

Veldhoven/Koolmees en Gehem

Als de huidige economische crisis één ding echt duidelijk heeft gemaakt, is het dat onze welvaart er in de 21ste eeuw heel anders uit komt te zien dan voorheen. Maar hoe? De afgelopen jaren schieten de ideeën over ‘nieuwe welvaart’ als paddenstoelen uit de grond. Maarten Gehem, onderzoeker en redacteur van *Idee*, gaat in op wat de meeste ideeën bindt: welvaart gaat om veel meer dan financiële waardecreatie. D66-parlementariërs Stientje van Veldhoven en Wouter Koolmees zijn het hier mee eens, maar benadrukken dat dit niet betekent dat ‘groei’ niet meer mogelijk en noodzakelijk is.

Veldhoven/Koolmees en Gehem

Al langer worden er vraagtekens gezet bij traditionele opvattingen over economische groei en financiële waardecreatie. Hoe waardevol zijn deze alternatieve ideeën?

Door Maarten Gehem

De economie van het goede leven

John Bernard Shaw schreef ooit: ‘Economics is the art of making the most of life’. Bij die zin zouden veel economen vandaag de dag hun wenkbrauwen optrekken. De meesten zien hun vak als de analyse van hoe schaarse grondstoffen (van koper tot kennis) kunnen worden aangewend om oneindige behoeften te bevredigen. Wat er vervolgens met die financiële waarde gedaan wordt, is hen om het even. Economen doen geen uitspraak over ‘het goede leven’. Het draait om efficiëntie creëren, innoveren, winst maken – economie als een soort spel dat je steeds beter kunt leren spelen en waarvoor de beloning in harde euro’s wordt uitgekeerd. En om die waardecreatie te maximaliseren moeten de spelregels zo beperkt mogelijk zijn.

Voorstanders van deze opvatting van economie hebben een krachtig argument aan hun zijde: de reusachtige welvaartstoename van de afgelopen eeuw. In westerse landen is de gemeenschappelijke waardeproductie (doorgaans uitgedrukt in Bruto Nationaal Product) verviervoudigd, van ongeveer 5.000 dollar per persoon in 1900 naar 20.000 dollar rond de millenniumwisseling.

Schrijf dat maar op conto van het kapitalisme. En dat is goed nieuws voor ons allemaal: met deze welvaart hebben we eindeloos veel mogelijkheden gecreëerd om ons leven in te richten als we zelf willen en grote maatschappelijke problemen – armoede, onrecht, vergrijzing – aan te pakken (lees: te betalen). Onze rijkdom is een schatkist waarmee we betekenisvolle levens kunnen bekostigen en vormt de munitie voor beleid om de grote gevaren van onze tijd af te wenden.

Groeirisico’s

Deze welvaartsopvatting richt zich op financiële waardecreatie, zoals winst voor bedrijven, een stijgend BNP voor overheden, of een zo hoog mogelijk inkomen voor werknemers en burgers. Maar dat met deze traditionele welvaartsopvatting ook grote risico’s verbonden zijn, wordt steeds duidelijker. We zitten op een schuldenberg, onze rijkdom is een industrie die *en masse* koolstofdioxide deeltjes de lucht in pompt, en we gaan in rap tempo door onze grondstoffen heen. We mogen nog zo rijk zijn, de houdbaar-

Ik las vanmorgen in de krant dat mensen begenwoordig werk doen dat ze leuk vinden en dat ze vrije tijd hebben en dan ook dingen doen die ze leuk vinden.

Hadden ze daar niet 70 jaar eerder mee kunnen komen?



heidsdatum die op onze economische modellen staat komt dichterbij. Waar deze tot voor kort nog werden gezien als voorwaarde voor een rijke toekomst, blijkt steeds duidelijker dat ze vol weef fouten zitten. Die kunnen we grofweg indelen in drie categorieën: economische, ecologische en sociale risico's.

De eerste rapporten die kritisch waren over het dominante paradigma van welvaart als financiële waardecreatie richtten zich vooral op de ecologische grenzen aan de groei. De *Limits to Growth* studie uit 1962 van de Club van Rome probeerde aan te tonen dat onze welvaarts groei een zo grote stempel drukt op het milieu (vervuiling, grondstoffenschaarste) dat het vroeg of laat als een boemerang in ons gezicht terug zou komen. Dik twintig jaar later volgde het Brundtland rapport *Our common future* uit dat opriep tot duurzaamheid (*sustainable development*) gedefinieerd als 'development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.'

Ten tweede zijn we ons steeds bewuster geworden van de economische en financiële risico's van ons economische systeem. De huidige crisis heeft laten zien dat lange termijn economische belangen vaak niet worden meegenomen. Vernuftig

boekhoudwerk deed de Griekse schulden-Olympus krimpen tot een kredietwaardig hoopje. En bedrijven die in de eerste plaats verantwoordelijkheid verschuldigd zijn aan aandeelhouders, richtten zich vooral op korte termijn winsten, ten koste van de lange termijn winstgevendheid of impact op het milieu.

En tot slot zijn er sociale risico's verbonden aan onze economische modellen. Worden wij wel gelukkig van het uren lang in elkaar schroeven van boutjes en moertjes aan een lopende band? En nog belangrijker: wat zijn de bredere sociale gevolgen van de manier waarop wij produceren en consumeren? Een T-shirt kost misschien nog geen tientje, maar als er kinderhanden voor nodig waren om het te maken is het de vraag of dat ook de prijs is die we daarvoor willen betalen.

Alternatieve ideeën

Om deze economische, ecologische en sociale risico's in te dammen is er een stroom van alternatieve ideeën over welvaartscreatie op gang gekomen. De theorieën, plannen en projecten om onze vastgelopen motor van onze economie te verduurzamen, kunnen we indelen in twee categorieën: macro-economische theorieën en nieuwe bedrijfseconomische modellen.

Macro-economische theorieën

De meest concrete initiatieven om op macro-economisch niveau op 'nieuwe welvaart' aan te sturen zijn de alternatieve economische meet-eenheden. De focus op toename van productie en consumptie wordt hierbij als een te enge maatstaf gezien om vooruitgang aan af te meten. In plaats daarvan verbreden deze alternatieve graadmeters wat onder welvaart wordt verstaan. Zo ontwikkelde Bhutan de *Gross National Happiness Index* in 1972, waarbij persoonlijk en collectief geluk wordt gemeten.¹ En in de jaren 90 werkte de Nobelprijswinnaar Amartya Sen aan de *Human Development Index* (HDI) van de Verenigde Naties 'to shift the focus of development economics from national income accounting to people-centered policies.'² Naast groei van het BNP werden ook onderwijsniveau en levensverwachting meegenomen als indicatoren voor vooruitgang.

Nieuwe bedrijfsmodellen

Naast deze macro-economische alternatieven zijn de laatste decennia allereerste nieuwe bedrijfsmodellen ontwikkeld die rekening houden met de bredere impact op de omgeving, ook wel 'externaliteiten' genoemd. De term Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) kwam opzetten in de jaren 70 van de vorige eeuw en probeert bedrijven ertoe aan te zetten om hun bedrijfsdoelstellingen te verbreden. De verantwoordelijkheid van bedrijven gaat hierbij verder dan waardecreatie voor aandeelhouders. De term was vooral een reactie op flagrante milieuschendingen en sociale misstanden die aan het licht kwamen bij grote multinationals. Onder de noemer MVO gaven bedrijven aan dat ze vrijwillig wilden bijdragen aan een betere samenleving en schoner milieu door sociale en ecologische doelstellingen in hun bedrijfsvoering te integreren.³ Bedrijven zouden juist een belangrijke kracht kunnen zijn om sociale en ecologische problemen aan te pakken. TNT werkt bijvoorbeeld samen met het *World Food Program* van de Verenigde Naties om hen te helpen om wereldwijd efficiënt voedsel te leveren.

Veel van wat als MVO doorgaat speelt zich af in de marge van de *core business* van bedrijven. Het reflecteert misschien goed op het imago en geeft wellicht voldoening aan werknemers, maar

'Onze rijkdom is een schatkist waarmee we betekenisvolle levens kunnen bekostigen [...] We mogen echter nog zo rijk zijn, de houdbaarheidsdatum die op onze economische modellen staat komt dichterbij'

het staat niet centraal in de bedrijfsstrategie. Recentelijk riep Michael Porter, professor aan de *Harvard Business School* op om nog een stap verder te gaan, door ecologische en sociale waarden centraal te stellen in de bedrijfsstrategie zelf.⁴ Volgens hem is er geen discrepantie tussen veel sociale en economische waarden, maar gaan die juist vaak samen. Goede opleidingen zijn in het belang van bedrijven zelf, en bedrijven leveren ook waardevolle mogelijkheden aan hun omgeving – inkomen, ontplooiingsmogelijkheden, etc. Overheden en bedrijven zouden de handen ineen moeten slaan om die synergie tussen verschillende waarden te kapitaliseren. In deze gemeenschappelijke waardecreatie ('shared value creation') ligt volgens Porter een reusachtig groeipotentieel besloten. De lange termijn competitiviteit van een bedrijf zou juist gebaat zijn door de strategie ook te richten op niet-economische waarden.

Wat werkt?

Het zou naïef zijn om klakkeloos aan te nemen dat de intenties achter deze ideeën even nobel zijn als ze klinken. De bedrijven, landen en economen die nieuwe welvaart praktiseren zijn nog altijd in de minderheid. Slechts een handjevol overheden gebruiken alternatieve welvaartsindicatoren.

‘Waar vroeger vooral met de vinger werd gewezen naar de maatschappelijke verantwoordelijkheid van bedrijven, worden waarden die eerst volstrekt buiten het economische werden geplaatst nu gekoppeld aan economische voorspoed’

En deze worden soms gebruikt om in tijden van economische tegenspoed toch nog een positief verhaal te vertellen (‘de werkloosheid gaat niet omhoog, maar we zijn nog nooit zo gelukkig geweest!’). Maatschappelijk verantwoord ondernemen is dikwijls niet veel meer dan een poetslap om het imago van een bedrijf op te boenen. En alle retoriek over duurzaamheid ten spijt: tegenover de windmolenparken staan de bruinkool verstokende energiecentrales en de autoproducenten die CO₂-reguleringen tegenhouden.

Toch lijkt er zich de afgelopen jaren wel degelijk een kentering af te tekenen. Die zit niet alleen in de verspreiding van duurzaamheidsjargon, maar vooral in de manier waarop de taak te verduurzamen wordt gezien. Waar vroeger vooral matiging werd gepredikt en met de vinger werd gewezen naar de maatschappelijke verantwoordelijkheid van bedrijven, worden waarden die eerst volstrekt buiten het economische werden geplaatst (een gezonde leefomgeving, ontplooiing van werknemers, ontwikkeling van mensen in derde wereldlanden) nu gekoppeld aan economische voorspoed. Of het nu gaat om macro-economisch beleid of de competitiviteit van bedrijven: groei

wordt gezien als afhankelijk van sociale en ecologische factoren.

In plaats van ‘consuminderen’ moeten we anders consumeren. In een recent rapport van McKinsey *Towards the Circular Economy* uit 2012 staat bijvoorbeeld te lezen dat het meer dan \$600 miljard zou kunnen opleveren als we afval niet langer gaan zien als nutteloos eindproduct, maar als grondstof voor onze economie. Daarmee krijgt Shaw’s uitspraak een bijzonder tastbare betekenis. Economie is niet alleen de kunst om het beste van ons leven te maken, maar ook de kunst om in het volstrekt waardeloze (afval), iets te maken dat waarde heeft en daarmee de voorwaarde schept om een ‘goed leven’ te leiden.

Maarten Gehem is redacteur bij *Idee* en onderzoeker bij het Den Haag Centrum voor Strategische Studies.

Noten

- 1 The Centre for Buthan Studies (2012). *A Short Guide to Gross National Happiness Index*. Beschikbaar op <http://www.grossnationalhappiness.com/wp-content/uploads/2012/04/Short-GNH-Index-edited.pdf>
- 2 Zie bijvoorbeeld <http://hdr.undp.org/en/humandev/>
- 3 Weber, M (2008). ‘The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR’, *European Management Journal*, 26, 4: 247-261.
- 4 M. Porter en M. Kramer (2011). ‘Creating Shared Value’. *Harvard Business Review*, 89, nr. 1 en 2: 62-77.

Veldhoven/Koolmees en Gehem

‘Consuminderen’ is geen oplossing voor echte verduurzaming van onze economie. We moeten naar een nieuw verdienmodel van Nederland, gebaseerd op groei.

Door Stientje van Veldhoven en Wouter Koolmees

Duurzame groei

Een nieuw verdienmodel voor Nederland

Het politieke debat in Nederland gaat de laatste tijd veel over het ‘kapot bezuinigen’ van de economie versus ‘geen hogere lasten’. De kernvraag is steeds: moet de overheid het tekort laten oplopen, of juist meer belastingen heffen om het begrotingsgat te dichten. Helaas gaat het bijna nooit over het vergroten van de belastinginkomsten door te groeien. Terwijl groei van onze economie de beste manier is om deze economie en de overheidsfinanciën op orde te brengen. Economische groei betekent vergroting van onze welvaart. Vergroting van de koek, zodat er meer is voor iedereen. Mits die groei gebaseerd is op echte creatie van waarde. Door de inzet van meer kapitaal, meer arbeid, of meer grondstoffen. Of door dingen slimmer te gaan doen: innovatie.

Noodzaak van nieuwe welvaart

De afgelopen eeuw hebben we met een ongekende snelheid tegen zeer lage prijzen meer productiemiddelen in kunnen zetten om waarde te creëren: uitbreiding van industriegebieden en landbouwgronden, lage lonen, goedkope olie. Deze groei

loopt tegen haar grenzen aan. Omdat het een uitdaging wordt om 9 miljard mensen in 2050 van genoeg voedsel en water te voorzien, zonder alle regenwouden te kappen. Omdat het een uitdaging wordt om te voorzien in de energiebehoefte van zoveel mensen, zonder een klimaatdrama te veroorzaken. Omdat het uitdaging wordt om de grondstoffen te vinden voor alles wat die mensen consumeren. Als iedereen het consumptiepatroon van een Nederlander heeft, hebben we drie en een halve aardbol nodig, becijferde het Wereld Natuur Fonds eens.

Dus moeten we stoppen met groeien of moeten we ‘consuminderen’, zeggen sommigen. Dat is niet onze weg. Groei is namelijk om veel meer redenen cruciaal. Groei zorgt voor dynamiek en vernieuwing. Groei maakt het mogelijk dat dubbeltjes kwartjes worden. Groei zorgt voor nieuwe banen. Groei is de zuurstof van onze samenleving. En duurzame groei is de sleutel naar een welvarende toekomst. Dus moeten we slimmer groeien, zeggen wij. Duurzaamheid is geen doel op zich,