

### #43. Is Black Friday nog van deze tijd?

Intro: "Wij zeggen: het is feitelijk elke dag Black Friday. We geven korting op de toekomstige generaties. We zetten de planeet in de uitverkoop."

Intro: "Welkom bij Money Matters. Een podcast over geld en impact waarin Social Finance NL je meeneemt door het landschap van impact investeren en je bijpraat over de impact economie."

Ruben: "Hi en leuk dat je weer luistert naar Money Matters. Mijn naam is Ruben Koekoek en in de aflevering weer: Michel Scholte. Welkom Michel."

Michel: "Hey Ruben."

Ruben: "Hoe is het?"

Michel: "Lekker. Vandaag de dag voor Black Friday. Dus ik sta in de stijgers."

Ruben: "Je hebt je lijstje al klaar?"

Michel: "Zeker. Het lijstje van statistieken wat Nederland eigenlijk vindt van de koopgekte. En hoe is het met jou? Voordat ik daar verder op in ga."

Ruben: "Oh ik bedoelde je verlanglijstje. Maar nee, met mij gaat het heel goed. Ik was gister naar een groot sinterklaasfeest in het Concertgebouw. En nu heel leuk om met jou het te hebben over Black Friday, want daar gaat deze podcast over. Het principe is overgewaaid uit de Verenigde Staten en het wordt beschouwd als het begin van de kerstinkopen. Met enorme kortingen wordt de consument verleid tot grootschalige inkopen. En wij gaan natuurlijk bespreken: Is Black Friday van deze tijd? En dat doen we ook omdat morgen een groot True Price festival in CIRCL is. Kan je daar iets over vertellen?"

Michel: "Ja, zeker. Dus die Black Friday. We zijn al voor de derde keer bezig om in plaats van dat we dingen goedkoper maken en kortingen uitgeven, maken we dingen duurder, dat is een beetje het thema: 'True Pricing'. Echte prijzen. Kijk, Black Friday is inderdaad overgewaaid en steeds populairder. En dat natuurlijk wat je fundamenteel doet. Dat je dingen, spullen de huiskamers inslingert, mensen met psychologische trucs met korten, met massavoordeel, kwantum kortingen, nog meer spullen slijt. En dat is nog meer druk op de leefomgeving, de impact van spullen en kleding is gigantisch. Of het nou gaat over gereedschap, persoonlijk welzijn spullen als haarkrulspeelden, kleding, computers, laptops, led schermen. Het heeft enorme consequenties voor schaarste van materialen, voor vervuiling van grondwater en lucht, maar ook onderbetaling en onderverdiening. En ja, wij zeggen, het is feitelijk elke dag Black Friday. We geven korting op de toekomstige generaties. We zetten de planeet in de uitverkoop. En we laten eigenlijk op Black Friday zien wat er gerealiseerd is in een jaar in de beweging naar echte prijzen. Dus we hebben nu een bijna 20 verkooppunten met echte prijzen, meer dan 100.000 transacties. We hebben het zelfs naar de VS weten te brengen. Het Witte Huis heeft een rapport ontvangen met de echte prijs van voedsel in de VS. En we hebben VN rapporten

gepubliceerd waar ook een wereldwijd initiatief met wereldleiders uit is voort gekomen. En we gebruiken eigenlijk dat moment om dit te delen met consumenten, bedrijfs- en businesseigenaren. Dus dat is Black Friday.”

Ruben: “Het is eigenlijk elke dag Black Friday. Duidelijk. Daarom is het True Price Festival precies op Black Friday in CIRCL. Ik mag een leuk nieuwtje delen. CIRCL wordt partner van de podcast: kennispartner, onderwerpen, gaan misschien ook live in CIRCL een podcast opnemen. Dus dat is heel erg leuk.”

Michel: “Heel leuk. Gefeliciteerd.”

Ruben: “Thanks. En het gaat plaatsvinden in CIRCL. Ik heb een vraag aan jou: je hebt natuurlijk tal van gasten, maar welke gast denk je, die wil ik even uitlichten? Daar moet de podcastluisteraar meer van weten.”

Michel: “Peter Singer. Daar moet de luisteraar meer van weten. Dat is werelds rockstar filosoof. Een van de meest invloedrijke, dat klinkt een beetje cru, maar nog levende filosofen ooit. En die is onder meer bekend van effective altruism, als aanjager van de beweging dat je zoveel mogelijk moet doen om mensen die lijden, om het menselijk lijden zeg maar te verlichten bijvoorbeeld door filantropie, door geld weg te geven omdat het heel vaak een kwestie is van armoede en allerlei andere zaken die heel veel mensen raken zoals malaria, om daar gewoon in te zetten, omdat dat gewoon heel effectief het meeste mensen uit lijden verlicht. En hij stuurde ons een keer een mailtje uit het niets. Wij krijgen dan via de website zo’n mailtje binnen en ik weet niet, ik keek door mijn oogbellen en ik stuurde dat door naar een van mijn collega’s. Die had toevallig filosofie gestudeerd. Ik zeg zo van, wil jij hem oppakken? En die reageert gelijk terug met: wat is dit de real Peter Singer? Is dat de Princeton professor in philosophy en bio-ethics? Dat hij ons een mailtje stuurt, want hij deed ook helemaal niet soort van, hé ik ben Peter Singer, je kent mijn van dit of van dat. Hij vroeg gewoon: die echte prijswinkel in Nederland, ik las erover in de New Yorker. Zou ik daar iets meer over mogen horen? Kunnen we een call hebben? Dus dat was natuurlijk voor ons enorm gaaf. En sindsdien weten we dat hij fan is True Pricing, van de beweging. En het leek ons leuk om hem te interviewen voor deze Black Friday.”

Ruben: “Super gaaf. Je wilt niet weten wat er allemaal in onze info mailbox binnenkomt, maar daar zit geen Peter Singer tussen.”

Michel: “Tell me.”

Ruben: “Nee, maar heel interessant. Kan je er nog naartoe trouwens?”

Michel: “Goede vraag. Technisch zijn we al uitverkocht. We gaan uit van een no show. Dus dat is morgen avond. Dus er zijn wellicht nog kaarten. Ik weet eigenlijk de meest recente status niet. Maar jij moet er sowieso bij zijn? Want wat zijn jouw plannen eigenlijk met Black Friday? Want jij zit ook heel erg in deze wereld en we zien dat er steeds meer initiatieven zijn rondom Black Friday?”

Ruben: "Ja, klopt. Ik ga niet zo gek veel doen op Black Friday, behalve naar het True Price Festival bij CIRCL gaan. Maar ik sprak Steef van Panhuizen laatst, directeur van Social Enterprise NL. En zij organiseren Fair Friday. Dus ik dacht, we gaan hem even opbellen om te vragen wat Fair Friday precies is."

Stefan: "Met Stefan."

Ruben: "Hé Stefan, hoe is het? Welkom in de Money Matters podcast directeur van Social Enterprise NL en podcast host bij Systeem op de Schop."

Stefan: "Dankjewel."

Ruben: "Stefan, wat is Fair Friday?"

Stefan: "Ja, Fair Friday is een actie die vanuit Social Enterprise NL hebben opgezegd als een tegengeluid tegen Black Friday en met eigenlijk een hele simpele slogan: 'Koop niet of koop fair'. Dus ga niet mee in de Black Friday gekte. En van de andere kant, als je bepaalde kortingen of acties toch niet kan weerstaan, doe dat dan bedrijven met een eerlijk product."

Ruben: "En, want hoe gaan leden van Social Enterprise met zo'n dag als Black Friday? Ik kan mij voorstellen dat het ook voor veel leden een belangrijke dag is."

Stefan: "Nee, goeie vraag. Veel social enterprises die een consumenten product hebben, kan het een belangrijke dag zijn. We zien eigenlijk dat bedrijven daar op verschillende manieren mee omgaan. Neem een bedrijf als Yumeko, duurzaam beddengoed, die ook veel aan online verkoop doen. Voor hun is het gewoon een belangrijke actie. Maar wij communiceren ook wel, ook dit jaar weer, ja wij hebben korting, maar die gaat niet ten koste van een van onze leveranciers, maar ten koste van onze eigen marge. Want ja, door Black Friday verkopen we wel meer, dus daar doen we aan mee, maar we zorgen dat we dat niet ten koste gaat van onze leveranciers. Dus die profiteren er eigenlijk van die partijen in de keten. Fairphone kiest ervoor, het feit dat zij ook losse onderdelen van de telefoon, de duurzame telefoon, als je accu kapot is of je camera, kan je een nieuwe camera of accu kopen. Op die manier gaat je telefoon langer mee. Dus op deze Black Friday of Fair Friday of hoe je het wilt noemen, bieden ze korting aan op de losse onderdelen om het te repareren te stimuleren. Maar we hebben ook bijvoorbeeld vorig jaar acties gezien, die deden prijzen omhoog, wij bieden een omgekeerde korting."

Ruben: "Dus heel erg verschillend. En is er dit jaar een actie waarvan je denkt, die is interessant? Die wil ik eruit lichten?"

Stefan: "Ja, wat ik ook wel interessant vind, dat je het tegengeluid wordt wel echt steeds sterker om het zo maar te zeggen. Ik denk echt dat de sterkste acties komt niet eens van een social enterprise. Maar Dille en Kamille die echt hun winkel sluiten op Black Friday vind ik een sterke actie. Zij noemen dat dan Green Friday volgens mij. Dan durf je echt te kiezen. Maar als ik kijk naar social enterprises, dan vind ik bijvoorbeeld, prijzen verhogen zoals of Fairphone de restauratie onderdelen in de etalage zetten. Dat vind ik

een mooie manier om bij een missie te blijven, maar ook gebruik te maken van de extra publiciteit die er nou eenmaal nu is rondom Black Friday.”

Ruben: “Dankjewel Stefan. Succes. En er komt binnenkort een nieuwe podcasts van Systeem op de Schop, hoorde ik.”

Stefan: “Klopt. Dit jaar ook weer twee nieuwe afleveringen. Dus houdt het in de gaten!”

Ruben: “Geweldig. Dankjewel voor het inbellen.”

Stefan: “Dankjewel, Ruben. Succes!”

Ruben: “Michel, je hoort het hè. Veel alternatieven, maar voor veel sociaal ondernemers is het toch een belangrijke dag.”

Michel: “Absoluut. Mooi ook hoe die twee dus je hebt niet alleen soort van ‘nee geen Black Friday’, maar ook partijen die dat dan toch gebruiken voor hoe ze het gesprek aangaan met hun klanten. Hun producten willen verkopen, maar wel op een manier dat het werkt voor een betere wereld. Dus fantastisch. Maar wat wilde je zeggen?”

Ruben: “Heel veel wil ik zeggen. Maar ik was zelf even in de verschillende alternatieven gedoken. En ik kwam best wel mooie initiatieven tegen. Bijvoorbeeld IKEA heeft ‘Breng Terug Vrijdag’ en zij hebben een hele HUB georganiseerd waar ze dus meubels kopen van klanten. Dus je kan je meubels terugbrengen en dan krijg je een inruilprijs. En als ze zeggen, het is niet goed genoeg, dan kan je het achterlaten en dan wordt het op een andere duurzame manier gerecycled. Je hebt natuurlijk aanstaande dinsdag, maar daar Pieter Singer veel meer over kunnen vertellen ‘Giving Tuesday’. Dus de dinsdag na Black Friday wordt gezien als de dag dat je bewust gaat geven aan goede doelen. Die Green Friday is inderdaad wel heel interessant. Dan gaan ze ook, dus je kan ergens in de bossen van Nunspeet, denk ik.”

Michel: “Dat klinkt als een locatie waar, ik wilde zeggen, waar een lijk is gevonden. Maar als het gaat over Black Friday, dan is dat misschien mijn associatie. De bossen bij Nunspeet.”

Ruben: “Maar daar kan je dus bomen planten. Dat is Green Friday, dus georganiseerd met Trees for All, waar Dille en Camille en Decathlon aan mee doen. Dus daar kan je ook doneren om een boom te planten. En dan kan je ook zelf die boom, die kan je zelf planten. Je hebt ook ‘By Nothing Day’, ‘Koop Niks Dag’. Je kan ook bijvoorbeeld, want By Nothing Day, daar is Marie Kondo aan verbonden. Ken je Marie Kondo?”

Michel: “Dat is toch zo’n opruim techniek?”

Ruben: “Precies. Hoe je je huis gewoon leeg krijgt. Daar heeft ze een boek over geschreven. Maar Marie Kondo is eraan verbonden. Je kan natuurlijk ook dat boek kopen. Maar de vraag is natuurlijk of het dan helemaal in lijn is. Fair Friday hebben we het over gehad, Green Friday, Buy Nothing Friday, For Future Friday. Die is wel heel erg leuk. Je kan dus op Black Friday naar de buitensport winkels van Bever en daar kan je je

spulletjes laten repareren. Dus je schoenen kunnen een onderhoudsbeurt krijgen of je jas. Je Patagonia jas. Dat is ook wel echt een heel leuk initiatief. Heb ik je een beetje...?"

Michel: "De Hallen in Amsterdam? Is daar ook niet de Impact Market? Vanuit Amsterdam Impact? Dat is ook morgen toch?"

Ruben: "Wat kan je daar doen?"

Michel: "Je kan daar de sociaal ondernemers in Amsterdam zien. Daar is een soort van tentoonstelling. En ook allerlei precies dat soort acties die jij nu beschrijft. Dat is ook hetzelfde idee. Dus ja, gelukkig heel veel de juiste, het draait om met elkaar. Dus dat is echt fantastisch."

Ruben: "Mooi om te horen. En het laatste wat ik nog kwijt wilde. Dus heel veel mensen, er is zoiets als bezorgschaamte. Dus dat je een pakketje krijgt en dat je burenen. Dat schijnt dus niet helemaal in lijn te zijn met de cijfers, want er is net een rapport uitgekomen van Oliver Wyman, dat is een consultancy firma, ken je die?"

Michel: "Nee, nog nooit van gehoord, maar het klinkt heel officieel."

Ruben: "Het is in de financiële sector een groot advies bureau. Maar zij hebben uitgerekend dat online bestellen minder belastend is voor het milieu, 2,3 keer minder dan een brick and mortar winkel."

Michel: "Ja, oké, maar dan gaan ze ervanuit dat er geen brick and mortar winkel gekoppeld is aan online bestellen. Dus dat bij wijze van spreken IKEA heeft dat allebei. Of Media Markt heeft het allebei. Maar goed, ik kan mij voorstellen als je op die manier die vergelijking maakt. En dan moet je ook nog even meenemen, wat is er precies berekend? Alleen maar CO2 footprint? Met alle respect voor dat soort bekende partijen, maar als het gaat over duurzaamheid dan zijn ze vaak in hun afbakening niet volledig. Zaken zoals dieselbusjes in de buurt. Overlast omdat er knipperende busjes overal staan. Dat soort frustraties ook iets wat je zou moeten meenemen. Ik weet niet of dat gebeurd is. Maar het is denk ik een iets genuanceerder verhaal. Al heb ik het rapport niet gezien."

Ruben: "Ja, het is ook in het Duits moet ik je waarschuwen."

Michel: "Wel grondlich waarschijnlijk."

Ruben: "Maar je hebt wel gelijk. Dus van brick and mortar het grote vervuilende aspect zijn twee dingen. Een is het ging puur om CO2-uitstoot. Dan ging het om het gebouw. En natuurlijk als je gaat winkelen dan is natuurlijk qua afgelegde kilometers veel vervuilender dan als je het besteld. Maar al die andere effecten zijn niet meegenomen. En want jij gaat altijd op je fietsje winkelen, weet ik. Dat is anders. Dit onderzoek is zowel in de stad als op het platte land en op het platte land maak je heel veel kilometers als je gaat winkelen en dat is vervuilend."

Michel: "Precies ja. En ik denk ook dat de sociale cohesie en de relaties in de buurt, de buurtwinkel, noem het craftman shift, echt dat heel ambachtelijke. Wat je in heel veel

winkels ziet, dat er iemand is die heel veel passie heeft voor het product, waar heel vaak generaties ook eigenaren zijn van die winkels. Dat soort zaken, dat wil je natuurlijk ook meenemen. Dus toch wel een pleidooi om juist naar die, noem het, lokale ondernemers te gaan en die winkels. Natuurlijk, dat is wat anders dan die, noem het, franchise verkoop kanalen. Dat is natuurlijk een heel andere vergelijking. Maar goed, interessant onderzoek. Misschien nog aanvullend, milieu centraal heeft iets uitgezocht via hun, dat is een panel, de flitspeiling onder 501 respondenten. Dat is relatief representatief. Daar hebben ze even gevraagd, wat vinden jullie nou van dat hele Black Friday? En dan blijkt dat 1 op de 3 Nederlanders het onzin vindt. We kopen veel te veel onnodige spullen. 6 op de 10 en dat is dus meer dan de helft, maakt zich zorgen over overconsumptie. 1 op de 10 Nederlanders die kijkt ernaar uit. Dus 90 procent kijkt er niet eens naar uit. En 1 op de 4 Nederlanders doet niet mee aan Black Friday vanwege het milieu. Dus dat is 25 procent. Dit soort cijfers zijn relatief, ik vind dat opzienbarend. Dus we zien echt wel een trend.”

Ruben: “De conclusie, is Black Friday nog van deze tijd? Wat is jouw conclusie daarbij?”

Michel: “Ik wilde dat ik kon zeggen, nee, maar we zien helaas dat het overal nog koopgekte is. Maar we zien wel een kleine, maar steeds steviger en groter wordende tegenbeweging.”

Ruben: “Kan ik ook een lans breken voor Black Friday? Bijvoorbeeld ik hoorde laatst iemand wiens laptop was stuk en die kan morgen nu eindelijk die laptop kopen, zodat hij zijn werk kan doen. Dus moeten we het ook niet als iets positiefs zien voor mensen die wat minder te besteden hebben toch de dingen kopen die ze nodig hebben?”

Michel: “Zeker. Zo lang dat niet ten koste gaat van de lonen van mensen die werken in de fabrieken, de boeren die de spullen maken, het milieu, de wereld, dan is het op zich niet erg dat er juist goed als er voordelige spullen zijn. Zo lang basisproducten, maar ook zaken zoals communicatieproducten of laptops, zo lang die toegankelijk en betaalbaar zijn voor iedereen, dat is op zichzelf goed, maar we moeten wel afrekenen voor die sociale milieukosten. Zorgen dat het regeneratieve ketens zijn, dat het circulaire ketens zijn. Denk aan een Fairphone, die dus een heel circulair product proberen te bouwen. Ja, op zich consumptie is niet inherent verkeerd. Maar doe dat wel minder en beter. En verantwoordelijk.”

Ruben: “Dat lijkt me een mooie conclusie. We gaan naar: ‘De Uitsmijter’.”

Ruben: “We eindigen altijd met de Uitsmijter en de vraag is natuurlijk wat moeten we vooral niet meer doen? Wat smijt Money Matters het liefst vandaag nog de deur uit? Of het raam uit eigenlijk?”

Michel: “Mag allebei. Je smijt het de deur en het raam uit. Black Friday mag eruit. En jij? Wat gooi jij eruit?”

Ruben: “Ja, ik werd vanochtend weer aangereden door zo’n enorm grote auto. Niet echt aangereden, maar bijna aangereden. Het heet een Ram, ik spreek het misschien verkeerd uit? Je hebt ook een Ford, maar ze zijn echt super groot. Ze passen ook niet in een parkeerplek.”

Michel: "Het is verschrikkelijk. Het zijn van die privé bussen."

Ruben: "En een deel komt door aannemers, die veel te veel geld verdienen en dan veel te grote auto's kopen nu. Maar die hebben die bak nog wel nodig om wat te vervoeren. Dat snap ik dan nog wel. Maar je hebt ook volgens mij mensen die doen het gewoon als statussymbool. En het slurpt energie. Het past niet Amsterdam. Of andere steden. Het is vervuilend."

Michel: "Het is een verschredder van lichamen. Het is gewoon echt een moordwapen. Je kan amper nog om je heen zien wat er voor fietsers. Als er iemand wordt aangereden, dan is het gewoon afgelopen. Dat is echt 'PC Hoofd Traktor' wordt het ook wel genoemd."

Ruben: "Die Doppio's en Biro's erachteraan."

Michel: "Ook echt hè, alsof dat een soort van duurzaam is. Het is alleen maar een soort van vervanging van motoren maar het is nog steeds zonde dat mensen niet gewoon gaan fietsen."

Ruben: "Kijk, ga fietsen. Daarmee zijn we aan het eind gekomen van deze aflevering. Morgen Black Friday, veel plezier voor iedereen die het viert. Maar natuurlijk ook Fair Friday of het True Price Festival in de CIRCL. Dank Michel. Dank ook CIRCL, ABN AMRO en Oranje Fonds. Productie: Daniel van de Poppe van Spraakmaker Media. Redactie: Daphne Sprecher en Nina Berculo. En wil je niks missen? Abonneer je dan op Money Matters via iTunes, Spotify of een andere favoriete podcast apps. Of neem een kijkje op onze website [www.socfin.nl](http://www.socfin.nl). Tot de volgende keer!"