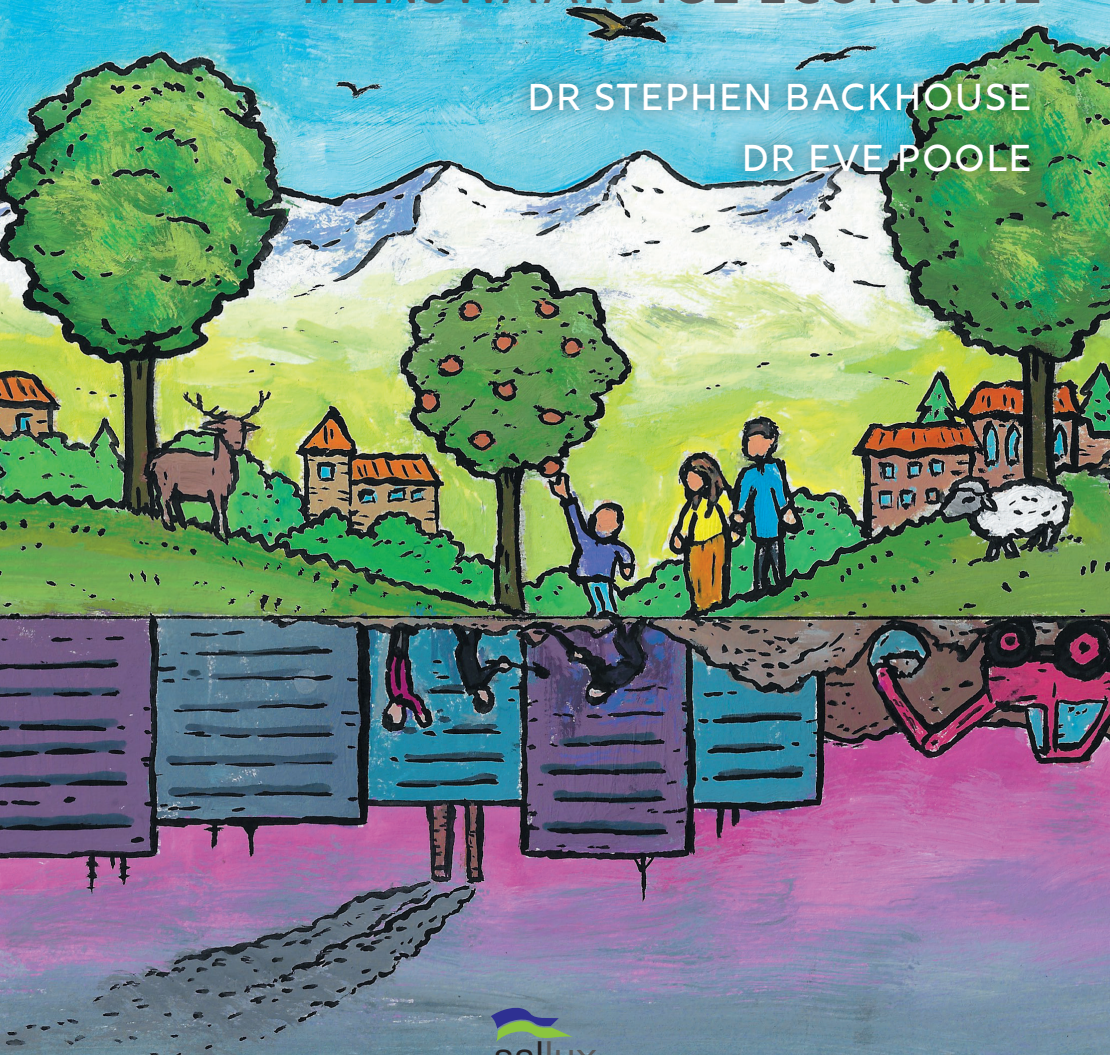


VAN NAAR

EXTRACTIE CREATIE

OP WEG NAAR EEN
MENSWAARDIGE ECONOMIE

DR STEPHEN BACKHOUSE
DR EVE POOLE



VAN EXTRACTIE NAAR CREATIE

Op weg naar een menswaardige economie

**Dr Stephen Backhouse
Dr Eve Poole**

Colophon

Van extractie naar creatie: op weg naar een economie van belanghebbenden

Dr. Stephen Backhouse

Dr. Eve Poole

Dit is een gratis vertaling van het oorspronkelijke boek: *From Extraction to Creation*. ISBN: 978-94-92697-27-1 (2022).

Vertaald door Jacoline Waaijberg

© 2023 Sallux Publishing. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veelevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

Omslagontwerp en lay-out: Reproserve

Afbeeldingen omslag: Thijs C Jansen creatief

Tenzij anders vermeld, geschriften uit de Heilige Bijbel, New International Version® (Anglicised), NIV®. Copyright © 1979, 1984, 2011 Biblica, Inc. Gebruikt met toestemming van Hodder & Stoughton Limited, een divisie van Hachette UK. Alle rechten wereldwijd voorbehouden. “New International Version” en “NIV” zijn geregistreerde handelsmerken van Biblica, Inc. Gebruikt met toestemming.

Disclaimer

Sinds 2011 worden de activiteiten van Sallux financieel ondersteund door het Europees Parlement. De aansprakelijkheid voor elke mededeling of publicatie van Sallux, in welke vorm en via welk medium dan ook, berust bij Sallux. Het Europees Parlement is niet verantwoordelijk voor welk gebruik dan ook van de daarin opgenomen informatie.



Jubilee Centre

Het Jubilee Centre wil een Bijbels perspectief bieden op sociale, economische en politieke vraagstukken. Wij geloven dat de Bijbel een samenhangende visie op de samenleving beschrijft, die blijvend relevant is voor het Verenigd Koninkrijk en de wereld in de eenentwintigste eeuw. Zorg voor relaties tussen mensen onderling is de kern van onze sociale visie. Wij streven ernaar onze visie uit te diepen, te verspreiden en toe te passen om een fier antwoord te kunnen geven op de uitdagingen waar individuen, gemeenschappen en beleidsmakers vandaag mee worden geconfronteerd. Wij willen christenen toerusten om zout en licht te zijn in het publieke domein.



Sallux | Stichting ECPM

Sallux is de politieke stichting van de *European Christian Political Movement* (ECPM). Sallux betekent “zout en licht”. Wij willen als organisatie scherpte en helderheid in het publieke debat aanbrengen en zo christelijk licht werpen op de problemen van de maatschappij nu. We presenteren onze ideeën door middel van het organiseren van onze evenementen en het verspreiden van onze publicaties. Onze afwijkende, christelijke visie op de samenleving bevraagt áltijd de status quo.

info@sallux.eu

www.sallux.eu

Over de auteurs

Dr. Stephen Backhouse (McGill, Oxford) is de oprichter van *Tent Theology*, waar hij werkt als consultant voor ondernemers, bedrijven en goede doelen. Backhouse is in het verleden *Director for Graduates* geweest aan het St. Mellitus College. Ook was hij decaan aan het Westminster Theological Centre. De auteur heeft talrijke boeken en artikelen over filosofie, macht en politiek geschreven.

Dr. Eve Poole heeft een BA behaald aan de University of Durham, een MBA behaald aan de University of Edinburgh en is gepromoveerd in theologie en kapitalisme in Cambridge. Poole is auteur van verschillende boeken, waaronder *Leadersmithing*, een boek dat hoog gewaardeerd werd bij de 2018 *Business Book Awards*. Ze was *Third Church Estates Commissioner* (2018-2021) en de eerste vrouwelijke voorzitter van de *Board of Governors* van Gordonstoun (2015-2021). Ze gaf 15 jaar les in leiderschap aan de Ashridge Business School en ze werkte daarvoor bij Deloitte Consulting, waar ze gespecialiseerd was in verandermanagement.



Once upon a time there were two Cities.

Creation City was a beautiful place.

It was a complicated place, where animals, plants, things and people all lived together. It was not always easy to see how everyone was related but they knew that they were, and they lived at peace with the complexity.

The City was profitable: people's ventures left more quality resources behind after they were finished, and places were left better off than how the people had found them.

The humans employed in Creation City were energised by their work, and there somehow seemed to be even more animals, plants and things after coming into contact with their businesses.

The inhabitants of the city thought that if a venture had to break its people or hurt its places in order to be a success, it was not worth doing.

They knew how important it was to maintain relationships, and so they measured

the success of their endeavours by how well the people who took part were connected to each other.

Creation City was a beautiful place.

* * *

Extraction City was not so beautiful.

It too was a complicated place. It too had animals and plants and things and people all related in intricate ways, and yet the rulers of the city kept trying to impose their will on everything.

They applied simplistic solutions and labels onto complex things, and as a result things never behaved quite the way they were supposed to.

People were expected to be self-interested consumers. The environment was expected to perform regularly like clockwork.

Places, animals and things were seen merely as resources from which to extract maximum value.

Humans were considered to be resources too, and they were required to pour their energy and emotions and time into the organisations that they belonged to.

Everything the Extraction City touched was left misunderstood, exhausted and drained.

Extraction City was not so beautiful.

* * *

This tale of two cities is a true one.

It happens all the time.

It is happening now.

Which City do you want to live in?

Inhoud

Voorwoord	8
I. Een betere voorstelling van zaken	13
II. Extractie-economie	19
III. De suprematie van de aandeelhouder	35
IV. Subtiel ruimte maken	43
V. Scheppingseconomie	49

Voorwoord

De Janus Henderson Global Dividend Index (JHGDI) liet in augustus 2022 zien dat in het tweede kwartaal van 2022 het hoogste record ooit aan dividenden werd uitgekeerd aan aandeelhouders¹. Dit nieuws werd bekend op het moment dat een groeiend aantal mensen in Europa financiële problemen ondervindt door de stijgende inflatie en extreem stijgende energierekeningen. Dezelfde index gaf aan dat de belangrijkste aanjagers van de ongekende groei van de dividenduitkeringen, de oliesector, de financiële sector en de autosector waren.

Dit probleem is onweerlegbaar een moreel probleem wanneer helder wordt dat de term “olie” in deze index eigenlijk “olie, gas en energie” betekent². Terwijl mensen worstelen om hun energierekening te betalen, verhogen de bedrijven die deze torenhoge rekeningen veroorzaken, hun dividenduitkeringen als nooit tevoren. Mensen met een gemiddeld of laag inkomen moeten meer betalen voor iets wat ze nodig hebben om te kunnen overleven en dat leidt uiteindelijk tot de hogere dividenduitkeringen voor de aandeelhouders. Op 3 augustus 2022 verklaarde VN-secretaris-generaal António Guterres: “Het is immoreel dat olie- en gasbedrijven recordwinsten maken in de huidige energiecrisis over de rug van de armsten, ten koste van het klimaat.”³

Meer winstaandeel uitbetalen is een keuze en geen natuurwet. Diezelfde bedrijven hadden de keuze kunnen maken om hun recordwinsten te gebruiken om de kosten voor de consument te verlagen of hen te helpen hun huizen te isoleren. Deze bedrijven hadden hun investeringen in het creëren van hernieuwbare energiebronnen kunnen verhogen. In plaats daarvan resulteerden deze recordwinsten in recordbetalingen aan aandeelhouders, van wie velen al tot de rijkste “1%” van de wereld behoorden.

Door deze en soortgelijke situaties zijn steeds meer mensen gaan beseffen dat er een fundamenteel probleem bestaat wat betreft de werking van onze economie en dat dit zijn oorsprong vindt in de dominantie van aandeelhouders. António Guterres en veel beleidsmakers pleitten voor een speciale “windfall tax” voor energiebedrijven. Dit is begrijpelijk en kan nodig zijn om de meest dringende behoeften van (vooral armere) energieverbruikers te verlichten. Tegelijkertijd biedt het geen oplossing voor de onderliggende oorzaak.

¹ Janus Henderson Global Dividend Index, editie 35.

² Janus Henderson Global Dividend Index, editie 35, blz.15, blz.20.

³ Tweet António Guterres op 3 augustus 2022, 6:21 pm.

De kernoorzaak is de druk die voortkomt uit de eis van de aandeelhouders dat bedrijven hun winsten voortdurend verhogen zodat dividenden en de waarde van hun aandelen op de aandelenmarkt telkens verhoogd kunnen worden. In dit geval leidde dit tot het onttrekken van geld aan de meest kwetsbare consumenten, aangezien zij vaak niet over de middelen beschikken voor moderne isolatie en over het algemeen in oudere huizen wonen.

Dezelfde vraag naar meer winst en hogere dividendkoersen houdt de lonen laag. Tijd en werk worden uit mensen geëxtraheerd voor een hoge productie tegen lage kosten. De ETUC, de Europese koepel van vakbonden publiceerde op 26 augustus 2022 een verklaring waarin het de stijging van de dividenden in de EU vergeleek met de gemiddelde stijging van de lonen in de EU-lidstaten⁴. De conclusie was dat de dividenden zeven keer sneller stegen dan de gemiddelde lonen. Bovendien verklaarde de ETUC: „De cijfers laten opnieuw zien hoe buitensporige bedrijfswinsten - en niet de lonen - de inflatie aanjagen, zoals de Europese Centrale Bank heeft verklaard”⁵. Het toont aan hoe aandeelhouderswinst wordt gezien als het enige doel van ondernemingen, ten koste van alle andere belanghebbenden en de samenleving als geheel.

Ook andere belanghebbenden lijden onder dit systeem, aangezien veel MKB bedrijven zich moeten aanpassen aan de eisen die (direct en indirect) door de grote ondernemingen en multinationals aan hen worden gesteld. Een groot deel van het MKB wordt geconfronteerd met hogere energierekeningen en afnemende winstmarges, omdat de grote bedrijven hun winstmarges vergroten door goedkopere aankopen te eisen van kleinere bedrijven.

Tegelijkertijd leidt deze druk om aandeelhouderswinst te maken tot het uitbuiten van natuurlijke hulpbronnen ten koste van ons milieu en klimaat. De realiteit is dat duurzamere productie duurder is. Aangezien lagere winsten en lagere dividenden schijnbaar nooit een normale optie zijn, wordt de keuze volledig verplaatst naar de consument om te kiezen tussen zijn portemonnee of de planeet. Dezelfde consument die nu al wordt belast met lagere lonen dan nodig en hogere energiekosten dan noodzakelijk. De focus op meer consumptie wordt aangewakkerd door dezelfde drang naar meer winst. Meer verkoop betekent meer winst en daarom moet alles op alles worden gezet om meer te produceren en te verkopen⁶.

⁴ “Shareholder payouts rising 7 times faster than wages”, ETUC, 26-08-2022.

⁵ “The globalisation of inflation” Toespraak van Isabel Schnabel, lid van de executive board van de ECB, ECB-website, 11 mei 2022.

⁶ “De drang om spullen te kopen is een gecreëerd verschijnsel, blijkt uit onderzoek”, Frank Straver, Trouw, 4 maart 2023 refererend aan “Consumption: the elephant in the room”, dissertatie Dr. Ana

Dit hele economische systeem is gericht op individualisme. Het is opgebouwd rond de notie van het autonome individu. De Sallux-publicatie *A Relational Response to Climate Change* diepte dit al uit en stelde: „individualisme creëert consumentisme omdat het zich richt op de vervulling van ieder mens op een autonome, individualistische manier.”⁷

Dit systeem maakt van mensen op zichzelf staande individuen. Niet alleen worden mensen voortdurend aangesproken als individuele consumenten, ook gezinnen en het gemeenschapsleven staan voortdurend onder druk. De huidige economie maakt het gezin door beleidsmatige keuzes armer dan noodzakelijk en zet hen onder druk om meer tijd op de werkvloer door te brengen dan anders nodig zou zijn. Daardoor hebben gezinsleden minder tijd om bij te dragen aan de gemeenschap.

In elk opzicht zien we dat het huidige economische systeem leidt tot exploitatie van het individu, de gemeenschappen en de planeet. Ons op aandeelhouders gerichte systeem is een economie van extractie.

In *A Relational Response to Climate Change* wordt de volgende conclusie getrokken: “Verder hebben we gezien dat een economisch systeem dat als hoofddoel het genereren van kortetermijnrendement voor het kapitaal heeft, onvermijdelijk schadelijk zal zijn voor de natuurlijke omgeving en zal bijdragen aan klimaatverandering. De doctrine van maximalisering van de aandeelhouderswaarde werd bedacht in een naoorlogs tijdperk toen kapitaal schaars was, en leek toen dus economisch zinvol. We leven nu echter in een tijdperk waarin kapitaal overvloedig is en natuurlijke hulpbronnen steeds schaarser worden. Bovendien ontbeert een op kapitaal gericht systeem de holistische grondslagen voor zowel milieu als menselijke bloei, zoals de laatste jaren is gebleken. We moeten onze aannames over wat belangrijk is in een samenleving heroverwegen en toewerken naar een economisch systeem dat zowel het milieu als het menselijk welzijn beschermt en bevordert.”⁸

Dat is inderdaad wat deze publicatie probeert scherp op de denkradar te krijgen. Hoe bewegen we van een op aandeelhouders gerichte economie naar een economie gericht op alle deelnemers (belanghebbenden)? Hoe vertalen we een ander, meer relationeel ingestelde levensvisie in een economie die niet gericht is op exploitatie maar op creatie?

Sofia Poças Ribeiro, februari 2023

⁷ *A Relational Response to Climate Change*, Calum Samuelson, blz. 63.

⁸ *A Relational Response to Climate Change*, Calum Samuelson, blz. 63.

Het fundament van deze benadering is een relationeel begrip van het mens-zijn en de waardigheid van mensen. Dat is tegelijkertijd het fundament van een opnieuw tot leven gekomen christendemocratie die een visie heeft op onze samenlevingen in de 21^{ste} eeuw. De christendemocratie kan de bestaande economische orde, die op fundamenteel niveau negatieve impact heeft op het gezin, de gemeenschap en de schepping, niet blijven steunen. Daarom is deze publicatie ook een verdere stap in de ontwikkeling van de visie die we uiteengezet hebben in de Sallux-publicatie *A Relational Vision for Europe: Revitalising Christian Democracy Today*⁹. Die publicatie beschrijft een intermenselijke visie op een florierende samenleving¹⁰. De gedachte van een belanghebbenden-economie (stakeholder-economy) is een concrete manier die past bij hoe de christendemocratie de samenleving en de economie altijd heeft benaderd. Hoewel de overheid de markt kan corrigeren en de samenleving kan ondersteunen, kan zij geen van beide beheersen. Tegelijkertijd kan én mag het niet zo zijn dat de markt de samenleving en de overheid ‘bezit’! Omdat de christendemocraten het eerste [de markt beheerst de samenleving, JW] verwierpen, steunden zij uiteindelijk te vaak het laatste [de markt ‘bezit’ de overheid, JW]. De buitensporige invloed van multinationals op dit moment, op zowel binnenlands als buitenlands beleid, is een belangrijk teken dat verandering dringend gewenst is. Het buitenlands beleid is nu zo gericht op de belangen van grote en multinationale ondernemingen (en dus hun aandeelhouders) dat het uiteindelijk de vluchtelingen- en migrantenstromen naar Europa vergroot. We hebben een nieuw begrip van de economie nodig om zodoende onze beleidsprioriteiten te veranderen. In zekere zin maakt de *stakeholder-economie* de samenleving eigenaar van de economie in plaats van een kleine groep aandeelhouders. Aangezien de economie is bedoeld als ondersteuning van het leven en de samenleving, is dit logischer dan een economie die uiteindelijk ‘eigendom’ is van aandeelhouders. De rol van de overheid is dan opnieuw een rol van ondersteuning en correctie in plaats van een opdracht van sturing en leiding.

Zoals hierboven uiteengezet, vormt deze publicatie samen met *A Relational Response to Climate Change* en *A Relational Vision: Revitalising Christian Democracy Today* een geheel aan publicaties met een eigen visie en samenhang. Samen bieden zij een coherente visie op politiek, samenleving, economie en schepping.

Deze publicatie en de voorgenoemde andere publicaties hadden niet tot stand kunnen komen zonder de samenwerking met het Jubilee Centre. Onze relationele visie is voor een groot gedeelte ontleend aan de Bijbelse inzichten over de sa-

⁹ *A Relational Vision for Europe. Revitalising Christian Democracy Today*, Matthew N. Williams.

¹⁰ *A Relational Vision for Europe. Revitalising Christian Democracy Today*, Matthew N. Williams, deel A, blz. 18 e.v..

menleving die we opgedaan hebben door samen te werken met het Jubilee Centre. Daarom willen wij het Jubilee Centre niet alleen hartelijk danken voor onze samenwerking, maar ook voor alle hulp en steun, geduld en aanmoediging die het team van Jubilee Centre ons heeft geboden tijdens ons werk aan deze publicaties. In die zin bieden deze drie publicaties een kader voor en een voortzetting van al onze eerdere gezamenlijke publicaties van het afgelopen decennium. Ze vertegenwoordigen allemaal een agenda en een aanzet voor een meer relationeel ingesteld Europa. Deze publicaties willen een nieuwe mentaliteit voorhouden aan beleidsmakers wanneer zij worden geconfronteerd met de ongelooflijke uitdagingen die we allemaal om ons heen zien¹¹.

Tenslotte bedankt Sallux dr. Stephen Backhouse en dr. Eve Poole voor hun geweldige inzet wat betreft de totstandkoming van deze publicatie en hun geduldige werk van luisteren en samenwerken met zowel het Jubilee Centre als Sallux. Wij hopen met hen dat door deze publicatie hun en onze visie op de economie zich verder kan en zal verspreiden.

We koesteren de hoop dat deze publicatie partijen en politici in de Europese christelijke politieke beweging zal aanmoedigen een helder en sensitief geluid te laten horen in economische kwesties. Partijen en politici die oog krijgen en hebben voor de behoeften van de mensen die zij dienen. Wij hopen dat deze publicatie inspiratie biedt aan allen die betrokken zijn bij de samenleving, de economie en de zorg voor de schepping. Ongeacht de uitdagingen van vandaag, zijn er manieren om te werken aan een betere en hoopvollere toekomst voor mens en economie.

11 Veel concrete onderwerpen komen aan de orde in (onder meer) A relational Agenda for Europe, Thoughtful Eating en Confederal Europe. De drie in dit voorwoord genoemde publicaties bieden zowel een kader rond deze eerdere publicaties als verduidelijking en ontwikkeling van de relationele visie voor christendemocratie, klimaat en de toekomst van onze economie. Al deze publicaties zijn verkrijgbaar via de Sallux boekwinkel of als gratis download op de Sallux website.

I. Een betere voorstelling van zaken

Het doel van deze publicatie is om een beter gemeenschappelijk georiënteerd economisch leven voor te stellen, waarin alle belanghebbenden in het bedrijfsleven worden beloond in plaats van dat enkele aandeelhouders worden bevoorrecht. Een zodanige economische koerswijziging kan en zal mensen, planeet en bedrijfsresultaten ten goede komen. Dit kan uiteraard alleen werkelijkheid worden als we ons economische verhaal van extractie omvormen in een economische realiteit waarin creatie centraal staat. De auteurs van deze publicatie hebben politiek inzicht, maar ook ervaring in economische bedrijfsvoering. Tegelijk zijn zij ook theologisch onderlegd. Dit betekent dat zij doordrongen zijn van de onderliggende verhalen die aan de basis liggen van ons economische, politieke en sociale leven. Een beschouwing van de religieuze en theologische ideeën die aan de grondslag liggen van de werking van onze instituties (ten goede of ten kwade) is noodzakelijk als we een beter voorstel willen doen voor een nieuwe vorm van economie bedrijven en ons economische beleid vorm willen geven.

Stakeholders (belanghebbenden) zijn mensen die in hun leven op de een of de andere manier door een onderneming worden geraakt door de bedrijfsvoering van de onderneming: leveranciers, schuldeisers, afnemers, consumenten, personele bezettingen, eigenaars, zelfs toekomstige generaties en anderen die in de toekomst door de bedrijfsvoering van de onderneming worden geraakt. Dit in tegenstelling tot *aandeelhouders*, een term die zich beperkt tot de (meestal anonieme) investeerders die alleen geïnteresseerd zijn in de (vaak korte termijn) winst van de onderneming waarin zij aandelen hebben.

De schepping vertelt een verhaal van zaaien, bouwen en boetseren. Het vertelt een verhaal van mensen en plaatsen die beter worden achtergelaten dan ze zijn aangetroffen. Het brengt gedachten op gang aan tuinen die worden onderhouden, families die worden gevormd, rijkdom die wordt gegenereerd en een planeet die wordt gekoesterd.

Wanneer we in deze publicatie over “creatie” spreken, hebben we het over een manier van denken en doen die gericht is op regeneratie en behoud. Scheppers maken dingen en houden ze in de gaten nadat ze tot stand zijn gekomen. Creatieve mensen brengen dingen tot leven, maken objecten en formuleren nieuwe ideeën, maar, van cruciaal belang, ze creëren ook de ruimte waarin deze zaken kunnen plaatsvinden: akkers worden ingezaaid, rivieren krijgen ruimte, steden worden gepland en instellingen opgericht. Wanneer we in deze hoofdstukken

over “creatie” spreken, bedoelen we dus zowel levensvormen en sociale ruimtes als objecten en materiële bezittingen. Het scheppingsdenken brengt nieuwe dingen tot stand, maar houdt ook in dat voorwaarden wordt gecreëerd voor het bestaan van dezelfde zaken in de toekomst. Op die manier is het denken in termen van schepping en creatie zelfvoorzienend en van lange duur. Het gaat generaties lang mee.

Het tegenovergestelde van scheppingsdenken is de gedachte van *extractie*. Verhalen over exploitatie benadrukken dat de natuur een bruikbare bron voor economische ontginning is. Land is er om te ontginnen, grond om te gebruiken, dieren en planten om te op te kweken voor een maximale opbrengst. Ook mensen zijn in de eerste plaats gebruiksvoorwerpen. De kernactiviteiten van de ontginningsmentaliteit zijn verzamelen, grijpen, gebruiken en exploiteren. Extractieve economieën richten zich op korte termijn doelen, snelle winsten en het maximaliseren van opbrengsten. Landen, plaatsen en mensen die er wonen zijn geen doelen voor geduld of langetermijninvesteringen, maar zijn in plaats daarvan bronnen die snel en efficiënt moeten worden geëxploiteerd. Mensen die ter wereld komen in samenlevingen die worden gedomineerd door de illusie van extractie, worden al vroeg geleerd zichzelf in de eerste plaats te zien als individuele consumenten.

Uitbuiting en ineenstorting

Wanneer het gaat om mensen, systemen en de aarde, als alle hulpbronnen zijn geëxploiteerd en er niets dan een lege huls overblijft, rest er niets anders dan ineenstorting. Niet alleen de natuurlijke en fysieke omgeving heeft te maken met aftakeling. Ook onze maatschappelijke structuren zijn broos en brokkelen tegelijk af. Onze waarden, onze ethische normen en onze idealen over hoe we onze wereld voor ons zouden willen zien, verschrompelen en krimpen ineen. In plaats van robuuste denksystemen die de onderling verbonden wereld in al zijn complexe glorie kunnen zien, is onze morele verbeelding verschrompeld tot een hypergeïndividualiseerde visie waarin de uiteindelijke horizon van het zinvolle leven ophoudt bij de bevrediging van het eigenbelang.

Bij extractie gaat het om exploitatie die weer leidt tot accumulatie. Een centraal kenmerk van onze exploitatie-economie is dus onder andere de concentratie van steeds meer rijkdom in de handen van steeds minder mensen. Uit gegevens voor de VS en het VK blijkt dat de afstand tussen de rijkste en de armste 10 procent sinds het midden van de jaren zeventig met 40 procent is toegenomen, wat gepaard gaat met een parallelle toename van een reeks sociale problemen. Oxfam meldt dat alleen al in het VK de vijf rijkste gezinnen rijker zijn dan de onderste 20

procent van de bevolking.¹² Dit betekent dat slechts vijf huishoudens samen meer waard zijn dan 12,6 miljoen mensen, wat toevallig ongeveer evenveel is als het aantal mensen dat in het Verenigd Koninkrijk onder de armoedegrens leeft. Uit het onderzoek van Thomas Piketty blijkt dat deze kloof van generatie op generatie versnelt door het “halo-effect” van geërfde rijkdom, waardoor het aandeel van de rijken door hun uitstekende vermogen om te investeren met de tijd exponentieel toeneemt.¹³

Ongelijkheid en wanhoop

Het probleem van de ongelijkheid heeft acute gevolgen voor de samenleving, het milieu en de economie. Het is tegenwoordig heel gewoon om overspoeld te worden met rapporten en artikelen waarin de maatschappelijke onverantwoordelijkheid van de megarijken wordt gehekeld. “Ultra-rijke Amerikanen willen dat je denkt dat hun filantropie de wereld zal veranderen. Ze moeten gewoon hun belastingen betalen”, luidt een kop in *Business Insider* boven een artikel over de sociale voordelen van een hervormd en afdwingbaar belastingstelsel.¹⁴ “The Top 1% of Americans Have Taken \$50 Trillion From the Bottom 90%-And That’s Made the U.S. Less Secure.” luidt een andere kop in een *Time* magazine rapport van de economen Nick Hauner en David Rolf.¹⁵ Hauner en Rolf schrijven het gebrek aan veerkracht van hun land bij crises toe aan het economische gedachtegoed van de natie, een reeks veronderstellingen en praktijken, die rechtstreeks hebben geleid tot “extreme inkomensongelijkheid”¹⁶ met rampzalige gevolgen. “Dat is 50 biljoen dollar die in het loonzakje van werkende Amerikanen zou zijn gestort als de ongelijkheid constant was gebleven - 50 biljoen dollar waarmee een veel grotere en welvarender economie zou zijn opgebouwd - 50 biljoen dollar waarmee de overgrote meerderheid van de Amerikanen veel gezonder, veerkrachtiger en financieel zekerder deze pandemie zou zijn ingegaan.” Het stijgende tij heeft niet alle boten omhoog geduwd. “Het heeft zelfs de meeste niet opgetild, omdat bijna alle voordelen van de groei van de afgelopen 45 jaar werden geïnd door degenen

¹² Dransfield, Sarah, “A tale of two Britains”, Oxfam Policy Paper (17 maart 2014) op <http://policy-practice.oxfam.org.uk/publications/a-tale-of-two-britainss-inequality-in-the-uk-314152>.

¹³ Dit verslag bewerkt en verwerkt materiaal dat oorspronkelijk verscheen in *Capitalism’s Toxic Assumptions* (Bloomsbury: 2015) en *Buying God* (SCM: 2018) van Eve Poole. Vgl. Thomas Piketty *Capital in the Twenty-First Century* (Harvard UP: 2014).

¹⁴ Paul Constant, *Business Insider* (9 oktober 2021).

¹⁵ Nick Hauner en David Rolf *Time* (14 september 2020).

¹⁶ Hauner en Rolf *Time* (2020).

aan de top.”¹⁷ Het zijn natuurlijk niet alleen de Verenigde Staten waar de enorme ongelijkheid een schadelijk effect heeft. “De economie heeft millennials belazerd: nu wil ze ook hun kroost”, schrijft Joel Golby in de *Guardian*, in een artikel over het dalende geboortecijfer in het Verenigd Koninkrijk als gevolg van de stijgende kosten voor kinderopvang en slechte economische vooruitzichten.¹⁸ Golby legt ook terecht een verband tussen de aarzeling van zijn generatie om gezinnen te stichten en de groeiende vertwijfeling door de dreigende ineenstorting van het klimaat. Maar ook dit kan worden toegeschreven aan de flagrante ongelijkheid. “World’s wealthiest ‘at heart of climate problem’”, zo berichtte de BBC over de bevindingen van de in het Verenigd Koninkrijk gevestigde *Cambridge Sustainability Commission on Scaling Behaviour Change*.¹⁹ De studie, gepubliceerd in 2021, stelt vast dat ‘s werelds rijkste 1% het dubbele produceert van de gecombineerde koolstofuitstoot van de armste 50% (volgens de VN). Alleen al de rijkste 5% - de zogenaamde “vervuilerselite” - droeg tussen 1990 en 2015 voor 37% bij aan de groei van de uitstoot.²⁰ Soortgelijke bevindingen komen van onderzoekers van de Universiteit van Leeds die de wereldwijde energieongelijkheid voor inkomensklassen in 86 landen onderworpen aan onderzoek. Hun rapport voor 2020 werd gepubliceerd in het tijdschrift *Nature Energy*. “Onze resultaten leggen bijgevolg een grote ongelijkheid bloot in internationale energievoetafdrukken: het verbruiksandaal van de onderste helft van de bevolking bedraagt minder dan 20% van de uiteindelijke energievoetafdrukken, wat dan weer minder is dan wat de bovenste 5% verbruikt.”²¹ De energie- en klimaatjournalist David Roberts vat het rapport goed samen: “Rijke mensen verbruiken meer energie en zijn bijgevolg verantwoordelijk voor meer broeikasgasemissies dan minder rijke mensen. En omdat de inkomens- en vermogensongelijkheid de afgelopen 40 jaar overal ter wereld is toegenomen, hebben de rijken in verhouding tot hun aantal steeds meer verbruikt. De energieongelijkheid is toegenomen samen met de inkomensongelijkheid.”²² Voor veel commentatoren komt het verband tussen een groeiende economie en een uitgeput milieu niet als een verrassing. “De planeet vernietigen en het geld verbergen is geen perversie van het kapitalisme. Het is kapitalisme” betoogt George Monbiot, in een artikel geïnspireerd door de offshore activa en de levensstijl in belas-

17 Hauner en Rolf Time (2020).

18 Joel Golby Guardian (23 september 2021).

19 Roger Harrabin bbc.co.uk (13 april 2021).

20 Peter Newell, Freddie Daley & Michelle Twena Changing our ways? Behaviour change and the climate crisis (The Cambridge Sustainability Commission on Scaling Behaviour Change: 2021).

21 Yannick Oswald, Anne Owen, Julia K. Steinberger “Large inequality in international and intra-national energy footprints between income groups and across consumption categories” *Nature Energy* 5, 231-239 (2020).

22 David Roberts “Why rich people use so much more energy” *Vox* 20 maart 2020.

tingparadijzen, blootgelegd in de *Pandora Papers*, gepubliceerd in de *Guardian*.²³ Monbiot noemt expliciet de “extractieve economie” als het vehikel waarmee de ultrarijken doorgaan met het exploiteren van gemeenschappelijke hulpbronnen en de winsten wegsluizen. De extractie-economie eindigde niet met het koloniale tijdperk, schrijft hij, “zij gaat door via grondstoffenhandelaren die samenwerken met kleptocraten en oligarchen, die met behulp van slimme instrumenten zonder betaling de hulpbronnen van arme landen inpikken”. De onttrekking gaat door “door middel van het gebruik van offshore belastingparadijzen en geheimhoudingsregimes door corrupte elites, die de rijkdom van hun land aftappen en deze vervolgens doorsluizen naar [fondsenparadijzen], waarvan het werkelijke eigendom wordt verborgen door lege vennootschappen.” Al deze rijkdom gaat ten koste van persoonlijke, sociale en ecologische ineenstorting. “Lokale ecologische rampen smelten samen tot een wereldwijde ramp. We worden gerekruteerd als consumenten en verbruikers, die onze levensonderhoudssystemen vernietigen ten behoeve van oligarchen die hun geld en moraal offshore houden.”²⁴

Accumulatie en kwetsbaarheid

De Sallux publicatie ‘A New Direction for Investment’ reflecteert op de negatieve effecten die exploitatie in Europa teweegbrengt. Hoewel de EU economisch herstel vertoont na de crash van 2008, “betekent dit herstel geen verandering van ons economisch model.”²⁵ De escalatie van klimaatverandering, migratie en ongelijkheid laat zien hoe kwetsbaar ons economisch systeem is. “Elke crisis kan het omverwerpen omdat de onderliggende fundamenteen niet zijn veranderd.”²⁶ De middenklasse zit klem tussen stagnerende lonen en stijgende kosten van levensonderhoud, terwijl tegelijkertijd de top 1% zijn rijkdom jaar na jaar aanzienlijk vergroot. Zoals analist Tim O’Reilly betoogt, zijn er in Europa, net als in de VS, in feite “twee economieën en twee regelementen.”²⁷ Degenen die rijkdom hebben, omzeilen gemakkelijk de belastingwetten en blijven leven van de opbrengsten van de kapitaalmarkten en onroerend goed (die op hun beurt een constante stroom van meer winst genereren). Een gestage stroom geld vloeit van de meerderheid naar de rijke minderheid, met dezelfde sociale en culturele problemen als in de VS en dezelfde extreme druk op het Europese landschap en milieu. Onze planeet, zo merken zij op, “heeft eenvoudigweg niet de middelen voor een economie die

23 George Monbiot Guardian (6 oktober 2021).

24 Monbiot Guardian (2021)

25 Johannes de Jong en Timo Plutschinski A New Direction for Investment (Sallux/ECPM Foundation: 2019).

26 de Jong en Plutschinski New Direction (2019).

27 Tim O’Reilly “Why Elon Musk is So Rich” www.oreilly.com (22 juni 2021).

gebaseerd is op de veronderstelling van steeds toenemende productiviteit”.²⁸ De conclusie is: “We hebben nu een economie die niet gebaseerd is op investeringen in de toekomst, maar op korte-termijnexploitatie van zowel de economie als de planeet. Wij zijn er dan ook van overtuigd dat deze op extractie gebaseerde ‘boom and bust’ economie onverenigbaar is met de noodzaak om klimaatverandering en uitsluiting te bestrijden.” Het bestaande economische paradigma werkt al niet meer in de praktijk. “Het is daarom van het grootste belang om dit paradigma en de daarmee samenhangende praktijk te veranderen.”²⁹

De groeiende aanwas van alarmerende stemmen schreeuwt niet tevergeefs. Er zijn echte problemen, veroorzaakt door aanwijsbare factoren die dringend om reactie vragen. Er is in plaats van alleen kritiek op het huidige paradigma ook een positieve oplossing voorhanden. We richten ons nu op de ‘economie van belanghebbenden’ (*stakeholder economy*) en het kapitalisme van de extractie, alvorens in te gaan op het betere scheppingsverhaal dat wordt verteld door mensen die hun bedrijf zo inrichten dat alle deelnemers er baat bij hebben.

²⁸ de Jong en Plutschinski New Direction (2019).

²⁹ de Jong en Plutschinski New Direction (2019).

II. Extractie-economie

Er zijn veel manieren om het kapitalistische experiment maatschappelijk uit te voeren. Wij zullen hierna de alternatieve mogelijkheden overwegen, maar allereerst richten wij ons op de meest dominante versie van het huidige kapitalisme: het geheel van veronderstellingen en praktijken dat wij de extractie-economie noemen.

Consument tot in de kern?

De motor van de extractie-economie is consumptie. Het consumeren van grondstoffen, materialen, land, dieren, mensen, goederen en diensten is onlosmakelijk verbonden met een economische illusie van extractie. Bovendien wordt consumptie, cruciaal voor deze economische denkwijze, geïnternaliseerd en gepersonifieerd. In een kapitalistische extractie-economie ziet de mens zichzelf niet in de eerste plaats als producent, schepper, ambachtsman of teler. We geloven allemaal dat we tot in de kern van ons mens-zijn consumenten zijn.

Maar wat is consumentisme, behalve de aankoop van goederen en diensten? Consumentisme is een houding binnen het extractiekapitalisme die vergelijkbaar is met elektrisch pulserende stroom. Consumentisme zet dit kapitalisme aan. Als extractiekapitalisme de hardware is, dan is consumentisme de software die de machine tot leven brengt. Met andere woorden, het kapitalisme is de context en het consumentisme is de dagelijkse routine ervan. Maar hoe is deze term ontstaan? Kenneth Himes zocht de etymologie ervan uit, en de evolutie van de betekenis van “klant” naar “consument”. Aangezien het woord is afgeleid van het Latijn en “verslinden, verspillen, uitputten” betekent, was de traditionele betekenis van het woord volledig negatief. Het werd zelfs gebruikt om tuberculose te beschrijven, waarbij de heldinnen van *La Boheme* en *La Traviata* beiden aan *Consumption* stierven. In de 18e eeuw daarentegen begonnen politieke economen het woord te gebruiken zonder deze negatieve lading. Het meest bekend is het gebruik van het woord door Adam Smith in zijn klassieker *Wealth of Nations* uit 1776. In dit gebruik werd een *consumer* onderscheiden van een *producer*, en werd *consumption* de tegenhanger van *productie*. Later werd het woord algemeen aanvaard als vervanging van *klant* als koper of aankoper van goederen.³⁰ Velen zien deze verschuiving van klantentaal - met zijn connotaties van relatie - naar consumententaal als de belichaming van het steeds egoïstischere en destructievere karakter van het extractiekapitalisme.³¹

³⁰ Kenneth Himes, “Consumerism and Christian Ethics” *Theological Studies* 68 (2007), blz. 132 e.v.

³¹ De relationele dynamiek van de economie worden hieronder besproken.

Stysteemconsumptie

Consumptie is een Sisyphëische taak: er komt geen einde aan. Onvoorwaardelijk geloof in de ideologie dat consumptie de primaire (of enige) wijze van menselijk bestaan is, zal zich keer op keer in de realiteit op een negatieve manier tegen ons keren. De schadelijke effecten van de extractie-economie op onze samenleving, levensbeschouwing en milieu zijn al genoemd, maar het is mogelijk om er meer te noemen. In de jaren negentig werd het tomeloze verlangen van de consument gevoed en gestimuleerd door de alomtegenwoordige beschikbaarheid van krediet, totdat duidelijk werd dat dit krediet ongedekt was en het systeem in 2008 ineens stortte.³² Natuurlijk zijn het niet alleen individuen die hier schuld aan hebben. Onvoldoende gereguleerde banken die zich met risicovolle activiteiten bezighielden, veroorzaakten de crash. Individen, banken en regeringen: overal zien we mensen en instellingen beheerst door een onderliggende filosofie van oneindige *consumptie*.

We proberen nog steeds op te krabbelen uit de misère die de beurscrash heeft achtergelaten. Één van de zaken die hieraan wezenlijk heeft bijgedragen is de opkomst van sociale media en digitale commercie in de jaren na 2008. We worden overspoeld met berichten over consumptie. Veel van deze informatie is ofwel directe reclame ofwel indirecte informatie over wat de door ons gevolgde peer groups en rolmodellen momenteel aan consumptie tot zich nemen. Dit leidt tot negatieve gevolgen voor de mentale gezondheid van tieners, die dagelijks worden blootgesteld aan onophoudelijke vergelijking met anderen via sociale mediasites op hun smartphones. De onbedwingbare verlangens van consumenten worden in onze economie beantwoord met geraffineerde merkreclame.

Omdat nieuwigheid en voldoening onverenigbaar en oneindig zijn, zorgt het consumentisme voor gegarandeerde inkomstenstromen in het systeem op de lange termijn, inkomstenstromen die waarschijnlijk exponentieel zullen toenemen, gezien de logica en dus relatieve schaarste van zowel nieuwigheid als voldoening.

Aanleg en verslaving

Zoals elke ideologie heeft de gedachte dat exploitatie en consumptie koning zijn, enige basis in de geobserveerde werkelijkheid. Een bekend onderzoek bij vervet apen (meerkatten) geeft een chemisch-scheikundige verklaring voor het feit waarom de gewoonte van consumptie zo onlosmakelijk geïntegreerd is in

³² Het onderwerp schuld wordt hieronder besproken.

menselijk gedrag.³³ De experimenten gaven aan dat hoog in de hiërarchie staande apen bijna twee keer zoveel serotonine in hun bloed hadden als lager in de hiërarchie geplaatste apen. Als de topositie van een alfamannetje werd bedreigd door een uitdager en het alfamannetje zijn positie daardoor kwijtraakte, zakte zijn serotonine level aanzienlijk, totdat hij weer in zijn oude positie terugkeerde. Dit is precies wat er gebeurt als iemand in staat is om de laatste innovatie of noviteit aan te schaffen. Wanneer mensen sociale goedkeuring ervaren door middel van een aankoop, komt er een grote hoeveelheid serotonine vrij in hun brein. Uiteraard is dit verslavend. Op het moment dat hun ‘toppositie in consumptie’ bedreigd wordt, geraken mensen dus net als de vervet apen serieus in een letterlijke ‘depressie’. Het is dat ook absoluut niet verwonderlijk dat sociale media een negatief effect hebben op onze mentale gezondheid. Facebook kan in de realiteit gelijkgesteld worden aan een groep vervet apen. Er is een constante feedback loop gaande van elkaar wel of niet bevestigen in elkaars sociale status. Deze rusteloosheid wordt nog verder versterkt door de constante geluidsmeldingen van de huidige smartphones. Als we geen directe bevestiging ontvangen, overkomt ons het hetzelfde als een sociaal uitgerangeerde aap: we raken bezorgd om onze sociale status. Met de alomtegenwoordigheid van sociale media, heeft nieuwe data heeft helder licht laten vallen op de effecten van sociale media op jongeren.³⁴ Veel scholen doen de smartphone in de ban. In Frankrijk, een totaal verbod op het gebruik van mobiele telefoons op primair en secundair onderwijs werd van kracht in September 2018. In de voorzichtigheid van de Fransen bleek een vooruitziende blik te schuilen, gegeven de uitlatingen van Facebook klokkenluider Frances Haugen over de schadelijke effecten van de sociale media producten waaraan Facebook (en ook zusterbedrijf Instagram) ook hun zeer jonge gebruikers willens en wetens blootstellen.³⁵

Feedback loops

Sociale media (bijna uitsluitend gebruikt via smartphones) zijn de belangrijkste bron van berichten die primair gericht zijn op het bereiken van de consument. Bovendien kan deze modus het verlangen om te consumeren overprikkelen vanwege het effect van deze technologie op ons dopaminelevel. Wat de “liketechnologie” in ons brein teweegbrengt, is een explosie van het aantal “vergelijkingsgebeurtenissen”, zodat we ons nu regelmatigiger dan vroeger bewust zijn van hoe we

³³ M.T. McGuire en M.J. Raleigh “Serotonin-behavior interactions in vervet monkeys” *Psychopharmacol Bulletin* 21 (3), (1985) blz. 458-63.

³⁴ Jean M Twenge “Have Smartphones Destroyed a Generation?” *The Atlantic* (September, 2017).

³⁵ Dit onderwerp is breed in het nieuws geweest. Zie bijvoorbeeld “Facebook whistleblower warns UK and EU to do more to control online harm” (9 November 2021).

sociaal gesitueerd zijn tegenover anderen in onze zelfgekozen sociale groepen. Als we meldingen hebben geactiveerd op onze telefoon, worden we telkens geïnformeerd wanneer er interactie plaatsvindt in onze sociale groep. Als iets wat we doen positieve feedback oplevert (views, likes en comments) voelen we ons goed en willen we telkens deze ervaring herhalen om ons in de toekomst opnieuw fijn te voelen. Het is deze positieve feedback lus, gevoed door dopamine, die zo ontzettend problematisch is, want hoewel dopamine betrokken is bij “leuk vinden”, is de eigenlijke functie van dopamine het stimuleren van onze wil; om ons te motiveren in de toekomst positieve dingen te blijven zoeken.³⁶ Onze psychologische neiging om bevrediging te zoeken via consumptie, bedoeld om positieve sociale versterking aan te trekken, wordt dus aangemoedigd door onze lichaamschemie. Dit betekent dat sociale media voor consumentisme zijn wat consumentisme is voor kapitalisme, en deze drie samen binden ons samen in een maalstroom van verlangens die tragisch genoeg voorbestemd is om ons nooit tevreden te stellen.

Een nieuwe kijk op consumptie

Een beter verhaal vertellen dan extractie vereist een nieuwe kijk op consumptie. Maar als chemie, psychologie en antropologie de onvermijdelijkheid van consumptie lijken te onderschrijven, is het dan realistisch om te proberen te vechten tegen deze realiteit van het maatschappelijke leven? Er hangt een zweem van fatalisme over het fenomeen consumentisme vanwege de manier waarop het door sociale wetenschappers wordt geanalyseerd en beschreven. De economische modellen die zij gebruiken, gaan ervan uit dat de uitkomsten over het algemeen voorspelbaar zijn, gebaseerd op prestaties uit het verleden. Maar dergelijke modellen moeten altijd met argusogen worden bekeken wanneer ze betrekking hebben op mensen en niet op machines. In de economische theorie gaat het dan om de klassieke verwarring tussen wat “positieve” en “normatieve” economie wordt genoemd. Positieve economie is grotendeels beschrijvend (“8 van de 10 katten geven de voorkeur aan Whiskas”), terwijl normatieve economie normatief is (“alle katten zouden - of zullen - de voorkeur geven aan Whiskas”). Het is normaal geworden de twee te verwarren door aan te nemen dat wat is ook zou moeten *zijn*. Veel commentatoren zijn bezorgd dat dat deze gewoonte – naast dat het een vergissing is – ook leidt tot morele aftakeling. Als onderzoek laat zien dat de meeste liegen, kan daaruit dan niet geconcludeerd dat het ‘normaal’ is om dat te doen en dáárom ook geen slechte gewoonte is.

Dit soort hardnekkig deterministisch denken wordt, vooral in groepsverband,

³⁶ K.C. Berridge en T.E. Robinson “What is the role of dopamine in reward: hedonic impact, reward learning, or incentive salience?” *Brain Research Reviews* 28, (1998) blz. 309-369.

natuurlijk suggestief. Het normaliseert namelijk gedragingen zodanig dat opnieuw doordenken niet langer nodig lijkt en “iedereen doet het” een universele rechtvaardiging wordt. Afgezien van het voor de hand liggende probleem dat de toekomst onbekend is, is het idee dat de toekomst - en de menselijke activiteit daarin - met vertrouwen kan worden voorspeld aan de hand van het verleden een onzinnig advies en ontkent het de vrije wil.

Verworden instincten

Hersenchemie en ingesleten sociale gewoonten beschrijven het “waarom” en “hoe” van bepaalde gedragpatronen, en verklaren voor een groot deel de innerlijke werking van verschillende kapitalistische projecten. Wat deze verklaringen echter niet kunnen doen, is ons vertellen of deze instincten (hoewel ze natuurlijk zijn) *goed* zijn en ze kunnen ons niet vertellen welke wegen we in de toekomst moeten bewandelen. Er zijn veel menselijke gedragingen die voor individuen natuurlijk zijn, maar die wij als beschaving hebben besloten te beteugelen, in te perken of te heroriënteren in het belang van het bloeiende geheel. Het is tijd om hetzelfde te doen met consumptie. Wij stellen hier dus met klem dat het consumentisme vatbaar is voor verandering, omdat mensen hun gedrag kunnen veranderen en consumentisme een menselijk verschijnsel is. Daarnaast is consumentisme ingebed en (deels) het gevolg van een systeem dat veranderd kan worden.

Schuld en de monetarisering van het leven

Wij hebben het consumentisme beschreven als de motor van de extractie-economie. De vruchten van deze ideologie van ongebreidelde consumptie als doel op zich zijn niet moeilijk te zien. De wereld ligt bezaaid met de verdorde schillen van mensen, dieren, plaatsen en dingen die in de eerste plaats worden gezien als middelen om onze consumptieve verlangens te bevredigen. Consumptie zonder remmen leidt tot ineenstorting. Maar daarvoor draagt het ook bij aan een vaak over het hoofd geziene basis van de moderne economische praktijk: *schuld* die wordt geherformuleerd als een monetair doel op zich in plaats van een middel om een goed doel te bereiken, een herformulering die bekend staat als *financialisaton*.

De econoom Dirk Bezemer gebruikt zijn geboorteland Nederland als een microkosmisch voorbeeld van een grotere trend die geldt voor alle westerse kapitalistische economieën.³⁷ De Nederlandse economie heeft een van de hoogste private

³⁷ Dirk Bezemer en Lans Bovenberg *In essence Economy is about life* (Sallux: 2018).

schuldenlasten ter wereld, met als belangrijke reden het relatief gemakkelijke hypotheekstelsel voor het kopen van huizen. Het land heeft ook een eeuwenoude financiële sector, waarin schulden worden geproduceerd en verhandeld. Recente schuldencrisis hebben de natie dus “hard getroffen”. Bij het onderzoeken van de rol die schuld speelt in de cultuur van zijn land, begint Bezemer met de vooronderstelling dat “alle financiële middelen vormen van schuld zijn, en dat schuld de neerslag van een relatie is”.³⁸ Schuld, zo stelt hij, is de belangrijkste vernieuwing in onze economische ontwikkeling, die voortkomt uit de praktijk van het universaliseren van interacties die ooit intrinsiek persoonlijk waren.

Historisch gezien maakt de formalisering van schuld door middel van symbolen (schuldbekentenissen, “obligaties” genoemd) het mogelijk dat deze symbolen (op kleitabletten, kerfstokken, papier of metaal) worden overgedragen buiten de relatie schuldeiser-schuldenaar waarin zij zijn ontstaan. De symbolen van de band tussen personen konden dan gaan circuleren als betaalmiddel op zich. Aldus de uitvinding van het geld. “En met geld,” merkt Bezemer op, “ontstaat de schuld in financiële zin.” Met geld kunnen schuldtransacties de persoonlijke relationele context waarin de schuld oorspronkelijk bestond, omzeilen. “Financiële schuld is een instrument dat economische activiteit mogelijk maakt.”³⁹

Het einde van de schuld

Iedereen die deelneemt aan de geldeconomie is afhankelijk van dit schuldinstrument. In een geldeconomie is schuld niet optioneel. Maar hoewel de praktijk er hetzelfde uitziet, kunnen de doelen, of het gebruik, waarvoor schuld wordt aangegaan sterk verschillen. Schuld kan productief zijn. Omdat de totale hoeveelheid geld wordt bepaald door de bereidheid van twee partijen om nieuwe schuldrelaties aan te gaan (met de geldsymbolen van deze relaties als betaalmiddel) gaat het er niet altijd om dat de ene partij geld spaart om het aan een andere partij te kunnen uitlenen. Dit is herverdeling, waarbij de totale hoeveelheid geld gelijk blijft. In plaats van herverdeling van een statische hoeveelheid geld, is het voor een toename van de totale hoeveelheid geld nodig om nieuwe schuldbekentenissen te creëren. Tegenwoordig vindt de uitgifte van nieuwe schuldbekentenissen plaats via banken. Wie bij een bank geld leent, hoeft niet eerst te wachten tot een ander elders genoeg geld heeft gespaard om het uit te lenen. De bank verhoogt gewoon het bedrag op het banksaldo. Zij creëert geld, en wordt daarom een geldscheppende, of monetaire instelling genoemd. Volgens Bezemer, als banken niet op deze manier geld zouden scheppen, “zou de hoeveelheid geld niet toenemen

³⁸ Bezemer en Bovenberg Essence, blz. 9.

³⁹ Bezemer en Bovenberg Essence, blz. 10.

en zou de economie (strikt genomen) niet groeien, aangezien economische groei een toename is van het aantal transacties.”⁴⁰ Dit nieuw gecreëerde geld betaalt voor nieuwe activiteiten, nieuwe producties, meer goederen en meer diensten.

Tot zover is schuld productief. Maar hetzelfde verschijnsel - “schuld” - kan worden gebruikt voor andere doeleinden en vanuit tegengestelde motivaties. Schuld is heel anders wanneer zij hoofdzakelijk wordt gebruikt voor consumptie in plaats van voor productie. Als we de contrasterende figuren van de ondernemer en de huisvader als voorbeeld nemen, merken we op dat een ondernemer die leent om in haar nieuwe onderneming te investeren, vervolgens winst kan maken waaruit haar schuld kan worden betaald. Een huiseigenaar die leent voor consumptiegoederen creëert daarentegen geen inkomen voor zichzelf. Beiden hebben zich in de schulden gestoken. Maar beiden staan niet op gelijke voet. Kortom, er zijn goede en slechte schulden. “Een toename van schulden, zonder een toename van inkomsten om de schuld af te betalen, is gevaarlijk.”⁴¹

De betekenis van schuld

Elke vermelding van “goed” of “slecht”, “nuttig” of “gevaarlijk” begeeft zich op het terrein van de ethiek. Waarden vormen het kader waarbinnen elke handeling of beslissing vermijdbaar of wenselijk wordt gemaakt. Maar hier wringt de schoen, want wat “goed” is, impliceert een morele beslissing over de uiteindelijke zin en het doel van het bestaan, een beslissing die zeer omstrepen is. Als het gaat om geld als schuldinstrument is het opmerkelijk dat de meest dominante stem in het gesprek over de zin en het doel ervan zo luid is dat de meesten van ons hem helemaal niet horen. In plaats van het te zien als een van de vele betwiste verhalen, zijn we geneigd aan te nemen dat het de neutrale achtergrondruis is, of de onzichtbare steiger van onze financiële gesprekken. Ons moderne economische discours is zo gewend aan deze stem dat we, wanneer we het hebben over het doel van geld, vaak niet inzien hoezeer wat geld over zichzelf zegt onze verbeelding heeft veroverd.

Ook hier kunnen we Nederland als voorbeeld nemen. De schuld van Nederlandse bedrijven en huishoudens is nu meer dan twee keer zo groot als het BBP en is in de afgelopen kwart eeuw meer dan verdubbeld⁴². Internationaal gezien staat Nederland in de top van landen met de hoogste schulden. Maar Nederland staat

⁴⁰ Bezemer en Bovenberg Essence, blz. 10.

⁴¹ Bezemer en Bovenberg Essence, blz. 13.

⁴² Private schulden in Nederland per einde 2022: 224% van BBP (Bron: CBS ‘Macro-economisch scorebord’ gewijzigd op 11-01-2023)

niet alleen. Dit is een wereldwijde trend. De mensheid is ‘gefinancierd’. Voor Bezemer is *financialisering* “de voortgaande doordringing van het financiële motief in de samenleving”.⁴³ Met andere woorden, financialisering is wat er gebeurt wanneer keuzes die van nature niet financieel zijn, worden gemaakt op basis van financiële overwegingen. Denk bijvoorbeeld aan de woningbouwvereniging die aanvankelijk werd opgericht om kwaliteitswoningen te bouwen, maar waarvan het bestuur het grootste deel van zijn tijd en energie besteedt aan het beleggen in aandelen. Of denk aan de jongere wiens beslissing om een bepaald vak aan de universiteit te studeren niet wordt bepaald door haar aanleg, talenten of passies, maar door de verwachting van een inkomen na haar afstuderen. Een inkomen, dat zal worden gebruikt om de schuld van haar studielening af te lossen. Mensen kopen huizen en auto’s niet op basis van de kwaliteit van de artikelen en of ze voldoen aan hun levensbehoeften, maar in plaats daarvan op basis van hoeveel de bank bereid is te lenen om deze artikelen te kopen. Bedrijven die anders zouden kunnen bestaan om zinvol werk en productie te verrichten, worden geleid door managers die zich uitsluitend bezighouden met winst en aandelenkoersen. “In een op geld gebaseerde economie is schuld overall, maar dat betekent niet dat schuld en geld allesbepalend zouden moeten zijn.”⁴⁴ Het herkennen van en weerstand bieden tegen deze financialisering is een van de noodzakelijke instrumenten voor de nieuwe verhalenverteller. Een deel van het betere verhaal over economie vertellen is onszelf eraan herinneren dat economie meer is dan geld.

Meer dan geld

Inzicht in het verhaal van geld als schuld, en schuld als functie van relatie, helpt ons duidelijk te herkennen wat de meeste mensen als vanzelfsprekend beschouwen. Schuld bestaat binnen de context van relaties, want schuld is altijd schuld van de ene partij aan de andere (of ze elkaar nu kennen of niet). Zoals Bezemer opmerkt, heeft schuld een tweezijdig karakter, “en geld, omdat het een vorm van schuld is, dus ook.”⁴⁵ Dit relationele perspectief helpt ons beter na te denken over de rol van schuld in de economie, en over wat er gebeurt als een economie gebaseerd op schuld onttaardt in een gefinancierde economie. Net als relaties kan schuld zowel constructief als destructief zijn. Als het doel van de schuldrelatie eenvoudigweg wordt gerechtvaardigd als het verwerven van meer geld (wat zelf een schuldrelatie is), bezwijkt zij onder haar eigen zelf-referentiële gewicht en kan zij niets anders creëren dan meer van zichzelf. Maar als alternatief kan de schuldrelatie ook goederen en diensten voortbrengen die inkomsten genereren,

⁴³ Bezemer en Bovenberg Essence, blz. 15.

⁴⁴ Bezemer en Bovenberg Essence, blz. 15.

⁴⁵ Bezemer en Bovenberg Essence, blz. 16.

inkomsten die dan deels voor de schuld en deels voor andere goederen en diensten kunnen worden gebruikt. Een lening aan een ondernemer voor de productie van zonnepanelen zal heel andere gevolgen hebben dan een lening aan een consument om zijn creditcards af te betalen.

De moraal van het geld

Het is belangrijk op te merken dat schuld en geld moreel niet “neutraal” zijn. Het zijn niet slechts passieve instrumenten die we kunnen controleren en gebruiken zonder gevolgen. Geld in een geldeconomie is onbeperkt. Op dezelfde manier waarop “consumptie” oneindig is, is geld, als het zichzelf als ‘het goede’ mag definiëren, onverzadigbaar. In tegenstelling tot bijvoorbeeld bakstenen of aardappelen, is er altijd vraag naar geld, en, in bredere zin, naar schuld. “Dit is heel concreet,” schrijft Bezemer. “Probeer maar eens tien mensen te vinden die serieus menen dat ze nu genoeg geld hebben en die het ook echt weigeren als je ze het aanbiedt. Waarschijnlijk lukt je dat niet. Het is daarentegen goed mogelijk om tien mensen te vinden die een kilo aardappels zullen afslaan.”⁴⁶ Dezelfde onverzadigbaarheid geldt ook voor schulden. Mensen zullen hardnekkig meer en meer lenen (en heel snel te veel) als ze de kans krijgen, dat wil zeggen als er geen regelgeving is om het te beperken.

De dominantie van de financialisering in de afgelopen drie of vier decennia is het gevolg van het veranderende waardenkader van een verbeelding die zich goederen naast het geld voorstelt, naar een wereldbeeld dat moeite heeft om alles effectief te waarderen behalve datgene wat in geld kan worden uitgedrukt. In de praktijk heeft, zoals we hierboven hebben gezien, de deregulering van de financiële markten vrij spel gegeven aan financiële innovatie, waardoor nieuwe financiële producten (in werkelijkheid gewoon nieuwe vormen van schuld) nieuwe gebieden van de economie en de samenleving konden overspoelen. Bezemer somt nog enkele andere voorbeelden op: investeringen door huishoudens in de aandelenmarkt, leningen om te studeren of te consumeren, hypotheekschulden van vier of vijf keer het inkomen en de sterke groei van het gebruik van indirecte financiële producten (derivaten) in zowel de openbare als de particuliere sector zijn allemaal tastbare uitwerkingen van het financialiseringsverhaal.⁴⁷

Zoals Bezemer opmerkt, als geld een neutraal instrument zou zijn, zou dit geen effect hebben op onze opvattingen over wat dat goede leven is. Maar met de financialisering “voelt iedereen wel aan dat geldelijke maatstaven de neiging

⁴⁶ Bezemer en Bovenberg Essence, blz. 19.

⁴⁷ Bezemer en Bovenberg Essence, blz. 20.

hebben zingevend te worden en dus als einddoel gezien worden.”⁴⁸ We moeten aan onszelf betere verhalen over onszelf vertellen om het goede potentieel van schuld te behouden. De hoeveelheid schuld in een economie, en de manier waarop schuld wordt gebruikt, is niet alleen een kwestie van vraag en aanbod, van rente en waardepapieren, maar ook van waarden. We kunnen dus waardeoordelen vellen over schuld; het is zelfs onmogelijk om niet over schuld te spreken zonder waardeoordelen te vellen, of we dat nu weten of niet. In alle geld, schuld en economische praktijk zijn waarden niet slechts een optie; zij zijn inherent.

Praten over goederen, doel en uiteindelijke betekenis leidt ons onverbidlijk tot een diepere discussie over het hervertellen van het verhaal van de economie. Het fenomeen van geld als schuldinstrument, schuld als vorm van consumptie, en de financialisering van alle waarden is onlosmakelijk verbonden met de bredere discussie over het frame van extractiekapitalisme waarin deze waarden worden uitgewerkt. Dit frame wordt bepaald door een aantal toxische aannames, met name het relatie- en verantwoordelijkheids-ondermijnende instrument van de gemaximaliseerde aandeelhouderswaarde.

Ontwerpfouten

Moderne psychologische theorieën zoals de Pyramide van Maslow bieden een academische versie van wat verschillende wijsheidstradities altijd al wisten: dat we allemaal op een spirituele reis zijn. Het kapitalisme weet dit ook, en het moderne consumentisme is net zo geobsedeerd door zin en doel als wij. En daarom kunnen we onze aannames en praktijken opnieuw bekijken en er een nieuwe voorstelling van maken. Terwijl de extractie-economie voorrang heeft gegeven aan aandeelhouderswaarde, ruimte gevend aan meedogenloze winstbejag en parasitaire groei, weten meer verlichte versies van het kapitalisme en daarbij horende organisaties dat dit gedoemd is te mislukken. Er zijn geen klanten op een dode planeet. Alleen organisaties die een middenweg vinden tussen planeet en winst zullen uiteindelijk overleven, en hoewel het een langzaam proces is, is er een trage ommekeer. Andere eigendomsstructuren, veranderingen in bestuur en aansprakelijkheid, de duurzaamheidsagenda en een groeiend bewustzijn van externe factoren en mondiale risico's spelen allemaal hun rol, en consumenten helpen dit proces voort te duwen door in toenemende mate burgerschap te eisen van de merken die zij steunen. We zullen deze alternatieve kapitalistische praktijken voor de extractie-economie hieronder onderzoeken, maar eerst moeten we deze vorm van kapitalisme (die gegarandeerd wordt door consumentisme), ontrafelen.

⁴⁸ Bezemer en Bovenberg Essence, blz. 21.

Onze huidige acceptatie van de consumentenmentaliteit verzekert de voortzetting van het extractiekapitalisme. Het is de logica die het systeem in stand houdt, door een voortdurende vraag te genereren die steeds nieuw aanbod nodig heeft. Zolang er organisaties zijn die geïnvesteerd hebben om aan deze vraag te voldoen, zullen zij gestimuleerd worden om al het mogelijke te doen om deze onderlinge afhankelijkheid te bevorderen. Maar het extractiekapitalisme dat door de consumentisme is opgebouwd, heeft een aantal ernstige ontwerpfouten.

Belangrijkste kenmerken en aannames van het huidige kapitalisme

De belangrijkste kenmerken en aannames van het soort kapitalisme dat wij voor ogen hebben, kunnen kort worden beschreven: Ten eerste gaat het hele systeem uit van **concurrentie**, omdat mensen daardoor meer hun best gaan doen. Dit verbetert de kwaliteit van de markt mettertijd, omdat organisaties met elkaar wedijveren om marktaandeel en mensen om banen. Technologiebedrijven blijven deel van dit spel door betere producten te ontwerpen dan hun rivalen. Supermarkten adverteren met prijsverlagingen. En ambitieuze managers halen een MBA om een voorsprong te hebben op de arbeidsmarkt. Dit is concurrentie die de markt verbetert. Deze wirwar van concurrerende activiteiten wordt aan de top gecoördineerd door de zogenaamde “**onzichtbare hand**”. Deze werkt onmerkbaar en brengt wereldwijd miljarden klanten en producenten bij elkaar en stemt vraag en aanbod op elkaar af, zodat alles over het geheel genomen goed gaat. Wat een chaotische puinhoop zou moeten zijn, wordt op de een of andere manier opgelost in gelukkige klanten en stijgende winsten, ten gunste van de samenleving als geheel. En het grootste idee van allemaal is dat we alleen maar egoïstisch hoeven te zijn om dit proces in goede banen te leiden. Zoals Adam Smith zei: “Het is niet de welwillendheid van de slager, de brouwer of de bakker dat we ons eten verwachten, maar hun aandacht voor hun eigenbelang”.⁴⁹ **Het maximaliseren van ons eigen nut** bij elke transactie die we doen, laat de onzichtbare hand vrij om zijn werk te doen. Terwijl wij voor onszelf zorgen, lost zij alles voor ons op in het systeem als geheel. De manier waarop de onzichtbare hand dit doet, is via **de marktprijzen**. De prijs van iets werkt als een signaal om mensen die dingen willen kopen en mensen die ze willen verkopen bij elkaar te brengen. Lage prijzen trekken meer klanten aan, terwijl hoge prijzen de vraag beperken tot een kleinere kring. Zo zijn alledaagse artikelen zoals tandpasta goedkoop en gemakkelijk verkrijgbaar, terwijl producten die zeldzaam zijn, zoals oude meesters of vintage champagne, een hoge prijs hebben. Prijsveranderingen beïnvloeden het koopgedrag, doordat ze producten meer of minder aantrekkelijk maken. Mits de

⁴⁹ Adam Smith *Wealth of Nations*, boek 1, hoofdstuk 2.

overheid het toelaat, gebruiken markten de eb en vloed van de prijzen om vraag en aanbod te reguleren.

Binnen het systeem vormen mensen organisaties om welvaart te genereren door goederen en diensten te produceren. De meeste van hen vormen bedrijven die eigendom zijn van aandeelhouders die het geld hebben verschaft om ze op te richten. Deze eigenaren nemen mensen in dienst als hun vertegenwoordigers (agents (personeel)), om voor hen te werken. Maar omdat de markt het beste werkt wanneer we allemaal onze eigen doelen nastreven, bestaat het gevaar dat de belangen van de eigenaren en hun werknemers uiteenlopen, omdat ieder zijn eigen nut probeert te maximaliseren. Dit belangenconflict wordt **Agency Theory genoemd**, en betekent in feite dat veel HR-beleid erop gericht is werknemers te stimuleren in het belang van de eigenaren te werken. De meeste van deze bedrijven zijn opgezet volgens het juridische concept van “**beperkte aansprakelijkheid**”. Dit betekent dat het enige wat de eigenaars kunnen verliezen als het bedrijf failliet gaat, het geld is dat zij er oorspronkelijk in hebben geïnvesteerd. Dit beschermt de eigenaars tegen eventuele nadelen, wat mensen aanmoedigt om te investeren. Deze stroom van nieuw kapitaal is de levensader van de markt, en is van vitaal belang om de raderen van de markt voortdurend draaiende te houden. Omdat de belangen van de aandeelhouders zo belangrijk zijn, draait de bedrijfsstrategie tegenwoordig om de beste manier om **de aandeelhouderswaarde te maximaliseren**. Dit betekent dat de koers van het aandeel hoog moet worden gehouden. Organisaties gebruiken deze barometer om doelstellingen voor het personeel vast te stellen. Veel organisaties kennen hun leidinggevend personeel aandelen toe om ervoor te zorgen dat de koers van het bedrijf hen altijd na aan het hart ligt.

Schadelijke veronderstellingen van het huidige kapitalisme

Tot zover lijkt alles te kloppen. Maar als je inzoomt op een van deze stevige fundamenten (aannames), blijken ze veel minder stevig dan gedacht. Om het systeem veilig te laten aanvoelen, worden de regels van de markt vaak neergezet als fundamentele natuurwetten, die in de loop der tijd niet veranderen. Maar zelfs de wetenschappelijke waarheid ligt niet zo vast. In de wetenschap wordt een tijdelijke hypothese altijd gezien als een noodzakelijk middel voor vooruitgang. Een hypothese leidt tot een theorie die wordt aangehouden totdat er bewijs opduikt dat haar weerlegt. Maar economen werken anders dan de meeste wetenschappers. Economie als wetenschapsdiscipline is het slachtoffer geworden van haar poging om geloofwaardig over te komen. Ze is verkleefd aan het verleden. Dit zorgt ervoor dat ze nu moeite heeft om de feiten van vandaag bij te houden en te verwerken in haar economische theorieën. Extractiekapitalisme bestaat bij gratie

van deze volgende zeven ideeën. Hoewel het kapitalisme door de jaren heen goed heeft gewerkt, zijn deze ideeën toxisch. Ze hebben lang gewerkt, maar nu zien we dat ze ons ook kwaad gedaan hebben.

Ten eerste, concurrentie, de spil van het hele systeem. In plaats van concurrentie als standaard, pleiten speltheoretici en wiskundigen voor samenwerking als primaire strategie. Dit levert betere resultaten op. Terwijl in een oorlog winnen tegen elke prijs noodzakelijk is om te overleven, willen bedrijven in het bedrijfsleven lange termijn relaties met klanten en leveranciers aangaan. Bedrijven die transacties behandelen als duels die vroeg of laat moeten worden gewonnen of verloren, floreren niet, omdat hun merk reputatieschade oploopt en de markt hen uiteindelijk wegstemt. Samenwerking en het delen van informatie vermindert juist verspilling door dubbel werk. Daarnaast vergroot het de omvang van de taart, in plaats van het debat te beperken tot discussies over de beste manier om de taart op te delen. En concurrentie is niet alleen wiskundig twijfelachtig, het is ook seksistisch. Terwijl de mannelijke vecht-of-vluchtфизиologie concurrentie in de hand werkt, vooral in uitdagende omgevingen, wordt voorbijgegaan aan de rol die de vrouwelijke fiziologie kan spelen. Onderzoek bij vrouwelijke proefpersonen wijst op een heel andere fysiologische respons, die “tend and befriend” wordt genoemd (zie Taylor *et al*, 2000)⁵⁰. Bij stress zorgt deze respons voor zorgzaamheid en het versterken van sociale banden. Verslaafd zijn aan concurrentie kan dus in feite de neiging tot suboptimale resultaten versterken, in de hand gewerkt door de normen van een traditioneel mannelijke bedrijfsomgeving.

Ten tweede de ‘Onzichtbare Hand’ is slechts een optimistische mythe. Het biedt een geruststellende, maar onjuiste rechtvaardiging voor eigenbelang. Hoewel orde vaak voortkomt uit chaos, is er geen bewijs dat dit altijd naar het goede neigt, en zeker niet voldoende om het vertrouwen van de samenleving in de Onzichtbare Hand te rechtvaardigen. Troepen vogels en scholen vissen ontstaan misschien organisch in de natuur, maar troepen vogels vliegen in straalmotoren en scholen zwemmen in de bek van haaien. De menigte is soms verstandig, maar niet altijd. Door de zaken over te laten aan de Onzichtbare Hand wordt de markt in feite scheefgetrokken ten gunste van de sterken en de machtigen in de samenleving. Zij hebben een grotere stem in de markt door middel van hun geld. Dit maximaliseert hun nut, maar is niet per se in het belang van de samenleving of de wereld in het algemeen.

⁵⁰ Taylor, S.E., Klein, L.C., Lewis, B.P., Gruenewald, T.L., Gurung, R.A. en Updegraff, J.A., 2000. Biobehavioral responses to stress in females: tend-and-befriend, not fight-or-flight. *Psychological review*, 107 (3), p.411.

Ten derde; het idee dat “utiliteit” (nuttigheid) of de mate waarin iets bruikbaar is of voordeel oplevert, de beste manier is om de doeltreffendheid en de moraliteit van de markt te meten, werkt alleen als de zogenaamde Onzichtbare Hand echt bestaat. Dit komt omdat het concept leeg is - nuttig voor wat en voor wie? En wat gebeurt er als jouw voordeel mij benadeelt? Als er geen garantie is dat egoïstisch gedrag van het individu in algemene zin altijd een goede uitkomst oplevert, kan een systeem dat op dit denken is gebaseerd niet moreel zijn, tenminste niet zonder bijsturing. En het soort tussenkomst die hiervoor nodig is - overheidsinterventie en inperking van vrijheden - is precies wat de traditionele economische wetenschap probeert te vermijden. Dit zou namelijk de goede werking van de markt verstoren, en snel ‘te politiek’ worden⁵¹.

Zelfs als het nuttigheidsdenken zeer overtuigend zou zijn, is het idee dat de economische mens een rationeel handelende persoon is, uiterst optimistisch. We zijn allemaal onderhevig aan irrationele driften, of het nu veroorzaakt wordt door groepsdruk, emoties of onze psychologische structuur. Ervan uitgaan dat we allemaal robots zijn, leidt alleen maar tot verwarring over de werking van de markt, en verwarring over hoe we deze het beste kunnen laten floreren.

Ten vierde is de veronderstelling dat het prijsmechanisme, als het aan zijn lot wordt overgelaten, een bepaald evenwicht zal bereiken, nonsens. Het negeert de wisselwerking tussen vraag en aanbod, en de mogelijkheid om zowel vraag als aanbod te manipuleren. We zien manipulatie door kartels die het aanbod van activa (zoals olie of diamanten) controleren. En ouders bezwijken voor het ‘smeken’ van de enthousiaste kinderen om het nieuwste “must have”-artikel van plastic voor Sinterklaas. Niet alleen wordt het historische debat over rechtvaardige prijzen en redelijke winsten totaal genegeerd in deze denkwereld, maar tegelijk worden hierin ook de vragen over kostendeling genegeerd. Dit verdoezelt een zeer belangrijk debat over verborgen kosten of ‘externaliteiten’, zoals de maatschappelijke kosten van drinken of roken, of de kosten van vervuiling. In een tijdperk waarin de grenzen van groei ook voelbaar beginnen te worden, is het van wezenlijk belang dat dit debat over de inbedding van de markt in onze reële wereld niet wordt genegeerd. Kabeljauw verdween in 1992 van Newfoundland, en de planeet raakt steeds verder uitgeput naarmate de tijd doorgaat.

Ten vijfde, valt er veel af te dingen op de ‘Agency Theory’. Het oorspronkelijke idee van Adam Smith over de verschillende belangen van eigenaren en werknemers heeft rampzalige gevolgen gehad. Het gaat namelijk uit van negatieve

51 N.B. dit onderstreept het belang van goede representatieve democratie in het denken over economie (Red.)

psychologie. Zo is HR-beleid dat bij voorbaat uitgaat van recalcitrante werknemers gemeengoed geworden. Hierdoor wordt het vermogen van organisaties om menselijk potentieel te ontsluiten op verschillende manieren beperkt. Afgezien van, de misschien wel te rechtvaardigen praktijken van het stellen van doelen en het bijhouden van uren, vinden te veel werkgevers het volkomen normaal om zodanige controledrang uit te oefenen op hun personeel, dat de menselijke waardigheid in het geding komt. Erger nog, het wordt gebruikt om de desastreuze alomtegenwoordigheid van ‘executive shareholding’ te rechtvaardigen, in een poging om de bedrijfstop op een lijn te krijgen met de (belangen van) aandeelhouders. Deze praktijk, hand in hand met de gedachte van de suprematie van de aandeelhouder, heeft bedrijfsstrategieën hardnekkig korte-termijn gefocust en controlerend gemaakt.

Ten zesde, de overgrote meerderheid van ondernemingen in de VS en Europa gebruikt een bedrijfsmodel met beperkte aansprakelijkheid (in het Verenigd Koninkrijk is dit percentage 98%). Dit model kan uiterst riskante effecten te weegbrengen. In een wereldeconomie zal de veerkracht van het systeem altijd afhangen van diversiteit van modellen. Dit specifieke model institutionaliseert moreel risico en speelt een steeds onverantwoordelijker wordende aandeelhouderscultuur in de kaart. Bestuurders en directies met aandelen kunnen zich veroorloven enorme risico’s te nemen, juist omdat zij vrijwel altijd niet persoonlijk aansprakelijk zijn voor schulden en alleen de waarde van hun aandelenbezit kunnen verliezen.

Ten zevende heeft het geloof in de suprematie van de aandeelhouder meer te maken met een geromantiseerd ideaal over de aard van het aandeelhouderschap dan met de werkelijkheid. Afgezien van de uiterst beperkte juridische betekenis waarin aandeelhouders daadwerkelijk bedrijven “bezitten”, maken moderne patronen van aandeelhouderschap en handel de “aandeelhouder” tot een nogal bizar concept. De gemiddelde tijd dat een aandeel in bezit is? Elf seconden, dankzij hoogfrequente geautomatiseerde handel. En de snelheid van deze handel? Een menselijk oog heeft minstens 100 milliseconden nodig om te knippen, maar het duurt minder dan een tiende van die tijd voor een transactie om tussen Chicago en New York te reizen.⁵² Vasthouden aan de romantische fictie dat de aandeelhouder een vriendelijke oude man is die het bedrijf heeft opgericht en een liefdevol oog houdt over de gang van zaken, leidt alleen maar tot kortetermijndenken: door de aandelenkoers hoog te houden, verwaarlozen bedrijven bredere kwesties van bestuur en verantwoordelijkheid door andere belanghebbenden

52 Michael Lewis Flash Boys (Allen Lane: 2014)

(stakeholders) van het bedrijf te negeren (bijv. personeel). Deze mythologie heeft de exponentiële stijging van de beloningen in de raad van bestuur en directie en een te enge meting van de bedrijfsprestaties in de hand gewerkt. Maar, een beetje zoals de kerstman, wordt de dreiging van de aandeelhouder nog steeds gebruikt om iedereen zich te laten gedragen.

Concurrentie. De “onzichtbare hand”. Utiliteit. Marktprijzen. Agency Theory. Beperkte aansprakelijkheid. De suprematie van de aandeelhouder. De zeven veronderstellingen zijn nu over hun houdbaarheidsdatum heen. Als een horloge met onderling verbonden radertjes, bewegen deze zeven aannames in tandem om ons huidige kapitalistische model vooruit te stuwten. Als een mechanisme om de geldmachine min of meer draaiende te houden, “werken” ze. Maar als hulpmiddelen in het streven naar het laten floreren van mensen zijn deze aannames niet alleen gebrekkig, ze zijn schadelijk. Alle zeven zijn belangrijk, maar we zullen ons hier concentreren op een specifiek aspect dat bijzonder schadelijk is voor een economie van creatie, omdat dit aspect het eigenbelang zonder relatie en consumptie zonder verantwoordelijkheid verankert in het systeem. Als het gaat om wat het betere verhaal het meest blokkeert, moeten we eens goed kijken naar de suprematie van de aandeelhouders.

III. De suprematie van de aandeelhouder

“De business van business is business” en haar leiders hebben geen sociale verantwoordelijkheid, “anders dan het maximaliseren van de winst voor de aandeelhouders,”⁵³ beweerde Nobelprijswinnaar Milton Friedman, steunpilaar van de Chicago School of Economics in 1970. Ten goede of ten kwade, dit is waarschijnlijk de meest invloedrijke economische uitspraak in de moderne geschiedenis. In 1983 publiceerde het *Journal of Law and Economics* twee artikelen van de Amerikaanse economen Eugene Fama en Michael Jensen. Voortbouwend op de ideeën van de Agency Theory betoogden zij dat een focus op “maximalisering van de waarde voor aandeelhouders” (shareholder value) uitstekende economische prestaties zou opleveren. Hieruit volgde dat bedrijfsmiddelen zodanig verdeeld moesten worden zodat het rendement voor de aandeelhouders maximaliseerde, omdat zij de enige economische actoren zijn die investeringen doen zonder een gegarandeerd rendement.⁵⁴ De wijdverspreide goedkeuring van dit devies van “shareholder value” maakt de aandeelhouder oppermachtig, en er is een verband tussen preëminentie van het verhogen van de waarde voor aandeelhouders als bedrijfsdoelstelling en de wijdverspreide instemming met de Agency Theory. Door de aandeelhouders te zien als hoofdrolspelers (opdrachtgevers) en de werknemers van de organisatie als hun uitvoerende ‘agents’ (personeel), wordt verondersteld dat dit een correcte analyse is van hun respectievelijke rollen in de werkelijkheid. Als dit eenmaal een gangbare gedachtegang is, wat is dan een betere remedie dan het belangenconflict “op te lossen” door strategieën te bedenken om waarde voor aandeelhouders te creëren, als het bestaansrecht van de organisatie?

Naast (en in lijn met) de groeiende acceptatie van de Agency Theory maakten ook de technische en institutionele ontwikkelingen de handel in aandelen aantrekkelijker om een rendement te genereren. De hedendaagse veranderingen in de wetgeving creëerden uiteindelijk de moderne “professionele” institutionele belegger. Samen hebben deze ontwikkelingen de cultuur rondom het aandelenbezit fundamenteel veranderd. Ooit was het rendement van investeringen een

53 Milton Friedman “The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its Profits” New York Times (13 september 1970).

54 Eugene Fama en Michael Jensen “Separation of Ownership and Control” The Journal of Law & Economics Vol 26 (2) (1983) blz. 301-325 en “Agency Problems and Residual Claims” The Journal of Law & Economics Vol 26 (2) (1983) blz. 327-349.

resultaat op de lange-termijn, uitgaand van een gezonde en langzame groei van een onderneming. Nu domineert de korte-termijnaandeelhouder het systeem.

Bedrijven worden gewoonlijk opgericht met particulier of vreemd vermogen, óf door partners aan te trekken die bereid zijn geld te investeren in ruil voor een aandeel in het bedrijf. Wanneer de onderneming het soort omvang bereikt dat er aan een serieuze geldinjectie gedacht wordt, zullen de ondernemers van het bedrijf geneigd zijn om de aandelen van het bedrijf openbaar te 'veilen'. Deze beursgang kan ook een gelegenheid zijn om de oorspronkelijke investeerders te belonen voor hun inzet. Ook een gevestigd bedrijf kan extra middelen nodig hebben om zijn uitbreiding te financieren, en daarom bestaande of nieuwe partners vragen om nieuwe middelen te verstrekken in ruil voor aandelen. Ondernemingen kunnen dan periodiek op de beurs terugkomen voor meer kapitaal, en bij elke overname, fusie of splitsing verandert zo de aard van het aandeelhouderschap. Daarnaast kunnen de eerste (stichtende) aandeelhouders overlijden of hun aandeel aan een andere partij willen overdragen. Hierdoor ontstaat er een markt voor de oorspronkelijke aandelen, die particulieren of instellingen aan zal trekken, die denken dat een aandeel in deze specifieke onderneming hen in staat zal stellen te delen in de toekomstige winsten. Traditioneel werden aandelen niet zozeer gekocht voor hun geleidelijke waardeverhoging op lange termijn, maar voor de regelmatige dividendinkomsten die ze opleverden, waardoor ze een soort lijfrente werden. Dit maakte een aandelenportefeuille ideaal voor de financiering van regelmatige levensbehoeften of als onderdeel van de pensioenplanning. Ongeacht hun status of redenen om te beleggen, is "de aandeelhouder" uiteindelijk echter centraal komen te staan in het verhaal van de onderneming.

Mythische groei

Deze heroriëntering waarin prioriteit gegeven werd aan de waarde voor aandeelhouders - in de jaren tachtig breed ondersteund door het Thatcherisme en de politiek van Ronald Reagan - is wat William Lazonick en Mary O'Sullivan de grensverleggende verschuiving van "behouden en herinvesteren" ("retain and reinvest") naar "afslanken en verdelen" ("downsize and distribute") hebben genoemd.⁵⁵ Onder een regime van "afslanken en verdelen" richt het management zich op het verbeteren van het rendement op eigen vermogen door de kosten te verlagen, vaak door het personeelsbestand in te krimpen, en het overtollige geld terug te geven aan de aandeelhouders. Ondertussen heeft de groei van de effectenhan-

⁵⁵ William Lazonick en Mary O'Sullivan, "Maximising shareholder value: a new ideology for corporate governance", *Economy and Society* 29:1 (februari 2000), blz. 13-35.

del, om deze onderliggende investeringen te beschermen, de druk op aandelen om een onmiddellijk zichtbaar rendement te produceren, nog verhoogd. Als er eenmaal een precedent voor rendement is geschapen, hetzij door dividenduitkering, hetzij door een stijging van de aandelenkoers, dan bouwen beleggers een verwachting van jaarlijkse groei in hun prognoses in, waarbij de organisatie wordt 'afgestraft' als zij in de toekomst van dit patroon afwijkt. Deze verwachting van aandeelhouders van constante groei schept omstandigheden die de kiem leggen voor onjuiste financiële verslaggeving. Elk jaar wordt de eerdere groei de basis van de verwachte verdere groei, waardoor 'gewone' groei teleurstellend wordt en de aandelenkoers instort of in ieder geval daalt. Uit een artikel van Bartov, Givoly en Hayn blijkt dat het voor leidinggevendenden nu winstgevender is om verwachtingen te managen dan op de feitelijke bedrijfsprestaties te sturen.⁵⁶ Dit leidt tot wat de Canadese econoom Roger Martin een eenzijdige focus op de "verwachtingenmarkt" heeft genoemd in plaats van op de "echte markt", wat de raden van bestuur ertoe aanzet steeds verder af te staan van de ondernemingen die zij moeten leiden.⁵⁷

Vervreemdende groei

Het managen van bedrijfsprestaties door deze lens leidt tot een oneindige tredmolen, waarbij raden van bestuur onder permanente druk staan om de winsten te verhogen, met uitsluiting van andere beoordelingsfactoren, in het bijzonder de overweging omtrent milieu-, sociale of individuele impact van een bedrijf. (Denk hierbij nog even terug aan Friedmans uitspraak: "De business van business is business.") Vanwege zijn eenvoud en alomtegenwoordigheid gebruikt zowel de institutionele belegger als de geautomatiseerde handel de aandelenkoers als enige maatstaf. De paranoia van het volgen van de onmiddellijke dieptepunten en pieken van de aandelenkoersen en het kortetermijndenken wordt nog verergerd door de moderne praktijk van het belonen van het topmanagement met aandelen en aandelenopties. Dit gebeurt ogenschijnlijk om de belangen van het topmanagement op één lijn te brengen met die van de aandeelhouders om zo het agency-probleem op te lossen, wat ook de "afslanken en verdelen"-aanpak heeft geïnstitutionaliseerd. Managers zijn dus niet alleen verwoed bezig de aandelenprijs voor de aandeelhouders te verhogen, maar doen dat ook voor eigen rekening, met alle dilemma's van "handel met voorkennis" van dien.⁵⁸ Het maxi-

⁵⁶ Eli Bartov, Dan Givoly en Carla Hayn "The rewards for meeting or beat earnings expectations", *Journal of Accounting and Economics* 33 (2002), blz. 173-204.

⁵⁷ Roger Martin *Fixing the Game* (HBRP: 2011).

⁵⁸ Andrew Haldane meldt dat op het hoogtepunt van de hausse het vermogen van de gemiddelde Amerikaanse bankdirecteur met 24 dollar toenam voor elke 1.000 dollar die hij voor de aandeel-

maliseren van waarde voor aandeelhouders boven alles vervreemdt bestuurders van de mensen die het meest door hun activiteiten worden geraakt. Het label “stakeholder” (belanghebbende) wordt toegepast op het kleine leger van klanten, leveranciers, schuldeisers, gebruikers, personeel en anderen die verbonden zijn met elke onderneming. Dit in tegenstelling tot de anonieme “aandeelhouders” die alleen geïnteresseerd zijn in de (korte termijn) winst van de onderneming. De waarde voor aandeelhouders staat dan los van elke overweging die rekening houdt met de belanghebbenden - de feitelijke mensen die van en met het bedrijf moeten leven (bijv. omwonenden). De romantische mythe rond de aandeelhouder is dat hij een lange-termijn en betrokken belangstelling heeft voor bedrijven waarin hij investeert. Het tegenovergestelde is waar.

Een bizarre obsessie

Een analyse van het moderne aandeelhouderschap toont aan hoe bizar de obsessie met waarde voor aandeelhouders nu is. Uit gegevens van het Britse Office for National Statistics over aandelen die aan de London Stock Exchange zijn genoteerd, blijkt dat ongeveer 40% van de Britse aandelen momenteel in handen is van buitenlandse beleggers, terwijl de resterende 60% als volgt is verdeeld: particulieren bezitten een zesde en instellingen een vijfde. De karikatuur van de aandeelhouder als een trouwe, oude man in tweedkostuum die zijn zuurverdiende geld op tafel legt om het bedrijf overeind te houden wanneer noodzakelijk, kan dus meteen achterwege blijven. De overgrote meerderheid van de aandeelhouders van een organisatie zit waarschijnlijk gebogen over een spreadsheet, houdt de aandelenkoersen voor zijn klanten in de gaten en wisselt van aandeel als bewegingen de portefeuille als geheel bedreigen. Zelfs het beeld van een man gebogen over een spreadsheet is verouderd. Aandelenhandel is nu zo geavanceerd dat deze in veel gevallen automatisch wordt uitgevoerd door computers, met behulp van algoritmen, die zijn ontworpen om te profiteren van minimale prijsveranderingen (en split-second vroegtijdige waarschuwingen daarvoor) om een portefeuille binnen bepaalde parameters te houden. Nu is er een innovatierace aan de gang om deze reeds supersnelle technologie te versnellen, waarbij de nieuwe datalink tussen Illinois en New Jersey gebruik maakt van microgolven om transacties te realiseren die bijna onmiddellijk plaatsvinden. De bronnen lopen uiteen over de gemiddelde tijd dat een aandeel nu wordt vastgehouden, maar sommige bronnen houden het op 11 seconden.⁵⁹

houders creëerde, en dat hij zelf 1 miljoen dollar verdiende voor elke 1 procent stijging van de waarde van zijn bank. ‘Control rights (and wrongs)’, Wincott Annual Memorial Lecture (oktober 2011).

59 Zie Michael Lewis *Flash Boys* (Allen Lane: 2014).

Bedrijven zijn gefocust op het maximaliseren van de waarde voor aandeelhouders. De meerderheid van de aandelen wordt echter op een onpersoonlijke manier gehouden en met enorme snelheid verhandeld. De vraag is dan: aan wie is de onderneming precies verantwoording schuldig? Bovendien, wat betekent het om te maken te hebben met lagen van tussenpersonen tussen de aandelen zelf en hun uiteindelijke eigenaars? Deze vraag is relevant gezien de explosie van beleggingsadviseurs, vermogensbeheerders, trustees, “fondsen van fondsen” en anderen die nu tussen een eigenaar en een aandeel zitten. Kan een onderneming echt weten wat haar aandeelhouders willen, zonder het hun rechtstreeks (en vaak) te vragen? Hoe zou dit zelfs maar kunnen gezien de huidige praktijk van de handel in aandelen?

Aandelen en ongelijkheid

Als strategie om winst terug te geven aan investeerders lijkt de “waarde voor aandeelhouders” als primaire doelstelling inderdaad te hebben gewerkt, althans op korte termijn. Het systeem, dat is ontworpen om de waarde voor één categorie mensen te verhogen, heeft dat daadwerkelijk ook gedaan. Maar dit is niet het hele verhaal. De studies van Lazonick wijzen op een dieperliggende realiteit, namelijk dat in de periode gedreven door het mantra van “afslanken en verdelen” de inkomensongelijkheid versneld is toegenomen. Enerzijds is er neerwaartse druk op lonen en werkgelegenheid, en aan de andere kant toegenomen rendement op aandelen.

Uit Amerikaanse cijfers blijkt dat 80% van de huishoudens minder dan 2% van het aandelenkapitaal bezit, terwijl de top 1% ongeveer 37% van alle uitstaande bedrijfsaandelen bezit. De cijfers voor de rest van de wereld lijken vergelijkbaar.⁶⁰ In het boek *The Spirit Level* van Kate Pickett en Richard Wilkinson wordt deze stelling over de toegenomen ongelijkheid in detail uiteengezet. In het boek *Capital in the Twenty-First Century* van Thomas Piketty wordt het verdubbelingseffect van geërfde rijkdom uitgelegd.⁶¹ In het algemeen geldt: elke samenleving die deze toenemende kloof tussen arm en rijk vertoont, zal ernstige problemen in de nabije toekomst tegemoet kunnen zien. Of, zoals we hebben gezien, in het heden.

60 Zie bijvoorbeeld William Lazonick “Everyone is paying price for share buy-backs”, *Financial Times* (25 september 2008).

61 Richard Wilkinson en Kate Pickett, *The Spirit Level* (Penguin: 2010); Piketty *Capital in the Twenty-First Century* (Harvard University Press: 2014).

Naast de verschuiving van middelen van investeringen op langere termijn naar beloning op korte termijn, is een ander nadeel van het schijnbare succes van de suprematie van de aandeelhouder de onevenredige stijging van de beloning van topmanagers geweest. Uit een analyse van de belangrijkste Amerikaanse ondernemingen tussen 1980 en 1995 blijkt dat, terwijl de winst in die periode met 145% toenam, de beloning van CEO's in dezelfde periode van vijftien jaar met bijna 500% steeg. Deze stijging van de beloning van bestuurders en CEO's is ten koste gegaan van degenen die lager op de loonschaal ingedeeld waren. Nogmaals, het onderzoek in *The Spirit Level* toont glashelder aan dat de toenemende verschillen in inkomensongelijkheid uiteindelijk zullen zorgen voor maatschappelijke afbraak. Terwijl de verhouding tussen de hoogste en laagste lonen in organisaties groter is geworden, ging het bij "afslanken en verdelen" ook om het wegnemen van kosten uit het bedrijf, vaak met behulp van technologie, outsourcing en offshoring om het aantal personeelsleden te verminderen. Deze strategie van leven van het verleden door niet te investeren in de toekomst bevordert de winst op korte termijn, net als elke vorm van asset-stripping. De werkelijke kosten van het zo agressief prioriteit geven aan het heden ten koste van de toekomst zijn echter veel te hoog.

Wie bezit wat?

Om een beter verhaal te vertellen, moeten we ons afvragen: wat betekent "eigendom" voor degene die aandelen bezit? Als iemand een huis bezit, kan hij ermee doen wat hij wil, binnen de wet. Maar het bezitten van een "aandeel" duidt niet op het bezit van een bedrijf op dezelfde manier. Als het slecht gaat met een bedrijf, verliest de aandeelhouder zijn aandeel, maar wordt hij beschermd tegen meer verlies door beperkte aansprakelijkheid. Als het goed gaat, krijgt de aandeelhouder voortdurend dividenden uitgekeerd. Maar de aandeelhouder "bezit" het bedrijf niet, dat wil zeggen hij ontvangt alleen bepaalde rechten bij zijn aandeelcertificaat, die hem niet veel zeggenschap geven over het dagelijks bestuur van de entiteit. Ook geven zij hem geen recht op winst. Een gedeelte van de winst wordt alleen van hem zodra de raad van bestuur een dividend vaststelt. De retoriek van de aandeelhouder als eigenaar is algemeen aanvaard, en is vereeuwigd door negatieve taal van bijvoorbeeld Marx over kapitalisten die het proletariaat uitbuiten door hun eigendom van de productiemiddelen. Maar net als de "onzichtbare hand" verdampst bij nadere beschouwing het idee van de aandeelhouder als eigenaar.

De huidige kritiek op "shareholder value" gaat ervan uit dat aandeelhouders die meer geïnteresseerd lijken in financieel rendement dan in het bedrijf waarin zij investeren, een specifiek modern verschijnsel is. De geschiedenis rondom aandelen geeft aanwijzingen om te denken dat dit echter misschien al veel langer het geval is dan algemeen wordt aangenomen. De huidige praktijk komt voort

uit een breuklijn in het vennootschapsrecht en is dus meer dan een tijdelijke trend. Paddy Ireland van de Universiteit van Kent merkt op dat de historische Engelse zaak *Bligh v. Brent* (1837) al vaststelde dat aandeelhouders geen direct belang, wettelijk of billijk, hadden in het eigendom van het bedrijf, alleen een recht op dividend en een recht om hun aandelen tegen waarde over te dragen. Tegen 1860 waren de aandelen van vennootschappen voor de wet zelfstandige rechtsobjecten geworden. Deze scheiding, waardoor de aandelen nu als vormen van eigendom onafhankelijk zijn van het vermogen van de vennootschap, maakte dividenden in feite los van het vermogen van de vennootschap. Deze activa waren nu uitsluitend eigendom van de vennootschap, terwijl het aandelenkapitaal van de vennootschap het enige eigendom van de aandeelhouder was. Ireland betoogt dat dit nogal dunne idee van eigendom zonder controle opzettelijk was.

De schadelijke aanname van de absolute suprematie van de aandeelhouder is hiermee inhoudsloos geworden. Een beroep op de aandeelhouder lijkt nu meer een verkapt beroep op het eigenbelang van het door aandelen gestimuleerde senior management en andere elite investeerders. Deze afleidende veronderstelling heeft ongezond kortetermijndenken in de hand gewerkt, slechte gewoonten inzake meting en strategie veroorzaakt en ondernemingen ertoe aangezet hun verantwoordelijkheden te nauw te definiëren.

Discussies over de schadelijke veronderstellingen en verkeerde uitgangspunten van de extractie-economie leiden steevast tot een poging een alternatief te schetsen. Het huidige economisch denken is intern inconsistent, aantoonbaar onjuist en slecht voor de wereld. We moeten het beter gaan doen.

Toch denken we bij alternatieven vaak aan andere praktijken. Alternatieve vormen van organisatie en praktijk komen in dit verslag zeker aan de orde, en we zullen er hieronder een aantal bespreken. Het is echter vaak zo dat het alternatief niet ligt in de uiterlijke praktijk, maar in de innerlijke motivatie. Met andere woorden, twee mensen kunnen dezelfde handeling verrichten, maar deze praktijk uitvoeren met een totaal andere innerlijke instelling. Tegenovergestelde levensfilosofieën kunnen mensen naar vergelijkbare plaatsen leiden. Wij betogen hier dat economisch denken waarin extractie voorop staat schadelijk is voor de wereld, zowel *als een geheel van praktijken* als voor onze *innerlijke motivatie*. Verder stelden we vast dat een economie van creatie beter is voor ons allemaal, zowel als in de praktijk en als levensfilosofie. Om een beter verhaal te vertellen moeten we van een economie van extractie op weg naar een economie van creatie. En om die draai te maken, starten we onze heroriëntatie bij kernpunten uit de theologie.

IV. Subtiel ruimte maken

Door het huidige verhaal over extractie en exploitatie staan onze economieën, onze relaties en onze wereld op instorten. We moeten een beter verhaal vertellen. Maar een beter verhaal vertellen, betekent ook altijd de onderstromen van ons denken bestuderen die onze bestaande collectieve veronderstellingen, verhalen en tradities mede hebben gevormd. Religie, filosofie en ethiek zijn daarbij even relevant als sociologie en economische theorie. Betere verhalen vertellen, betekent nagaan waar we onze ideeën op hebben gebaseerd, wat er nodig is om ze te veranderen en waarom we dat zouden moeten doen. Het gaat over onze waarden te heroverwegen en herbezinnen over wat er plaatsvindt of zou moeten plaatsvinden als deze waarden botsen of genegeerd worden. Het vertellen van betere verhalen betekent dat we naar het verleden kijken en ons bezinnen op de funderingen van onze meest waardevolle gedachten en gebruiken. Met andere woorden, een beter verhaal vertellen kan niet zonder theologie.

Er zijn veel uitstekende theologische publicaties over geld, financiën, schulden en kapitalisme. Enkele daarvan hebben we in deze publicatie al aangehaald. Het werk van Michael Schluter en het Jubilee Centre bepleit helder en duidelijk een heroverweging van de economie in het licht van het centrale theologische belang van herstelde relaties en de Bijbelse tradities van kwijtschelding van schulden en jubeljaren.⁶² Paul Mills schrijft over de contouren van een ‘gewijde economie’ zoals die uit de rijke Bijbelse traditie en praktijk kan worden afgeleid.⁶³ Eve Poole heeft uitgebreid geschreven over de kerk en het kapitalisme.⁶⁴ Guy Brandon schreef een overtuigende Bijbelse theologie van het geld.⁶⁵ Dit zijn belangrijke bronnen. In plaats van hun theologische inzichten over relaties, geld en economie hier te herhalen, zullen wij ons concentreren op de onderliggende christelijke theologie die ten grondslag ligt aan de benadering van de wereld waarbij *schepping (creatie)* de voorkeur krijgt boven *extractie*. Deze focus is niet in tegenstelling met het werk van Schluter, Mills en anderen, maar een aanvulling op en wisselwerking met deze publicaties.

62 Michael Schluter *The “R” Factor* (Hodder & Stoughton, 1993); *The Jubilee Manifesto* (IVP, 2005); *Beyond Capitalism: towards a Relational Economy* (Cambridge Papers: maart 2010) Vol 19: 1.

63 Paul Mills *The Divine Economy* (Cambridge Papers: december 2000) Vol 9: 4.

64 Eve Poole *The Church on Capitalism: Theology and the Market* (Palgrave: 2010).

65 Guy Brandon *Crumbing Foundations: A Biblical Critique on Modern Money* (Jubilee Centre: 2016).

Creatie tegenover extractie

Het aannemen van een houding (of mindset) van *schepping* tegenover *extractie* is voor de vroegste christenen geen randgedachte in het evangelie. In feite worden in het eerste wat iemand ooit over Jezus schreef deze twee denkwijzen expliciet tegenover elkaar gesteld: de weg van het leven is scheppend, terwijl de weg van de extractie tot vernietiging leidt. Om te zien hoe dit zit, moeten we kijken naar de oudste gedeelten van de geschriften van het Nieuwe Testament.

De vier Evangelieën zijn niet de eerste woorden die iemand over Jezus schreef. Marcus, Matteüs, Lucas en Johannes zijn een generatie of twee opgeschreven na de gebeurtenissen die zij beschrijven⁶⁶. De mensen die Jezus kenden, waren oud geworden, dus de mensen die hen kenden die Jezus gekend hadden, bewaarden hun verhalen door ze op te schrijven. Het saillante is dat de kerk al tientallen jaren bestond, voordat zij deze vier biografische verslagen had over de woorden en het leven van haar stichter. Voor een meer directe indicatie van de ervaring van de mensen die Jezus gekend hadden in zijn tijd op aarde, moeten we vroegere bronnen raadplegen. De brieven en epistels die het grootste deel van het Nieuwe Testament vormen, waarvan de meeste geschreven zijn door de apostel Paulus, zijn hierbij voor ons van belang. De brieven van Paulus, het is belangrijk ons dat te herinneren, werden geschreven in de tijd van (en over) de mensen die een levende herinnering hadden aan Jezus. Het is ook belangrijk om te realiseren dat Paulus niet altijd nieuwe materie aandraagt in de brieven. Hij citeert vaak uitspraken van Jezus of verhalen van de eerste discipelen die zijn tijdgenoten al kenden. En in een opmerkelijke passage in zijn brief aan de gemeente in Filippi neemt Paulus een gedicht in zijn tekst op die zeker niet oorspronkelijk door hemzelf geschreven is. Deze hymne in Filippenzen 2 is een van de vroegste passages die ooit door zijn tijdgenoten over Jezus is geschreven. Het is de moeite waard het volledig te citeren:

4 *Heb niet alleen uw eigen belangen voor ogen, maar ook die van de ander.*

5 *Laat onder u de gezindheid heersen die Christus Jezus had.*

6 *Hij die de gestalte van God had, hield zijn gelijkheid aan God niet vast, 7 maar deed er afstand van. Hij nam de gestalte aan van een slaaf en werd gelijk aan een mens. En als mens verschenen, 8 heeft hij zich vernederd en werd gehoorzaam tot in de dood - de dood aan het kruis.*

9 *Daarom heeft God hem hoog verheven en hem de naam geschonken die elke naam te boven gaat, 10 opdat in de naam van Jezus elke knie zich zal buigen, in de hemel,*

66 Ook al is het helder dat de evangeliën steunen op (gezamenlijke) oudere bronnen en ooggetuigenverslagen (Red).

op de aarde en onder de aarde, 11 en elke tong zal belijden: 'Jezus Christus is Heer,' tot eer van God, de Vader⁶⁷.

Vier zinnen aan de Filippenzen

Op het eerste gezicht lijkt dit een typisch religieus of spiritueel gedicht. Maar in werkelijkheid gaat deze hymne over hoe Jezus omging met het vergaren van bezit en het uitoefenen van macht. Tweeduizend jaar later zijn we toondoof voor hoeveel openlijk sociale slogans en symbolen in deze hymne worden gebruikt - en ondermijnd. De oude teksten bevatten opvallende politieke en economische aspecten die het oorspronkelijke publiek niet ontgaan zullen zijn.

Het eerste wat opvalt is de uitdrukking “**Christus**” van *Christos* in het oorspronkelijke Grieks. *Christos*, soms vertaald als “Messias” of “Gezalfde”, is een woord afgeleid van het gebruik om rechtmatige heren en koningen te zalven met heilige olie (*chrisma*). De uitdrukking werd gebruikt terwijl Jezus nog leefde, in die mate dat veel mensen nu niet anders kunnen dan aannemen dat “Christus” Jezus’ achternaam is, in plaats van begrijpen dat dit duidt op zijn taakomschrijving als publiek en machtig leider.

Ten tweede wat opmerkelijk is, is de uitdrukking “**aan God gelijk zijn**” vertaald vanuit het Griekse *isa theoi*.⁶⁸ *Isa theoi* is geen religieuze uitdrukking. Met deze uitdrukking kom je dus niet weg met de stelling dat het religieuze en het politieke gemakkelijk te onderscheiden zijn. In de Grieks-Romeinse denken was het zo dat hoe machtiger een mens was, hoe meer hij werd gezien als een kleine godheid. Het is deze uitdrukking die Augustus gebruikte toen hij zichzelf publiekelijk naar voren schoof om Caesar te worden. Het is een uitdrukking die van toepassing is op mensen de topfunctie van keizer, koning, premier of president ambiëren. En het is de uitdrukking die de vroegste christenen het meest geschikt vonden om te beschrijven hoe het voelde om bij Jezus te zijn terwijl hij de komst van een nieuw Koninkrijk aankondigde en een beweging van volgelingen om zich heen vormde. Veelzeggend is dat deze hymne die gedachte van die tijd over gelijkheid tussen God en mensen niet problematiseert. Het is hoe mensen deze macht bereiken, dat door deze hymne aan de kaak gesteld en omgekeerd wordt.

67 Filippenzen 2: 4-11 (Bijbel, Nieuwe Bijbel Vertaling (NBV))

68 Wat betreft de termen *isa theoi* (ἴσα Θεοί), *harpagmon* (ἄρπαγμὸν) en *kenosis* (κένωσεν) is de literatuur immens, en meestal gericht op de latere periode in de christelijke theologie waarin vooral gesproken werd over de aard van de goddelijkheid. Voor de Grieks-Romeinse sociaal-politieke connotaties van deze termen, zie vooral Eric Heen, ‘Philippians 2:6-11 And the Resistance to Local Timocratic Rule: *Isa theoi* and the Cult of the Emperor’ in *Paul and the Roman Imperial Order*, red. Richard Horsely (Trinity Press: 2004).

Zo komen we bij het derde opvallende begrip in de hymne. Jezus was gelijk aan God, maar hij beschouwde dat niet als een kwestie van “**vasthouden**”⁶⁹. Het woord waar het hier om gaat is *harpagmon*. Dat is het verzamelen van middelen en die vervolgens aanwenden om te krijgen wat in jouw eigen voordeel is. *Harpagmon* is niet bepaald zeldzaam. Wanneer politici hun “basis” of steun voor een komende verkiezing verzamelen, maken zij gebruik van *harpagmon*, evenals managers die beleggers in de kaart spelen door geld op te slaan voor een fonds. Zo werken economie en politiek nu eenmaal. Je grijpt naar alle macht, geld of activa die in je bereik ligt om de wereld vorm te geven volgens jouw visie en de visie van degenen die hun steun hebben toegezegd. *Harpagmon* is een kwestie van de middelen verzamelen en gebruiken om jouw wil te laten prevaleren boven die van anderen.

Ten vierde, let erop dat Jezus, die *isa theoi is, isa theoi* niet ziet als een zaak van *harpagmon*. In plaats daarvan, staat hij er op volgens de mensen die hem kenden, om zich “**te ontledigen**”. *Kenosis*. (hier vertaald met ‘**afstand doen van**’) Soms wordt *kenosis* in het Engels vertaald als “niets worden”. Helaas gaat een dergelijke vertaling het sociaal-politieke punt wat hier gemaakt wordt voorbij. Zichzelf “leegmaken” is niet hetzelfde als een deurmat worden. Het is oefenen in zelfbeheersing. Stel je een badkuip voor die zich vult met water. We weten allemaal dat water van nature stroomt en daarmee een ruimte vult. Maar stel je nu voor dat dat water controle heeft over zijn eigen vermogens. Stel je voor dat het halverwege kan stoppen. Dus in plaats van te stromen om de ruimte te vullen, *leegt* het zichzelf.

De invloed van je ego op een kamer of ruimte beperken, is niet ontkrachtend voor je “zelf.” Het is juist het tegenovergestelde, want zelfbeheersing veronderstelt een krachtig zelf dat beheerst moet worden. “Kenotische” mensen zijn zich bewust van de macht die zij hebben over anderen en voor anderen, en van de verantwoordelijkheid die zij hebben in de levensruimtes waarin zij opereren. Daarom verbindt ons oude gedicht *kenosis* met “dienstbaarheid”.

Zichzelf leegmaken is namelijk eerder een dienaar zijn dan een bullebak die zijn wil oplegt aan de wereld, die zijn ego bruisend laat stromen om de ruimte te vullen. Het belangrijkste kenmerk van een dienaar is dat hij bestaat om de wil van anderen mogelijk te maken. *Harpagmon* verzamelt en beheerst middelen in dienst van het uitvoeren van een machtige wil. Het is een uitbreiding en overheersing van het ego. De “kenotische” persoon daarentegen oefent zelfbeheersing uit. Zij belichamen “leegte”, omdat zij welbewust hun ego’s niet zonder stremming laten stromen om de ruimte te vullen.

69

Heb de gezindheid van Christus...

In haar boek *Powers and Submissions* (Macht en onderwerping, JW) zegt priester en politiek theoloog Sarah Coakley dan ook dat de kenosis-mentaliteit neerkomt op “subtiel ruimte maken”.⁷⁰ Het is de handeling van het stellen van grenzen aan je eigen wil, zodat de wil van anderen ook aan bod komt en kan floreren. De kenotische persoon gebruikt zijn (of haar) macht om ruimte, vrijheid en openheid te scheppen waarin andere personen kunnen gedijen. Het is veelzeggend dat de apostel Paulus verwachtte dat zijn kibbelende collega’s dezelfde “gezindheid in zichzelf” konden hebben als degene die *isa theoi was*. Paulus kan niet bedoelen dat je in jezelf goddelijke almacht kan vinden: Paulus bedoelt dat dit is hoe je moet handelen. Hij zegt, als je merkt dat je enige macht en verantwoordelijkheid in een ruimte of omgeving hebt, is dit hoe je je moet gedragen. De brief aan de Filippenzen gaat over macht, structurele dynamiek en mensen die middelen hebben en deze kunnen inzetten voor een alternatieve manier van leven. Paulus’ oplossing voor hen is om de geest van hun stichter te hebben, die zijn gezag niet gebruikte om anderen ‘op te maken’, maar die zijn wil ‘terugtrok’ om zachtjes ruimte te maken voor anderen, zodat die tot bloei konden komen.

Subtiel ruimte creëren

Ruimte *maken*. *Kenosis* is vooral een creatieve levenswijze. Door een grens te stellen aan de eigen wil, macht of verwerving van hulpbronnen worden de voorwaarden geschapen waaronder andere mensen die hulpbronnen kunnen gebruiken, hun macht kunnen zien groeien of hun wil tot ontplooiing kunnen zien komen. Daarom vinden theologen *kenosis* in het scheppingsverhaal van Genesis, waar God vrijwillig zijn almachtige Zelf “ontledigt” om contingente ruimte te creëren waarin nieuwe Zelfen kunnen bestaan.⁷¹ Voor het koninkrijk van Jezus, de kerk van Paulus en de kosmos van God leidt de weg van *kenosis* tot een voortdurende uitbreiding. Het is een daad van investering in anderen, en is ten diepste, fundamenteel, creatief. Het is vanwege deze creatieve investering dat onze vroegste hymneschrijvers *kenosis* tegenover *harpagmon* plaatsten. Naast “vasthouden” is een andere vertaling die vaak (terecht) voorkomt in Engelse versies van *harpagmon*: “uitbuiten tot eigen voordeel”. De praktijk en de mentaliteit van de grijpgrage persoon is een leven te leiden van voortdurende exploitatie, om hulpbronnen, bezittingen en mensen te zien als middel voor eigen doel. Het volgen van een

⁷⁰ Sarah Coakley Powers and Submissions: Spirituality, philosophy and gender (Wiley: 2009).

⁷¹ Zie vooral de essays in *The Work Of Love: Schepping als Kenosis*, red. John C. Polkinghorne (Eerdmans: 2001).

verhaal van *kenosis* is het creëren van manieren van leven die leiden tot voortdurende creatie. Een verhaal van *harpagmon* volgen is een leven leiden van oneindige extractie.

Zoals we hebben betoogd, en zoals we dagelijks om ons heen zien in onze landen, bedrijven en economieën, leidt het verhaal van de extractie stevast tot grenze-loze consumptie, met de onvermijdelijke ineenstorting van personen, systemen en ecosystemen (en concrete omgevingen) als gevolg van deze mentaliteit. Het verhaal van de schepping daarentegen is een verhaal van investeren, ruimte voor groei en uitbreiding van het leven. Het bijna-monopolie van “exploitatie” in onze collectieve economische denken laat ons denken dat dit de enige mogelijkheid is. Maar alternatieven bestaan en bieden een serieuze mogelijkheid om echte veranderingen te realiseren. De creatie-economie is niet theoretisch of utopisch. Het gebeurt nu, zelfs binnen onze kapitalistische systemen. En wat meer is, het werkt.

V. Scheppingseconomie

Winst zonder verantwoordelijkheid, exploitatie zonder investeringen en prioriteit voor maximalisering van de waarde voor aandeelhouders hebben het bedrijfsleven in een wurggreep. Anders dan gedacht is een tegenbeweging geen utopie. De praktische toepassingen van economisch denken die creatie verkiest boven extractie zijn legio. Ze zijn daadwerkelijk uitvoerbaar in de praktijk en gebeuren op dit moment. Er zijn ook benaderingen om de economie opnieuw in te richten die meer theoretisch of hypothetisch zijn. Visies op alternatieven voor het geld- en schuldenstelsel zijn fascinerend en belangrijk, maar niet direct in de praktijk uitvoerbaar. Ook oproepen om het bankwezen en de belastingwetgeving te herzien zijn dringend en noodzakelijk. Zij liggen echter ook buiten het bereik van de meeste beleggers en ondernemers. Hoewel wij in deze publicatie stellen dat op meerdere terreinen van het leven hervorming noodzakelijk is, concentreren wij in dit hoofdstuk op die aspecten van de economische activiteit die samengevat kunnen worden als creatie, en waarvoor geen massale hervorming van wetten, belastingstelsels en internationale overeenkomsten nodig is.

Meer dan een aandeelhouder

Wij hebben betoogd dat de nadruk op maximalisering van de waarde voor aandeelhouders aandeelhouders zowel de primaire drijvende kracht als een belangrijk symptoom is van de exploitatiementaliteit die ons naar de ondergang leidt. Welke creatieve alternatieven zijn er voor onverantwoord winstbejag?

Volgens Andrew Haldane zou een deel van de oplossing erin bestaan gewoon over te schakelen van een denken in winst op aandelen, naar een streven op rendement op 'assets' (activa), omdat deze laatste maatstaf een groter gedeelte van de balans omvat.⁷² En omdat het niet in zijn geheel wordt 'geflatterd door leverage' kan het beter corrigeren voor risico. Onder een ROE-regime (*Register of Overseas Entities*; dit economische Engelse systeem betekent onder andere dat buitenlandse investeerders hun identiteit moeten prijsgeven) hebben de aandeelhouders, die misschien slechts een belang hebben in ongeveer 5% van de balans, een ongepaste invloed op de rest van de activabasis, en worden zij gestimuleerd om deze in zijn geheel te riskeren door samen te spannen met bestuurders die aandelen houden om het rendement op korte termijn te verhogen. Bovendien zou het gebruik van ROA (*Return On Assets*) een beter historisch effect hebben gehad op de beloning van bestuurders. Met Haldane's observaties over de bankwereld als voorbeeld, als de beloning van een CEO van een bank in 1990

⁷² Haldane "Controle", (2011).

was geïndexeerd op ROE, zou de beloning van CEO's in 2007 26 miljoen dollar hebben bedragen, wat overeenkomt met de werkelijke uitbetalingen. Maar als je dit herberekent voor bijvoorbeeld de CEO's van de zeven grootste Amerikaanse banken, met behulp van ROA uit 1989, zou hun beloning in 2007 zijn gestegen van \$2,8 miljoen naar 'slechts' \$3,4 miljoen. Ter vergelijking, dit zou een op ROE gebaseerde stijging tot 500 maal het mediane inkomen van de Amerikaanse huishoudens vervangen door een op ROA gebaseerde stijging tot 68 maal het mediane inkomen van de Amerikaanse huishoudens.

Gezien het fundamentele probleem van de afstand tussen aandeelhouders en de echte bedrijven binnen de vennootschappen is er echter meer nodig. Met name eigendomsvraagstukken zullen worden besproken wanneer wij hierna creatieve alternatieven voor het model met beperkte aansprakelijkheid onderzoeken. Voordat we deze modellen bekijken, moeten we kijken naar het beste alternatief voor de suprematie van de aandeelhouder: namelijk de herwaardering van alle belanghebbenden (stakeholders).

Betrouwbaar bestuur

Op het meest basale niveau is een *stakeholder* elke groep, systeem of persoon die de acties van een organisatie beïnvloedt of kan beïnvloeden. Aandeelhouders zijn dus één van de groepen van belanghebbenden in elk bedrijf, maar zij zijn niet de enige - of noodzakelijkerwijs de belangrijkste groep. In hun oproep "*to transform an unjust, extractive economy*" stellen de internationale ondertekenaars van de Shareholder Commons' white paper *From Shareholder Primacy to Stakeholder Capitalism* dat bedrijven en financiële instellingen "verder moeten kijken dan hun eigen financiële rendement en verantwoordelijkheid moeten nemen voor de impact die zij hebben op de sociale en ecologische systemen waarvan een rechtvaardiger, inclusief, rechtvaardig en welvarend economisch systeem afhankelijk is."⁷³ Alle ondernemers en institutionele beleggers moeten een denkomslag maken van rendementsdenken naar denken in verantwoordelijkheid, zij moeten verder gaan dan de verantwoordelijkheid voor financieel rendement. We moeten naar een praktijk die erkent dat de mensen die instellingen besturen, rekening moeten houden met een breed scala aan belangen van begunstigden, aandeelhouders én andere belanghebbenden.

Wij zullen hierna ingaan op de soorten ondernemingen die voortkomen uit *stakeholder* kapitalisme, maar het is het de moeite waard om even stil te staan bij

⁷³ Frederick Alexander, Holly Ensign-Barstow, Lenore Palladino, Andrew Kassoy, "From Shareholder Primacy to Stakeholder Capitalism" (Shareholder Commons: 2020).

hoe wij *kenosis*, of subtiel ruimte creëren, in actie zien: ondernemingen met oog voor alle belanghebbenden scheppen doelbewust de voorwaarden waarin steeds meer mensen kunnen gedijen. De suprematie van de aandeelhouder dient één, en slechts één, belanghebbende in het bedrijf. Daarentegen streeft een economie van belanghebbenden (stakeholders) naar systemen waarin *alle* belanghebbenden (werknemers, managers, klanten, leveranciers en, jawel, aandeelhouders) profiteren. Dergelijke bedrijven richten zich op de mensen achter de gezichtsloze systemen: “de feitelijke begunstigen vertegenwoordigd door instellingen zoals pensioenfondsen, schenkingen, en wederzijdse fondsen. De financiële sector is vaak zo gericht op de vele lagen van bedrijven, vermogensbeheerders, adviseurs en instellingen, dat de sector vergeet dat al deze fondsen bedoeld zijn om in het belang te zijn van mensen, en dat de beslissingen van de sector gericht moeten zijn op het voordeel van deze individuen.”⁷⁴

Agenda van belanghebbenden

De dringende kwestie van het afleggen van verantwoording en verantwoordelijkheid komt al tot uiting in de bredere agenda voor belanghebbenden die steeds vaker door bedrijven overal ter wereld wordt gevolgd. Wat begon als de niche (en grotendeels retorische) activiteit van “maatschappelijk verantwoord ondernemen” of in het Engels “*triple bottom line accounting*” (dat wil zeggen rekening houden met de drie p’s; *profit*, *people* en *planet*) is uitgegroeid tot het besef dat het in aanmerking nemen van een breder perspectief een kernverantwoordelijkheid van de raad van bestuur is: een onderdeel van de strategische en fiduciaire rol van het bedrijf. In veel rechtsgebieden is dit nu niet alleen vastgelegd in het vennootschapsrecht, maar ook in de bijbehorende gedragscodes op het gebied van regelgeving, bestuur en rapportage. Sinds 2000 heeft het Global Compact van de Verenigde Naties het voortouw genomen om bedrijven er toe over te halen hun activiteiten en strategieën af te stemmen op een reeks beginselen inzake mensenrechten, arbeid, milieu en corruptiebestrijding, ongeacht of hun rechtsgebied dit wettelijk vereist. VN-doelstellingen zoals de Millenniumdoelstellingen werden in 2015 vervangen door de *Sustainable Development Goals*. De SDG’s zijn een verzameling van 17 onderling verbonden mondiale doelstellingen. Ze hebben als kern: “Een blauwdruk voor een betere en duurzamere toekomst voor iedereen”.⁷⁵

⁷⁴ Alexander et al. “Shareholder Primacy” (2020).

⁷⁵ Verenigde Naties (2017) Resolutie aangenomen door de Algemene Vergadering op 6 juli 2017. De 17 SDG’s zijn: (1) Geen armoede, (2) Geen honger, (3) Goede gezondheid en welzijn, (4) Kwaliteitsonderwijs, (5) Gendergelijkheid, (6) Schoon water en sanitaire voorzieningen, (7) Betaalbare en schone energie, (8) Eerlijk werk en economische groei, (9) Industrie, innovatie en infrastructuur, (10) Vermindering van ongelijkheid, (11) Duurzame steden en gemeenschappen, (12) Verantwoorde consumptie en productie, (13) Klimaatactie, (14) Leven in het water, (15) Leven op het land,

Naast dit soort initiatieven vinden veel bedrijven manieren om de belangen van werknemers, gepensioneerden, klanten, partners, leveranciers, toezichthouders en lokale gemeenschappen, alsmede de aandeelhouders zelf, explicieter te erkennen. In deze tijd van ‘hypertransparantie’ is dit onderdeel geworden van de bedrijfspraktijk, vooral nu consumentenmerken zo kwetsbaar zijn geworden voor slechte pers. Het Duitse dualistische bestuursstelsel heeft het altijd mogelijk gemaakt dat naast belangrijke aandeelhouders ook belangengroepen zoals banken, lokale politici, zakenpartners en vakbonden in de raad van toezicht werden opgenomen. Op andere plekken, in de vorm van adviesraden, bestuurswaarnemers, regelmatig overleg of wederzijdse detacheringen, negeren alleen de meest kortzichtige ondernemingen deze nieuwe realiteit. Maar er zou meer kunnen worden gedaan, aangezien de afdeling die zich bezighoudt met de belangen van belanghebbenden maar al te vaak rapporteert aan de afdeling marketing, in plaats van aan de afdeling strategie of de raad van bestuur zelf, wat een nogal cynische motivatie verraadt en verhindert dat dergelijke zaken mainstream worden. Greenwashing is niet de verandering waar we naar op zoek zijn. Recente berichtgeving met betrekking tot de energiesector laat zien dat greenwashing helaas veelvuldig voorkomt⁷⁶.

Leren van de non-profit sector

De non-profitsector is in dit opzicht instructief. Bedrijven kunnen leren van de structuur en de opzet van liefdadigheidsinstellingen. Vertrouwenspersonen zijn verantwoordelijk voor de grote beleidslijnen door liefdadigheidsinstellingen uitgezet: zij zorgen ervoor dat de organisatie trouw blijft aan de charitatieve doelen die in de oorspronkelijke oprichtingsdocumenten zijn vastgelegd. Dit heeft als voordeel dat het publiek weet wat het aan de charitatieve instelling heeft. Dit is een interessante gedachte gezien de parallelle verantwoordelijkheden van een bedrijfsdirecteur, vanwege de nadruk op het oprichtingsdocument. Hoewel bestuurders ook moeten handelen in overeenstemming met de statuten van hun bedrijf, staat dit meestal niet centraal in de bedrijfscultuur en wordt het in de praktijk vaak vervangen door meer directe belangen. Dit is met name relevant wanneer een bedrijf een reeks transformaties heeft doorgemaakt, en dus niet langer dezelfde activiteit uitoefent als waar het bedrijf mee is begonnen (denk bijvoorbeeld aan Nokia, dat in de loop van zijn 150-jarige geschiedenis getransformeerd is van papierfabriek naar fabrikant van rubberlaarzen en autobanden, naar elektriciteitsgenerator en een tv-fabrikant, om vervolgens een wereldwijd

(16) Vrede, rechtvaardigheid en sterke publieke diensten, (17) Partnerschap om doelstellingen te bereiken.

⁷⁶ ‘Pure greenwashing’: Shell reports highest ever profits while labelling fossil gas as ‘renewable’, Euronews, 2 February 2023

telecommunicatiebedrijf te worden). Vasthouden aan wat Will Hutton de 'reason to be' van de organisatie heeft genoemd, kan zeer nuttig zijn om steeds weer stil te staan bij de nuchtere realiteit. Hij heeft het vaak over Unilevers oprichtingsdoelstelling, die bij de oprichting in de jaren 1880 luidde: "de beste alledaagse dingen maken voor alledaagse mensen", en de intentie van die opvatting is nog steeds aanwezig in de bedrijfscultuur van Unilever.⁷⁷ Jim Collins en Jerry Porras maakten dit punt ook in hun beroemde managementklassieker *Built to Last* uit 1994. De bedrijfsformule die zij aanprezen, was 'meer dan winst', wat inhield dat bedrijven die op lange termijn succesvol bleven, trouw bleven aan hun kernopvattingen, bijvoorbeeld Mercks 'behoud en verbetering van het menselijk leven' of Disney's 'onze verbeelding inzetten om miljoenen mensen gelukkig te maken'.⁷⁸ Hoewel het een trend is dat bedrijven *strap-lines* ontwikkelen, zijn deze meestal bedoeld voor profilering en is dus in het geval van deze slogans geen sprake van een samenvatting van de daadwerkelijke bedrijfsmentaliteit. Een zinnige doelstelling formuleren preserveert iets van oprichtingsmentaliteit van de onderneming voor volgende decennia en vormt een nuttige correctie op de zeer nauwe focus op waarde voor aandeelhouders.

De schadelijke aanname van de absolute suprematie van de aandeelhouder is niet langer houdbaar. Gezien hun wettelijke status en het feit dat moderne trends aandeelhouders tot een steeds ongrijpbaarder fenomeen maken, lijkt een beroep op de aandeelhouder nu meer op een verkapt beroep op het eigenbelang van het door aandelen gestimuleerde topmanagement en op de winsten die wordt gegenereerd door een algoritme in een zwarte doos met knipperlichtjes. Deze afleidende veronderstelling heeft geleid tot ongezond kortetermijndenken, tot verkeerde gewoonten inzake meting en strategie en tot een te nauwe definitie van de verantwoordelijkheden van ondernemingen.

Ruimte creëren voor belanghebbenden

In de meeste bedrijfsmodellen zit de macht van aandeelhouders ingebakken. Er zijn echter andere ondernemingsmodellen die qua risicoprofiel en duurzame economische prestaties vergelijkbaar zijn met deze traditionele modellen.

Zie bijvoorbeeld de bevindingen van de Ownership Commission, voorgezeten door de econoom Will Hutton.⁷⁹ In deze publicatie zijn verschillende bedrijfs-

⁷⁷ Zie bijvoorbeeld Will Hutton "These money grubbing companies make the public sector look good" Observer (1 november 2009).

⁷⁸ Jim Collins en Jerry Porras *Built to Last* (Random House: 2005).

⁷⁹ Plurality, Stewardship & Engagement. The Report of the Ownership Commission March 2012

modellen met elkaar vergeleken, die qua doelstelling sterk uiteenlopen. Aan de ene kant zijn er bedrijven die er ongegeneerd op uit zijn om geld te verdienen. Aan de andere kant zijn er bedrijven die de bedrijfsactiviteit zelf als doel hebben. Daartussen een reeks hybride varianten.

Aan het ene uiteinde van het spectrum belichaamt private equity de extreme vorm van de strategie "waarde voor aandeelhouders zonder verantwoordelijkheid". Een private equity-fonds verzamelt geld van zijn partners - die particulieren of instellingen kunnen zijn - samen met leningen van financiële instellingen, en gebruikt dit vervolgens om slecht presterende bedrijven op te kopen. Het fonds probeert de bedrijfsvoering te optimaliseren, bijvoorbeeld door het personeelsbestand in te krimpen of activa te verkopen, om de waarde ervan te verhogen voor een snelle verkoop. Per definitie zijn de eigenaars alleen geïnteresseerd in een exit met winst, hetzij door een verkoop, hetzij door een beursgang. Daarom zijn zij geneigd hun investering nauwlettend in het oog te houden, en zullen zij vaak ingrijpen om een stem te hebben in de selectie van het management of een duidelijke strategie dicteren wanneer zij menen dat hun investering gevaar loopt.

Aan de andere kant van het spectrum worden staatsbedrijven vaak aangehouden door de staat als publiek eigendom omdat er een vrees bestaat dat ongebreideld winstbejag de aangeboden diensten zou kunnen schaden. In de praktijk lopen deze zaken sterk uiteen, hoewel het beginsel nog steeds is dat er via het politieke proces een vorm van democratische controle op deze diensten wordt uitgeoefend. Hoewel het overheidsbeleid inzake staatseigendom wisselt, zijn in veel landen diensten als justitie, defensie, onderwijs, gezondheidszorg en nutsvoorzieningen in handen van de staat. Sommige staatseigendommen worden beheerd als liefdadigheidsinstellingen (zonder winstoogmerk) en andere als bedrijven (met winstoogmerk). Het grootste telecombedrijf ter wereld, China Mobile, is bijvoorbeeld in handen van de Chinese staat, en energiebedrijven in staatseigendom, zoals het Russische Gazprom en het Saoedische Aramco, nemen meer dan driekwart van de wereldwijde olieproductie voor hun rekening. In het Verenigd Koninkrijk zijn er ook hybride varianten van bedrijven, waarin de regering een meerderheidsbelang of een aanzienlijk belang heeft, zoals Royal Mail, Channel 4 of Eurostar. In november 2008 heeft de Britse regering ook een onderneming opgericht - met het ministerie van Financiën als enige aandeelhouder - onder de naam "UK Financial Investments" voor het beheer van de aandelen van de staat in een reeks banken, zoals RBS, die in de nasleep van de kredietcrisis geheel of gedeeltelijk waren "gered".

(Mutuo: 2012).

Fondsen van staatsrijksdommen (Sovereign Wealth Fund) overbruggen de kloof tussen de twee uitersten van private equity en staatseigendom. Dit zijn investeringsfondsen in handen van de staat die kunnen bestaan uit staatsspaargeld, pensioeninvesteringen, oliefondsen of andere financiële holdings. Het Noorse overheidspensioenfonds bijvoorbeeld, het grootste pensioenfonds ter wereld, is opgericht om al het overtollige geld die wordt voortgebracht door de aardolie-inkomsten van het land in onder te brengen. Fondsen van staatsrijksdommen worden in de eerste plaats gebruikt om financieel rendement te genereren, maar kunnen ook diplomatiek of defensief worden ingezet om zich in te kopen in nuttige sectoren in het buitenland. Momenteel koopt de Chinese regering in Afrikaanse en Zuid-Amerikaanse grondstoffen, terwijl sommige fondsen van staatsrijksdommen in het Midden-Oosten door noodlijdende westerse banken zijn overgehaald om aanzienlijke posities in hen in te kopen om hun toekomst te garanderen, vaak als alternatief voor een reddingsoperatie ('bailout') door de gaststaat.

Andere bedrijfsmodellen in dit spectrum zijn familiebedrijven, partnerschappen, coöperaties, onderlinge maatschappijen en werknemersbedrijven. Familiebedrijven en partnerschappen combineren meestal eigendom met controle, in die zin dat de eigenaars meestal ook het hogere management van het bedrijf zijn. Dit is niet altijd het geval, vooral naarmate familiebedrijven groter worden en veel families hun eigendomsrecht gaan uitoefenen via een restpositie in de raad van bestuur in plaats van het innemen van een leidinggevende rol. Vaak is het ook de praktijk dat er "stille" partners in een partnerschap zijn. In het algemeen verenigen partnerschappen, zoals de grote advocaten- en accountantskantoren en de meeste familiebedrijven, deze twee eigendoms- en controlerollen, waardoor elk overig probleem van "agency" in één klap wordt opgelost. Hutton meldt dat ongeveer 60 procent van de Europese bedrijven in familiebezit is, waaronder 25 procent van de top-100 bedrijven op het continent.⁸⁰ In het Verenigd Koninkrijk is ongeveer 10% van de bedrijven in familiebezit, wat goed is voor ongeveer 30% van het Britse BBP. Britse gegevens wijzen op vergelijkbare percentages voor personenvennootschappen, en het is nu mogelijk een partnerschap met beperkte aansprakelijkheid op te richten, met alle risico's en voordelen van dien. Partnerschappen blijven aantrekkelijk als vehikel omdat de winst wordt verdeeld tussen de partners, die doorgaans een kleinere groep vormen dan het geval zou zijn bij de verdeling van dividenden onder de aandeelhouders van een traditionele naamloze vennootschap.

⁸⁰ Plurality, Stewardship & Engagement. The Report of the Ownership Commission March 2012 (Mutuo: 2012) blz. 21.

De klant als eigenaar

Van de laatste drie illustratieve bedrijfsmodellen - coöperaties, waarborgmaatschappijen en werknemersbedrijven - lijken coöperaties en waarborgmaatschappijen op elkaar doordat hun klanten eigenaar zijn van het bedrijf. Vaak zijn ze opgericht door een groep mensen die in hun eentje geen toegang hebben tot de diensten die ze nodig hebben, maar collectief staan ze sterker. Landbouwcoöperaties overal ter wereld die samen een concurrerende groot- of detailhandel willen opbouwen. Coöperaties zijn eigendom van hun leden, die elk een gelijke stem hebben. De leden kiezen het bestuur en overschotten worden meestal in het bedrijf teruggestort. Hoewel er soms rente moet worden betaald, ligt de nadruk bij dit type bedrijfsmodel op het leveren van goederen en diensten aan mensen op een eerlijke basis. In het Verenigd Koninkrijk zijn onderlinge maatschappijen goed voor ongeveer 5% van de economische activiteit en 3,5% van de totale werkgelegenheid. De Britse coöperatieve detailhandel heeft een marktaandeel van ongeveer 8%, waarbij Co-operative Food de op vier na grootste detailhandelaar in levensmiddelen is. De Co-operative Group als geheel is de grootste onderlinge onderneming in het Verenigd Koninkrijk, met meer dan zes miljoen consumenten. Naast haar aanwezigheid in de detailhandel biedt zij ook financiële diensten aan en bezit zij 20% van de Co-operative Banking Group. Het is ook de grootste aanbieder van begrafenisdiensten in het Verenigd Koninkrijk en heeft het grootste landbouwbedrijf van Groot-Brittannië. De groep heeft 4.800 winkels, meer dan 106.000 werknemers en een jaaromzet van meer dan 13 miljard pond.

Medewerkers als eigenaren

Terwijl onderlinge maatschappijen en consumentencoöperaties klanten eigenaar maken, is een ander bedrijfsmodel dat meer gericht is op belanghebbenden, dat van werknemerseigendom (ook wel werknemerscoöperatie genoemd). Dit model lost het probleem van de scheiding van eigendom en controle op door alle werknemers een aandeel in het bedrijf te geven. Het schoolvoorbeeld van dit model in het VK is het John Lewis Partnership, een warenhuis- en kruideniersketen die in 1920 werd opgericht. De grootste werknemerscoöperatie ter wereld is Mondragón in Spanje, die in 1956 is opgericht en belangen heeft in de financiële sector, de industrie, de detailhandel en het onderwijs, en naar omzet de zevende grootste Spaanse onderneming is. De vorm van werknemerseigendom verschilt van de strategie van de moderne naamloze vennootschap waarbij aandelen aan het hogere management worden toegekend, omdat de integriteit van het bedrijfsmodel afhangt van democratisch eigendom van boven tot onderin de onderneming, zodat elke werknemer met meer dan een jaar dienstverband een aandeel heeft in de onderneming, die dus voor het grootste deel in handen is van de werknemersorganisatie.

Hoewel een structuur van werknemerseigendom vanaf het begin kan worden gebruikt, is het gebruikelijker dat ondernemingen in particuliere handen of beursgenoteerde ondernemingen overgaan in werknemerseigendom doordat de werknemers rechtstreeks of gefaseerd gedeelten van de onderneming opkopen. Omdat de overgrote meerderheid van de werknemers bij dit soort buy-outs niet het soort salaris heeft dat hen hiertoe toegang geeft, lenen zij geld voor het kopen van een aandeel. Hierbij wordt het eigendom van de onderneming normaal gesproken overgedragen aan een trust voor de werknemers, die na verloop van tijd door de onderneming zelf wordt betaald, wat de stabiliteit en het vermogen van de onderneming om financiering aan te trekken ten goede komt. Het trust-mechanisme betekent ook dat de aandelen in de trust kunnen worden ondergebracht om een interne markt te creëren, zowel voor de terugkoop van aandelen van personeel dat met pensioen gaat of vertrekt, als voor de toewijzing ervan aan nieuwe werknemers.

Leveranciers als eigenaren

Als we naar deze modellen kijken, is het eigendom, hoe dan ook gedefinieerd, in handen van de kapitaalverschaffers. Logischerwijs zou er ook een model moeten zijn waarbij de leveranciers ook eigenaar zijn van de onderneming, wat nu al de gedachte is achter de diamant- en oliekartels, en de gevallen van “verticale integratie” waarbij bedrijven zich uitstrekken over de toeleveringsketen om meer controle te krijgen over het traject van grondstof tot klant. Voorbeelden hiervan zijn de Isis Innovation van de Universiteit van Oxford, een volledige dochteronderneming die is opgericht om de intellectuele eigendom van de universiteit te commercialiseren, tot landbouwcoöperaties en lokale boerenmarkten. Hoe ze ook zijn opgezet, elk van deze modellen verschilt niet alleen in juridische en financiële vorm, maar ook in het soort bestuurlijke uitdagingen waarmee ze worden geconfronteerd en hun risicobereidheid. De Ownership Commission wijst er met name op dat een economisch milieu dat een verscheidenheid van deze modellen omvat, beter bestand is tegen economische schokken en alle partijen meer keuze biedt wat betreft het rendement van hun investeringen - financieel en anderszins.

Relaties met belanghebbenden

Er bestaan veel modellen en structuren, maar het is noodzakelijk dat ze allemaal aandacht besteden aan de structuren die aan alle menselijke relaties ten grondslag liggen. Een hernieuwde aandacht voor elke groep en persoon die een belang heeft in het bedrijfsleven is essentieel. Het volstaat echter niet de taal van de belanghebbenden over te nemen in plaats van die van de aandeelhouders om zo een creatieve in plaats van exploiterende organisatie te worden. Stakeholderreto-

riek in een bedrijf is op zichzelf geen antwoord op de *relationele gezondheid* van het systeem. Zoals Rushworth en Schluter opmerken, is de menselijke natuur nu eenmaal zo: “Elke belanghebbende heeft de neiging om in zijn eigen belang te handelen. Er is daarom weinig stimulans voor de partijen om enige relatie met elkaar te hebben, om te proberen de belangen van anderen te begrijpen, of om te werken aan de bevordering van de algemene zaken van het bedrijf of voor het algemeen welzijn.”⁸¹

Relaties zijn essentieel. Maar ze ontstaan niet vanzelf, en het kost werk om ze in stand te houden. Het scheppen van ruimte voor mensen om zich te ontplooiën is een taak die constante en zorgvuldige aandacht behoeft. Daarom stelt de Relationships Foundation voor dat we niet alleen oplossingen zoeken voor systemische instabiliteit in de politieke sfeer door middel van regelgeving of belastingmaatregelen, maar dat we in de eerste plaats moeten focussen op veranderingen in de structuur en de praktijk van relaties tussen belanghebbenden. Een dergelijke visie heroverweegt het doel en de operatie van ondernemingen. “De juridische structuur van ondernemingen moet worden onderzocht op haar effect op de relaties tussen en te midden van de verschillende groepen belanghebbenden, met name aandeelhouders, bestuurders, werknemers, leveranciers, klanten, de lokale gemeenschap en toezichthouders, alsook tussen de belanghebbenden en de samenleving in het algemeen.”⁸² Het resultaat van dit structurele werk is wat zij een relationeel bedrijf noemen. Deze aanpak kan worden toegepast bij bedrijven met uiteenlopende modellen en structuren.

Tien principes van relationele bedrijven

Relationele bedrijven zijn geen samenraapsel van individuele doelstellingen, die vaak met elkaar concurreren en voornamelijk van financiële aard zijn. De belanghebbenden in een relationele onderneming leren elkaar veeleer kennen en worden, in beperkte zin, een gemeenschap, die zoals alle gemeenschappen gekenmerkt wordt door conversatie, een gedeeld verhaal, wederzijds respect, afstemming van belangen en gemeenschappelijke richting. In deze context zouden alle belanghebbenden meer verantwoordelijkheid nemen voor het effect van hun activiteiten op anderen, zouden zij beter in staat zijn hun individuele doelstellingen te verwezenlijken en zouden zij het bredere profijt en langetermijnvoordeel van ondernemingen voor de samenleving vergroten. De Relationships Foundation stelt de oprichting van relationele bedrijven voor, die worden geleid door

⁸¹ Jonathan Rushworth en Michael Schluter Transforming Capitalism from Within (Relationships Global: 2011).

⁸² Rushworth en Schluter Transforming (2011).

een handvest voor relationele bedrijven, waarin de belangrijkste maatregelen zijn opgenomen, aan de hand waarvan de relaties met belanghebbenden kunnen worden beoordeeld. Een door de Relationships Foundation voorgesteld beoordelingsinstituut relationele regelgeving zou voor een onafhankelijk verantwoordingsmechanisme kunnen zorgen.⁸³

In theorie kan elk bedrijf een relationeel bedrijf worden. Het relationele ondernemershandvest laat zien welke voorwaarden sterke en werkzame relaties bevorderen in en rond het bedrijf aan de hand van tien principes. **Ten eerste** moet de bedrijf-sentiteit relationele doelen stellen. Zij kan dit doen door een passende relationele bedrijfsdoelstelling in haar statuten op te nemen en vervolgens hierover training te geven aan investeerders, bestuurders en werknemers. **Ten tweede** creëert de onderneming ruimte voor een dialoog met belanghebbenden. Een zinnig gesprek tussen alle belangrijke groepen belanghebbenden komt tot stand door middel van persoonlijke ontmoetingen en andere vormen van *regelmatige* communicatie. **Ten derde** eist de onderneming transparantie van aandeelhouders. In de praktijk betekent dit dat een aanzienlijk deel (bijvoorbeeld 25%) van de aandelen rechtstreeks en op naam in handen is van familietrusts alsmede individuen. Lokaal- en werknemersaandeelhouderschap wordt aangemoedigd en mogelijk gemaakt. **Ten vierde**, en daarmee samenhangend, wordt duurzaam eigendom aangemoedigd. Dit betekent dat een groot deel van de aandelen op lange termijn wordt gehouden, waarbij lange-termijn aandeelhouders worden gestimuleerd door de uitgifte van extra aandelen. **Ten vijfde**, spant de onderneming zich in om het evenwicht tussen werk en privéleven van haar werknemers te bevorderen. De onderneming kan aantonen dat het management de belangen van de werknemers respecteert met betrekking tot de lengte van de arbeidstijd, moeilijk inpasbare werktijden en andere omstandigheden die van invloed zijn op het sociale leven en/of gezinsleven. Het **zesde** beginsel is het toepassen van een relationeel loonbeleid. De waardigheid van alle werknemers wordt gerespecteerd door de beloningsverschillen binnen het bedrijf tot een minimum te beperken. **Ten zevende** bouwt de onderneming veerkrachtige en menselijke relaties met leveranciers op en zorgt ervoor dat de leveranciers als belanghebbenden eerlijk en met respect worden behandeld, tijdig worden betaald en steun krijgen om hun bedrijf te ontwikkelen. De relatie met klanten en de bredere gemeenschap omvat het **achtste** beginsel, waarbij deze belanghebbenden eerlijk worden behandeld en hun zorgen worden gerespecteerd met betrekking tot geleverde diensten en betalingstermijnen. **Ten negende** bevorderen relationele bedrijven hun financiële stabiliteit. Het risico van financiële instabiliteit van de onderneming wordt geminimaliseerd om de onderneming en haar belanghebbenden te beschermen, dit kan worden beoordeeld aan de hand van de verhouding

⁸³ Rushworth en Schluter Transforming (2011).

tussen vreemd en eigen vermogen en/of het niveau van rentedekking. **Het tiende** beginsel ten slotte is dat de relationele ondernemingen hun sociale verplichtingen nakomen. Dit kan worden gecheckt aan de hand van het percentage van de winst dat aan belasting wordt betaald in het land waar de winst wordt behaald en ook het percentage van de winst dat wordt besteed aan programma's voor maatschappelijk verantwoord ondernemen en dergelijke.⁸⁴

Creatieve creatie

De creatieve economie richt zich op het genereren en onderhouden van relaties die noodzakelijkerwijs de kern vormen van elk bedrijf. Een dergelijke focus is goed voor alle betrokkenen, maar ook voor de 'scheppende' contexten waarin we allemaal leven en bewegen. Creatieve economische actoren zien de wereld niet als een verzameling hulpbronnen die wachten op exploitatie ten behoeve van het voordeel van de economische actoren. In plaats daarvan geven zij om de schepping en zorgen voor haar welstand, met oog op de huidige en toekomstige generaties. Afgezien van alle andere motieven, is dit ook gewoon duurzaam zakelijk inzicht. Zoals eerder gezegd: er zijn geen consumenten op een dode planeet.

Tot slot een waarschuwing. De schade die de extractie-economie toebrengt aan de wereld en ons gemeenschappelijk leven is diepgaand en houdt voortdurend aan. Deze manier van economie bedrijven moet met wortel en tak worden ontmanteld. Zoals Calum Samuelson overtuigend betoogt, bestendigen veel "groene" activiteiten die de ineenstorting van het klimaat trachten tegen te gaan door een beroep te doen op individuele consumentenkeuzes, winst en productie, in feite het probleem.⁸⁵ Dit komt grotendeels doordat deze activiteiten nog steeds schatplichtig zijn aan de uitgangspunten van extractiekapitalisme. Het groene individualisme raakt de kern van het probleem niet: mensen zijn niet in de eerste plaats geïsoleerde eenheden die op zoek zijn naar kicks. In plaats daarvan zijn we sociale wezens, onlosmakelijk met elkaar verbonden in complexe relaties. Zorg voor de schepping betekent erkenning én waardering van onze relaties.

⁸⁴ Rushworth en Schluter Transforming (2011).

⁸⁵ Calum Samuelson Relational Response to Climate Change (Jubilee Centre: 2021), hoofdstuk 1.

Conclusie

Ons doel met dit rapport was een beter gemeenschappelijk economisch verhaal mede vorm te geven. We kunnen verdergaan van een verhaal dat wordt aangevuurd door extractie naar een verhaal dat wordt gevormd door creatie. Door dat verhaal van creatie ontstaat er ruimte voor alle belanghebbenden in onze gezamenlijke bedrijven.

Verhalen van extractie benadrukken de utilitaire aard van de natuur. Land moet worden ontgonnen, grond moet worden gebruikt, dieren en planten moeten worden gefokt voor een maximale opbrengst. Exploitatie-economieën verzamelen, grijpen, gebruiken en buiten uit met een kortzichtige focus op korte-termijn doelen, snelle winsten en maximaliseren van opbrengsten als enige kerntaak. In zo'n maatschappij worden mensen door andere mensen vooral gezien als hulpbronnen, en door henzelf vooral als consumenten. Het extractieverhaal is zo wijdverspreid dat het in veel kringen een kwestie van gezond verstand is. Toch maakt het mensen uitgeput én vernietigt het de wereld.

Het verhaal van de *Scheppingseconomie* daarentegen vertelt een verhaal van zaaien, investeren, bouwen en boetseren. Het vertelt het verhaal van mensen en plaatsen die beter worden achtergelaten dan ze zijn aangetroffen. Het doet denken aan tuinen die worden onderhouden, families die worden gevormd, rijkdom die wordt gegenereerd en een planeet die wordt gekoesterd. Scheppers maken en houden de dingen die ze gemaakt hebben in de gaten nadat ze tot stand zijn gekomen. Creatieve mensen 'maken' leven, vervaardigen objecten en formuleren nieuwe ideeën, maar, wat cruciaal is, ze creëren ook de ruimte waarin deze nieuwe dingen kunnen plaatsvinden. Het denken in creatie brengt nieuwe dingen tot stand, maar het bewaard ook de voorwaarden waardoor er ook in de toekomst nieuwe dingen gecreëerd kunnen worden.

Creatie-economie is een zaak van generaties, van lange adem, en is ruimhartig voor alle mensen die een belang hebben in de schepping. Uiteindelijk is dat een ieder van ons.

Once upon a time there were two cities.

Creation City was a beautiful place.

Extraction City was not so beautiful.

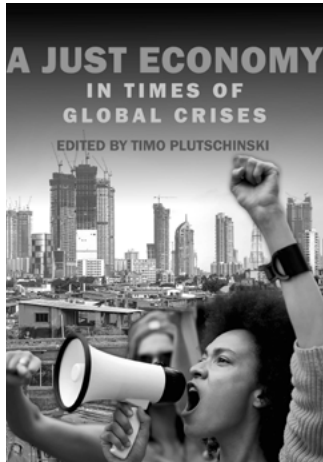
This tale of two cities is a true one.

It happens all the time.

It is happening now.

Which City do you want to live in?

Koop onze publicaties online als Paperback en EPub.



A just economy

Redactie: Timo Plutschinski

De wereld was en is op veel gebieden in beroering: pandemie, oorlog, energischaarste, explosie van tarweprijzen en vele andere gebeurtenissen. En alles wordt beïnvloed door of heeft invloed op de wereldeconomie.

Koop onze publicaties online als Paperback en EPub.



Two states for two peoples?

Door: Wolfgang Bock en Andrew Tucker

De auteurs van dit rapport proberen een debat op gang te brengen over de falende EU-aanpak van het Palestijns-Israëlische conflict en een betere weg voorwaarts voor de betrokkenheid van Europa in het Midden-Oosten.

Het doel van deze publicatie is om een beter gemeenschappelijk economisch leven voor te stellen waarbij de economie niet dienstbaar is aan aandeelhouders maar aan een menswaardig bestaan. Deze verandering kan alleen als we overgaan van een verhaal dat gedomineerd wordt door extractie naar een verhaal dat gevormd is door creatie. De auteurs van dit deze publicatie hebben niet alleen inzicht in de economie maar ook in de theologie. Als zodanig zijn zij doordrongen van de diepe verhalen die ons economisch, politiek en sociaal leven hebben gevormd. Een beschouwing van deze diepere ideeën die ten grondslag liggen aan onze instellingen (ten goede en ten kwade) is noodzakelijk als we ons werkelijk een betere manier willen voorstellen hoe we ons economisch beleid vormgeven.

Dr. Stephen Backhouse (McGill, Oxford) is de oprichter van Tent Theology, waar hij als adviseur werkt voor ondernemers, bedrijven en liefdadigheidsinstellingen. Dr. Eve Poole heeft een BA van Durham, een MBA van Edinburh en een PhD in theologie en kapitalisme van Cambridge.

DID YOU LIKE WHAT YOU READ? PLEASE CONSIDER A DONATION!

Your donation has real impact on European Society: every euro donated to Sallux will result in an additional 19-euro subsidy from the European Parliament.

DONATE ONLINE OR BANK TRANSFER

Bank transfer: Rabobank Amersfoort.
Reference: donation Sallux
IBAN: NL75RABO 0153731095
BIC (SWIFT code): RABONL2U

WHAT OTHERS SAY

“Sallux is an excellent and badly needed umbrella body for similar minded Christian organisations all over Europe. It is making a very important contribution to keeping Christian Democracy alive in Europe as a viable political idea.”

David Quinn, Director, Iona Institute, Ireland

“Our collaboration with Sallux has been tremendously fruitful, and we commend them highly for their wise and strategic investment in helping Christians to be more effective as salt and light in the European public square.”

Jonathan Tame, former Director, Jubilee Centre, UK

“Sallux has provided substantial and very valuable support to our promotion of the rights of the family in Europe at the Council of Europe, a 27 Member States wide European institution



NOT FOR SALE

that rules over Human Rights in Europe.”

Maria Hildingsson, former Director, FAFCE, Brussels

“Sallux has supported us to find our way in the European Union and to reach out to European decision makers, and to create our common declaration with the Yezidi and the Turkmen. We thank Sallux for their work.”

Rima Tüzun, Head of Foreign Affairs, European Syriac Union

NEWSLETTER

Register on our website to stay informed about news, events and publications



Since 2011, the activities of Sallux have been financially supported by the European Parliament. The liability for any communication or publication by Sallux, in any form and any medium, rests with Sallux. The European Parliament is not responsible for any use that may be made of the information contained therein.

CONTACT

Sallux | ECPM Foundation
Bergstraat 33
3811 NG Amersfoort
The Netherlands
☎ +31 33 3040012
✉ info@sallux.eu

🐦 @Sallux_Official

📘 SalluxThinktank

www.sallux.eu

Towards a Relational Europe