

# De consumptiemaatschappij

Aan het eind van de jaren vijftig formuleerde Galbraith zijn kritiek op de „affluent society”, de consumptiemaatschappij met haar krampachtig streven naar steeds méér 1). Hoewel in de maatschappij van de overvloed aan de werkelijke consumptieve behoeften allang is voldaan, aldus Galbraith, trachten producenten kunstmatig steeds nieuwe behoeften bij de consument op te wekken om hun afzet- en winstmogelijkheden veilig te stellen. Voor de voorziening in collectieve behoeften daarentegen, die in werkelijkheid veel urgenter zijn, is onvoldoende geld beschikbaar.

Tien jaar later zette Marcuse uiteen hoe de materiële consumptie door de gevestigde maatschappelijke belangen wordt gebruikt om maatschappelijke vernieuwingen tegen te gaan en in te kapselen 2). Door middel van materiële consumptie wordt de moderne mens gemanipuleerd en onderdrukt, aldus Marcuse. De nadruk ligt eenzijdig op het materiële aspect, terwijl culturele, esthetische en sociale behoeften nauwelijks aan bod komen.

Het beeld is drastisch veranderd. De kritiek op de consumptiemaatschappij is grotendeels verstomd, de één-dimensionale mens uit het zicht verdwenen. Het inzakken van de consumptieve vraag in het afgelopen jaar lijkt de critici van de consumptiemaatschappij alle wind uit de zeilen te hebben genomen. Hoewel het volume van de consumptieve bestedingen sinds het eind van de jaren vijftig meer dan verdubbeld is en ook sinds het eind van de jaren zestig nog met enkele tientallen procenten is gegroeid, hoor je bijna niemand meer over de overconsumptie. Evenals de consumptie zelf blijken de opvattingen erover nogal conjunctuurgevoelig te zijn.

Hoezeer de belangstelling voor consumptie varieert is goed te zien aan de ontwikkeling in de afgelopen tien jaar. Na de aansporingen om milieubewust te consumeren kwam de oproep tot zuinigheid met energie. Daarna moest het westerse consumptiepatroon worden aangepast omdat het de kloof tussen rijke en arme landen zou vergroten en in het bijzonder de oplossing van het wereldvoedselprobleem zou bemoeilijken. De nieuwste ontwikkeling betreft het verband tussen consumptie en werkgelegenheid: de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid wijdt in zijn recente rapport *Vernieuwingen in het arbeidsbestel* een hoofdstuk aan de mogelijkheid de consumptieve bestedingen te beïnvloeden op een zodanige manier dat deze een bijdrage leveren tot het bestrijden van de werkloosheid 3). Milieu, energie, derde wereld en werkloosheid — er komt heel wat voor kijken om bewust te consumeren.

De hamvraag is natuurlijk wat uiteindelijk het resultaat van al deze aansporingen tot kritisch consumeren is. Het effect lijkt beperkt. De strengere milieuvorschriften en het verschijnen van glasbakken in het straatbeeld ten spijt, heeft er sinds 1970 nog een aanzienlijke toename van verschillende soorten luchtverontreiniging en verontreiniging met vast afval plaatsgevonden 4). De verontreiniging van het oppervlaktewater is verminderd, maar dat is meer te danken aan de toename van het aantal zuiveringsinstallaties dan aan de toegenomen milieuvriendelijkheid van de consument. De stijging van het energieverbruik is na de energiecrisis van 1973 weliswaar sterk afgeremd, maar in absolute cijfers is het verbruik met name in de consumptieve sfeer toch nog toegenomen. De relatie consumptie-derde wereld is, behalve misschien in individuele acties (geen appels uit Chili, geen sinaasappels uit Zuid-Afrika), nogal moeilijk te concretiseren; de meeste derde-wereldwinkels zijn trouwens vervangen door reformzaken en biodynamische eethuisjes. De werkgelegenheidseffecten van een consumptiebeleid, zoals door de WRR onderzocht voor wat betreft de volkshuisvesting (verhoging woonlasten en stimuleren bouwnijverheid), verkeer en vervoer (afremmen autogebruik en bevorderen openbaar vervoer) en het toerisme (stimuleren binnenlands toerisme) zijn zelfs bij vrij ingrijpende maatregelen al evenmin overweldigend. De consument laat zich blijkbaar niet zo gemakkelijk sturen door maatschappelijke overwegingen. Tussen wat relevant wordt geacht in de macro sfeer van de economische

politiek en in de microsfeer van de consumentenbeslissing blijft een flinke kloof te bestaan.

Toch zijn de consumptieve bestedingen van groot belang voor het realiseren van allerlei economisch-politieke doelstellingen. Waar pogingen tot overreding van de consument in het algemeen weinig succesvol zijn, mag men verwachten dat naar andere manieren wordt gezocht om het consumptiegedrag te beïnvloeden. Daarbij staat voorop dat directe beïnvloeding van de consumptie door middel van consumptiedwang of verbodsbepalingen in de meeste gevallen onaanvaardbaar wordt geacht, al zijn er uitzonderingen zoals verplicht onderwijs. De consumptievrijheid is een zeer hoog gewaardeerd goed. Men kan er lang over twisten in hoeverre het bestedingspatroon nu eigenlijk door consumenten- dan wel producentenbeslissingen wordt bepaald, het beeld van de consumentensovereiniteit dat al door Adam Smith werd geschetst, staat in wezen nog recht overeind 5). In de gangbare economische theorie is de klant nog koning.

In werkelijkheid is er via het overheidsbeleid natuurlijk toch van een aanzienlijke beïnvloeding van de consumptieve bestedingen en het consumptiepatroon sprake. In de eerste plaats bepalen belasting- en premieheffing het voor consumptie beschikbare inkomen dat vervolgens via collectieve of quasi-collectieve voorzieningen kan worden aangevuld (tertiaire inkomensverdeling). Daarnaast bestaan er op allerlei terreinen voorschriften en regelingen die de consumptieve bestedingen beïnvloeden, uiteenlopend van de verplichting op de bromfiets een helm te dragen tot bouwvoorschriften en subsidies op buskaartjes. Veel lijn is daarin vanuit consumptie-oogpunt niet te ontdekken. De meeste maatregelen komen tot stand op basis van partiële afwegingen van deelbelangen. Bij het totale effect daarvan op de omvang en samenstelling van de consumptieve bestedingen wordt zelden of nooit stilgestaan. In de *Nota consument en consumptie* werd door de vorige regering nog gepleit voor een coördinerend bewindsman voor het consumptiebeleid om meer lijn in de overheidsbeslissingen op dit gebied te brengen, maar van dat voorstel is bij de jongste kabinetsformatie niets meer vernomen. Het consumptiebeleid is grotendeels de toevallige uitkomst van wat er aan maatregelen wordt getroffen op allerlei andere gebieden.

Het ligt voor de hand dat in een tijd van economische teruggang de ideeën van Galbraith en Marcuse over de consumptiemaatschappij wat op de achtergrond zijn geraakt. Maar er is niets anders voor in de plaats gekomen. Het ontbreekt op dit moment aan een enigszins samenhangende visie op het verschijnsel consumptie. De vlag van de consumentensovereiniteit kan de lading van de ad-hocbeslissingen die het consumptiepatroon op allerlei manieren beïnvloeden evenwel steeds minder dekken. Misschien zouden we ruim twintig jaar na Galbraith en tien jaar na Marcuse toch eens een eigentijdse visie op het fenomeen consumptie moeten ontwikkelen, al is het maar om niet van de „affluent society” van Galbraith in de „joyless economy” van Scitovsky terecht te komen 6).

L. van der Geest

1) J. K. Galbraith, *The affluent society*, Houghton Mifflin, Boston, 1958.

2) H. Marcuse, *De ééndimensionale mens*, Unieboek, Bussum, 1970.

3) WRR, *Vernieuwingen in het arbeidsbestel*, Staatsuitgeverij, 's-Gravenhage, 1981, hfst. 8.

4) J. B. Vos, H. F. M. Reyniers, A. A. Oltshoorn, H. M. A. Jansen en L. Hordijk, *Consumptieve activiteiten, milieuverontreiniging en energieverbruik 1 en 2*, Instituut voor Milieuvraagstukken, Vrije Universiteit, Amsterdam, 1981. Eensamenvatting verschijnt binnenkort in *ESB*.

5) Bij voorbeeld in de *Nota consument en consumptie. Een terreinverkenning*, Ministerie van Economische Zaken, 1979.

6) T. Scitovsky, *The joyless economy. An inquiry into human satisfaction and consumer dissatisfaction*, New York, 1976.