het radio-interview werd ook gesproken over een voorstel in datzelfde tijdsframe om alleen nog overheidsinvesteringen te doen en het kapitaal fiscaal te motiveren alleen

KIM CRAMER

Kim Cramer is oprichter en eigenaar van BR-ND People, een impact branding consultancy voor organisaties in duurzame transformatie. BR-ND People is B Corp gecertificeerd en onderdeel van The B Corp Way, een kleine groep consultants, die door B Lab zijn geselecteerd om middelgrote en grote organisaties te begeleiden bij hun duurzaamheidsambities.

nog geld te stoppen in dingen die we echt nodig hebben. Dat brengt me terug bij de gedachte dat we met ons allen toch echt moeten stoppen met het kopen van dingen die we niet nodig hebben. Of koop tweedehands. Of koop, als je het perse nieuw wilt, de duurzame variant. Ik weet, het is makkelijk om de verantwoordelijkheid bij de consument te leggen, terwijl het aanbod de vraag bepaalt. Het begint bij de producent en zijn marketing. Dus: produceer alleen wat we nodig hebben. Minder. En duurzamer.

MONEY

Maar: it's all about the money. Zolang de financiële prikkel er nog voor zorgt dat we bereid zijn eindige grondstoffen door kinderen uit de grond te laten halen, om er producten van te maken die we na gebruik weggooiden, zodat andere kinderen op vuilnisbelten moeten leven, heb ik weinig hoop. De financiële wereld speelt een cruciale rol bij het verduurzamen van ons productie- en consumptiegedrag. Bij de grote corporates zie ik veel mooie beloftes en startende initiatieven. Tegelijk ben ik zoals zovelen sceptisch en denk ik: eerst zien dan geloven. En eerst de beloningssystemen koppelen aan duurzaamheidsdoelstellingen. Meer vertrouwen heb ik in ondernemers in de financiële industrie die vanuit intrinsieke motivatie het goede willen doen, zoals de New Financial Activators.

Daarnaast kunnen producenten van grote merken een enorme impact maken. Vooral als zij in hun businessmodel ook de pre en post consumptiefase duurzaam gaan inrichten en hun klanten gaan uitleggen wat zij na gebruik met de producten kunnen doen. Wat de fashion industrie betreft zijn die grote partijen afgedankte kleding dan hopelijk verleden tijd. ■