

AMBASSADEURS GEZOCHT

We leven in een van de welvarendste landen ter wereld. Toch is het geluk in Nederland de laatste 40 jaar nauwelijks toegenomen, in tegenstelling tot de voetafdruk die ons hedendaags leefpatroon nodig heeft. Een pleidooi voor het combineren van duurzaam én gelukkig leven.

Het is opvallend dat mensen met duurzame waarden hier vaak niet naar handelen. Er wordt bijvoorbeeld relatief gemakkelijk gedaan over verre vliegvluchten, het hebben van een auto of het eten van vlees. Moeilijk is het om dit bespreekbaar te maken. Het gaat om de grote (inter)nationale lijn en een andere structuur, is het weerwoord, en niet om het gedrag van een enkeling. Maar is duurzame waarden omzetten naar duurzaam gedrag echt zo moeilijk?

Een belangrijke factor is het groepsgevoel. Als voldoende personen zich duurzaam gaan gedragen, nemen anderen dit over als de dominante norm. Uit diverse sociaal-psychologische onderzoeken blijkt dat de omslag is te maken wanneer de gewenste norm wordt gecommuniceerd en voldoende mensen deze in hun gedrag tonen. We hebben kortom ambassadeurs nodig die op een duurzame manier leven en hierover het gesprek op gang brengen. Daarvoor is het belangrijk dat duurzaam leven ook aantrekkelijk is en gelukkig maakt.

Geluksgevoel

Maar kun je duurzaam en gelukkig leven? Feit is dat, ondanks een nooit eerder vertoonde welvaartsgroei, het geluksgevoel in Nederland de laatste veertig jaar nauwelijks is toegenomen. Uit onderzoek blijkt dat een groep Amerikaanse bewuste consumenten gelukkiger is en zich duurzamer gedraagt dan de doorsnee Amerikaan. Op leeftijd, sekse en etniciteit zijn er geen verschillen. Wel scoren de bewuste consumenten hoger op mindfulness. Zij ervaren hun binnenwereld en de wereld om zich heen op een open manier, zonder vertekening. Ook vindt deze groep intrinsieke waarden als persoonlijke groei, relaties

Michiel Hobbelt is lid van de VVM-sectie Milieucommunicatie en geeft vanuit zijn bureau 'Duurzaam Geluk' cursussen en lezingen (www.duurzaamgeluk.nl).

en gemeenschapszin belangrijker. Zij hecht minder aan geld, imago en populariteit. En hoewel er minder te besteden is, zijn ze vrijgevinger. Bovendien leeft de bewuste consument minder onder tijdsdruk. Blijkbaar weet deze groep een goede balans te vinden tussen persoonlijke groei en investeren in relaties. Deze manier van leven steekt schril af tegen die van het merendeel van de consumenten in de huidige postmodernistische tijd, met een eenzijdige nadruk op materie en het ik.

Voetafdruk

Ook Zuid- en Midden- Amerikaanse landen laten zien dat het anders kan, bijvoorbeeld inwoners van Costa Rica. Zij zijn vrijwel even gelukkig als Nederlanders, maar hun ecologische voetafdruk ligt maar net boven het wereldgemiddelde¹, terwijl die van ons land drieënhalve keer zoveel is. Mogelijke verklaring is dat Costa Ricanen niet alleen sterke netwerken hebben van vrienden, familie en burens, maar ook uitvoerige sociale en educatieve programma's. Plus een hoge tolerantie bezitten voor maatschappelijke verschillen en uiteenlopende meningen. Voor Westerse landen geldt juist dat de laatste decennia de kwaliteit van familie-relaties en de verbondenheid van gemeenschappen zijn achteruitgegaan. Tegelijkertijd zijn egoïstische waarden toegenomen.

Voorbeeldfunctie

Het blijkt dus mogelijk om duurzaam én gelukkig te leven. Mensen met duurzame waarden: wacht niet langer en geef het goede voorbeeld. Ga het gesprek aan met je collega's, vrienden, familie, burens over een duurzaam en gelukkig leven. Word ambassadeur van duurzaam geluk: communiceer en praktiseer duurzaam. De wereld veranderen begint bij jezelf.

Michiel Hobbelt

'Mensen met duurzame waarden: geef het goede voorbeeld'

¹ New Economic Foundation (2013), *Happy Planet Index*, www.happyplanetindex.org/data/