

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, www.reprorecht.nl) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.

info@boomamsterdam.nl
www.boomuitgeversamsterdam.nl

Het CDA moet zich niet inlaten met boycotpolitiek [2]

Oneens, de machteloosheid tegen het systeem moet een stem krijgen

door *Jan Jacob van Dijk*

De auteur is gedeputeerde in Gelderland, hoogleraar christelijk-sociaal denken aan de Vrije Universiteit Amsterdam en oud-lid van de Tweede Kamer voor het CDA.

Boosheid. Dat was mijn motivatie voor het schrijven van een brief aan *De Gelderlander*, geplaatst op 7 september 2016. Boosheid over het gedrag van de grootste Nederlandse supermarktketen, die na de fusie met het Belgische Delhaize de gesprekken met de toeleveranciers aanging om de prijzen met een half miljard te laten verlagen. Een simpel berichtje in een Nederlands dagblad.

Waarom was ik boos? Heel simpel. Als een van de machtigste retailers toeleveranciers onder druk zet om de prijzen te verlagen, weet ik wie aan het einde van de rit de prijs gaat betalen. Dat is de producent: de boeren en tuinders. En of dat nu Nederlandse, Europese of nog weer andere boeren en tuinders zijn, maakt niet uit: de prijs van de producten zal dalen. Tegelijkertijd moeten boeren steeds meer rekening houden met allerlei maatschappelijke eisen: meer aandacht voor een goede luchtkwaliteit, minder stank, meer

dierenwelzijn, minder antibioticagebruik, enzovoort. Allemaal terechte eisen, maar eraan voldoen is niet gratis. Luchtwassers, andere stalsystemen, een andere bedrijfsorganisatie kost geld, en soms véél geld. Als we als samenleving deze eisen stellen, moeten we boeren wel de ruimte bieden om de hiervoor noodzakelijke investeringen terug te verdienen. Bieden we hun die mogelijkheid niet, dan weten we dat de agrarische sector het niet zal overleven. En dat wil niemand. Om die reden besloot ik mijn boodschappen niet meer te doen bij Albert Heijn. En voor alle helderheid: ik doe thuis de weekendboodschappen en deed altijd mijn boodschappen bij deze super.

* * *

Mijn actie heeft veel aandacht opgeleverd. Het stond op de voorpagina van veel regionale dagbladen en ook de landelijke media waren geïnteresseerd in dit thema. Dat heeft mij – in positieve zin – verbaasd. Ik had niet verwacht dat de media dit zo groot zouden oppakken, want wie ben ik nou? Een gewone gedeputeerde, niets meer en niets minder. Toch was het voor de media voldoende om groots uit te pakken.

Naar de redenen daarvoor kan ik alleen maar gissen. Natuurlijk vinden de media het aantrekkelijk als een groot bedrijf wordt aangepakt, maar dat is een onvoldoende argument. Er zit meer achter. Op een of andere manier voelen media dat het een thema is dat brede belangstelling heeft onder de bevolking. En ze hebben wat dat betreft gelijk, tenminste als ik kijk naar de vele instemmende reacties die ik heb gekregen. Sommigen vroegen zich af of de andere supermarkten wel zoveel beter waren, en ze hebben daarmee een punt. Maar, zoals mijn oma zei als ik als oudste thuis ruzie met mijn broers had: 'Ie ben de oldste, dus ie moet de wijste wizen.' Als grootste heb je een zwaardere verantwoordelijkheid om het goede voorbeeld te geven.

Waarom sluit dit thema zo goed aan bij de publieke opinie? Ook daar kan ik natuurlijk geen sluitend antwoord op geven. Toch wil ik een poging wagen. Deze ontleen ik aan de reactie die ik in een gesprek met Ahold kreeg. 'U moet begrijpen: wij zijn een kleine speler in het systeem', kreeg ik van Ahold te horen. Een actie van haar zijde zou niets betekenen en zou ook niets veranderen. Daarom was het onterecht om haar in een kwaad daglicht te zetten. En het is juist dat argument dat mensen zo boos maakt, vanuit een gevoel van machteloosheid. Laat ik het naar mijzelf vertalen: als Ahold afspraken kan maken over prijzen en kwaliteit, kan ze toch ook afspraken maken over de manier waarop er wordt geproduceerd? Door te zeggen dat zij niets kan, omdat het systeem 'nu eenmaal zo werkt', geeft ze mij het gevoel dat ik met een kluitje in het riet wordt gestuurd. Ik word niet serieus genomen en mijn zorg ook niet. Dat machteloze gevoel hebben veel mensen over heel veel onderwerpen. Of het nu gaat

om de zorg, het onderwijs, de volkshuisvesting, de internetproviders, de zorgverzekeraars of de banken: in al deze sectoren speelt dat mensen zich niet meer serieus genomen voelen. Ze voelen zich machteloos tegenover het systeem.

* * *

En daarmee kom ik bij de vraag waarom ik het middel van de boycot heb gebruikt. Waarom niet in plaats daarvan een mooi doorwrocht artikel in een gerespecteerd dagblad met een mooie analyse en een gedegen conclusie? Dat is de normale manier van werken van bestuurders en politici en zo moeten we het ook blijven doen. Een gedegen analyse is nodig om goed beslagen ten ijs te komen en niet bij de eerste de beste tegenwind weggeblazen te worden. Maar om echt invloed te hebben, is iets meer nodig: we moeten het volk 'raken', de mensen moeten zich door ons aangeraakt voelen. We moeten naast hen

We moeten het volk 'raken'; de mensen moeten zich door ons aangeraakt voelen

staan en hun woordvoerder zijn. De kern van politiek bedrijven is dat wij als politici de stem kunnen zijn van de groep die zichzelf moeilijk kan laten horen op het grote toneel. Denk aan het Volkspetitionnement van Abraham Kuyper in 1878, dat uiteindelijk de basis bleek voor de oprichting van de ARP. Inder tijd door een grote handtekeningenactie, nu door hun steun uit te spreken voor mijn boycot van Albert Heijn, hebben de mensen heel even een stem tegen het systeem gekregen. Daar hunkeren mensen naar.