

STIJN BRUERS

Heel simpel 100 keer beter

Hoe word je met gemak een
superweldoener

Houtekiet

Antwerpen / Amsterdam

INHOUD

Inleiding – ga voor een morele topprestatie	7
Wat is beter? Het brandend museum-dilemma	13

HOOFDSTUK 1

Doneer effectief 17

Doneren aan goede doelen is als het kopen van een betere wereld	20
De drie ringen op de Olympische vlag van wereldverbeteraars	24
Drie doelgroepen in de portefeuille van wereldverbeteraars	27
De drie potjes	59

Intermezzo – denkoefeningen voor impact 63

Overwin je morele overmoed	64
Ontwikkel de juiste denktechnieken	67

HOOFDSTUK 2

Eet goede voeding 77

Drie ringen op de Olympische vlag van goede voeding	77
Grondvrije voeding	78
Diervrije voeding	85

Intermezzo – denkoefeningen voor impact 105

Raak niet teveel gehecht	105
Gebruik een goede mentale weegschaal	110

HOOFDSTUK 3

Stuur mails naar mensen met invloed 115

HOOFDSTUK 4

Beperk schadelijke bijwerkingen 121

De schadewaterval 122

Hoe omgaan met de schadewaterval? 126

Waar ligt de bron van de schadewaterval? 129

Red de veganist 131

Red de ara 133

Help de grote grazers 135

Intermezzo – denkoefeningen voor impact 139

Hou je identiteit vloeibaar 139

Leer goed mikken 141

HOOFDSTUK 5

Onderzoek je waarden 145

Wat is beter? Het roofdierdilemma 145

En nu naar jouw waarden 153

HOOFDSTUK 6

Tot slot – niet 100, maar 100.000 keer beter? 157

Relevante organisaties 161

Noten 167

INLEIDING – GA VOOR EEN MORELE TOPPRESTATIE

Je redt een leven! Echt, hoe fantastisch is dat? Vraag maar aan een vroedvrouw die een moeilijke bevalling tot een goed eind hielp te brengen, een brandweerman die een hond uit een brandende woning haalde of een chirurg die een patiënt een gewisse dood bespaarde: wat was een van de meest zinvolle ervaringen van je leven? Een held zijn door een leven te redden, dat voelt alsof je wereldkampioen bent.

Waarschijnlijk heb je al eens geld gegeven aan een goed doel, en het zou kunnen dat ook jij daardoor een leven hebt gered. Maar dat geld doneren was niet bepaald de meest zingevende ervaring van je leven, want je weet wellicht niet wat de daadwerkelijke impact van die donatie was. Je kent vermoedelijk niet de personen die je hebt geholpen. En toch hield dit je niet tegen om dat goede doel te steunen.

Maar het kan beter. Het boek dat je in je hand houdt onthult een geheim: hoe je heel gemakkelijk een held kunt zijn. Hoe je een morele topprestatie kunt leveren. In de sport valt het tegen om topprestaties te leveren: een topsporter moet heel hard trainen om slechts een beetje beter te worden dan de meerderheid van de mensen. Kijk naar Usain Bolt, ooit de snelste sprinter ter wereld: toen hij het wereldrecord brak, was hij slechts dubbel zo snel als de meeste gezonde mensen. Dat is heel anders bij wereldverbeteraars – mensen die bijvoorbeeld levens redden, armoede

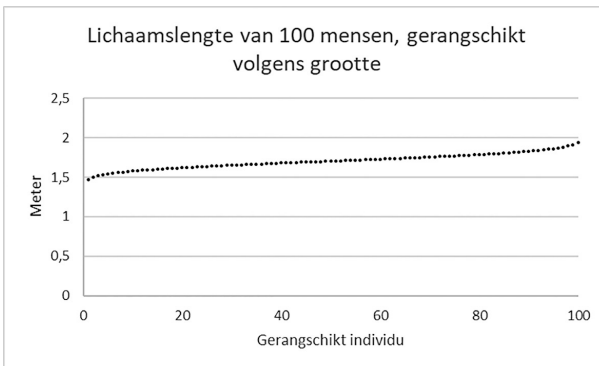
bestrijden, rechtvaardigheid bevorderen, klimaatverandering te-
gengaan of dierenleed verminderen. De grootste weldoeners op
onze planeet doen niet slechts dubbel zoveel goeds als de meest
liefdadigen onder ons. Zelfs niet slechts tien of 100 keer zoveel.
Nee: duizenden keren. Ja, er zijn superhelden die duizenden ke-
ren meer goeds realiseren dan de rest van de bevolking.

Toegegeven, zo'n superheld zul je nog niet worden na het lezen
van dit boek. Maar je kan wel al gauw een echte held worden die
100 keer meer positieve impact heeft dan om het even welke an-
dere persoon. En ook 100 keer meer impact dan je tot nu toe had.
Is dat niet fantastisch? Bij topsport moet je heel hard trainen om
slechts dubbel zo snel, lenig of sterk te worden als de gemiddelde
mens. Maar met haalbare, minimale inspanningen kun jij toch al
snel 100 keer zoveel goeds realiseren als je gemiddelde mede-
mens. Dan kun je met gemak deelnemen aan de Olympische
Spelen voor weldoeners of het wereldkampioenschap wereldver-
beteren. Als weldoen een wedstrijd hoogspringen was, dan zou je
na het lezen van dit boek met gemak over het Atomium kunnen
springen (een gemiddelde mens geraakt over één meter, wereld-
recordhouder Javier Sotomayor sprong op 27 juli 1993 over 2,45
meter). En bij het wereldkampioenschap gewichtheffen kun je
dan 10 ton van de grond tillen (Hafthor Björnsson brak op 2 mei
2020 het wereldrecord met 501 kilogram).

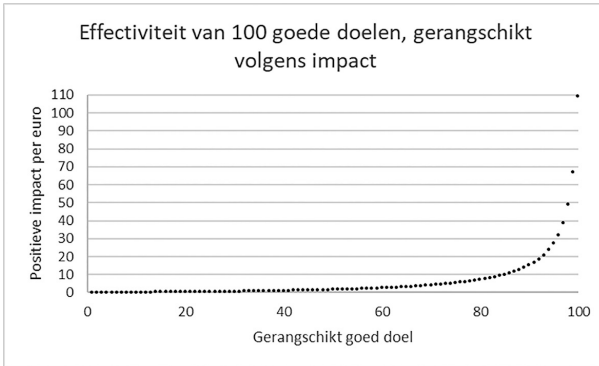
Wat kun jij nu doen als je in plaats van het Olympische motto
'sneller, hoger, sterker' (in het Latijn: *citius, altius, fortius*) streeft
naar 'juister, beter, moreler'? Dat kom je te weten in dit boek.
Waarschijnlijk onderschat je hoeveel goeds je alleen al kunt doen
met je geld en je voeding. Daarom luiden de twee belangrijkste
aanbevelingen: doneer effectief en eet goede voeding. Een advi-
seur die je beleggingen aanbeveelt die een 100 keer hoger rende-
ment hebben dan de meeste aandelen, kun je best wantrouwen.
Die adviseur vertelt nonsens. Een boek dat je belooft om 100 keer
meer te verdienen op de beurs, kun je best naast je neerleggen.

Dat verkoopt onzin. Maar dit boek is gebaseerd op degelijk wetenschappelijk onderzoek. En uit al dat onderzoek blijkt dat een kleine minderheid van goede doelen en maatregelen om de wereld te verbeteren, veel meer goeds realiseren dan de overgrote meerderheid. Veel meer wil zeggen: tientallen tot duizenden keren meer. Met slimme investeringen in bedrijven kun je je financieel rendement – de winst voor jezelf – niet maal honderd doen. Maar met slimme donaties aan goede doelen kun je je sociaal rendement – hoe sterk de wereld erop vooruit gaat – wel met een factor honderd vermenigvuldigen.¹

Misschien denk je dat de doeltreffendheid van goede doelen vergelijkbaar is met de lengte van mensen. Ja, sommige mensen zijn groter dan anderen. Maar de allergrootste man, de Turkse Koerd Sultan Kösen, is met zijn 251 centimeter slechts vijftig procent langer dan de gemiddelde mens. Het effectiefste goede doel daarentegen is niet slechts anderhalve keer effectiever dan het gemiddelde goede doel, maar al gauw meer dan 100 keer. Het heeft dus een 100 keer zo hoge positieve impact per gedoneerde euro. Als we de metafoor doortrekken, kun je de wereld van goede doelen vergelijken met een paar superreuzen tussen een bevolking van dwergen. Grafisch ziet dit er als volgt uit:



HEEL SIMPEL 100 KEER BETER



Behalve geld geven aan goede doelen, kun je nog allerlei andere zaken doen om de wereld te verbeteren. Je kunt vrijwilligerswerk doen, actie voeren, je huis energiezuiniger maken, letten op wat je koopt. Allemaal prima, maar dat zijn voorbeelden van dingen waarmee je je positieve impact op de wereld wel niet zo gemakkelijk maal honderd kunt doen. Of je zou de tijd moeten hebben om 100 keer zoveel uren vrijwilligerswerk te doen of aan honderdmaal meer betogingen deel te nemen.

Maar waar je wel een kolossaal grote impact mee kan hebben, is je voeding. Dat gezonde voeding belangrijk is om een atletische topprestatie te leveren, is een doodoener. Welnu, goede voeding is even cruciaal voor een morele topprestatie. En goede voeding, dat is gezonde voeding waarvan de productie zo weinig mogelijk schade veroorzaakt en geen rechten schendt. Een kookboek dat je belooft om 100 keer gezondere maaltijden of lekkerdere desserts te maken, kun je best naast je neerleggen. Dat verkoopt onzin. Maar dit boek bevat een geheim recept waarmee je eten gemakkelijk 100 keer beter wordt. Niet beter in de zin van lekkerder, maar in de zin van echt beter – beter voor de wereld en beter voor de gezondheid en het welzijn van mensen, dieren en toekomstige generaties.

Ben je het lezen van dit boek nu al moe en wil je meteen in actie schieten, dan verklap ik je hier alvast de drie belangrijkste geheimen:

1. Zorg dat minstens de helft van je donaties gaat naar de effectiefste goede doelen zoals aanbevolen door organisaties als Doneer Effectief (Nederland) en Effectief Geven (België), waar je trouwens gemakkelijk doeltreffend kan doneren.
2. Koop en eet minstens de helft minder producten van kleine dieren zoals kippenvlees, eieren, vis en garnalen (je kan die gemakkelijk vervangen door plantaardige alternatieven zoals veganistische nuggets, veganaise en peulvruchten).
3. Verstuur af en toe korte e-mails naar mensen met invloed (zoals ministers, restauranthouders en winkelverantwoordelijken) met de vraag om werk te maken van de eiwittransitie (dus om dierlijke producten te vervangen door dier-vrije alternatieven).

Met deze drie eenvoudige maatregelen ga je voor ‘roo keer beter’. Dat wil zeggen dat je dan evenveel goeds realiseert als al je familie en vrienden bij elkaar (in de veronderstelling dat je ongeveer honderd familieleden en vrienden hebt en dat geen van hen deze drie geheimen al toepast).

Maar goed doen is natuurlijk geen wedstrijdje om het best, jij tegen de rest. Goed doen is geen individuele competitie, maar een ploegsport waarbij samenwerking belangrijk is. Goede voetballers en andere teamsporters zorgen ervoor dat niet enkel zichzelf maar ook hun ploegmaten topprestaties leveren. En dat kan jij ook doen. Als je honderd mensen kan overtuigen om die drie maatregelen te nemen, dan vermenigvuldig je jouw positieve impact met een factor honderd. Ervoor zorgen dat deze drie maatregelen geen geheim meer zijn voor anderen, is even effectief als haalbaar voor jou.

Om te beginnen kun je aan je familie, vrienden en collega's vertellen over dit boek, of hun het boek cadeau doen. In dat geval kun je je impact gemakkelijk uitrekenen. Stel dat slechts een paar van je vrienden overtuigd worden om geld te doneren aan nieuwe goede doelen, die met hetzelfde bedrag 100 keer meer goeds realiseren dan de vertrouwde goede doelen waaraan diezelfde vrienden van plan waren wat centen te schenken. Die vrienden zullen dus evenveel doneren aan goede doelen als vroeger, maar zullen enkel de keuze van hun goede doelen veranderen: van de vertrouwde naar de effectiefste. Wel, daarmee wordt meer goeds gedaan dan wanneer je honderd mensen zou overtuigen om voortaan dubbel zoveel te doneren aan hun vertrouwde (maar minder effectieve) goede doelen. Nog een voorbeeld: drie vrienden of familieleden overtuigen om hun consumptie van kippenvlees te halveren, heeft een grotere positieve impact dan een iemand overtuigen om volledig veganistisch te eten. Iemand overtuigen om dubbel zoveel te doneren aan goede doelen en om geen dierlijke producten meer te eten, is veel lastiger dan iemand overtuigen om een beetje met zijn of haar donaties te schuiven en af en toe kippenvlees te vervangen door plantaardige, diervrije alternatieven.

Nu je de drie geheimen kent, kun je dit boek neerleggen en aan de slag gaan. Maar misschien ben je nieuwsgierig naar welke effectieve goede doelen het dichtst aansluiten bij jouw waarden? Misschien wil je weten wat de fundamentele reden is van het feit dat dierlijke producten zo uitzonderlijk veel problemen veroorzaken? Misschien wil je wat oefeningen die je sterker maken om je positieve impact in de wereld te vergroten? Of misschien wil je op avontuur gaan in de wildernis, om je morele waarden te confronteren met het beruchte roofdierdilemma? Deze en nog veel andere thema's komen aan bod in de rest van dit boek. Hou je klaar voor het startschot.

WAT IS BETER? HET BRANDEND MUSEUM-DILEMMA

Brand!!! Het Louvre staat in brand! An en Ben zijn de enigen in het museum. Of toch niet? Achter neergestorte balken horen ze een baby huilen.

‘Ben, snel, als we die balken opzij duwen, kan ik nog net aan de baby!’ roept An.

Ben blijft er rustig bij: ‘Daar is geen tijd voor: het vuur nadert de Mona Lisa al. Als we dat schilderij redden en voor miljoenen verkopen aan een rijke kunstverzamelaar, en dat bedrag dan doneren aan een effectief goed doel dat daarmee baby’s in Sub-Sahara Afrika helpt, dan redden we veel meer levens.’

‘Ben, help eens!’

‘Momentje. Even rekenen: stel we verkopen de Mona Lisa voor één miljoen euro. Met 10.000 euro kan een goed doel een baby redden, dacht ik. Dus dan worden er 100 baby’s gered in plaats van dit ene kindje. Dat is 100 keer beter, nietwaar?’

‘Hola, Ben! Niet rekenen met mensenlevens! Een kind is heilig. Daar kan je geen prijs op plakken.’

‘Dat is waar An. In mijn cursus moraalfilosofie stond, denk ik, dat de “waarde” van een leven en “waar” voor je geld onvergelykbare eenheden zijn. Het eerste is immaterieel, het tweede materieel, of zoiets. Maar toch, maar toch... Het is nu eenmaal een feit dat we met geld levens kunnen redden, door dat geld te doneren aan een goed doel. Dat van die 10.000 euro heb ik niet verzon-

nen, hoor. Dat is gebaseerd op studies van economen die de kosteneffectiviteit van goede doelen in Afrika hebben doorgerekend. Momenteel, hier is de website van GiveWell...'

'Geen tijd Ben!'

'Ah, ik heb het. Voor 5.000 euro zelfs. Hmm. Interessant, GiveWell raadt de Against Malaria Foundation aan, lees ik hier. Mooi, eens even kijken. Verdorie, het internet valt uit.'

'Doe niet onnozel, Ben. Laat die Mona Lisa, alsjeblieft. We moeten de baby redden!'

'Misschien kunnen we een perfecte replica van de Mona Lisa verkopen aan die kunstverzamelaar?'

'Ook goed. Dan heeft hij zijn Mona Lisa, het goede doel krijgt het miljoen en de ouders hebben hun baby terug. Komaan, duwen Ben!'

'Hmm... Ik twijfel toch een beetje of dat wel gaat werken.'

'Wat gaat werken?'

'Dat van die replica. Want die kunstverzamelaar wil geen kopie: hij wil de echte Mona Lisa. Voor een reproductie gaat hij ons geen miljoen geven. Zie je, volgens die kunstverzamelaar gaat het niet om de esthetische schoonheid van dat schilderij, maar om de uniciteit, de echtheid, de authenticiteit. Die Mona Lisa daar is een echte, authentieke Da Vinci. Dat kopietje is dat niet. Wat denk je, An?'

'Ik denk dat die baby meer waard is dan een schilderij. Dus niet treuzelen, Ben!'

'Misschien heb je wel een punt, ja. Even denken. Die baby wil natuurlijk niet graag brandwonden voelen en zo sterven. Die baby voelt en waardeert haar eigen welzijn. De Mona Lisa daarentegen interesseert zich in niets. Dat levenloze schilderij is niet bekommerd om brand. Het waardeert geen authenticiteit, uniciteit, echtheid of iets van die aard. Het is enkel de kunstverzamelaar die authenticiteit belangrijk vindt. Alleen hij waardeert echtheid.'

‘Ben!!!’

‘Wij waarderen het welzijn van de baby. En behalve wij is er nog iemand die ook dat welzijn waardeert, namelijk de baby zelf. Want die baby ervaart haar eigen welzijn. Als die kunstverzamelaar ons een miljoen wil geven om de Mona Lisa te kopen, dan wil hij dus liever dat we de Mona Lisa redden dan de baby.’

‘Aaarghh!! Beecen!!’

‘Wat die kunstverzamelaar daarmee dus eigenlijk doet, is iets wat enkel hijzelf waardeert, namelijk de authenticiteit van de Mona Lisa, plaatsen boven wat die baby waardeert, namelijk haar eigen welzijn. Dat is wel heel zelfingenomen, niet? Mogen wij zo’n arrogantie dan wel belonen door precies te doen wat die kunstverzamelaar wil? Welk signaal geven we daarmee?’

‘Ben! Het is te laat! Ik hoor de baby niet meer... En je Mona Lisaatje daar is ook helemaal opgebrand!’

‘Oh nee! Gelukkig is dit maar een gedachtenexperiment waar filosofen zich graag mee bezig houden. Hopelijk is de boodschap voor de lezer duidelijk. Als we spreken over “100 keer beter”, wat bedoelen we dan precies? Beter volgens welke waarden? Anders gezegd, welke waarden domineren? Aan de lezer om daar verder over na te denken. Misschien denkt die nu dat de waarde van welzijn overduidelijk altijd primeert boven waarden als authenticiteit, en dat we dus vanzelfsprekend de baby hadden moeten redden. Maar die lezer zou weleens in de problemen kunnen komen bij het laatste hoofdstuk van dit boek. Maar goed, over naar het volgende hoofdstuk, want het wordt hier te warm en er valt toch niets meer te redden.’

‘Juist! Ik ben dit brandend museum-dilemma intussen beu gehoord! Laten we ter zake komen en kijken hoe we echt 100 keer beter kunnen doen.’

