



WAGENINGEN  
UNIVERSITY & RESEARCH

## Overdaad schaaft: pleidooi voor een verlichte consumptiedruk

Tijdschrift over Cultuur en Criminaliteit

Dagevos, H.

<https://doi.org/10.5553/TCC/221195072020010001008>

This article is made publicly available in the institutional repository of Wageningen University and Research, under the terms of article 25fa of the Dutch Copyright Act, also known as the Amendment Taverne. This has been done with explicit consent by the author.

Article 25fa states that the author of a short scientific work funded either wholly or partially by Dutch public funds is entitled to make that work publicly available for no consideration following a reasonable period of time after the work was first published, provided that clear reference is made to the source of the first publication of the work.

This publication is distributed under The Association of Universities in the Netherlands (VSNU) 'Article 25fa implementation' project. In this project research outputs of researchers employed by Dutch Universities that comply with the legal requirements of Article 25fa of the Dutch Copyright Act are distributed online and free of cost or other barriers in institutional repositories. Research outputs are distributed six months after their first online publication in the original published version and with proper attribution to the source of the original publication.

You are permitted to download and use the publication for personal purposes. All rights remain with the author(s) and / or copyright owner(s) of this work. Any use of the publication or parts of it other than authorised under article 25fa of the Dutch Copyright act is prohibited. Wageningen University & Research and the author(s) of this publication shall not be held responsible or liable for any damages resulting from your (re)use of this publication.

For questions regarding the public availability of this article please contact [openscience.library@wur.nl](mailto:openscience.library@wur.nl)

# Overdaad schaadt

## Pleidooi voor een verlichte consumptiedruk

*Hans Dagevos*

*Consumption is a battleground over ideas about excess*  
(Reith, 2019: 146)

### Consumptie en containers

In het prille begin van 2019 verliest het containerschip MSC Zoe een deel van zijn lading ten noorden van de Waddeneilanden. Een stroom spullen en verpakkingsmateriaal spoelt aan land of verdwijnt in zee. Meer dan een jaar later zijn de gevolgen nog steeds terug te vinden op de zeebodem en stranden. Het containerverlies maakt weer eens duidelijk hoe verbijsterend veel spullen de wereld overgaan. Althans, we vangen een glimp op van de inhoud van de 130 miljoen containers die elk jaar scheep gaan als we worden geconfronteerd met 342 verloren containers, die weer een fractie zijn van de meer dan 8000 die aan boord waren van deze *carrier* – die daarmee overigens nog niet eens de helft van zijn laadcapaciteit benutte. Deze containerramp doet ook beseffen hoe weinig we geconfronteerd worden met ‘de achterkant’ van consumptie. En in welk schril contrast dit eigenlijk staat met het vitale belang van consumptie voor wie we zijn, voor de economische groei en bloei alsook voor het sociaal-culturele klimaat dat heerst. We zien de consumptiegoederen blinken en lonken, we warmen ons aan hun vreugdevuur der ijdelheden, zijn geïmponeerd door hun schoon- of handigheid, maar hebben weinig interesse in het grauwe wordingsproces of groezelige afdankingstraject. Werkomstandigheden van makers, bezorgers of opruimers in de consumptiecyclus vallen buiten beeld, evenals de vuilnisbelt, waterzuivering, afvalcentrales, recyclingterreinen, plastic soep of luchtvervuiling. Onze opzichtige consumptiebehoeften staan vaak genoeg ver af van onzichtbare productie en afvalverwerking.

De containers die hun gematerialiseerde consumptieverlangens verloren, geven op hun beurt ook aan hoe dicht het verheerlijken en het verguizen van consumptie bij elkaar liggen. De gestrande beeldschermen, fietsen of sneakers devalueren van aantrekkelijke spullen tot afstotelijke troep. De aloude ambivalente houding ten opzichte van consumenten krijgt hier een actuele representatie. Tweeslachtigheid rond consumptie kent lange tradities. We houden en walgen er simultaan van; we realiseren ons dat consumptie bron van rijkdom en rommel is. Consumptie markeert evengoed bewonderde status en prestige als verachte spilen pronkzucht. Consumptie baart zorgen over bijvoorbeeld de collectieve gekte rond moderne consumptiedriften of het gebrek aan zelfbeheersing en -controle (‘verslavend lekker en nooit genoeg’), maar het huidige consumptieniveau verte-

genwoordigt tegelijkertijd een meetpunt van beschaving en voorspoed die het moderne leven heeft bereikt.

### De grenzen van exces

Dit consumptiepeil is dermate hoog en het proces van democratisering van luxe is dusdanig gevorderd, dat de grenzen van consumptief exces inmiddels ver zijn opgerekt. Bijgevolg is exces in de betekenis van ‘de grenzen op onaanvaardbare wijze te buiten gaan’ dus niet zo snel aan de orde. De grenzen van het onbehoorlijke worden niet zomaar overschreden als ‘overdaad baat’ het parool is. Bovendien, wat gisteren nog een consumptieve uitwas was, is vandaag het nieuwe normaal. De contemporaine consumptie wordt in belangrijke mate juist voortgedreven door de normalisering van voormalige buitensporigheid en overvloed. In deze dynamiek van de consumptiesamenleving marginaliseert het exces in de zin van onverantwoord, verkwistend, buitensporig en onaanvaardbaar. Exces verzwakt zodoende als buffer tegen de vrije loop die onze consumptiedrang neemt. Tegen deze stroom in wil ik pleiten voor het sneller bereiken van de grenzen van ongebreidelde consumptie in het licht van ‘overdaad schaadt’.

Dat overdaad ook schaadt, wordt immers steeds duidelijker nu gekoesterde manieren van (economisch) denken, produceren en consumeren in hun voegen kraken, tegen duurzaamheidsgrenzen aanlopen of deze al gepasseerd zijn. De welvarende wereldbevolking pleegt roofofbouw op de toekomst van komende generaties. In deze schadelijke zin is exces dus juist zeer relevant en manifest – en is als collectieve misdaad te bestempelen. Niet toevallig dat er sinds een decennium wordt nagedacht over mogelijkheden om ‘ecocide’ als een misdaad te behandelen en daarmee de schending van ecosystemen strafbaar te stellen (Higgins et al., 2013). Evenmin zonder reden is het dat een sinds de jaren 1990 opkomende stroming binnen de criminologie de ‘groene criminologie’ is, die zich toelegt op het adresseren en bestuderen van milieucriminaliteit (‘groene misdaad’) in brede zin (zie bijv. Bisschop, 2016; Van Uhm & Spapens, 2018).

Maar in het alledaagse leven staat (hyper)consumptie allerminst als crimineel te boek. Sterker, consumeren is eerder een burgerplicht. De inflatie van luxe en overdaad – en daarmee het onschadelijk maken van het exces – is een drijvende kracht achter het consumeren. Dit laat zich illustreren met de eindeloze hoeveelheid van onvervulde verlangens en hun vluchtige bevrediging, omdat begeerde producten snel verouderen en hun glans verliezen vanwege de omloopsnelheid van modes en updates (*perceived obsolescence*, *stylistic obsolescence*) dan wel hun ingebouwde korte levensduur (*planned obsolescence*, *built-in obsolescence*, *in-built technological obsolescence*) (zie bijv. Freire de Mello & Aparecida de Paula, 2019: 4-5; Maycroft, 2009: 18-28; Miles, 1998: 38-39). Zowel ‘verspullen’ als verspillen zijn aan te wijzen als gevolgen hiervan. We zoeken betekenis en belevenis in spullen, maar de identiteitswaarde en de mate waarin we eraan hechten, zijn maar al te vaak kort en klein. Verlangens vergruizen en vergaan. Consumptie- en wegwerpcultuur zijn twee zijden van dezelfde medaille.

Zoals gezegd, de grenzen van excessieve consumptie verleggen zich met het vergroten van consumentisme dat expandeert met de mate waarin onze verlangens voorzien worden van een infrastructuur. En die infrastructuur van consumptie faciliteert ons ten volle tot *consumeren*. Dit is gemakkelijk in te zien als we een blik werpen op de alomtegenwoordigheid van verleidelijk aanbod om ons heen, die zonder historisch precedent is. We leven in een samenleving die is gericht op en ingericht voor consumeren. Op tal van manieren. De bedoeling van het lage rentebeleid door de Europese Centrale Bank is de consumptieve uitgaven op te stuwen. Verruimde openingstijden van winkels, voortdurende uitverkoop en voordeelacties, de hypes rond Black Friday of Valentijnsdag – ze staan allemaal in het teken van het aanmoedigen van de kooplust. In de offline wereld zijn niet alleen winkelstraten en -boulevards of shopping malls gespecialiseerd in het stimuleren hiervan, maar zijn ook pretparken, stadions, stations of cultuurcentra omgetoverd tot weelderige consumptiepaleizen. In de online wereld gaat het opvoeren van de consumptiedrang 24/7 door en hoeven we ons ook niet meer fysiek te verplaatsen naar het aanlokkelijke aanbod. Webshops zorgen ervoor dat dit altijd dichtbij is via smartphone of laptop en maken dat consumptieve verleidingen indringend aanwezig zijn tot in onze huis- en slaapkamers. Bovendien worden we in het digitale winkelwalhalla frequent gewezen op verlangens die we zouden hebben voordat wijzelf wisten dat we ze hadden. Daarmee wordt een (dwingende) dimensie toegevoegd aan de intensivering van (hyper)consumptie – een dimensie die meer en meer onder de huid kruipt.

### **Verlichte consumptie**

Naarmate het steeds moeilijker wordt aan consumeren te ontsnappen groeit het gevoel van urgentie dat gevestigde consumptiepraktijken niet langer vol te houden zijn. We consumeren ons kapot, grof gezegd. De opgerekte grenzen van wat normale en lovenswaardige consumptiepatronen zijn geworden, hebben enerzijds de betekenis van wat buitensporig is en als excessieve consumptie te boek staat drastisch ingeperkt en anderzijds substantieel bijgedragen aan het roekeloos overschrijden van met name ecologische grenzen. Het is dus zaak de onbegrensde consumptie te begrenzen naar ecologische draagkracht. Beteugelen van ongelimiteerd gewaande consumptie is gemakkelijker geconstateerd dan gerealiseerd, zoveel mag duidelijk zijn.

Ondanks de huidige actualiteit en gevoelde noodzaak van mateloze consumptie als ‘probleem’, is het eveneens duidelijk dat in het (recente) verleden al volop gewaarschuwd is voor destructieve effecten van consumentisme op maatschappij en milieu (we hoeven hier maar te denken aan enkele studies uit het begin van de zeventiger jaren van de vorige eeuw, zoals *The Limits to Growth* van de Club van Rome uit 1972, *Small is Beautiful* van Ernst Friedrich Schumacher uit 1973 of *Towards a Steady-State Economy* van Herman E. Daly uit 1973). Effecten die lang verborgen of onbekend blijven, niet gezien of van belang worden geacht, dan wel overvleugeld worden door gedane investeringen of onmisbare baten. En als ze



**Figuur 1** Consumptiecyclus

(h)erkend worden, dan wordt de oplossing voor het probleem dat consumptie heet te zijn doorgaans gezocht aan het einde van de consumptiecyclus (zie figuur 1). In de praktijk betekent dit een nadruk op recycling en refurbishing, een klemtoon op efficiënter gebruik van hulpbronnen. De overtuiging is dat incrementele aanpassingen kunnen volstaan en dat technologische innovaties ervoor zullen zorgen dat we ons consumptieve leven zoals we dat kennen nauwelijks hoeven te veranderen. Bekende bliksemafleiders zijn afval scheiden, elektrisch rijden, zonnepanelen op je dak, voor ‘eerlijke’ of energiezuinige producten kiezen. Er vindt geen fundamentele verschuiving plaats in het dominante sociale paradigma met de focus op ‘meer, groter, sneller, verder’ (zie verder bijv. Bengtsson et al., 2018; Kenis & Lievens, 2016; Spangenberg & Lorek, 2019). De oriëntatie, de consumptiententaliteit, blijft intact en conformeert zich aan de constituties van de gevestigde consumptiesamenleving.

Punt is dat wanneer de concentratie ligt op gebruik en afdanken (zie figuur 1) en niet op de grootte van de verlangde input, we blijven dweilen met de kraan open. Punt is dat efficiëntiewinst pas echt effectief is, impact heeft, als deze gepaard gaat met afnemend volume. Punt is dat excessieve consumptie met de kwalificaties abnormaal en onaanvaardbaar zodoende nauwelijks tot geen terrein wint op het strijdtoneel van klimaatcrisis en consumptiemores. Punt is dat de bezweringsformule tegen containerrampen gericht is op (de diepgang en ligging van) de vaargeul en niet op (de omvang en noodzakelijkheid van) de lading.

Verlichting van de consumptiedruk zou gezocht moeten worden aan het begin van de consumptiecyclus. De paradigmaverschuiving waar in hedendaagse klimaat- en duurzaamheidsdebatten regelmatig om wordt gevraagd, is in hoge mate een mentaal-cultureel veranderingsproces (zie bijv. Göpel, 2016; Raworth, 2017). De *paradigm shift* betreft een *mindshift* die betrekking heeft op ‘her-denking’ van wat we bereid zijn op te geven, los te laten, die gaat over kritische reflectie op het goede leven en over serieuze herbezinning op het onbetwistbare recht dat we onszelf toe-eigenen om onvoorwaardelijk te genieten. Kritische reflectie bovendien op de gecreëerde systeemstructuren die consumptisme in stand houden en aanjagen en onze afhankelijkheid daarvan. Dit alles gaat in feite om weinig minder dan het ontsnappen aan dominant en wijdverspreid denken. Het gaat om een omdenken dat de nadruk verplaatst van efficiëntie naar sufficientie. Eveneens

gaat het om het besef dat de systeemdruk door overconsumptie vaak minstens zo groot is als die van wat we weggooien en afdanken: niet méér eten dan de Richtlijnen goede voeding adviseren zou meer verlichting brengen in de ecologische voetafdruk dan het tegengaan van voedselverspilling. Kortom, we zijn aangewezen op het heroverwegen van prevalentie consumptiepraktijken en -principes, waarbij de grenzen van wat voor excessieve consumptie doorgaat weer sneller worden bereikt. Daardoor kan meer ruimte ontstaan voor de notie van consumptief exces in de zin van onverantwoord, verkwistend, buitensporig en onaanvaardbaar, dat een rem zet op tomeloze consumptiedrang als (nastrevenswaardige) norm.

### Consumptie en corona – een naschrift

‘We moeten onze hele manier van leven heroverwegen. De tijd van grenzeloze consumptie is voorbij, ook nadat corona is gevloerd.’ Aldus Bert Wagendorp in zijn column in *de Volkskrant* van 23 maart 2020. Behoudens de verwijzing naar corona, zijn de woorden van Wagendorp van toepassing op het voorgaande, dat geschreven is toen corona nog ver weg was. Ten tijde van het schrijven van dit naschrift – eind maart 2020 – verkeren we in coronacrisis. En er gaan stemmen op dat deze pandemie tenminste nog iets goeds zou kunnen brengen als ze aanleiding zou geven voor een radicale herijking van onze manier van leven in plaats van dat we er massaal naar streven om zo snel mogelijk terug te keren naar het punt waar we waren vóór de coronacrisis. Dergelijke behoudzucht zou het momentum van vernieuwingszin in de knop breken, is de bijbehorende gedachte.

Mocht het tot een andere kijk op consumptie komen, dan biedt het bovenstaande hopelijk enig geestelijk voedsel. Een verandering van de bekende consumptiecultuur betekent dat we onze individuele, maatschappelijke en economische afhankelijkheid van steeds meer en snellere consumptie gaan verminderen, dat het wél gaat over de spullen in de scheepscontainers en de lengte van de vaarroutes, dat we ons wél afvragen ten koste van wat het gaat als we ‘goedkope troep’ kopen of verre reizen maken. Het betekent dat we politiek en maatschappelijk inzetten op de ontwikkeling van beleidsinitiatieven en leefstijlen die gericht zijn op consumptievermindering – zeker van consumptief gedrag dat ondermijnend is voor het ecologisch dan wel het maatschappelijk draagvermogen.

Hoezeer er ook nood is aan een diepgaande consumptieculturele verandering, we moeten niet vergeten dat een kanteling allesbehalve gemakkelijk de voorkeur krijgt van bewindslieden, burgers en bedrijfsleven boven terugkeer naar de oude, vertrouwde toestand van vóór de coronacrisis. En evenmin vergeten we dat de oliecrisis in 1973 voor Joop den Uyl aanleiding was om een periode van zuiniger ‘levensgedrag’, zoals hij het noemde, en van schaarste in het vooruitzicht te stellen, waarna in de daaropvolgende decennia de consumptiesamenleving tot ongekende wasdom kwam.

## Literatuur

- Bengtsson, M., E. Alfredsson, M. Cohen, S. Lorek & P. Schröder (2018), Transforming systems of consumption and production for achieving the sustainable development goals: Moving beyond efficiency. *Sustainability Science*, 13, 1533-1547.
- Bisschop, L. (2016), Uitdagingen voor de toekomst van de (groene) criminologie. *Tijdschrift voor Criminologie*, 58, 87-98.
- Freire de Mello, L. & S. Aparecida de Paula (2019), Mass market and the rise of consumption. In: W. Leal Filho, A. Marisa Azul, L. Brandli, P. Gökcin Özuyar & T. Wall (eds.), *Responsible Consumption and Production: Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals*. Springer Nature. doi.org/10.1007/978-3-319-71062-4\_49-1.
- Göpel, M. (2016), *The Great Mindshift: How a New Economic Paradigm and Sustainability Transformations go Hand in Hand*. Springer. doi:10.1007/978-3-319-43766-8.
- Higgins, P., D. Short & N. South (2013), Protecting the planet: A proposal for a law of ecocide. *Crime, Law and Social Change*, 59, 251-266.
- Kenis, A. & M. Lievens (2016), *De Mythe van de Groene Economie*. Berchem: Uitgeverij EPO.
- Maycroft, N. (2009), Consumption, planned obsolescence and waste. <http://eprints.lincoln.ac.uk/id/eprint/2062/1/Obsolescence.pdf>.
- Miles, S. (1998), *Consumerism – As a Way of Life*. London: Sage.
- Raworth, K. (2017), *Doughnut Economics: Seven Ways to Think Like a 21st-Century Economist*. London: Random House Business Books.
- Reith, G. (2019), *Addictive Consumption: Capitalism, Modernity and Excess*. London: Routledge.
- Spangenberg, J.H. & S. Lorek (2019), Sufficiency and consumer behaviour: From theory to policy. *Energy Policy*, 129, 1070-1079.
- Uhm, D. van & T. Spapens (2018), Groene criminologie. *Tijdschrift voor Criminologie*, 60, 131-141.
- Wagendorp, B. (2020), Het coronavirus wijst ons de weg naar een radicale herziening van onze manier van leven. *de Volkskrant*, 23 maart.