

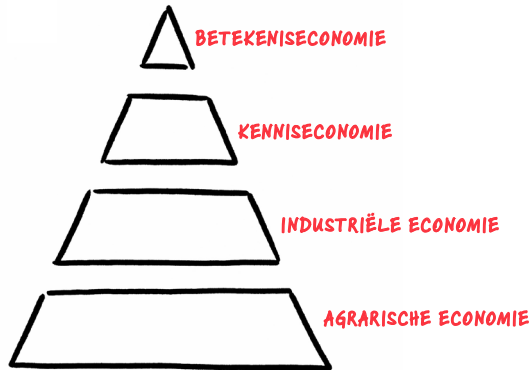
Je hebt de term misschien al eens voorbij horen komen. Voorzichtig zetten we de eerste schreden naar een nieuw tijdperk waarin we de wereld met z'n allen een stukje beter willen maken. Een economie is niet meer dan een collectieve afspraak over waarde-uitwisseling; de primaire vorm waarin vraag en aanbod elkaar vinden.

In de betekenis-economie is 'maatschappelijk van betekenis zijn' de primaire vorm van waarde-uitwisseling. We gaan wereldverbetering massaal waarderen, en dat wordt dan ook de essentie van al ons doen en laten. Bijdragen aan een betere wereld is niet een beetje belangrijk, maar het aller-, allerbelangrijkste. Succes wordt steeds nadrukkelijker bepaald door de mate waarin bedrijven maatschappelijke waarde en vooruitgang creëren.

De winnaars zijn die bedrijven die maatschappelijk een positief verschil maken; bedrijven die de leefwereld van mensen significant verbeteren. Zij kunnen rekenen op een gestaag groeiend enthousiasme. De verliezers? Dat zijn de bedrijven die zich niks van de wereld aantrekken en deze vernielen voor eigen gewin. Omdat mensen het niet langer pikken dat hun leefwereld wordt misbruikt en vernietigd, verliezen destructieve bedrijven razendsnel sympathie. Met alle gevolgen van dien.

De betekenis-economie komt niet zomaar uit de lucht vallen. Het is een economische evolutie – de vierde in de geschiedenis van de mensheid, om precies te zijn. Aaron Hurst (schrijver van het boek

The Purpose Economy): ‘We zien nu de opkomst van een vierde economie. Deze economie draait om een versterkte behoefte aan zingeving. We leven in een tijdperk waarin betekenis de aanjager van innovatie en groei wordt. De betekenis-economie heeft invloed op alle sectoren van de economie in ruime zin van het woord.’



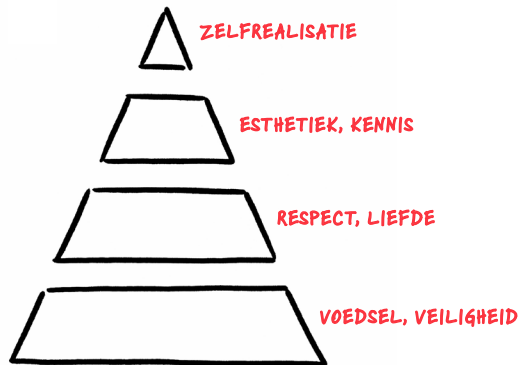
De agrarische economie – De allereerste economie uit onze geschiedenis gaat de boeken in als de agrarische economie. Na veel jaren te hebben geleefd als nomadische, zelfvoorzienende jagers en verzamelaars zien mensen voor het eerst handel in grondstoffen en het verbouwen van voedsel. Rondom vruchtbare plekken ontstaan dorpen. Landbezit is de belangrijkste voorwaarde om een succesvol handelaar te zijn.

De industriële economie – De agrarische economie wordt opgevolgd door de industriële economie. De Industriële Revolutie wordt rond 1700 ingeluid met de uitvinding van de stoommachine, waardoor massaproductie mogelijk wordt. Fabrieken schieten als paddenstoelen uit de grond en vervangen boerderijen. Alles draait om producten. Het ambachtelijke, het echte mensenwerk, is voorgoed verleden tijd. Niet langer is land het belangrijkste bezit, het gaat om machines.

De kenniseconomie – In de afgelopen decennia ging dit systeem over in de kenniseconomie. Door de uitvinding van de computer verandert het speelveld. Computers nemen belangrijke taken van de mens over, zoals

het bedienen van machines. Kennis wordt belangrijker dan ooit, net als het verlenen van diensten. Het is niet voor niets dat de 'internetbubbel' hyperwaardevolle bedrijven als Google, Facebook, Microsoft en Apple heeft opgeleverd – stuk voor stuk kennisgedreven bolwerken.

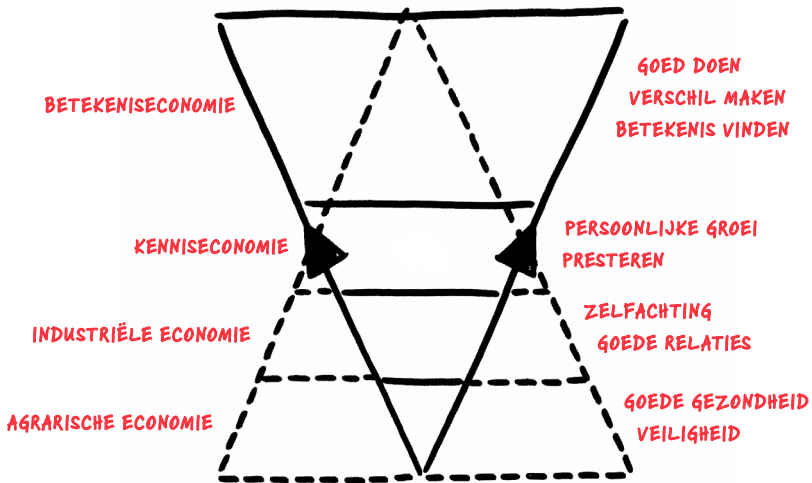
De betekeniseconomie – En nu zijn we dus aangekomen in de betekeniseconomie, die zich afspeelt in het penthouse van de piramide van Maslow. We bevinden ons in het tijdperk van zelfrealisatie en zelftranscendentie.



Doordat andere behoeften al bevredigd zijn – we hebben in onze hyperontwikkelde westerse wereld ondertussen allemaal een dak boven ons hoofd, voldoende te eten, schoon drinkwater, veiligheid en bescherming, sociale contacten en waardering – zijn we massaal op zoek gegaan naar immateriële zaken. We hebben nu vooral behoefte aan manieren om onszelf mentaal maximaal te ontplooiën. De honger – hunkering zelfs – naar zelfrealisatie en zelftranscendentie is hét kenmerk van deze tijd.

Daniel Pink schrijft hierover in zijn boek *Een compleet nieuw brein*: 'Het streven naar doel en zin is een integraal onderdeel van ons leven geworden. Natuurlijk heeft de materiële rijkdom niet iedereen in de ontwikkelde wereld bereikt. Maar de overvloed heeft wel letterlijk honderden miljoenen mensen bevrijd van de strijd om te overleven. De zoektocht naar zingeving heeft een omvang gekregen die voorheen niet voorspelbaar was.'

Kaj Morel heeft de importantie van de zingevingbehoefte mooi weergegeven in zijn boek *Identiteitsmarketing*, door de Maslow-piramide om te draaien.



Volgens Morel zijn de behoeften aan zelfrealisatie en zelftranscendentie en het daarbij behorende betekenis vinden, verschil maken en goed doen, de dominante en primaire behoeften in de betekenis-economie. De impact van de hogere menselijke behoeften op het dagelijkse doen en laten van mensen – en dus ook bedrijven – is vele malen groter dan die van de lagere levensbehoeften.

Dat de hogere, zingevende behoeften geen luxe zijn die slechts voor een niche van de mensheid bereikbaar zijn maar een mentale, eerste levensbehoefte, beschrijft Viktor Frankl. De Oostenrijkse en joodse psychiater Frankl zat jarenlang gevangen in Auschwitz. In het uiterst indrukwekkende boek *Man's Search for Meaning* beschrijft hij hoe hij de ontberingen en verschrikkingen overleefde door deze zin te geven; door er de zin in te vinden. Daardoor kwam Frankl tot het inzicht dat de belangrijkste zorg van de mens niet plezier najagen of pijn vermijden is, maar de zin van het leven zien. Volgens Frankl is de zoektocht naar zingeving de meest basale en fundamentele drijfveer van het menselijk bestaan.

Er zijn twee manieren om naar de opkomst van de behoefte aan zingeving en zelfrealisatie te kijken, twee ontwikkelingen die betekenis-economie verklaren:

1. schade & schande;
2. communicatieve zelfsturing.

SCHADE & SCHANDE

Maandag 15 september 2008 – een siddering trekt door Wall Street. CNN doet uitgebreid verslag van de val van Lehman Brothers. De meest gerespecteerde en gevreesde bank van het westelijk halfrond bezwijkt onder een schuldenlast van meer dan 600 miljard dollar. Honderdduizenden Amerikanen, ooit de gelukkige eigenaren van een groot huis en mooie auto, belanden op straat. Nederlanders schrikken, maar denken tegelijkertijd dat het een ver-van-hun-bedshow is. Niet veel later gebeurt het onvermijdelijke in ons land. Na de val van Fortis Bank kloppen ING, SNS en Aegon aan voor staatssteun. Keken we eerst tegen het bankwezen op, nu komen we met z'n allen in verzet tegen praktijken die absoluut niet door de beugel kunnen.

Wat in eerste instantie lijkt op een economische recessie draait uit op een massale depressie. Faillissementen zijn aan de orde van de dag; mensen verliezen hun baan en kunnen de hypotheek op hun huis niet meer betalen. De financiële crisis wordt een existentiële crisis. Het probleem groeit uit tot een volksziekte. We zijn zo gaan geloven in onze eigen illusies dat we na het uiteenspatten van de bubbel pijn lijden – échte pijn. Alles waar we goed in waren, alles wat we in al die jaren hebben vergaard, is in één klap verdwenen. We storten in een diep, zwart gat.

Weg met ons ego: de egolutie

Geld en bezit zijn onlosmakelijk verbonden met ons economische systeem. Doordat ze jarenlang te horen kregen dat het goed gaat met de economie als ze meer besteden c.q. meer consumeren, zijn

mensen verworden tot consumensen. ‘Ik consumeer, dus ik ben’ is hun levensmotto.

JOLIJN CREUTZBERG, VAN HULLEY

Een overhemd met een klein scheurtje weggoeien? Dat vindt Jolijn Creutzberg zonde. Liever gebruikt ze de stof voor een hippe, draagbare boxershorts. En nog mooier: in haar atelier krijgen vrouwen met afstand tot de arbeidsmarkt een tweede kans.

Van Hulley ontstaat in 2012, als Jolijn het overhemd van haar man bewerkt tot een goedzittende, hippe boxershorts. Volkomen overtuigd van haar idee zet ze een punt achter haar succesvolle carrière als freelancer. Doen waar ze blij van wordt is voor Jolijn pas echt waardevol, helemaal als ze andere vrouwen hun eigenwaarde – en daarmee hun toekomst – teruggeeft.

‘Een grote onderbroekenfabriek zou niet bij mijn idee passen. Ik zocht iets authentieks, iets waarmee ik mezelf, maar ook vooral een ander, blij maak. Toen ik begon, sloot ik een privélening af en wist ik niet of Van Hulley een succes zou worden. Waar het om draait, is dat je in je idee gelooft, je droom realiseert. De uitdaging om een bijdrage te leveren aan de maatschappij komt vooral uit mezelf.’

We zijn geld en bezit nadrukkelijk gaan associëren met ‘goed’. Geld en bezit voelden goed. Heel lang hebben we geld en de groei van onze welvaart als geluk ervaren. Maar dat klopt natuurlijk helemaal niet, zoals verschillende wetenschappelijke onderzoeken hebben aangetoond. Door schade en schande hebben we ten slotte geleerd hoe de vork in de steel zit.

In haar boek *De emotiemarkt* spreekt Susanne Piët van ‘de bezitsparadox’. ‘Waar je in eerste instantie blij van wordt, leidt uiteindelijk tot een grotere leegte.’

Ook Daniel Pink herkent dit principe. In *Een compleet nieuw brein* zegt hij: ‘Overvloed heeft prachtige dingen in ons leven gebracht, maar die schare aan materiële goederen heeft ons niet noodzakelijkerwijze gelukkiger gemaakt. De paradox van voorspoed is dat

de levensstandaard weliswaar decennium na decennium is gestegen, maar de persoonlijke levensvreugde niet.'

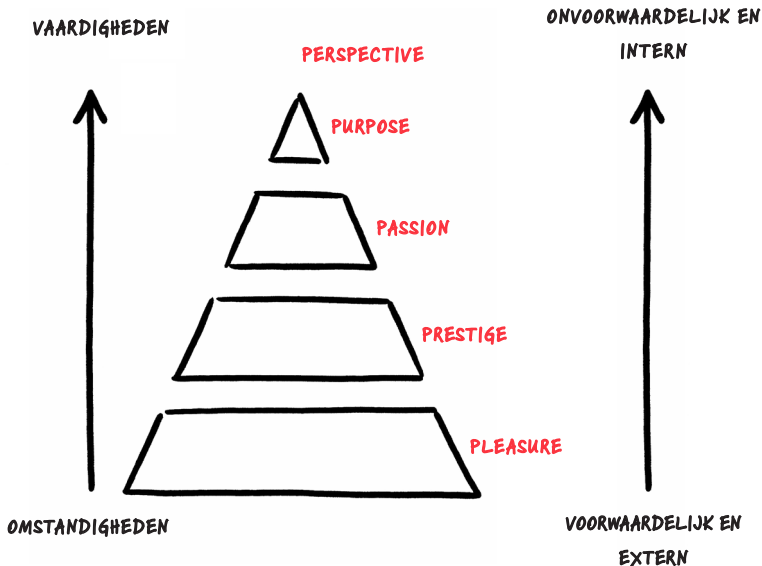
Als je geld en geluk door elkaar haalt, word je ongelukkig. Geluk heeft zijn eigen merites.

Geluk

Er bestaan veel misverstanden over geluk. Om de betekenis economie goed te kunnen doorgronden is het daarom belangrijk om het begrip beter te bekijken en begrijpen.

Geluk is geen eenduidig begrip. Om te beginnen heb je voorwaardelijk en onvoorwaardelijk geluk. Er zijn vijf verschillende niveaus van geluk. En geluk is geen statisch maar een dynamisch gegeven: het ontwikkelt zich.

Voorwaardelijk geluk wordt door externe factoren bepaald. Familie, vrienden, je werk, kortom: aspecten waar je zelf weinig invloed op hebt. Het belangrijkste kenmerk van onvoorwaardelijk geluk is dat je er zelf de regie over houdt. Wat de buitenwereld ook voor je in petto heeft, je laat het geluk afhangen van jezelf.



Pleasure – Het meest basale en 100 procent externe, voorwaardelijke en dus afhankelijke geluksniveau is dat van plezier, genot. Plezier is de positieve prikkel, de reactie die ontstaat na een leuke gebeurtenis. Plezier voelt goed. Daarom proberen mensen zo veel mogelijk gunstige gebeurtenissen te creëren en een plezierig leven te leiden. Zolang mensen plezier beleven, voelen zij zich gelukkig en zijn ze tevreden over hun leven.

Er is niks mis met plezier; het probleem is alleen dat het allesbehalve bestendig is. Plezier is hypervluchtig, als junkfood dat korte tijd je honger stilt, een droom die zomaar uiteenspat. Het ene moment is het er, het andere moment is het verdwenen. Er gebeuren tenslotte ook heel veel onplezierige dingen in een mensenleven. Pijn – het tegenovergestelde van plezier – is een onvermijdelijk onderdeel van het leven. Mensen die hun geluk te nadrukkelijk zoeken in plezier, ervaren ongeluk op het moment dat ze met pijn geconfronteerd worden. En zoeken hun heil hogerop in de gelukspiramide.

Essentie van de gelukservaring: Ik heb een plezierig leven.

Prestige – Prestige is het tweede niveau. Hier ontlenen mensen hun geluk aan succes. Het principe is: een prestigieus gelukkig leven is een succesvol leven. Bij prestigegeluk ervaren mensen tevredenheid omdat ze geslaagd zijn. Het is de externe impuls – maatschappelijke status – die hun een goed gevoel over zichzelf geeft. Prestige bestaat bij de gratie van waardering, erkenning en bewondering. Prestige draait om status, om iemand zijn.

Maar ook prestige is van korte duur, want het is onmogelijk om altijd maatschappelijk succesvol te zijn. Sterker nog, succes is de uitzondering die de regel bevestigt. De keerzijde van succes heet falen en is veel gewoner dan succes. Mensen die hun geluk te nadrukkelijk zoeken in prestige, voelen zich ongelukkig wanneer ze met mislukking of falen geconfronteerd worden en zoeken hun heil hogerop in de gelukspiramide.

Essentie van gelukservaring: Ik heb een geslaagd leven.

Passion – Nog een trede hoger in de piramide staat passie. Passie zit precies op het snijvlak tussen extern en intern. Bij passie zit je in een heerlijke flow. Doen wat je goed kunt en graag wilt geeft je positieve energie.

Toch heeft passie ook een keerzijde: er zijn veel momenten in een mensenleven waarop we onze passie niet helemaal kwijt kunnen. Mensen die hun geluk te nadrukkelijk zoeken in passie, ervaren onvermijdelijk het tegenovergestelde zodra de stimulans wegvalt. Die situatie noemen we aversie. Aversie is een vorm van ontevredenheid die mensen ongelukkig maakt. En dus zoeken zij hun heil hogerop in de gelukspiramide.

Essentie van gelukservaring: Ik heb een goed leven.

Purpose – Bij purposegedreven geluk spelen het externe, voorwaardelijke en afhankelijke een kleine maar cruciale rol. Purpose draait namelijk om iets betekenen, en dan vooral voor een ander. Mensen worden gelukkig door iets voor een ander te doen. Purpose-geluk ontstaat als mensen zich een actief onderdeel voelen van een groter geheel. Als zij hun eigen ego opzijzetten en een positief verschil maken voor andere mensen of in andere mensenlevens. Mensen ervaren onder deze omstandigheden zingeving: een fijn gevoel van diepe verbinding, vervulling en voldoening.

Essentie van gelukservaring: Ik heb een zinvol leven.

Perspective – Perspective vertegenwoordigt het hoogste geluksniveau. Het is een volledig interne, onvoorwaardelijke, onafhankelijke vorm van geluk. Perspective bestaat bij de gratie van vaardigheden en laat zich het best vertalen als: maximale realiteitszin. De diepste geluksbeleving wordt bereikt door de situatie te ontstijgen en het hele veld te overzien, vandaar dat perspective het domein is van (zelf)transcendentie. Perspective is het resultaat van een geslaagde zelfverwerkelijking. Mensen met perspective leven in volledige harmonie met het leven. Geluk wordt niet voor niets welzijn genoemd. Het is levenskunst. Wijsheid. Die wijsheid leidt tot een onvermurwbare levens tevredenheid en onverwoestbare bereidwilligheid om te doen wat goed is. Mensen met perspectief doen wat goed is voor alles en iedereen; niet uit eigenbelang, maar omdat ze inzien dat dit de natuurlijke weg is.

Essentie van gelukservaring: Ik heb een volledig leven.

De ontwikkeling die mensen individueel doormaken op zoek naar een bestendige gelukservaring, hebben we ook collectief doorgeemaakt. De onbestendigheid en ontoereikendheid van onze gezamenlijke gelukservaring is de bron van de energie die de betekeniseconomie heeft veroorzaakt. De betekeniseconomie speelt zich heel bewust in de twee bovenste regionen van de gelukspiramide af. We zijn in de afgelopen jaren door schade en schande bewuster en wijzer geworden, en tot de conclusie gekomen dat plezier, passie en prestige weliswaar positieve gevoelens veroorzaken, maar niet bestendig zijn. Op zoek naar een geluksgevoel dat wél beklijft, zijn we met z'n allen omhoog gestuwd in de gelukspiramide.

De emotiemarkt

Susanne Piët schetst in haar boek *Egolutie* een soortgelijke 'wijze' beweging. Piët vergelijkt de totstandkoming van de betekeniseconomie met de ontwikkelingsstadia die wij als mensen doormaken. Volgens Piët hebben we als mensheid – economisch – het babystadium, kinderstadium en puberstadium doorlopen, en zetten we nu de eerste schreden in de laatste twee stadia van de menselijke ontwikkeling.

Het volwassen tijdperk wordt gekenmerkt door onder andere verantwoordelijkheid, zelfstandigheid, fatsoen, oriëntatie naar buiten, schepping, liefde en samenwerking. Maar dit zal overgaan in het stadium van het geweten, dat volgens Piët gekenmerkt wordt door een moreel besef, een opleving van empathie/sympathie als maatschappij-ordenend mechanisme, integriteit en eerlijkheid. Dit zijn precies de kenmerken van de betekeniseconomie.

Met het uit elkaar spatten van de geld-is-geluk-bubbel ontstonden nieuwe kansen. Crisis bleek groei. De val van het voetstuk deed pijn, maar bleek goed nieuws. We zijn namelijk gaan beseffen dat de vervulling en voldoening van op en top mens zijn ons geluk bepalen. Susanne Piët: 'We gaan naar een periode waarin samen en de ander een grotere plaats innemen en waarin we ons van de zelfobsessie bevrijden.'

We hebben ontdekt dat het geluk schuilt in de wezenlijke en werkelijke zaken van het mensenleven. We zijn ons gaan realiseren waar het echt om gaat. Jarenlang werkten we aan de kwantiteit van leven, nu gaan we voor de kwaliteit. We willen niet meer bezitten, maar een beter leven hebben!

COMMUNICATIEVE ZELFSTURING

Communicatieve zelfsturing is als begrip geïntroduceerd door filosoof Arnold Cornelis. Volgens Cornelis doorliep de mens op weg naar het heden een aantal fases, die hij ‘stabieliteitslagen van de cultuur’ noemt. Stabieliteitslagen zijn systemen van zelfsturing.

In de eerste fase, die van de klassieke oudheid tot de middeleeuwen duurde, leefde de ‘verborgen mens’ volgens een natuurlijk systeem. Hij ontwikkelde een taal en slaagde erin kennis en culturele waarden over te dragen. De primaire drijfveer voor zijn zoektocht was veiligheid en geborgenheid. Hij vond ze in de beslotenheid van gezin en godsdienst.

De tweede fase hield aan van de zestiende tot de twintigste eeuw. Toen heerste het sociale regelsysteem van de ‘zwijgende mens’, die de natuur naar zijn hand zette, maar daarbij strikt de regels volgde zonder zelf te communiceren. Dit is de tijd van het kennismodel; rationaliteit vierde hoogtij. De mens liet zich leiden door de regels van het sociale systeem.

En nu zijn we dan aangekomen bij de derde fase, die van de communicatieve zelfsturing. De ‘creatieve mens’ heeft zoveel vrijheid gekregen dat hij niet langer houvast kan vinden bij familie, religie, tradities, regels, systemen en zuilen. Hij moet volledig op zichzelf leren vertrouwen, zichzelf sturen en structureren.

We zijn op onszelf aangewezen om ons leven zin en richting te geven. We zijn de regisseur van ons eigen leven geworden. We moeten zelf bepalen wie we zijn en wat we belangrijk vinden. Vanuit de nieuwe logica van het gevoel stellen mensen zichzelf de vraag: wat is relevant voor mij?