

Ter introductie

HET STRATEGISCH BERAAD VAN HET CDA maakt in zijn rapport *Kiezen en verbinden* van een duurzame, circulaire economie terecht een majeure doelstelling. Toch heeft duurzaamheid nog steeds een wat stoffig imago. Alle goede bedoelingen ten spijt, vraagstukken als het broeikaseffect en de opwarming van de aarde zijn te abstract, te omvangrijk om een vorm van eigenaarschap te creëren.

Gymdocenten op mijn middelbare school lasten met enige regelmaat een zogeheten ‘bosloop’ in: een lesuur lang hardlopen door de bossen op de Amersfoortse Berg. Tijdens een van die gevreesde boslopen, ergens begin jaren negentig, hield de docent plots halt. ‘Zien jullie die prachtige bomen? Over twintig jaar zijn ze allemaal kaal door de zure regen.’

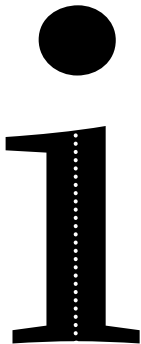
Het was de tijd dat het ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer posters uitgaf met teksten als ‘Zure regen, onze eigen schuld’. In Duitsland hadden ze het over ‘Waldsterben’.

Onlangs reed ik er nog eens langs. Mooie, volle groene bomen. Geen kaal dennetje te bekennen, daar op de Amersfoortse Berg.

Cynisme over deze verzuringshype van de jaren tachtig en begin jaren negentig zou echter te gemakkelijk zijn. Het Planbureau voor de Leefomgeving heeft twee jaar geleden in het rapport *Zure regen. Een analyse van dertig jaar verzuringsproblematiek in Nederland* gesteld dat het overheidsbeleid tegen zure regen ‘terecht’ was; het was dankzij de maatregelen van de achtereenvolgende kabinetten dat de bossen niet kaal zijn geworden.

* * *

In dit CDV-nummer, met als titel *Duurzaam denken, duurzaam doen*, staat precies deze paradox centraal: duurzaamheid is in bestuur, beleid en het bedrijfsleven inmiddels big business geworden, maar tegelijkertijd



voelen burgers zich geen eigenaar van abstracte duurzaamheidsvraagstukken als de CO₂-uitstoot. Ja, we willen allemaal groene producten, totdat we bij de kassa staan.

Dat roept verschillende vragen op. In de eerste plaats: hoe komt het dat duurzaamheid zo'n onbepaalde, wat vermoeiende term blijft? En: waarom willen we precies een overgang maken naar een duurzame economie? Daarover gaat het in het eerste deel, 'Duurzame waarden', van deze CDV. Jan Hoogland duidt kwesties als de stijging van de zeespiegel en het broeikas effect als 'maakbaarheidsconstructies'. Hij pleit ervoor meer oog te hebben voor de werkelijkheid zoals die ons gegeven is: de aarde is een gift. Hans Achterhuis vindt dat we in het huidige duurzaamheidsdebat te veel gevangen blijven in het paradigma van de economische – al dan niet duurzame – groei. Hij ontdekt, met Hannah Arendt in de hand, een ander begrip van duurzaamheid: er is een consequente denkwijze mogelijk die ons op een andere manier dan de economie dat doet, naar mens en natuur laat kijken. Daarmee verschaft hij in zekere zin een seculiere legitimiteit aan het duurzaamheidsstreven.

In het tweede deel van dit nummer, 'Naar een duurzame economie', staat de vraag naar het 'hoe' centraal: hoe maken we de transitie naar een circulaire economie? Gijsbert Korevaar laat zien dat het nog niet zo eenvoudig is om grondstoffen in een gesloten kringloop te brengen. Maarten Hajer, Frank Dietz en Aldert Hanemaaijer beschrijven de voorwaarden voor groene groei. De kosten van milieugebruik kunnen nog beter tot uitdrukking komen in de prijzen, merken zij op. Ruud Lubbers en Paul van Seters betogen dat in een groenere economie de overheid een andere rol moet krijgen.

Het derde deel, 'Naar een christendemocratische duurzaamheidspolitiek', gaat over de volgende vraag: hoe is een christendemocratische duurzaamheidspolitiek te onderscheiden van enerzijds een al te utopische politiek en anderzijds een neoliberal denken, waarbij de markt en private belangen een doel op zich worden? Jaap Hanekamp wijst erop dat duurzaamheid een kind van de moderniteit is: ongeduldig, grootschalig, onpersoonlijk en technocratisch. Alleen het laten varen van het utopische 'actieplankoninkrijk' biedt het CDA de ruimte om aan het werk te gaan in een wereld waar veel werk te verzetten is. Hamilcar Knops en Paul Schenderling geven een eigentijdse en originele invulling aan het begrip rentmeesterschap: 'creatief doorgeven'.

* * *

Het CDA lijkt periodiek besprongen te worden door een soort *sense of urgency* als het om duurzaamheid gaat. In het vorige CDV-nummer over duurzaamheid, uit 2004, hebben we daar al op gewezen. Ditmaal hadden we een Amerikaan nodig, Al Gore met zijn film over de klimaatangst, ge-

volgd door de financieel-economische crisis. De vraag is hoe we voorkomen dat we opnieuw in mooie woorden blijven steken, dat er een gapende kloof tussen ‘duurzaam denken’ en ‘duurzaam doen’ blijft.

Voor het CDA begint het met het eenvoudige besef dat de aarde een gift is. Dat maakt dat we recht kunnen doen aan het gegeven, ook in de wijze waarop we het technisch bewerken. Dat besef maakt het ook mogelijk om stapje voor stapje te werken aan een transitie van de samenleving, in plaats van al te zeer de nadruk te leggen op grootschalige dertig- en veertigjarenplannen.

Daarnaast is eigenaarschap belangrijk. Als burgers zich niet beschouwen als mede-eigenaar van duurzaamheidsvraagstukken, is nauwelijks verbetering te verwachten. Dat betekent dat we niet moeten proberen burgers te bekeren of met een schuldgevoel op te zadelen, maar dat we juist moeten redeneren vanuit de dagelijkse betrokkenheid van de burger. *Oikofilie*, zoals de filosoof Roger Scruton het in zijn nieuwste boek *Groene filosofie* noemt: de mensen denken dicht bij huis.

Eigenaarschap zou wel eens de sleutel kunnen zijn voor een realistische en breed gedragen duurzaamheidspolitiek. Zonder ‘draagvlak’ geen effectieve duurzaamheidspolitiek, zoals Maxime Verhagen terecht stelt. En ja, als de markt faalt, dan heeft de overheid een taak om via prijsprikkels of normering dwingend op te treden. Het werkt, zo leert het verleden. Met overheidsmaatregelen in de jaren tachtig en negentig kon de uitstoot van zwaveldioxide, die zure regen veroorzaakt, tenslotte spectaculair worden teruggebracht.

Pieter Jan Dijkman, hoofdredacteur *Christen Democratische Verkenningen*