



# Wacht niet op anderen, stop zelf met vlees

De boer wijst naar de supermarkt, de supermarkt naar de consument, de consument naar de politiek en zo doet niemand iets om de consumptie van vlees terug te dringen. Want gedrag is aanstekelijk. Maar juist dat betekent, meent **Roos Vonk**, dat wie wél in actie komt echt iets kan veranderen.

Illustratie **Sam Island**

# W

Wie zich de laatste weken op Twitter of Facebook begaf, kon op discussies stuiten die ongeveer als volgt verliepen:

- A Vanavond bbq met zwijn en spare-ribs. Niks vlees weg. Betutteling!
- B Wij zijn er wel mee bezig. Maar ik vind geen vlees te kort door de bocht. We gebruiken die koeien toch al voor melk, leer etc. Vlees is maar een fractie. Moeten we het dan weggoien?
- A Precies, voedselverspilling. Laten ze dat oplossen, dat is het echte probleem.
- C Vlees is niet een fractie hoor, het is de hoofdmoot. En het leidt ook tot ontbossing door sojaplantages.
- A Dan moet je dus geen vegetariër worden! Met je soja hahaha
- C Als je bezorgd bent over ontbossing moet je juist wel vegetariër worden. Die bossen worden gekapt voor veevoer. Voor 1 kilo koe heb je 8 tot 13 kilo graan en soja nodig.
- B We hebben die koeien toch al voor leer en zuivel en wat al niet meer.
- C Dat zijn andere koeien. We hebben aparte vlees- en melkkoeien. Maar je hebt natuurlijk gelijk dat we ook minder zuivel en leer moeten kopen!
- A Nou moet je zelfs zo'n enge veganist worden, daar wil ik sowieso niet bij horen.

**De boodschap – minder vlees**, vanwege de uitstoot, stikstof, natuurschade, kortom: de planeet – is al geruime tijd bekend, maar hoewel de vraag naar vleesvervangers toeneemt, is de afname in de vleesverkoop nog zeer gering. In een redactioneel commentaar naar aanleiding van een recent IPCC-rapport noemde *de Volkskrant* de consument de olifant in de kamer: als die maar eens met zijn koopgedrag laat zien dat hij klaar is met de intensieve veehouderij,

dan zullen politiek, boeren en supermarkten vanzelf volgen. Die zeggen immers allemaal: dit is wat de consument wil.

Maar er kwamen in de (sociale) media ook andere meningen voorbij die verdeelbaar zijn. Bijvoorbeeld over de rol van de politiek: 'Niet de consument, maar de labbekakkerige houding van politieke partijen die hun kiezers niet voor het hoofd willen stoten, is de olifant in de kamer.' En: 'Het is toch ook bezopen dat een regering bang is om noodzakelijke maatregelen te nemen' – verwijzend naar een opiniestuk van Thomas von der Dunk die Rutte III het laatste kabinet ooit noemde.

Weer anderen zeiden: het ligt aan de supermarkten. Als die minder stunts met vlees en de consument verleiden met betaalbare, aantrekkelijke vegetarische producten, kan dat het koopgedrag veranderen. Ook waar. Hetzelfde geldt voor de rol van de media. Want *de Volkskrant* en ook *NRC* maken in hun redactioneel commentaar weliswaar een punt van de noodzaak om minder vlees te eten, maar blijven het ondertussen onbekommerd promoten met recepten en restaurantrecensies.

Er waren ook mensen die vonden: de sleutel ligt bij de producent, de boer. De boer moet de verkoopprijs opschrijven en dan investeren in dier- en milieuvriendelijker productie. Daarmee zijn we terug bij de supermarkten: die draaien de boer de duimschroeven aan omdat ze lage prijzen willen, want... dat wil de consument. Net als de zittende politiek bewijst die hoofdzakelijk lippendienst aan planeetvriendelijke keuzes: men is helemaal vóór, maar in de winkel is de portemonnee de baas. We zijn rijker dan ooit, er is meer voedsel dan ooit, maar als het aankomt op het beschermen van onze planeet zijn we opeens heel arm.



## Zo blijven alle betrokken partijen

– consument, politiek, retail, boer en media – naar een andere partij wijzen, met als gevolg dat iedereen niets of te weinig doet. Dit zien we niet alleen als het gaat over vlees, maar ook bij ander klimaat- en milieugerelateerd gedrag.

De individuele burger wijst naar bedrijven, bedrijven wijzen naar het buitenland ('Als wij stoppen, nemen ze elders de productie over'). Bij elke oplossing die naar voren wordt geschoven, is de reactie: ja maar, de industrie/Schiphol/China... dus wat ik doe maakt weinig uit. Dit druppel-op-de-gloeiende-plaat-gevoel is begrijpelijk en reëel: het klimaatprobleem is groot en wereld-

wijd, en het is veel gevraagd om het goede te doen wanneer je denkt dat anderen dat niet doen of dat jouw bijdrage nihil is.

Door de indruk dat anderen weinig doen, creëren we bovendien onbedoeld een grootschalig omstanderseffect: als meerdere mensen getuige zijn van een nood situatie en niet zeker zijn van de ernst en de noodzaak om in te grijpen, kijken ze eerst naar de reacties van andere omstanders. Wanneer die eveneens afwachten en op anderen letten, leiden alle aanwezigen uit elkaars gedrag af dat het wel meevalt; anders zou iemand immers wel iets doen. Enige tijd geleden kwam een onderzoek in het nieuws waaruit bleek dat omstanders wél hulp bieden, en dat is inderdaad vaak zo. Maar in dit onderzoek werd niet geregistreerd of de omstanders elkaar kenden en hoe duidelijk de nood situatie was.

Uit gecontroleerd experimenteel onderzoek is bekend dat het omstanderseffect optreedt als de nood situatie ambigu is. De problemen van de veehouderij zijn voor de meesten van ons ambigu: als leek kunnen we niet goed beoordelen hoe ernstig de situatie is. We nemen aan dat de politiek zou ingrijpen als er echt iets ergs gaande was. Maar de meeste politici weten er ook weinig van en vertrouwen weer op lobbyisten van sectoren die grote belangen hebben bij handhaving van de status quo – zoals de veehouderij en aanpalende sectoren zoals bouwbedrijven, banken (Rabobank, ABN Amro en ING zijn in reclame-uitingen reuze betrokken bij klimaat en dierenwelzijn, maar investeren flink in grootschalige veedindustrie) en de tussenhandel tussen boer en supermarkt. Ook het ministerie van Landbouw, Natuur en Visserij heeft een sterke identificatie met de belangen van de veesector, ondanks dat dit geen expliciete politieke opdracht is.

Het standpunt van belanghebbenden en hun politieke medestanders is vaak: consumenten kunnen prima hun eigen keuzes maken. Dat spreekt ons aan, we vinden immers allemaal dat onze keuzes autonoom zijn en we verzetten ons tegen betutteling.

Ik vermoed dat de grote spelers, met hun miljoenen campagnes om onze aankopen te sturen, zich een hoedje lachen om dat heilige geloof in onze onafhankelijkheid. We maken immers precies de keuzes die zij willen en raken geïrriteerd als iemand wijst op de bezwaren ervan. Eind vorig jaar ontstond onrust over een advies van het Voedingscentrum om minder vlees te eten, voor onze gezondheid en voor klimaat en milieu. Alsof dat al niet erg genoeg was, kwam Albert Heijn met een kerst-*Allerhande* met



**Kennelijk gaan mensen ervan uit** dat hun keuze voor vlees door niemand is beïnvloed. In werkelijkheid wordt die keuze van alle kanten beïnvloed: door supermarkten die mensen lokken met vleesaanbiedingen, omdat dit voor velen het hoofdingrediënt is; door campagnes van de vlees- en zuivelindustrie, door misleidend taalgebruik (scharrelkip die nooit buiten komt dus eigenlijk schuurkip zou moeten heten) en misleidende verpakkingen (plaatjes van dieren in de wei terwijl ze nooit buiten komen).

Onbedoeld en veel impliciet er ook beïnvloeding door onze cultuur, waarin honden gezinsleden zijn maar varkens – met dezelfde afhankelijkheid, bewustzijn en een hogere intelligentie dan honden – hun leven lang gevangen zitten in een soort concentratiekampen; een cultuur waarin we vol afschuw reageren als we horen over kinderen die borstvoeding krijgen tot de peuterleeftijd, laat staan kinderen in andere culturen die melk drinken bij andere moeders – terwijl we zelf als volwassenen, ver voorbij de speenleeftijd, melk drinken van de moeders van een andere diersoort, koe en geit.

Ook worden we beïnvloed door de mensen om ons heen en hun sociale normen; die zijn wel iets verschoven – vroeger moest vooral de vegetariër aan tafel zich verantwoorden, dat wordt steeds minder – maar vleeseters kunnen nog altijd volstaan met 'ik vind het gewoon lekker'. Niemand waagt het om dan te zeggen: 'Heb je verder zo weinig lol in je leven dat je dit nodig hebt? Is jouw plezierje van vijf minuten belangrijker dan levenslang leed voor dat dier en alle schade voor onze planeet?' Wie dat wel zegt, is een verzuurde spelbedriver, een deugmens die anderen hun genoegegens misgunt.

Met al dit soort subtiele normen vertellen we elkaar impliciet dat vlees eten oké is. Mensen zijn echte groepsdieren die voortdurend letten op elkaars signalen. Zo beïnvloeden we elkaar veel meer dan we beseffen en bestendigen we met elkaar gewoontes die uiteindelijk scha-

delijk zijn voor ons allemaal.

Het goede nieuws is dat we, als groepsdieren, elkaar ook in positieve zin kunnen beïnvloeden. Alle gedrag van mensen is besmettelijk. Doe je niets, wacht je af, wijs je naar anderen, dan steek je elkaar aan met dat gedrag. Kom je in actie, dan kan zich dat als een olievlek verspreiden. Een minderheid van ongeveer 25 procent kan al voldoende zijn om een kantelpunt te creëren waar de meerderheid makkelijk omslaat, blijkt uit experimenteel onderzoek.

Met z'n allen, met ieders kleine verwaarloosbare bijdrage, hebben we een wereldwijd probleem veroorzaakt; dus met z'n allen, met ieders kleine verwaarloosbare bijdrage, kunnen we het ook oplossen. Zoals Jelmer Mommers op *De Correspondent* schreef: 'Alle vooruitgang is te danken aan mensen die niet wachten tot anderen iets doen.' Aan mensen die spelbedriver durven te zijn als ze zien dat het spel niet deugt. Mensen die echt autonome keuzes maken – wat pas mogelijk is als je je goed informeert over wat je eet, ook over wat niet op de verpakking staat en niet door onze overheid wordt verteld: over de uitstoot, de stikstof, de gevolgen voor water, bodem en wereldvoedselvoorziening, het dierenleed, de dierziekten, de stalbranden, de boskap in andere delen van de wereld zoals het Amazone-gebied waar wij ons veevoer vandaan halen, en de effecten daarvan op het klimaat.



**Niet alleen onder consumenten**, ook onder de andere partijen zijn al velen opgestaan die een nieuwe koers voorstaan. In navolging van de Caring Vets – dierenartsen die dierenwelzijn op 1 zetten en niet het economisch belang van de boer – zijn er nu bijvoorbeeld de Caring Farmers, die willen boeren met zorg voor dieren en natuur; en boeren die vinden dat het zo niet langer kan en daarom krimp van de veestapel bepleiten. In plaats van elkaar aansteken met doormodderen op een doodlopende weg, kunnen alle partijen – politiek, consument, boer, supermarkt en media – elkaar ook aansteken met elan en inspiratie voor een nieuwe wending. Dat begint niet in één sector; het begint in elke sector met mensen die tegen de weerstand van gemakzucht en gevestigde belangen in durven gaan. Een weerstand die we over enkele tientallen jaren waarschijnlijk heel vreemd zullen vinden, als we met verbijstering en afgrijzen terugkijken op de veehouderij van nu.



**Roos Vonk** is auteur en hoogleraar sociale psychologie aan de Radboud Universiteit Nijmegen.

Mensen gaan er kennelijk van uit dat hun keuze voor vlees door niemand is beïnvloed. In werkelijkheid wordt die keuze van alle kanten beïnvloed