

Consument bestuurt economie

Bij het BD-congres in november kwam uit diverse hoeken naar voren: de consument is nu aan zet! Dat was aanleiding om op bezoek te gaan bij Peter Daub van de Consumer360Academy, voorheen Vrije Consumenten Vereniging. *Tekst: Andries Palmboom*

> De consument is de moderne manager van de economie en heeft het stuur zelf in handen.

'Mestkever navigeert op de kosmos', zo luidt de aanhef boven een artikel dat mijn mailbox binnenkomt. De mail is afkomstig van Peter Daub met wie ik over een paar dagen een interviewafspraak heb. Hij is de man van 'Consumer360Academy' (statutaire naam: Vrije Consumenten Vereniging). Ik zal met hem spreken over de sleutelrol die de consument heeft, ook voor de ontwikkeling van BD.

"Kijk hier!", zegt Peter in zijn werkkamer, zich bewegend tussen stapels met kranten, tijdschriften, uitdraaien en brochures. Hij trekt de NRC van afgelopen week uit een stapel en laat de kinderpagina van het wetenschapskatern zien. Daar staat een klein berichtje: "Mestkever navigeert op de kosmos".

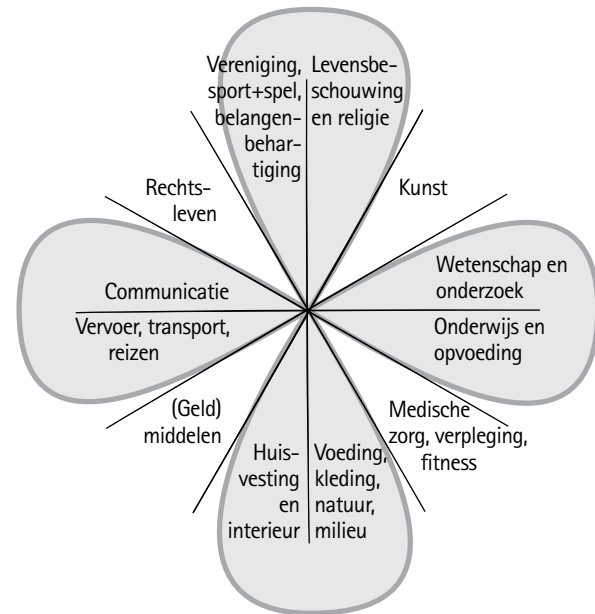
Peter: "De mail die ik aan jou stuurde, stuurde ik ook naar de redacties van allerlei kranten. Dit bericht over een Zweeds wetenschappelijk onderzoek laat zien dat mestkevers hun bewegingsrichting bepalen aan de hand van

de sterren. Aantoonbare kosmische relaties met bodeminsecten! Dat leek mij een mooie bevestiging voor de BD. Zoiets help ik graag wereldkundig maken. Ik weet niet zeker of de NRC het bericht van mij heeft opgepikt, maar het zou best kunnen ..."

Het mestkeverbericht is een mooi voorbeeld van Peter's werkwijze binnen zijn Consumer360Academy. "Ik breng kennis, informatie en berichten bij mensen die er hopelijk in de praktijk iets mee teweeg kunnen brengen", legt Peter uit.

Wat doet Consumer360Academy?

"Alles wat helpt om bij mensen bewustzijn te wekken voor hun rol als consument, zodat zij de verantwoordelijkheid kunnen nemen voor hun rol als consument. Als consument heb je namelijk de sturende rol in de economie. Dat besef begint langzaam te dagen en



Consumer360Academy wil als katalysator een rol spelen in het vergroten van dat bewustzijn. Dat betekent het uitwisselen van inzichten en ervaringen: informeren en verbinden. Speldenprijsjes de wereld insturen. Ik heb inmiddels een flink netwerk."

In de werkkamer staat – naast de slordig ogende losse stapels – een keurig strakke rij van 12 kleurige ordners. Peter: "Als consumerende mens heb je te maken met 12 verschillende levensbehoeften. Met de info in deze ordners houd ik een dekkend 360-graden overzicht over alle gebieden, waarmee ik mijn persoonlijke consumentenverbondenheid heb."

Waarom die '360°' in de naam?

Peter: "Er zit een diep en groots oerbeeld in, dat naar de projectieve meetkunde verwijst. Als je jouw positie van consument namelijk als middelpunt neemt van het 360° universum om je heen, dan lopen vanuit jouw consument-zijn uitwaaiende lijnen naar jouw omgeving, namelijk die 12 gebieden. De projectieve meetkunde laat zien hoe uitwaaiende lijnen in het oneindige evenwijdig gaan lopen en in feite een eeuwige, geestelijke dimensie betreden, de 'ideeënwereld'. Er bestaat - zo gezien - een relatie tussen mijn (consumenten-)middelpuntpositie en de geestelijke ideeënwereld. Die relatie fascineert mij mateloos. Het daagt uit tot onderzoek. Dat onderzoek doe ik vanuit de 'Academy'."

"Het woord 'Academy' moet je tweeledig opvatten. Enerzijds het educatieve element dat in het netwerken zit; anderzijds studie en onderzoek op het gebied van 'de-consumenten-zijn-verantwoordelijkheid'. De inspiratiebron is daarbij, behalve de projectieve meetkunde, ook de antroposofie. Mij boeit het, dat alles op een organische manier met elkaar samenhangt en dat je daarin wetmatigheden kunt ontdekken, zoals het driedelig mensbeeld en de sociale driegeleding. Er spreekt bijvoorbeeld een grote wijsheid uit de rangschikking van de 12 levensbehoeften in de lemniscaatvorm (zie afbeelding). Maar ik kijk bijvoorbeeld ook naar de ontluikende consumentenbeweging vanuit het oogpunt van mensheidsontwikkeling, zoals Steiner daarover sprak. De mensheid werd in oude culturen nog geleid door priesters of koningen. Die leiding is zich terug gaan trekken: een emancipatieproces op weg naar een mens-

heid van autonome individuen. Nu moet ieder mens zelf zijn koers bepalen, niet meer op basis van instituties en uiterlijk gezag. Eerst was de kerk aan de beurt. Het actuele oefenterrein is aardser: het economisch leven. Daar zie je nu de 'beginnersfouten' optreden: individualisering werd ongekend persoonlijk winstbejag en leidde tot de economische crisis. Maar zo'n crisis biedt tegelijk de kans dat mensen zich bewust worden van hun eigen rol in de economie."

"De consument is de moderne manager van de economie en heeft het stuur zelf in handen. Daar hoort verantwoordelijkheid nemen bij en dat is niet vrijblijvend. Er zit een morele component aan. Wat is van mij een waarachtige behoefte, die ik voor mijzelf geproduceerd wil zien? Weet ik genoeg om mijn consumenten-beleidskeuze gedegen te kunnen funderen? En hoe neem ik, als ware ik een echte manager, verantwoordelijkheid naar al 'mijn' bedrijfsgeledingen (lees: handelaren, producenten)? Hoe kan ik mij zinvol en duurzaam daarmee verbinden?"

Consumenten komen onstuitbaar in hun rol op het gebied van landbouw en voeding. Peter ziet dat aan de Slow Food-beweging, voedselcollectieven, CSA-bedrijven (Community Supported Agriculture) en de stadslandbouw.

Peter was 30 jaar geleden betrokken bij de advisering van consumentenkringen via Triodos Bank. Consumenten legden toen bedragen in ter financiering van 'hun' winkelvoorraad. "Dat was nog een onpraktische vorm van coöperatieve consumentenbetrokkenheid. Ik verwacht veel van de nieuwe, modern uitgewerkte coöperatieve initiatieven, zoals

Wie is Peter Daub?

Peter Daub (66) studeerde Bedrijfskunde en raakte in die tijd geïnspireerd door de antroposofie. Begin jaren 80 combineerde hij zijn werk bij de NMB (nu opgegaan in ING) met advieswerk bij de toen nog prille Triodos Bank: het beoordelen van kredietaanvragen van natuurvoedingswinkels en BD-boerderijen. Daar ontdekte hij de cruciale rol van de consument in de economie. Sinds 1985 zet hij zich daar volledig voor in, als voorzitter van achtereenvolgens Meander Stichting, Vrije Consumenten Vereniging en Consumer360 Academy. Meer info: zie www.vrijeconsumenten.nl



de Odin Coöperatie die onlangs is opgericht, maar ook de Lazuur Food Community in Wageningen. En ik kan je verzekeren: dit is nog maar het begin. Als je er attent op bent, dan zie je overal consumenteninitiatieven en klantenpanels ontstaan, ten slotte ook op het meest aardse van de twaalf levensgebieden: voeding en landbouw. Allemaal kleine wonderjes. Ja, het wordt straks één groot feest!"

