

Stoppen met shoppen

J.B. MacKinnon

STOPPEN MET SHOPPEN

Hoe we de planeet en onszelf kunnen redden

Vertaald door Auke van den Berg en Wilfried Simons



Uitgeverij De Arbeiderspers
Amsterdam • Antwerpen



Copyright © 2021 J.B. MacKinnon

Copyright Nederlandse vertaling © 2021 Auke van den Berg en Wilfried Simons /

BV Uitgeverij De Arbeiderspers, Amsterdam

Oorspronkelijke titel: *The Day the World Stops Shopping*

Oorspronkelijke uitgave: 2021, Random House Canada

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt, door middel van druk, fotokopie of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van BV Uitgeverij De Arbeiderspers, Weteringschans 259, 1017 XJ Amsterdam.

Omslagontwerp: Sander Patelski

Omslagillustratie: the lightwriter / Alamy Stock Photo

Portret auteur: Marina Dodis

Typografie: Mat-Zet bv, Huizen

ISBN 978 90 295 4419 1 / NUR 320

www.arbeiderspers.nl

www.jbmackinnon.com

Inhoud

Proloog: We moeten stoppen met shoppen, maar dat kunnen we niet 9

I Eerste dagen 25

1. Wat we opgeven en waar we aan vasthouden 27
2. We shoppen niet allemaal hetzelfde, dus stoppen we ook niet allemaal hetzelfde 42
3. De tijd wordt niet bizar, het is een ander soort tijd 54
4. Plotseling beginnen we de strijd tegen klimaatverandering te winnen 68
5. We moeten weer aan de nacht gewend raken 80

II Ineenstorting 91

6. Het einde van de groei is niet het einde van de economie 93
7. De consumptieramp begint, de ramp van het dagelijks leven is voorbij 106
8. Kan reclame in zijn tegendeel verkeren? 122
9. We passen ons sneller aan niet-shoppen aan dan je zou denken 136
10. Misschien moeten we eerst de puinhopen zien om te beseffen dat het tijd is om iets nieuws te bouwen 149

III Aanpassing 159

11. Geen zwakkere, maar een sterkere binding met onze spullen 161
12. Snelle mode mag niet domineren maar hoeft niet per se te verdwijnen 174
13. Het bedrijfsleven speelt het lange, lange, lange, lange spel 191
14. Als we geen consumenten meer zijn, wat zijn we dan wel? 209
15. We consumeren nog steeds veel te veel (deel een: onopvallende consumptie) 221
16. We consumeren nog steeds veel te veel (deel twee: geld) 235

IV Transformatie 249

17. Eindelijk gaan we de walvissen echt redden 251
18. We hebben een beter woord nodig dan 'geluk' voor waar dit op uitdraait 265
19. Gaan we nu allemaal in cyberspace shoppen? 278
20. Het is als een wereld met minder mensen maar zonder de mensen te verliezen 289
21. Honderdvijftigduizend jaar later... 306

Epiloog: Er is een betere manier om te stoppen met shoppen 317

Dankbetuiging 327

Bronnen 331

Register 357

Over de auteur 367

Arm is niet hij die weinig bezit, maar hij die veel niet bezit.

– Seneca

Hij zei tegen hen: ‘Pas op, hoed je voor iedere vorm van hebzucht, want iemands leven hangt niet af van zijn bezittingen, zelfs niet wanneer hij die in overvloed heeft.’

– Lucas 12:15 (NBV)

De aarde biedt voldoende om ieders behoefte te bevredigen maar niet ieders hebzucht.

– Mahatma Gandhi

Een consumptiemaatschappij kan onmogelijk weten hoe zorg te dragen voor een wereld, aangezien (...) de consumptiehouding de ondergang betekent van alles wat zij aanraakt.

– Hannah Arendt

De mensen verdrinken in dingen. Ze weten niet eens waarvoor ze ze willen hebben. In feite zijn ze nutteloos. Je kunt niet vrijen met een Cadillac, al lijkt iedereen dat te proberen.

– James Baldwin

In een consumptiemaatschappij zijn er onvermijdelijk twee soorten slaven: de gevangenen van verslaving en de gevangenen van afgunst.

– Ivan Iljitsj

Ik moedig jullie allemaal aan om meer te gaan shoppen.

– George W. Bush

Proloog

We moeten stoppen met shoppen, maar dat kunnen we niet

De Kalahariwoestijn in Namibië, in Zuidwest-Afrika, op het heetst van de dag. De hitte is zo intens dat je longen bij elke inademing in leer veranderen. Kreupelhout dat erop uit lijkt je te verwonden – te prikken, aan je kleren te blijven haken – strekt zich in alle richtingen uit. Dichtbij, maar te ver weg om er in deze hitte heen te willen lopen, staat verspreid een aantal lemen hutten met rieten daken, in dezelfde kleur als het rood-gouden zand. In de jaren twintig van de eenentwintigste eeuw is dit een opmerkelijk tafereel vanwege de vrijwel volledige afwezigheid van dingen: een paar door de zon geblakerde plastic stoelen, de verbleekte kleding van een groepje jonge jagers, een driehoek van schroot waaraan een gebutste theepot boven een steenkoolvuurtje hangt. Een boog en een bundel pijlen staan tegen een deuropening zonder deur geleund.

Een oudere jager zit onder een armetierig boompje dat zo weinig schaduw biedt dat er amper twee mensen in kunnen zitten zonder dat hun knieën elkaar raken. De naam van de jager is voor buitenstaanders moeilijk uit te spreken. Hij wordt G†kao genoemd, waarbij de † staat voor een hard, hoekig geluid dat wordt gevormd door je tong vanaf de rand achter je voortanden te laten klakken. Het resultaat klinkt ongeveer als ‘Gitkao’, en als het helpt om hem in gedachten zo te noemen zal hij je dat zeker vergeven. In gedachten kun je hem ook voor je zien als iemand met een keurig grijs sikje, een gezicht dat meer door plezier dan door zorgen is getekend en het slanke, gespierde voorkomen van een langeafstandsloper.

‘Momenteel eten we vooral bushfood,’ vertelt G†kao me. Af en toe komen er ambtenaren langs met twee grote zakken maismeel voor elk huishouden. De mensen hier ontvangen ook wat contant geld, in de vorm van overheidssteun of voor de kunstnijverheid die ze produceren en die door iemand – te voet of te paard – wordt meegenomen naar Tsumkwe, het stadje van één straat bijna 40 kilometer verderop, dat het knooppunt is van de regio. Maar dit dorp, Denlui (klinkt ongeveer als Dengui), zou niet kunnen overleven zonder het jagen en foerageren in de woestijn.

‘Ik heb in andere dorpen gezien dat sommige mannen niet jagen en zelfs geen jachtgereedschap hebben. Als de zon opkomt blijven ze gewoon thuis zitten tot de zon weer ondergaat. Maar in dit dorp gaan we door en dat blijven we doen,’ zegt G†kao. ‘Als er zware tijden aanbreken, als de wittebroodsweken voorbij zijn, moet je in staat zijn jezelf te redden.’

De moderne wereld heeft Denlui natuurlijk niet onberoerd gelaten. G†kao zit in een blauwe plastic stoel; hij draagt kleren – waaronder een glimmende riemgesp in cowboystijl – die hij bij een tweedehandskledingkraam in Tsumkwe heeft gekocht. (Veel aan Afrika geschonken kleding wordt niet gegeven aan de arme mensen voor wie ze bedoeld is, maar verkocht door kooplui of verbrand als afval en niet aan mensen in nood gegeven.) Maar G†kao’s avondmaal bestaat vandaag uit koedoe gestoofd in wilde groenten. Hij jaagt niet met een geweer. Hij heeft een boog van zelf verzameld gewiahout, gespannen met pezen afkomstig van de ruggengraat van een antilope. Hij maakt pijlen van de dikke, holle stelen van het hoge gras, en vergiftigt zijn pijlpunten met keverlarven die hij uit de grond heeft opgegraven en geplet. Zijn pijlkoker is een buis van de taaie bast van de vette wortel van een paraplucacia die hij heeft opgegraven, gesneden en vervolgens geroosterd tot hij de kern met een tikje van zijn hand kon verwijderen. Soms maakt hij een kleinere pijlkoker en een handvol niet-giftige pijlen om aan de weinige toeristen in het gebied te verkopen, maar dit zijn geen vaardigheden die hij bijhoudt vanwege hun marktwaarde. Ze maken deel uit van zijn leefwijze.

G†kao zal je vertellen dat hij behoort tot de Jul’hoansi (wat ongeveer klinkt als ‘Jukwansi’), wat in zijn taal ‘het ware volk’

betekent. De meeste buitenstaanders kennen hen echter als de Bosjesmannen van de Kalahari, of soms als de San, als ze hen hebben gezien en hun aparte ‘kliktaal’ hebben gehoord in specials van *National Geographic* of in de klassieke komedie *The Gods Must Be Crazy*. Er is een debat gaande over de historische bagage van deze termen. Maar James Suzman, een Britse antropoloog en schrijver die een groot deel van zijn carrière bij de Jul’hoansi heeft doorgebracht, stelt het zo: ‘Wat hen betreft is het probleem niet hoe anderen hen aanduiden maar hoe ze hen behandelen.’

Vanaf 1964 vestigde een Canadese antropoloog genaamd Richard B. Lee, destijds nog in de twintig, zich voor meer dan een jaar bij de Jul’hoansi en deed onderzoek dat later tot het belangrijkste in de twintigste-eeuwse wetenschap zou worden gerekend. Toen Lee in de Kalahariwoestijn arriveerde, zagen antropologen, net als andere buitenstaanders, jagen en verzamelen als een wanhopige strijd om te overleven, een ontwikkelingsstadium dat dichterbij de wilde dieren lag dan bij mensen van deze tijd.

Lee besloot deze aandames proefondervindelijk te testen. Een maand lang tekende hij nauwkeurig op hoe elke persoon in het kamp zijn tijd gebruikte, een volgende maand hield hij de calorieën bij in alles wat de Jul’hoansi aten, enzovoort. Uit zijn bevindingen bleek dat de leefstijl van jagen en verzamelen in feite heel goed kan blijken te zijn. Volgens sommige maatstaven misschien wel beter dan het leven in geïndustrialiseerde landen.

Om te beginnen werkten de Jul’hoansi niet erg hard. Gemiddeld staken ze ongeveer dertig uur per week in het verwerven van voedsel en het uitvoeren van taken als koken en brandhout verzamelen. Destijds stak een gemiddelde persoon in de ‘eerste welvarende samenleving’ – Amerika – eenendertig uur per week in zijn werk om vervolgens thuis nog eens zijn of haar deel te doen van de gemiddeld tweeëntwintig uur aan taken per huishouden. Het opvallendst was dat de hardst werkende persoon die Lee observeerde, een man genaamd †Oma (klinkt ongeveer als ‘Toma’), tweeëndertig uur per week actief was als jager – een hemelsbreed verschil met de meer dan zestigjarige werkweek die vandaag de dag niet ongewoon is. Dan was er nog het feit dat de meeste ouderen en mensen onder de twintig meestal helemaal niet jaagden of verzamelden.

Waren dit dan geen hongerige, ondervoede mensen? Helemaal niet, zei Lee. De Jul'hoansi aten meer dan genoeg voor mensen van hun postuur en activiteitsniveau. Naast jachtwild aten ze een breed scala aan wilde planten. Toen hun werd gevraagd waarom ze nooit met landbouw waren begonnen, zei een van de Jul'hoansi tegen Lee: 'Waarom zouden we iets planten als er zoveel mankettinoten op de wereld zijn?'

Dit leven van relatief gemak had wel zijn prijs. De duidelijkste – in de ogen van iemand die zoals Lee afkomstig was uit de wereld van Beatlemania en de net gelanceerde Ford Mustang – was dat de Jul'hoansi bijna geen spullen hadden. Mannen bezaten een paar kledingstukken van dierenhuid, dekens (de temperatuur kan in de Kalahari onder het vriespunt zakken), jachtuitrusting en misschien een simpel, handgemaakt muziekinstrument; vrouwen bezaten kleren, graafstokken en een paar sieraden gemaakt van hout, zaden en de schalen van struisvogeleieren.

Gemeten naar de tijd dat ze het hebben volgehouden zijn de Jul'hoansi en verwante culturen in zuidelijk Afrika de succesvolste voorbeelden van de leefwijze van jagen en verzamelen. Niemand weet nog precies waar in Afrika onze eigen soort, homo sapiens, is ontstaan. Zeker is dat wij kort na dat ontstaan aanwezig waren in zuidelijk Afrika, waar de mensenfamilie zich in tweeën splitste. De ene groep trok naar het noorden en groeide uiteindelijk uit tot Afrikaanse boeren, Europese zeelui, Chinese kooplieden en durfkapitalisten in Silicon Valley. De andere groep, waartoe de voorouders van de Jul'hoansi behoorden, bleef waar hij was. De afgelopen honderdvijftigduizend jaar hebben ze uitgedruisd hoe ze het best in hun landschap kunnen leven.

Lee was niet de enige die melding maakte van opmerkelijk welzijn waar buitenstaanders dat nooit hadden verwacht; uit alle uithoeken van de wereld kwamen soortgelijke conclusies binnendruppelen. Meer dan negen tiende van ons bestaan als soort is doorgebracht als jager-verzamelaar. Toen ze in de jaren zestig om zich heen keken, waren Lee en soortgelijke onderzoekers er niet zo zeker van dat hun eigen cultuur ook zo duurzaam zou zijn: er was een kernwapenwedloop gaande, de wereldbevolking groeide in

rap tempo, en het milieu van de planeet lag onder vuur. Wetenschappers maakten zich steeds meer zorgen over wat ze het 'broeikaseffect' noemden en dat het klimaat dreigde te veranderen. Antropologen hadden hetzelfde ongemakkelijke gevoel dat veel mensen vandaag de dag hebben: dat we ergens in de loop van de culturele ontwikkeling de verkeerde afslag hadden genomen, een afslag die na duizenden jaren zou leiden tot een wereld van robotkattenbakken en tandenborstels voor een stralend gebit en *Storage Wars* en de hele rest van de surrealistische warboel van het moderne leven.

Toen Lee in 1966 op een conferentie in Chicago verslag deed van zijn onderzoek, reageerde een andere antropoloog, Marshall Sahlins, op de nieuwe bevindingen. 'Als je erover nadenkt, was dit eigenlijk de oorspronkelijke welvarende samenleving,' zei Sahlins. Er leken twee afzonderlijke paden te zijn die mensen konden nemen om in ieders behoeften te voorzien. Het eerste was veel te produceren; het tweede was weinig te willen. De Jul'hoansi en andere jager-verzamelaarsculturen hadden 'welvaart zonder overvloed', zei Sahlins, een leefstijl met weinig behoeften waarin gemakkelijk kon worden voorzien vanuit het landschap dat hen omringde. (Henri David Thoreau volgde in de voetsporen van de Jul'hoansi toen hij zou hebben gezegd: 'Ik maak mezelf rijk door minder te willen.') Het viel Sahlins op dat jagers-verzamelaars vaak minder voedsel en andere materialen verzamelden dan direct beschikbaar was en hij vroeg zich hardop af wat 'de diepere betekenis was van het niet benutten van de volledige capaciteit'. Kon het zijn, zei hij, dat die terughoudendheid een bevredigender, meer voldaan leven opleverde dan eindeloos geld en bezittingen najagen? De wetenschappers waren het erover eens dat deze vraag moeilijk te beantwoorden was, en wel om de brutaalste reden. 'De tijd nadert snel,' noteerden ze in de aantekeningen van de conferentie, 'dat er geen jagers meer over zullen zijn om te bestuderen.'

De jagers-verzamelaars zelf hadden andere plannen en ze hielden stand ondanks onophoudelijke aanvallen op hun gebieden en culturen. Denlui, dat afgelegen in de woestijn ligt aan het eind van een lange zandweg, is een van de Jul'hoan-dorpen waar de 'jagersgeest' nog steeds sterk zou zijn. G#kao wekt direct de indruk dat

hij altijd jager-verzamelaar is geweest, die heeft standgehouden tegen de overal oprukkende geglobaliseerde wereld. Dit blijkt niet helemaal te kloppen. Hij heeft een tijdje in het Zuid-Afrikaanse leger gediend. Later heeft hij een baantje bij de overheid gehad in Tsumkwe, waar hij geld verdiende dat hij in de winkels kon uitgeven. Hij heeft tv gekeken, in auto's gereden, voedsel gegeten dat van overal ter wereld was geïmporteerd, en is getuige geweest van de komst van de mobiele telefoon. Dat heeft hem altijd een onzekere, hachelijke, kwetsbare manier van leven geleken, met zijn bijna volledige afhankelijkheid van krachten die buiten je macht liggen.

Toen is hij ermee gestopt. Hij verkóós het achter zich te laten.

‘De hele tijd overwoog ik om terug te keren naar de oude kennis. Dat was altijd mijn droom,’ zegt G†kao. ‘Ik ging terug naar het dorp en daar zal ik altijd blijven, en jagen.’

Is het mogelijk dat de rest van ons ooit ook zal besluiten de consumptiecultuur achter zich te laten? Dat we de ‘diepere betekenis van het niet benutten van de volledige capaciteit’ zullen verkennen in plaats van de gestreste bedrijvigheid van de cyclus van verdienen en uitgeven, de naakte statusconcurrentie van het tijdperk van sociale media en reality-tv, de planeetomvattende destructiviteit van het systeem dat ons voorziet van kleding, auto's, hebbedingen en vermaak? Steeds meer mensen zijn ervan overtuigd dat ons een simpeler leven wacht, zo niet via een groot ontwaken, dan toch doordat de beschaving onder haar eigen gewicht bezwijkt. G†kao's terugkeer naar een leven van weinig behoeften en nog minder wensen werpt licht op onze hoop en vrees voor een dergelijke uitkomst: enerzijds dat onze oeroude menselijke ziel misschien snakt naar eenvoud, en anderzijds dat het een weg is die regelrecht terugvoert naar het stenen tijdperk.

De eenentwintigste eeuw heeft een scherp licht geworpen op een cruciaal dilemma: we moeten stoppen met shoppen, maar dat kunnen we niet. Bij het aanbreken van het nieuwe millennium is consumptie volgens het International Resource Panel, het panel voor internationale hulpbronnen van de Verenigde Naties, stilletjes de bevolkingsgroei gepasseerd als onze grootste milieu-uitdaging. Als

het aankomt op klimaatverandering, het uitsterven van soorten, waterschaarste, toxische vervuiling, ontbossing en andere crises, is het inmiddels relevanter hoeveel ieder van ons consumeert dan met hoevelen we zijn. De gemiddelde persoon in een rijk land consumeert dertienmaal zoveel als de gemiddelde persoon in een arm land. In termen van milieu-impact betekent dat dat een kind krijgen in de Verenigde Staten of Canada, het Verenigd Koninkrijk of West-Europa gelijkstaat aan dertien kinderen krijgen in een land als Bangladesh, Haïti of Zambia. Twee kinderen opvoeden in een rijk land staat gelijk aan zesentwintig kinderen opvoeden in een arm land.

Al tientallen jaren zijn we getuige van een vrijwel continue toename in de consumptie van elke belangrijke natuurlijke hulpbron, van olie tot edelstenen, van grind tot goud. We gebruiken de aarde op in een tempo dat 1,7 maal hoger ligt dan hij kan regenereren. Als iedereen consumeerde als de gemiddelde Amerikaan zou dat zelfs vijfmaal zijn. Het is alsof je elk jaar je hele salaris opmaakt en dan nog eens meer dan de helft daarvan uit het spaargeld haalt dat je aan je kinderen wilde doorgeven, en dat ook opmaakt. Met dit tempo zal in 2050 het gebruik van hulpbronnen alleen al in de eenentwintigste eeuw zijn verdrievoudigd.

Hier en daar verbieden we plastic tassen of plastic rietjes; intussen is de algehele productie van plastic met sprongen toegenomen en tweemaal zo snel gegroeid als de wereldeconomie. De kleren die we tegenwoordig kopen vormen tezamen een massa van 50 miljoen ton – een asteroïde van die omvang zou een grote stad compleet vernietigen en overal ter wereld aardbevingen veroorzaken. Alleen al de laatste twintig jaar is de hoeveelheid per persoon aangeschafte kleding meer dan 60 procent toegenomen, terwijl de levensduur van die kleren met bijna de helft is gedaald. Zelfs als je twijfel koestert over hoe nauwkeurig we onze gulzige consumeerlust kunnen meten, doet dat nauwelijks ter zake. Ook als de cijfers er een heel eind naast zitten, hebben we nog steeds te maken met een planetaire crisis.

In de vs geven de mensen nu elk jaar collectief meer dan tweehonderdvijftig miljard dollar uit aan digitale snufjes, honderdveertig miljard aan producten voor persoonlijke verzorging, vijfenze-

ventig miljard aan sieraden en horloges, zestig miljard aan huishoudelijke apparaten en dertig miljard aan bagage. Toch klopt het stereotype van Amerika als de nummer één shopverslaafde ter wereld niet langer, als dat al ooit het geval is geweest. Verschillende oliestaten – zoals Qatar, Bahrein en de Verenigde Arabische Emiraten – overtreffen de consumptie per persoon in de vs, en dat geldt ook voor Luxemburg. De shoppers van de Europese Unie geven samen bijna evenveel uit als hun tegenhangers in de Verenigde Staten, terwijl de Canadezen de Amerikanen naar de kroon steken wat betreft de voetafdruk die hun leefstijl achterlaat op de aarde. In China erkent twee derde van de bevolking inmiddels dat ze meer kleren bezit dan ze echt nodig heeft. Zelfs de armste burgers ter wereld kopen, in de woorden van de Wereldbank, ‘datgene waar ze bereid zijn voor te betalen – niet wat ze “nodig hebben”’. De 4,5 miljard aardbewoners met een laag inkomen zijn een gigantische consumentenmarkt waarin elk jaar opnieuw meer dan vijf biljoen dollar wordt omgezet.

De aanrechten zijn groter, de bedden zijn groter, kasten zijn dubbel zo groot geworden. De technosfeer – alles wat we bouwen en maken, onze spullen – overtreft inmiddels qua gewicht alle levende schepselen op aarde. Gelijkmatic verdeeld over het oppervlak van de aarde zouden onze bezittingen een stapel van 50 kilo vormen op elke vierkante meter. Stel je een stapel voor bestaande uit een kleine televisie, een ananas, een broodrooster, een paar schoenen, een betonnen blok, een autoband, een jaarvoorraad kaas voor de gemiddelde Amerikaan en een chihuahua.

En dan hebben we het nog niet eens gehad over wat we weggooien. De jaarlijkse productie aan afval in de Verenigde Staten en Canada zou, in vrachtwagens geladen, twaalf keer rond de evenaar passen. Amerikanen gooien altijd veel meer weg dan Europeanen, maar landen als Duitsland en Nederland hebben de achterstand weggewerkt; een gemiddeld huishouden in Frankrijk gooit viermaal zoveel afval weg als in 1970. Ongeveer een vijfde van ons voedsel komt wereldwijd bij het afval terecht, en opmerkelijk genoeg is dat in de armere landen een even groot probleem als in de rijkere. Honden en katten hielpen vroeger altijd de voedselresten weg te werken. Tegenwoordig hebben ze hun eigen con-

sumptiegoederen, van bedden tot speeltjes en kleding en ‘pet tech’-producten – een markt die alleen al in de vs zestien miljard dollar waard is. Onze huisdieren produceren hun eigen afval.

We hebben op dit alles niet gereageerd door onze consumptie te verminderen, maar door te proberen die te ‘vergroenen’. Wereldwijd ligt de focus op het vervangen van auto’s op benzine door elektrische auto’s en het opladen van onze telefoons met energie uit wind en zon in plaats van steenkool. Biologisch voedsel, niet-giftige verf, hergebruikte computers, energiezuinige televisies en waterbesparende afwasmachines zijn nu algemeen verkrijgbaar.

Zonder die verbeteringen zou de milieuschade in verband met de goederen en diensten waarvan we gebruikmaken veel ernstiger zijn. Maar het vergroenen van het consumentisme heeft in nog geen enkele streek op aarde geleid tot een absolute vermindering van de materiële consumptie. Joyce Msuya, destijds het hoofd van het VN-Milieuprogramma, stelde in 2019: ‘Op geen enkel moment en op geen enkel inkomensniveau is er ook maar de geringste verandering gekomen in onze vraag naar natuurlijke hulpbronnen.’ Sterker nog: sinds het jaar 2000 is de efficiëntie waarmee we onze bronnen gebruiken in het algemeen gedaald, terwijl het tempo waarin we ze winnen is toegenomen.

Ja, er zijn ook hoopvolle tekenen. De afgelopen twintig jaar, waarin de wereld getuige is geweest van een explosie in de exploitatie van natuurlijke hulpbronnen, waren de rijkste landen verantwoordelijk voor slechts een fractie van die toename: met behulp van groene technologie zijn de rijkste shoppers ter wereld het echt rustiger aan gaan doen. Toch richten ze per persoon nog steeds verreweg de meeste schade aan, want ze blijven de grootste consumenten en het tempo waarin ze consumeren blijft stijgen. Niets van wat we hebben gedaan om onze consumptiedrang te vergroenen heeft gelijke tred gehouden met de snelheid waarmee die drang groeit, zodat onze onwankelbare toewijding aan vergroening inmiddels een beetje merkwaardig, zo niet absurd begint over te komen. Als we de schade veroorzaakt door consumptie willen verminderen, waarom overwegen we dan niet... om minder te consumeren?

Dit wordt nergens duidelijker dan in onze pogingen de vervuiling door koolstofdioxide die het klimaat opwarmt te verminde-

ren. Een gezamenlijke inspanning, miljarden dollars aan groene technologie en een indrukwekkende toename in de levering van hernieuwbare energie hebben nog niet één jaar de hoeveelheid CO₂ die in de aardatmosfeer terecht komt weten terug te dringen. Elke winst is verloren gegaan of geneutraliseerd door de groei van de mondiale consumptie. De enige keren in de opgetekende geschiedenis dat de wereldwijde uitstoot van broeikasgassen daadwerkelijk is gedaald was tijdens grote economische recessies – met andere woorden, als de wereld stopte met shoppen. Tijdens de lockdowns van de coronapandemie in de eerste maanden van 2020, toen de deuren werden gesloten voor de consumptiecultuur, daalde de CO₂-vervuiling in de meeste landen met een vijfde tot een kwart; landen die jaren achterlagen op hun geplande uitstootreductie lagen plotseling jaren voor op het schema. Uiteraard bleef dat niet zo. (In China bereikte de uitstoot meteen weer een recordhoogte een maand nadat de wereldeconomie naar ‘normaal’ begon terug te keren.) Maar de snelheid en de schaal waarmee het stoppen met shoppen effect had op de klimaatverandering, viel onmogelijk te negeren.

Maar we kunnen niet stoppen met shoppen. Een andere centrale leerstelling van de eenentwintigste eeuw tot dusver is dat het onze burgerplicht is te kopen, te kopen, en nog eens te kopen. Negen dagen na de aanslagen van 11 september op New York en Washington DC in 2001 hield George W. Bush een toespraak voor het Amerikaanse Congres die over de hele wereld werd uitgezonden. Hij vroeg de mensen genereus, kalm, tolerant, geduldig te zijn. Vervolgens zei hij: ‘Ik vraag om uw blijvende deelname aan en vertrouwen in de Amerikaanse economie.’ Dat blijft in de herinnering als het moment dat Bush een gewonde natie opriep om ‘te gaan shoppen’. Vergeet het feit dat hij dat niet letterlijk zei. De implicatie dat het aanschaffen van nieuw beddengoed of het herinrichten van je huis een nuttige reactie was op een gloerend tijdperk van terreur maakte zo’n indruk dat de twee woorden die de president – nog – niet uitsprak even beroemd zijn als wat hij wel zei.

De toespraak van Bush was schokkend omdat we gedurende de hele geschiedenis van de mensheid al twijfels koesteren over consumptie. Morele leiders die elke grote godsdienst en politieke koers

vertegenwoordigden – aan de inleidende pagina's van dit boek zouden Confucius, Benjamin Franklin, Henri David Thoreau, Betty Friedan, Aldous Huxley, Martin Luther King, John Maynard Keynes, Margaret Atwood, Chuck D en vele anderen kunnen worden toegevoegd – hebben ons gemaand minder materialistisch te zijn, minder in de greep van de consumptiecultuur te verkeren. Zelfs Adam Smith, de achttiende-eeuwse econoom die vaak de vader van het kapitalisme wordt genoemd, stelde dat materialisme geen deugd was maar een ondeugd. Hij hekelde de 'liefhebber van speelgoed' die, 'in de baldadigheid van de overdaad', op jacht ging naar 'snuisterijen en hebbedingetjes die geschikter waren als speeltjes voor kinderen dan als iets waar een man zich serieus mee bezighoudt'. Minder dingen kopen is altijd iets geweest wat we hoorden te doen, al kwam daar maar bij weinigen echt iets van terecht.

Degenen die tegen consumentisme waarschuwen, hanteren daarbij vooral twee argumenten. Het eerste is dat liefde voor geld en spullen onze mindere kanten aanspreekt, zoals hebzucht, ijdelheid, afgunst en verspilling. Het tweede is dat elk moment dat je doorbrengt met denken aan geld en spullen een moment is waarop je een grotere bijdrage had kunnen leveren aan de menselijke gemeenschap door te dienen of kennis na te streven, of door een spiritueler leven.

Twee andere beschuldigingen tegen de consumptiecultuur zaaiden ongeveer vijftig jaar geleden grote onrust. De ene – samengevat in de uitspraak 'leef simpel, zodat anderen simpelweg kunnen leven' – is dat meer dan je rechtmatig aandeel consumeren erop neerkomt dat je jezelf verrijkt en anderen armer maakt. De oproep om deze 'overconsumptie' te verminderen werd urgenter naarmate we ons bewuster werden van het feit dat we oeroude bossen kapten om toiletpapier te maken, zehonden wurgden met de ringen van weggegooide sixpacks, machtige rivieren indamden om elektriciteit op te wekken die we gebruikten om naar herhalingen op tv te kijken, en bovenal dat we zoveel fossiele brandstof verbrandden dat we ons klimaat in chaos stortten.

Na 11 september leek ons langdurige historische ongemak over consumentisme echter te verdampen. De aanslag kostte de Verenigde Staten minstens zestig miljard dollar en meer dan een half

miljoen banen, waarbij de grootste schade niet werd aangericht door de terroristen maar door een plotseling verlies aan animo voor shoppen in Amerika en de rest van de wereld. Van daaruit was het nog maar een klein stapje naar de conclusie dat niet-shoppen zelf een groot en concreet gevaar was. Bush zei het destijds zo: ‘Je bent voor ons, of je bent voor de terroristen.’

De toespraken van Bush veranderden de manier waarop we over consumptisme praatten. Het werd voor wereldleiders routine om ons botweg te vragen te gaan shoppen op het moment dat de consumptiekoorts onder een koortsachtig punt zakte – alsof shoppen niet zozeer een keuze was als wel een noodzaak. (Bush vertelde de Amerikanen uiteindelijk in 2006 dat ze moesten ‘gaan shoppen’, toen de economie tekenen begon te vertonen van de komende Grote Recessie.) Toen de coronapandemie in 2020 leidde tot de scherpste daling in consumentenuitgaven ooit gemeten, hadden de commentatoren het al snel over hoeveel doden aanvaardbaar zouden zijn om de economie ‘open’ te houden. Tegen die tijd klonk het idee dat shoppen niet alleen een tijdverdrijf is of een afleiding, maar het enige dat tussen ons en de ondergang van de beschaving staat, ons al heel gewoon in de oren.

Het speelde zich ook af onder onze ogen: gesloten winkelgebieden, lege luchthavens, dichtgetimmerde restaurants, miljoenen mensen zonder werk of bijna failliet. Even onloochenbaar tijdens de coronalockdowns waren echter de ongelooflijk blauwe luchten boven Los Angeles en Londen, de frisse lucht in Beijing en Delhi, en de sterkste daling in vervuiling door broeikasgassen ooit gemeten. Toen zeeschildpadden en krokodillen de tropische stranden begonnen over te nemen die normaal door het massatoerisme worden overspoeld, toen de trillingen van de aarde meetbaar verstilden in de afwezigheid van ons gebruikelijke tumult, riep dat scherpe vragen op over de kosten van de gewone gang van zaken.

Het bleek dat onze oudere zorgen over consumptie nooit echt zijn verdwenen. Kopen en consumeren we als een schamele vervanging voor iets wat aan ons leven ontbreekt? Leidt onze onderdompeling in spullen ons af van ideeën, gevoelens en relaties die van groter belang zijn? Deze gedachten werden des te saillantier toen mensen de leegte die de afwezigheid van shoppen achterliet

tijdelijk vulden met creatieve expressie, sociale verbinding en zelfreflectie. Miljoenen voelden nu zelf wat een decennium aan onderzoek naar geluk al had aangetoond: dat geld verdienen en uitgeven zoals wij dat doen in de rijkere landen en in toenemende mate in de hele wereld, niet langer veel vreugde aan ons leven toevoegt, als het dat al doet. (Een vriend van mij schreef vanuit zijn quarantaine: ‘Als je er een tijdje mee bent gestopt, mis je het eigenlijk niet zo.’) Tegelijkertijd was de kwestie van een eerlijke verdeling van de hulpbronnen van de aarde niet opgelost, want miljardairs isoleerden zichzelf op hun megajachten terwijl anderen, buiten hun schuld van de ene dag op de andere arm geworden, in de rij stonden voor levensmiddelen die door liefdadige instellingen werden uitgedeeld.

Als we onze consumptie vertragen, heeft dat natuurlijk ernstige gevolgen voor de economie. Tegelijkertijd is precies dat waarschijnlijk de enige manier om de opwarming van de aarde een halt toe te roepen, althans op de urgente tijdschaal die noodzakelijk is. En de klimaatverandering is nog maar één punt op een lijst van kwalen, stuk voor stuk verergerd door de consumptiecultuur, die zelfs volgens voorzichtige deskundigen tot politieke onrust of grootschalig verlies aan levens zouden kunnen leiden.

We moeten stoppen met shoppen, maar dat kunnen we niet: het consumptiedilemma is simpelweg uitgegroeid tot de vraag of we het menselijk leven op aarde in stand kunnen houden.

Stel dat we opeens zouden luisteren naar al die stemmen door de hele geschiedenis heen die ons hebben gevraagd genoeg te nemen met minder. Op een dag stopt de wereld met shoppen.

Dat is het gedachte-experiment dat ik in dit boek ben aangegaan. Het begon toen ik mijn eigen consumptiedilemma onder ogen zag. Zoals veel mensen vandaag de dag was ik me gaan afvragen in hoeverre mijn eigen consumptie bijdraagt aan de klimaatverandering, de vernietiging van bossen, de plasticvervuiling in de oceanen en de vele andere ecologische crises die de wereld onbewoonbaar maken. Ik wist dat ik kon besluiten mijn consumptie te verminderen. (Toen ik jonger was, gaf ik ooit wat kleingeld aan een bedelaar, die na een blik op mijn schoenen – open als een

eendensnavel bij de tenen, zodat mijn sokken te zien waren – het geld teruggaf. ‘Zo te zien heb je het zelf nodig,’ zei hij.) Maar hoe kon ik stoppen met shoppen als ik ervan overtuigd was dat als iedereen dat deed de wereldeconomie op zijn gat zou komen te liggen? Om te zien of er een uitweg was uit dit dilemma, dacht ik, zou ik het scenario tot het eind moeten doorvoeren.

Ik begin bij het begin. Wat gebeurt er in de eerste uren en dagen van een wereld die stopt met shoppen? Hoe analyseren we onze wensen en behoeften? Wiens leven verandert het meest en wiens leven het minst? Begint de wereld te genezen, en zo ja, hoe snel? Van daaraf onderzoek ik de economische ineenstorting die onvermijdelijk lijkt – en ontdek ik hoe we ons zelfs in een catastrofe beginnen aan te passen. In tegenstelling tot elke vergelijkbare ramp in de herinnering eindigt dit experiment van mij niet met de wereld die plichtsgetrouw weer naar de winkelcentra marcheert. Nee, naarmate de eerste dag zonder shoppen zich uitstrekt tot weken en maanden, veranderen we de manier waarop we dingen maken, organiseren we ons leven rond nieuwe prioriteiten en bedenken we andere bedrijfsmodellen voor een mondiale cultuur die haar verlangen om te consumeren is kwijtgeraakt. Ten slotte bekijk ik waarheen deze ontwikkeling ons in de loop van decennia of zelfs millennia zou kunnen leiden, van een steeds verdere onderdompeling in virtual reality naar een planeet met een herlevende natuur en een leven dat wellicht soberder is dan we ons ooit hadden kunnen voorstellen.

Wat betekent het eigenlijk om te ‘stoppen met shoppen’? Soms zeggen we dat we ‘boodschappen gaan doen’, wat doorgaans betekent dat we basisbenodigdheden gaan kopen, zoals eten, wasmiddel, schoolspullen en – natuurlijk – toiletpapier. Op andere momenten zeggen we ‘Laten we gaan shoppen’, wat vaak betekent dat we op jacht gaan naar spullen die we eigenlijk helemaal niet nodig hebben. De meesten van ons leven momenteel in een samenleving waarin het sociale en economische leven voornamelijk rond consumptie is georganiseerd: we zijn consumenten. In het dagelijks spraakgebruik is een ‘consument’ echter alleen de persoon die zijn tijd het liefst spendeert aan het over de balk smijten van geld aan kleren, speelgoed, prullaria, vakantie, lekker eten of al het ge-

noemde. En de ‘consumptiecultuur’ is het dagelijkse spervuur van advertenties, uitverkopen, trends, fastfood, snelle mode, afleiding en snufjes-van-het-moment dat op ons neerdaalt en onze preoccupatie met dit alles.

Ten behoeve van dit gedachte-experiment wilde ik het eenvoudig houden: op de dag dat de wereld stopt met shoppen dalen wereldwijd de consumptie-uitgaven met 25 procent. Sommigen zullen dat getal aan de lage kant vinden, gegeven de enorme consumptiedrang, van winkelrellen op Black Friday tot machtige rivieren die eindeloos plastic waterflessen naar de zee meevoeren. Op wereldschaal zou het verminderen van de consumptie met een kwart de klok slechts teruggedraaien naar het uitgavenniveau van tien jaar geleden. Aan de andere kant klonk het idee dat de wereldwijde consumptie met 25 procent kon dalen op het moment dat ik aan dit boek begon nog als wilde speculatie – een zo bizarre fantasie dat veel mensen die ik hoopte te spreken zelfs weigerden het in overweging te nemen.

En toen gebeurde het op een natuurlijke manier. In China dook een nieuw coronavirus op, en in een paar weken tijd werden onze collectieve patronen van verdienen en uitgeven, van ongeremd op epische schaal shoppen, reizen en uit eten gaan abrupt aan het wankelen gebracht. In de Verenigde Staten daalden de uitgaven per huishouden in twee maanden tijd met bijna 20 procent; de zwaarst getroffen sectoren, zoals toerisme, zakten vier keer zo ver in. In China daalde de detailhandelsverkoop met minstens een vijfde. In Europa – waar de persoonlijke consumptie in veel landen bijna een derde kelderde – stapelden vierhonderdvijftig miljard dollar die normaal aan shoppen zouden worden besteed zich op in banken. Plotseling leek het idee dat de consumptie met 25 procent zou kunnen dalen op de dag dat de wereld stopt met shoppen een redelijke aanname: bescheiden genoeg om mogelijk te zijn maar dramatisch genoeg om wereldschokkend te zijn.

Dat ik dit boek een gedachte-experiment noem, wil niet zeggen dat het sciencefiction is. Misschien zou je het kunnen beschouwen als een stukje verbeeldingsrijke verslaggeving: er wordt een imaginair scenario onderzocht door te kijken naar mensen, plaatsen en tijden die zeer reëel zijn. De hele geschiedenis door, tot op de hui-

dige dag, hebben grote aantallen mensen, soms hele landen hun consumptie drastisch teruggeschoefd. Vaak was de oorzaak een verschrikkelijke schok: oorlog, recessie, een ramp. Maar er zijn ook volksbewegingen geweest tegen materialisme, momenten van wijdverspreide twijfel over de consumptiecultuur, hele tijdperken waarin de wekelijkse sabbat van de commercie strikt werd nageleefd. Geleerden hebben gereflecteerd op het fenomeen van niet-shoppen, het ingevoerd in computermodellen, het vanuit de ruimte bestudeerd. Ze hebben de effecten ervan geobserveerd op walvisen, op onze stemming, op de atmosfeer van de planeet. Er zijn ook ondernemers en activisten die producten, bedrijven en nieuwe leefstijlen ontwerpen voor een wereld die ooit minder zal kopen. Van de Kalahariwoestijn tot Finland, van Ecuador tot Japan tot de Verenigde Staten heb ik stromingen tegen de consumptiecultuur gezien die fluisteren over andere manieren om te leven. Die stromingen, wil ik wedden, stromen ook door de meesten van ons.

Toen ik aan dit boek begon, had ik geen idee wat ik zou vinden. Misschien niets meer dan een willekeurige verzameling rivaliserende opvattingen over hoe we het consumptiedilemma kunnen overwinnen, of dat er helemaal geen uitweg is. Maar naarmate ik me verdiepte in voorbeelden uit verschillende tijden en plaatsen, ontdekte ik dat waar en wanneer de mensheid stopt met shoppen, er steeds dezelfde thema's opduiken, een patroon dat een idee geeft hoe een wereld die stopt met shoppen eruit zou kunnen zien, en hoe die zou functioneren. Vanuit die schaduwen in verleden en heden kon ik een toekomst schetsen.

Misschien is het toch mogelijk te stoppen met shoppen. Als dat zo is, dan resteren er persoonlijkere vragen. Willen we het? Zou het leven echt slechter zijn – of beter?