

model gaat Barbé soms woest te keer. Ook laat hij wát graag blijken dat hij niets moet hebben van lieden die de technologische revolutie automatisch met de vooruitgang identificeren. Daarom alleen al vaart hij nogal driftig uit tegen de PS. Die partij zou volgens Barbé gebukt gaan onder “wetenschappelijk vooruitgangsoptimisme”. Daarbij zou de PS de weldaden van een geliberaliseerde energiemarkt in Brussel en Wallonië (voorlopig nog) hebben tegengehouden, waardoor Walen en Brusselaars nog altijd te veel voor hun energie betalen.

Barbé is dus een enthousiaste voorstander van een geliberaliseerde energiesector. Echter op voorwaarde dat die sector strikt volgens de regels van de vrije mededinging opereert en dat er geen elektriciteit uit kernenergie wordt verkocht. In navolging van de neoliberalen gelooft Barbé dat transparante markten ook meer economische doelmatigheid en (dus ook?) duurzame groei kunnen genereren. Voorwaarde is wél dat de belangengroepen op afstand worden gehouden en dat de monopolies worden ontmanteld. In dat opzicht is Barbé één van de vele groenen in Europa die zich de laatste jaren tot de deugden van de markt heeft bekend. Dat is een tendens die ooit werd ingezet met de roep om (groene) fiscaliteit, subsidies en *incentives* om het gedrag van de consumenten bij te sturen. De techneuken onder de groenen pakten toen concreet uit met de ecotaks, met *technology assessments* en ook met rekenmodellen die ons de bekende ecologische rugzakjes of dito voetafdrukken opleverden. Het moraliserende vingertje over het anders gaan leven was immers ten enenmale ongeschikt om er een samenhangend ecologisch beleid mee tot een goed einde te brengen. Barbé heeft met zijn boek daar nog

eens de concurrentie van de vrije markt als beleidsinstrument aan toegevoegd. Heeft hij ons hiermee ook een neoliberale paling in het groen geserveerd?

André Mommen is hoofdredacteur van het Vlaams Marxistisch Tijdschrift.

Ethisch winkelen

Clark, Duncan, 2004. *The rough guide to ethical shopping. The issues, the products, the companies.* London, Rough Guides Ltd, 374 p.

De *Rough guides* zijn vooral gekend van de reisgidsen, die al lang niet meer alleen door rugzaktoeristen worden gebruikt. De aandacht voor ecologische thema's in de gidsen vertaalt zich nu ook in aparte publicaties hierover. De *Rough guide to ethical shopping* is een gids voor duurzaam consumeren.

Clark Duncan stelt dat “ethisch winkelen, en ethisch consumeren in het algemeen, gaat over verantwoordelijkheid nemen voor onze dagelijkse impact op de wereld. Het betekent niet jezelf misleiden dat winkelen alle problemen van de wereld kan oplossen, noch dat de kassa het nieuwe stemlokaal is. En het is ook niet een voorgeschreven lijst volgen van malafide bedrijven en landen die moeten worden geboycot. Het betekent tijd nemen om een beetje te leren over hoe onze levensstijl mensen, de planeet en dieren raakt, en je eigen keuzes maken over wat een ethische of een onethische aankoop is.” (p. vii.)

Duncan schetst in het eerste deel een (licht) theoretische inleiding. Hij onderscheidt vijf benaderingen van ethische consumptie. Kiezen voor fair trade is kiezen voor producten met een

Max Havelaar of andere labels voor eerlijke handel. Boycot-acties zijn een tweede vorm, die bv. door Greenpeace werd gebruikt tegen Shell toen ze een boorplatform wilden dumpen in zee. Een derde wijze is selectief consumeren: kiezen voor bepaalde winkels en merken die al dan niet ethischer werken (bv. Body shop, Triodos-bank...). Een vierde variant is minder consumeren, om de ecologische voetafdruk te beperken. Een laatste variant is tenslotte lokaal consumeren, om de wereldwijde goederenstromen wat te beperken. (p. 15-50). Het goede van het boek is dat het geen hoera-verhaal is, maar dat Duncan de ethische dilemma's in kaart brengt. Kiezen voor biovoeding is vandaag in de supermarkt vaak kiezen voor ingevoerde producten, die een lang transport achter de rug hebben. Idem voor wereldwinkelwijn. Welke afweging maak je als consument? Zo gaat lokaal kopen dan weer ten koste van de economieën in het zuiden. Het resultaat is een genuanceerd beeld van de mogelijkheden én beperkingen van ethisch(er) en bewust(er) consumeren.

In het tweede deel van het boek krijgen we een toepassing op verschillende consumptiedomeinen. Wat zijn de mogelijkheden bij de consumptie van eten en drinken, kleding en cosmetica, bij de keuze van een bank en haar producten, in het huishouden (van stroom tot kuisproducten), in ons reis- en mobiliteitsgedrag... Het boek maakt duidelijk hoe webgewijs niet alleen de informatie toeneemt (met tal van handige webadressen per deel), maar ook hoe het bewustzijn toeneemt. Ethisch consumeren, duurzaam consumeren, of bewust consumeren kunnen nooit een structureel beleid rond ecologische rechtvaardigheid vervangen, maar het kunnen wel kleine stappen zijn en/of

hefbomen voor politieke actie. Het boek toont één manier om consumptie te politiseren, wat een moeilijke weg blijft voor een politieke beweging.

Dirk Geldof

Kinderen vandaag: geboren om te kopen?

Juliet Schor, 2004. Born to buy. The commercialized child and the new consumer culture. New York, Scribner, 276 p.

“Kinderen kiezen de koelkast”, blokletterde De Morgen op 1 april 2005 (p. 14). Het was geen aprilgrap, maar een rapport van het Onderzoeks- en Informatiecentrum van de VerbruiksOrganisaties (www.oivo.be). Kinderen zijn kleine tirannen als het om het consumptiegedrag van hun ouders gaat, leert de OIVO-studie. “Marketingjongens kennen de kinder- en jongerencultuur beter dan we denken en het wordt tijd dat de consument dat ook begint door te krijgen.” En concreet: “71 procent van alle kinderen tussen 4 en 6 jaar bepaalt welke ontbijtgranen hun ouders kopen. 76 procent van de kinderen tussen 7 en 8 jaar schrijft voor welke dvd-speler of welke koffiezet er in huis komt. 51 procent van alle 11 en 12-jarigen speelt een bepalende rol in de keuze voor de wasmachine of de ijskast.”

Wie opkijkt van deze Belgische cijfers en zich afvraagt waar dit naar toe gaat, moet dringend *Born to buy* van de Amerikaanse sociologe Juliet Schor lezen. Schor is voor Oikoslezers geen onbekende, na haar Oikoslezing in de Antwerpse Zoo einde 2001. Ze is economiste en professor sociologie aan het Amerikaanse Boston College.