

Aan wie delegeert de consument haar/zijn politieke macht? (2003)

Sieth Delhaas

Discussiedag te Elst over de World Trade Organisation en het Gemeenschappelijk Europees Landbouwbeleid te Elst op 10.1.2003

'Anders-Globaliseren in de landbouw', onder verantwoordelijkheid van Werkgroep Landbouw & Armoede (WLA) in samenwerking met het Platform Aarde, Boer, Consument (Platform ABC) en Oecumenisch Netwerk Kerken en Landbouw (ONKL)

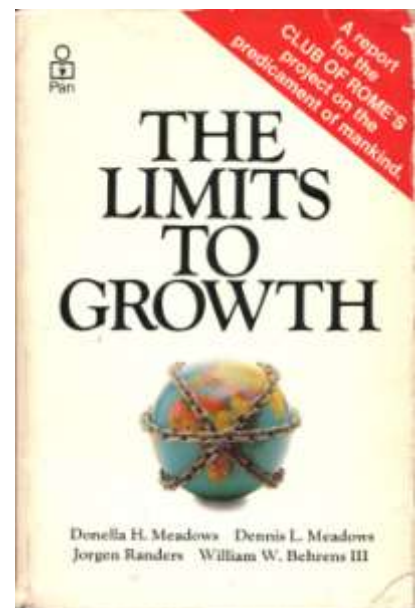
Stelling

'De' consument bestaat niet. Ik wil deze stelling bewijzen aan de hand van een ervaring uit mijn eigen leven.

Vanaf mijn vroegste jeugd ben ik bewust met voedsel bezig. Vanaf mijn vroegste herinnering heb ik een afkeer van vlees. Aanvankelijk waren het alleen de vette en de zeenachtige deeltjes die ik onmogelijk door mijn keel kon krijgen. Geleidelijk aan groeide een walging tegen het kauwen op een dier. Ik werd enkele jaren voor de oorlog geboren. De bewustwording van mijn tegenzin tegen vlees speelde zich juist af gedurende die oorlogsjaren. Tot de hongerwinter was er in elk geval zondags vlees op tafel. Elke zondag speelde zich een drama af aan de middagmaaltijd. Mijn ouders dwongen mij, louter uit zorg om mijn gezondheid, soms min of meer hardhandig, vlees te eten. Ik ging in 1943 voor acht maanden naar een sanatorium. Daar herhaalde zich het drama. Lepels soepvlees wurmden de verpleegsters tussen mijn open geperste lippen door. Vlees was heilig voor hen.

Tot 1970 duurde deze problematische verhouding met vlees. In 1970 kwamen de rapporten: het Rapport van Rome, het beroemde boekje van drs. Hueting met de vraag aan de Nederlanders: *wat is de natuur ons waard?* Het waren de eerst voorzichtige, allengs steeds uitdrukkelijker wordende waarschuwingen voor uitputting van de natuurlijke bronnen, voor overconsumptie, voor misbruik van dieren.

Volgens mij kwam de ellendige toestand van de kippen het eerst in de publiciteit. Eigenlijk speelden deze ontwikkelingen mij precies in de kaart. Plotseling kon ik al die mensen aan wie ik me had moeten aanpassen, voor wie ik jarenlang gezellig had moeten zijn aan tafel, voor wie ik letterlijk met lange tanden mijn maaltijden hadden weggeslikt, tegen wie ik me had moeten verdedigen om mijn overdreven en aanstellerige gedrag met vlees, plotseling kon ik al die mensen met bewijzen om de oren slaan. Geen-vlees-eten was geen gekte, maar in deze tijd juist een keuze voor dieren,



voor het milieu, voor de derde wereld en voor nog veel meer waardevols. Ik was modern. Plotseling was ik een kritische consument geworden.

Kritische consument

‘De’ consument bestaat dus niet. De variatie van consumenten is even groot als kopers van voedsel. Consumenten vormen zich enerzijds door de ervaringen die ze opdoen op hun levensweg. Consumenten worden anderzijds gemaakt door de verleidingsmanoeuvres van reclamemakers in dienst van het bedrijfsleven, die de producten die zij verkopen aan de man willen brengen. Kortom elke consument zal haar eigen verhaal hebben bij hoe en waarom hij die consument is die hij is.

Vanaf dit moment bedoel, ik als ik over een consument spreek de kritische consument. Dat is dus die vrouw of man - daar reken ik ook de jongvolwassenen toe - die haar/zijn koopgedrag laat bepalen door een of meerdere argumenten waaruit kritiek spreekt. Kritiek op de manier waarop er bij de productie en verwerking van voedsel of andere producten met aarde, lucht, water, planten, dieren, mensen en hun arbeidsomstandigheden wordt omgegaan. Ik noem de consument ook nadrukkelijk vaak als vrouw omdat in de tijd dat de consument zich manifesteerde, de kopende partij van voedsel meestal een huisvrouw was. Met name vrouwen waren in de jaren zeventig - en ook nu nog - de draagsters van Wereldwinkels. Zij probeerden onder andere aan de Nederlandse consumenten de onrechtvaardige situatie bij de verbouw van koffie uit te leggen. Het waren aan het eind van de jaren zeventig met name de vrouwenorganisaties, die de actie in ons land tegen de apartheid in Zuid Afrika droegen met de slogan: ‘Koop geen vruchten uit Zuid Afrika’. Het waren vooral de vrouwen die bij de marktstalletjes en in de groentewinkels de discussies met de kooplui en de winkeliers aangingen over bijvoorbeeld het fruit uit Chili dat niet deugde, toen generaal Pinochet nog aan de macht was.

Het verschijnsel ‘consument’ als maatschappijkritische burger of burgeres bestaat pas dertig jaar. Het ontstond op het moment dat er hier en daar in de samenleving, nationaal en internationaal, individuen zich zorgen gingen maken over datgene dat door de drastisch gestegen welvaart in de jaren zestig mis, steeds meer mis dreigde te gaan. De consument is dus een gevarieerd figuur, die te vinden is in alle lagen van de bevolking. In de jaren tachtig, toen er geleidelijk aan meer winkels in dorpen en steden verschenen die biologisch geteelde producten aanboden en, meestal veel duurder waren en zijn dan de producten in de gewone groente- en melkzaken en slagerijen. Tot mijn grote genoegen zijn er onder hen ook veel zogenaamde ‘punk’-jongeren. Zij vertaalden hun maatschappijkritiek in kritisch koopgedrag.

Gevarieerd gezelschap

Consumenten vormden zich langs allerlei wegen. Ik noemde al de wereldwinkels. Daarnaast waren er politieke actiegroepen, zoals de antiapartheidsbeweging, de actiegroep ‘Lekker dier’ en talloze anderen. Zij trokken burgers en burgeressen aan die zich of door een speciale vorm van actie voeren, of door het thema of het product voelden aangesproken. In de jaren tachtig kwam door deze ontwikkelingen ook een stroming in beeld, die tot dan toe als een wat sektarische groep gemarginaliseerd werd. Het waren de mensen die door hun betrokkenheid bij natuurgeneeswijzen al tientallen jaren het belang van ‘verantwoord’ voedsel hadden gepropageerd: vrij van chemische bestrijdingsmiddelen, vrij van kunstmest. Zij kregen juist

toen meer en meer gehoor omdat alternatieve of aanvullende geneeswijzen hun intrede deden bij kankertherapieën en andere zogenoemde welvaartsziekten. Minstens zo belangrijk was de ontwikkeling ingezet door progressieve theologen en geestelijken met de zogenoemde 'economische' en 'feministische' theologie. De economie, het kapitalisme en de maatschappij werden geanalyseerd vanuit het Bijbels Evangelie. Het consumentenbewustzijn drong door tot de nog niet bij de maatschappijkritiek betrokken gelovigen van zowel protestantse als katholieke kerken. De Wereldraad van Kerken, vanaf de zestiger jaren actief op de meest uiteenlopende terreinen, kondigde wereldwijd het decennium voor Vrede, Gerechtigheid en Heelheid van de Schepping af. Consumentenbewustzijn werd nu via kerkelijke vormingsprogramma's verbonden met verantwoordelijkheid voor de Derde Wereld, de vrede in de wereld, de anti-kernenergie- en anti-kernwapenbeweging. De ramp in 1986 met de kerncentrale in Tsjernobyl verpestte tot in Griekenland en de Baltische landen het milieu. Kritische consumenten, die de verklaringen van 'geen gevaar' van hun eigen overheden niet voetstoots aannamen, lieten jarenlang voedselproducten afkomstig uit die gebieden in de schappen van de winkels staan.



Globalisering

Globalisering, dat begrijpt u intussen, is helemaal geen nieuw woord. De huisvrouwen en de jongeren die zich in de jaren zeventig van de vorige eeuw onder andere met de actie *zuivere koffie* het lot van de kleine koffieboeren en -boerinnen en hun gezinnen aan het andere eind van de wereld aantrokken, waren al bij globalisering betrokken. Globalisering als woord mag dus niet negatief worden geduid. Globalisering betekent ook: burgers en burgeressen nemen hun politieke verantwoordelijkheid voor wat elders in de wereld met het milieu, dus met het produceren en het verwerken van voedsel, met producenten van voedsel en de arbeidsomstandigheden van boerinnen en werkers op de velden en in de fabrieken, gebeurt. Met globalisering moet dus dit kostbare aspect van medeverantwoordelijk voor elkaar worden bewaard.

Intussen, 2003, is de situatie veranderd. De maatschappij is veranderd. De actiebereidheid van burgers en burgeressen, zoals deze ongeveer dertig jaar geleden begon, is verdwenen. Dat heeft verschillende oorzaken. Er is een zekere actiemoedigheid ontstaan. Het geloof in de maakbaarheid van de wereld is - zeker na het debacle van het socialisme aan het eind van de jaren tachtig - zo goed als verdwenen. Het geloof in de politiek is gekelderd. Mensen zijn minder snel voor acties warm te krijgen. Het déjà-vu-gevoel heeft toegeslagen

Betekent dit dat die consumenten, die zich nog niet zolang geleden in acties en vergaderingen betrokken voelden bij de problemen rond voedsel en milieu, zich onder de kritiekloze massa's hebben gevoegd?

Consumentenpolitiek

Er is intussen een andere consumentenpolitiek ontstaan. Twee economes en een wetenschapsjournaliste, respectievelijk de Engelse Noreena Hertz, Naomi Klein uit de Verenigde Staten en de Nederlandse Eveline Lubbers hebben elk daarover boeiende en informatieve boeken geschreven. Zij beschrijven hoe enerzijds consumenten hun actieve verzet gedelegeerd hebben aan grote organisaties als bijvoorbeeld de Nederlandse Milieudefensie en het internationale Greenpeace. Dat is een positieve ontwikkeling. Zeker wat de internationale discussies over genetisch gemanipuleerde voedsel betreft. Nederland heeft zich nog steeds niet uitgesproken over duidelijke etikettering van met genetisch gemanipuleerd materiaal. 'Paars' werd ervan beschuldigd juist met de 'gen'-lobby onder een hoedje te spelen (Aderoo/press 4.1.2003 van Europarlementariër Alexander de Roo). Via anders-financieren met banken als onder andere ASN en Triodos zetten vele consumenten hun kapitaal of spaarcenten in voor een andere politiek, gericht op voedsel, milieu en welzijn in tegenstelling tot de manier waarop overheden van democratische staten zich bereid zijn in te zetten. Via moderne middelen als internet stemmen de consumenten 'met de voeten' tegen het beleid van hun 'eigen' overheden en laten hun ongenoegen merken. Dezer dagen is er het voorbeeld van Milieudefensie met haar actie 'Geef dit kabinet geen tweede kans!' De organisatie wijst de kiezers erop dat de stem van de kiezer ernstige schade kan toebrengen aan het milieu. Dit heeft dus alles te maken met waarom wij vandaag hier bij elkaar zijn. Met de vraag: aan wie delegeert de consument haar/zijn politieke macht?

Andersglobaliseringsbeweging

Toen ik eind 1999 op de televisie jongeren, ouderen, keurige burgers en de meest vreemd uitgedoste alternatievelingen door de straten van Seattle zag stuiven, opgejaagd door de Noord-Amerikaanse politie, realiseerde ik me met een schok: ik had daar moeten zijn!!! De andersglobaliseringsbeweging (eerst anti-globaliseringbeweging genoemd) had zich gedurende de jaren negentig gevormd - bijna ondergronds - onder het regime van nieuwrechts in de westerse democratieën. De aanvankelijke demonisering van deze



beweging door de media heeft niet mogen baten. De andersglobaliseringsbeweging heeft ons, onder andere deze bijeenkomst vandaag van de werkgroep Landbouw & Armoede, opgeleverd.

Wederzijdse kritiek

Vanaf de jaren zeventig tot ver in de jaren negentig van de twintigste eeuw is de verhouding tussen kritische consumenten en het gros van de agrariërs - om het zachtjes uit te drukken - weinig liefdevol geweest. De kritiek op elkaar was groot. De oorzaken daarvan komen vandaag in andere lezingen naar voren. Ik ben ontzettend blij met verschillende recente artikelen waarin ik de - nog prille - toenadering lees tussen kritische agrarische producenten enerzijds en kritische consumenten anderzijds. Het beste voorbeeld van toenadering is voor mij de folder van de Werkgroep 'Samen anders op het platteland' van september 2002. Het gaat om

een voorlichtingsprogramma voor producenten, consumenten en handel. De samenstellers van de folder leggen de nadruk op de gezamenlijke verantwoordelijkheid voor het voortbestaan van de agrarische sector. Eindelijk wordt toegegeven: consumenten en agrarische producenten zijn elkaars natuurlijke bondgenoten. Het is belangrijk dat de consumentenbeweging die vanaf de jaren zeventig via allerlei wegen is ontstaan, opnieuw wordt geactiveerd en zich uitdrukkelijk verbindt met de beweging van kritische agrariërs. De agrariërs hebben hun doelen duidelijk geformuleerd. Ik zie de wederzijdse erkenning tussen consumenten en agrariërs als een begin van een ontwikkeling waarin de productie en de consumptie van waardevol en waardevast voedsel een centraal begrip wordt van een verantwoorde en gezonde economie. Vanuit nationaal perspectief naar een wereldwijde realiteit.

Mijn stelling voor de aanwezige politici luidt:

De politiek* moet kiezen: of de speelbal zijn van multinationale bedrijven, of een bondgenootschap aangaan met kritische consumenten en kritische agrariërs.

** politiek wil hier zeggen: onze volksvertegenwoordigers, politieke partijen, zowel regeringspartijen als partijen in de oppositie.*