

Liesl Clark & Rebecca Rockefeller



*Het*  
**BUY NOTHING**  
*Project*

Vertaling Anneke Bok  
en Claudia de Poorter

HarperCollins



Voor het papieren boek is papier gebruikt dat onafhankelijk is gecertificeerd door FSC® om verantwoord bosbeheer te waarborgen.  
Kijk voor meer informatie op [www.harpercollins.co.uk/green](http://www.harpercollins.co.uk/green).

HarperCollins is een imprint van Uitgeverij HarperCollins Holland, Amsterdam.

Copyright © 2020 Liesl Clark en Rebecca Rockefeller  
Oorspronkelijke titel: *The Buy Nothing, Get Everything Plan*  
Copyright Nederlandse vertaling: © 2021 HarperCollins Holland  
Vertaling: Anneke Bok en Claudia de Poorter  
Omslagontwerp: Pinta Grafische Producties  
Omslagbeeld: Brooke Budner  
Foto auteurs: © Alan Berner  
Illustraties: Brooke Budner  
Zetwerk: Mat-Zet B.V., Huizen  
Druk: CPI Books GmbH, Germany

ISBN 978 94 027 0701 4  
ISBN 978 94 027 6120 7 (e-book)  
NUR 450  
Eerste druk maart 2021

Originele uitgave verschenen bij Atria Books, een imprint van Simon & Schuster, Inc., New York, Verenigde Staten.

HarperCollins Holland is een divisie van Harlequin Enterprises ULC.  
\* en ™ zijn handelsmerken die eigendom zijn van en gebruikt worden door de eigenaar van het handelsmerk en/of de licentienemer. Handelsmerken met ® zijn geregistreerd bij het United States Patent & Trademark Office en/of in andere landen.

[www.harpercollins.nl](http://www.harpercollins.nl)

Niets uit deze uitgave mag openbaar worden gemaakt door middel van druk, fotokopie, internet of op welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.  
Het e-book is beveiligd met zichtbare en onzichtbare watermerken en mag niet worden gekopieerd en/of verspreid.

# Inhoud

<b>Inleiding</b>	
<b>Waarom we minder zijn gaan kopen en meer met anderen delen</b>	11
<b>Waarom we niets hoeven te kopen</b>	23
Het plastictijdperk	24
Een schone oplossing	28
De psychologie van het consumentisme	30
Omkomen in de spullen	32
De lol van Niets-Kopen	34
<b>Een uitnodiging om niets te kopen</b>	38
Probeer onze Koop-Niets-uitdaging in zeven stappen	38
De regels	40
Uitzonderingen	41
<b>Stap 1: geven</b>	44
Lessen uit de Himalaya	45
Hoe belangrijk het is dat je iets hebt om weg te geven	50
Een economie die is gefundeerd op geven	52
Stap 1: geven	55

Hoe je het beste kunt geven	60
Gifteconomieën, vrouwen, armoede en rijkdom	64
Zo begin je een geefgroep	67
Iets van jezelf geven	70
We nodigen je uit om te geven	72
<b>Stap 2: durf te vragen</b>	76
Geld drijft ons uit elkaar, een gifteconomie verbindt ons	77
We zijn vergeten hoe we moeten vragen	80
Een Koop-Niets-bruiloft	81
Stap 2: durf te vragen	84
Alle geschenken hebben dezelfde waarde	88
Bijzondere contacten uit onverwachte hoek	92
We nodigen je uit om te vragen	94
<b>Stap 3: hergebruik en nee-zeggen</b>	97
Een experiment met Niets-Kopen	102
Waarom winkelen leuk is en Niets-Kopen nog leuker kan zijn	104
Minder levensmiddelen	108
Stap 3: hergebruik en nee-zeggen	114
Vijftig producten die we niet meer kopen	115
Maak van elke dag een speciale gelegenheid	139
We nodigen je uit tot hergebruik en nee-zeggen	142
<b>Stap 4: bezinnen</b>	145
Kopen voor de kick	149
Stap 4: bezinnen	151
We nodigen je uit om te bezinnen	159
Vragen die je jezelf kunt stellen voordat je iets koopt	159

<b>Stap 5: maken en repareren</b>	162
Wees een producent, geen consument	163
Stap 5: zelf maken	165
Repareer het!	167
Vijftig dingen die we zelf maken	169
We nodigen je uit om zelf iets te maken en iets te repareren	190
<b>Stap 6: delen, uitlenen en lenen</b>	192
Creëer je eigen deelcultuur	195
Stap 6: delen	198
Vijftig dingen die we delen	206
Vijftig dingen die we uitlenen en lenen	219
We nodigen je uit om te delen, uit te lenen en te lenen	230
<b>Stap 7: dankbaarheid</b>	233
Stap 7: dankbaarheid	234
Het ultieme geschenk	236
We nodigen je uit om dankbaarheid te uiten	239
<b>Een leven lang Niets-Kopen; dit is pas het begin</b>	242
Deel je ervaring	242
Begin steeds weer opnieuw	243
Daag jezelf uit om steeds langere tijd niets te kopen	244
Koop bewust	246
<b>Een toekomstvisie</b>	249
Geefnetwerken als hulporganisaties	250
Geven, vragen en delen om de aarde te redden	254
Delen in de echte wereld	254

Dankwoord	257
Appendix	261
Voetnoten	269
Register	275

## Inleiding



### Waarom we minder zijn gaan kopen en meer met anderen delen

Ons verhaal begint half december, op een heldere dag, een zeldzame onderbreking van de winterse buien, op een ongerept strand aan de noordwestkust van de Grote Oceaan, niet ver van waar we wonen.

In het zachte licht van het bleke winterzonnetje dat laag aan de hemel stond, liepen we met onze kinderen langs het strand en keken hoe vier paar blote voetjes over het zand huppelden. Hoewel we warme winterjassen aanhadden, was de temperatuur net hoog genoeg dat de kinderen hun wollen sokken en rubberlaarzen in de auto konden laten, een aangename bevrijding. Voorzichtig, alsof ze in een denkbeeldig circus aan het koorddansen waren, balanceerden de kinderen over de wirwar van aangespoelde stukken drijfhout, afkomstig van sparren en ceders. Het water was hier koud en diep, met een sterke stroming en witte schuimkoppen tussen ons en de vage contouren van de heuvels van Seattle aan de overkant van de Salish Sea.

Wij, Liesl en Rebecca, waren nu al een jaar goede vriendinnen, en onze kinderen, variërend in leeftijd van vier tot zeven jaar, speelden vaak hele dagen buiten en gingen samen op verkenning in de natuur.

Door hun niet te stuiten hang naar avontuur bezochten we na schooltijd de meest ongerepte stranden die we maar op het eiland konden vinden. Rebecca is een alleenstaande moeder van twee dochters, Ava en Mira. Ze is blogger en socialmediacoach en komt uit een nest van activisten en politici die zich inzetten voor het milieu. Liesl is documentairemaakster en met haar camera brengt ze baanbrekend wetenschappelijk onderzoek in beeld voor *NOVA*, het meest bekeken populairwetenschappelijke televisieprogramma op de Amerikaanse televisie, en National Geographic. Voor haar projecten maakt ze veel verre reizen met haar twee kinderen, Finn en Cleo, en haar man, Pete Athans. Door onze gezamenlijke liefde voor avontuur en natuur maakten we regelmatig uitstapjes naar winterse stranden, en dit was gewoon een van de vele, totdat Finn in een splinter trapte, de keerzijde van een strandwandeling op blote voeten. Voordat er ook maar een traan ons leuke uitje kon verstoren, verwijderde Liesl de scherpe spelbreker, maar we zagen dat er nog iets anders aan de onderkant van zijn voeten kleefde... iets wat daar niet hoorde. Er zaten kleine witte bolletjes piepschuim en minuscule, kleurrijke stukjes plastic tussen zijn tenen.

Toen we beter keken naar het zand onder onze voeten, zagen we een paar plastic korrels van zo'n drie millimeter groot. (Later kwamen we erachter dat die *nurdles* worden genoemd en dat ze dienen als grondstof voor alle producten van plastic.) Het werd al gauw duidelijk dat een verontrustend groot percentage van het strandlandschap die dag bestond uit dat soort korrels. Terwijl de kinderen uitgelaten gillend over het drijfhout dartelden, blij met het nieuwe spelletje dat ze hadden verzonnen, waarbij het verboden was met hun voeten het 'plastic zand' aan te raken, keken wij speurend rond om te zien wat er nog meer vermengd was met het zand, de schelpen, het drijfhout en het zeewier onder onze voeten. We vonden groter plastic afval dat nog verontrustender was: injectiespuiten, een groen speelgoedsoldaatje



dat Finn graag wilde toevoegen aan zijn verzameling, roerstaafjes, een pvc-buis, pennen (dezelfde die Cleo thuis ook had), afdekplaatjes voor lichtschakelaars, een folieballon (die leek op de ballon die Ava een week eerder op het verjaardagsfeestje van een vriendin per ongeluk uit haar vingers had laten glijpen), aanstekers, een knalgeel babyspeeltje (Mira kon zich nog herinneren dat ze er vroeger ook zo een had gehad), autobumpers en inbrengulzen van tampons – allemaal voorwerpen uit ons dagelijkse leven, stuk voor stuk van plastic, stuk voor stuk aangespoeld op ons strand.

Het plastic was daar natuurlijk altijd al geweest, het was ons alleen nooit eerder opgevallen. Maar nu we het eenmaal gezien hadden, konden we onze ogen er niet meer voor sluiten. Al deze spullen die we dagelijks gebruikten, waren verzeild geraakt op onze stranden en bevonden zich recht onder onze neus. Ze sprongen niet zozeer in het oog, maar gingen eigenlijk gewoon op in het strand.

Wij beschouwen die dag – twee jaar voor het ontwikkelen en starten van ons Koop-Niets-project, dat vandaag de dag ruim een miljoen deelnemers en het ontzagwekkende aantal van zesduizend vrijwilligers telt – als het prille begin van ons Koop-Niets-traject. We stuiten op een ogenschijnlijk opzichzelfstaand eilandprobleem, dat bij nader inzien een wereldwijd vraagstuk bleek te zijn. Het inspireerde ons om maatschappelijke veranderingen te bewerkstelligen en zo de realiteit van overmatig afval en plastic in ons milieu te bestrijden.

Wat wordt er bedoeld met Koop-Niets? Eenvoudig gezegd is het een filosofie die stelt dat het nagaan van alle mogelijke alternatieven voordat je iets koopt wat je graag wilt of denkt nodig te hebben, de sleutel is tot een gelukkig, zinvol leven vol overvloed op een gezonde planeet. Deze filosofie hebben we in de praktijk gebracht door middel van het Koop-Niets-project, een maatschappelijk collectief van lokale gifteconomieën – een alternatief voor de markteconomie waarvan de

meesten van ons afhankelijk zijn – waarbij buurtgenoten met elkaar delen, deelnemers ‘vragen’ om de spullen die ze willen hebben, in plaats van ze te kopen, en deelnemers spullen die nog een ronde meekunnen, ‘weggeven’ in plaats van ze weg te gooien. Wat enkele jaren geleden begon als een openbaring op het strand, heeft zich nu vertaald naar buurtgenoten die in tientallen landen lokaal hun spullen en hun talenten delen en zo bereidwillig afzien van nodeloos consumptisme.

Maar Niets-Kopen heeft voor ons ook nog een andere betekenis. Niets-Kopen is een andere manier van denken. We zeggen weleens: ‘Wat voor de een afval is, is voor de ander van onschatbare waarde.’ Waarmee we bedoelen dat je iets waar je nu op uitgekeken bent, beter een tweede leven kunt gunnen door het weg te geven, dan dat je het naar de zolder, de garage, of erger nog, de vuilnisbak verbant. In zekere zin gaan we met Niets-Kopen terug naar de tijd van onze grootouders, naar de manier waarop de mensen leefden voordat je alles met één muisklik kon bestellen, toen je nog bij de burens aanklopte voor een kopje suiker of als je te weinig benzine had voor de grasmaaier.

Velen van ons zijn ontevreden geworden. We willen veel meer dan we nodig hebben en vergeten daarbij de tijd waarin het niet alleen algemeen geaccepteerd was om in de bruidsjurk van je moeder of je oma te trouwen, maar gewoon de normale gang van zaken. Het altijd maar meer willen kost ons een fortuin en eist zijn tol van zowel onze portemonnee als van het milieu. Toen we al dat plastic langs onze kust ontdekten, werden onze ogen geopend en gingen alle alarmbellen af. We zagen in dat we iets moesten doen, wat dan ook, om onze koopgewoonten bespreekbaar te maken en zo een halt toe te roepen aan de steeds groter wordende plasticvervuiling op aarde.

Je zou kunnen zeggen dat onze droom om de maatschappij te veranderen is uitgekomen: het is ons gelukt een wereldwijde maatschap-

pelijke beweging op touw te zetten met mensen die vrijuit geven en durven te vragen, ontvangen en delen; allemaal kosteloos en zonder verplichtingen. Koop-Niets heeft vaste voet aan de grond gekregen, en de positieve neveneffecten werken verslavend. Van deze nieuwe kijk op de wereld – met als basis een op met elkaar delen gerichte economie – profiteert iedereen, en iedereen kan eraan meedoen: minimalisten, maximalisten, verkwisters, oprichters van een milieuactivistengroep, iedereen is gelijk. Ons Koop-Niets-experiment – de media staan er bol van en *The Washington Post*, Mother Nature Network, *Grist*, Yahoo News, *The New York Times*, Australian Broadcasting Company, NHK Japan, CBC News, *South China Morning Post* en NPR hebben er al aandacht aan besteed – is echt een modern voorbeeld van een gifteconomie, een systeem waarin goederen en diensten worden uitgedeeld als cadeautjes, zonder er iets voor terug te verwachten, die nooit worden geruild, verhandeld of verkocht. Hier wordt écht gedeeld, en iedereen heeft er evenveel baat bij. Iedere deelnemer verwerft een bepaalde sociale status door zijn daden en plukt daar de vruchten van.

Wellicht heb je de Koop-Niets-mentaliteit al omarmd of ben je al actief in een van de vele deeleconomieën die nu als paddenstoelen uit de grond schieten, waarin bedrijven zoals Uber, Lyft, Airbnb en Vrbo grenzen verleggen. Overal ter wereld delen mensen hun huizen en auto's, bouwen ze ecologisch verantwoorde tiny houses, lenen ze bij gemeentelijke uitleendiensten en vinden ze manieren om hun eigendommen te delen met anderen. Voor een groot deel functioneert deze deeleconomie nog steeds als onderdeel van de markteconomie, waarbij geld wordt ingewisseld voor bijvoorbeeld Uber-ritten of een verblijf in een Airbnb-vakantiehuis. Koop-Niets biedt je de kans deze mentaliteit zo uit te breiden dat je kunt geven en ontvangen zonder dat het je een cent kost.

Dit boek is bedoeld als een uitnodiging om je bij ons aan te sluiten, ongeacht waar je nu staat, en je eens te buigen over het hele idee van

Koop-Niets. Wij geloven erin dat een gelukkiger leven, veerkrachtigere gemeenschappen en een gezondere planeet binnen handbereik zijn als we met zijn allen op een creatieve manier delen wat we in overvloed hebben, en in dit boek beschrijven we stapsgewijs hoe je dat kunt doen. Het enige wat je ervoor nodig hebt, is je goede wil en de gezonde menselijke behoefte een band op te bouwen met de andere mensen in je leven. Ter inspiratie hebben we in dit boek een heleboel verhalen over geven en delen opgenomen. Het zijn allemaal waargebeurde verhalen, waarbij we soms namen en plaatsnamen hebben veranderd om de privacy te waarborgen.

---

We kennen allemaal de drie basisprincipes van consuminderen: beperken, hergebruiken en recyclen. Wij vonden dat er nog een belangrijk vierde basisprincipe ontbrak: nee-zeggen.

---

Laten we stoppen met kopen en meer met elkaar proberen te delen. Dit boek bevat een stappenplan dat je daarbij kan helpen. Aan de hand daarvan zul je minder nieuwe producten gaan kopen en de ons omringende overvloed aan producten gaan delen.

In juli 2013 hebben we onze eerste lokale gifteconomie opgestart in onze woonplaats, Bainbridge Island, in de staat Washington, op ongeveer 13 kilometer afstand van de veerhaven van Seattle. We richtten een Facebookgroep op voor de 23.000 bewoners van ons eiland en noemden die Koop-Niets-Bainbridge. Het gonsde van bedrijvigheid in de groep doordat de deelnemers al gauw tot het inzicht kwamen dat Niets-Kopen niet alleen een passende levensstijl is, maar ook een makkelijke manier om kennis te maken met mensen die verderop in de straat wonen. Tegen het eind van die zomer hadden we nog elf Koop-Niets-projectgroepen opgericht en voor de jaarwisseling was het ons gelukt negenzeventig lokale giftecono-

mieën in het leven te roepen, in vijf staten, elk met dezelfde eenvoudige missie deelnemers aan te sporen meer te delen met de mensen in hun directe omgeving. Het idee verspreidde zich als een lopend vuurtje.

We hebben bewezen dat Koop-Niets voor iedereen is, als je maar durft te vragen om producten voordat je boodschappen gaat doen en dingen weggeeft in plaats van ze op te slaan of weg te gooien. De kans is groot dat iemand in de buurt precies datgene overheeft waarnaar jij op zoek bent. Deelnemers stelden alle mogelijke spullen en diensten beschikbaar: boekenkasten, kinderwagens, knip- en schoonmaakbeurtten, bakstenen, laptops, broodbakmachines en kano's. Een van de eerste gedeelde dingen was een veer om het kapotte inzetstuk van een toiletrolhouder te repareren; iemand had het bericht bij wijze van grap geplaatst, maar iemand anders had daadwerkelijk zo'n veer nodig, en door die wisselwerking beseften we dat het aan elkaar doorgeven van zo'n ogenschijnlijk onbenullig, maar erg nuttig onderdeel, aangaf dat we elkaar konden helpen. Allemaal hadden we spullen die andere mensen nodig hadden of wilden hebben, zowel kleine als grote dingen, en mensen deelden alles met evenveel plezier. We hoopten dat de hoeveelheid afval door de Facebookgroepen zou verminderen, en dat gebeurde ook. Maar er was nog een onverwacht, bijkomend voordeel: buurtgenoten leerden elkaar kennen, gemeenschappen werden hechter en er ontstonden nieuwe vriendschappen. Dankzij al die vrijgevigheid sloeg Niets-Kopen enorm aan.

We hebben ontdekt dat een gezonde gifteconomie moet voldoen aan drie basisvoorwaarden om het sociale netwerk van elke gemeenschap te versterken: geven, durven vragen en het uiten van dankbaarheid. Deze drie voorwaarden vormen de basis van het Koop-Niets-project. Alle lokale groepen stimuleren hun deelnemers iets weg te geven wat ze niet meer nodig hebben, te durven vragen om iets wat ze graag willen of nodig hebben en vervolgens een bericht te plaatsen waarin ze hun dank

betuigen voor het tweedehandsartikel dat een nieuw thuis en een nieuwe bestemming gekregen heeft.

Hier zomaar een greep uit de verhalen die we hebben gehoord van diverse Koop-Niets-groepen: een vrouw die in de winter moet beginnen met chemotherapie, vraagt hulp in de tuin en heeft in het voorjaar, wanneer ze haar eetlust terugkrijgt, verse groenten en een stel nieuwe vrienden om er gezellig samen van te eten. Een alleenstaande gepensioneerde vrouw vraagt een wagentje om haar oude hond mee te kunnen nemen voor hun wandelingen door de buurt en krijgt een karretje dat perfect is. Babykleertjes gaan van gezin naar gezin, een koffiezetapparaat met een kapotte koffiekkan wordt weer bruikbaar dankzij de in een prima staat verkerende koffiekkan van een kapot koffiezetapparaat twee straten verderop. Een kind organiseert op school een sokkeninzamelactie voor de daklozen, waardoor duizenden sokkenweesjes nieuwe paren vormen. Een jonge vrouw die herstellende is van een eetstoornis, zoekt mensen die elke week in een plaatselijk café een potje met haar willen scrabbelen zodat haar lichaam na het eten tot rust kan komen; ze raakt bevriend met de mensen uit de buurt die op haar oproep reageren, en nu vieren ze wekelijks haar herstel onder het genot van een spelletje. Pasgetrouwde stelletjes vergaren een deel van hun uitzet door het teveel aan spullen van oudere koppels van wie de kinderen het huis uit zijn. Bruiden vinden hun trouwjurk, en ouderen vinden een maatje om een potje mee te mens-erger-je-nieten.

We vinden het geweldig te zien hoe creatief deelnemers omgaan met het concept. De deelnemers hebben verschillende uitleenpunten in het leven geroepen. Er zijn uitleenpunten waar je tuinzaadjes kunt halen of borden, glazen en bestek voor feesten en partijen, of gereedschap. Ook komen ze bij elkaar om boeken te ruilen en te delen, bieden ze haakgaren aan, delen hun kennis bij tochten op zoek naar eetbare paddenstoelen, geven kleding en recepten aan elkaar door,

organiseren kooklessen, gaan samen op fruitplukuitjes en richten gratis 'winkels' op met halloweenkostuums en cadeautjes voor de feestdagen. Op die manier beperken ze niet alleen hun aankopen, maar herontdekken ze ook de eeuwenoude waarde van delen met anderen, doordat elk geschenk een verhaal heeft dat mensen en hun geschiedenis met elkaar verbindt.

Het geheim? Ervoor zorgen dat elk geschenk vrijelijk wordt aangeboden, zonder er iets voor terug te verwachten.

Er vormen zich steeds meer nieuwe groepen. We reageren aan de lopende band op verzoeken van vreemden die onze hulp vragen bij het opstarten van hun eigen lokale geefgroep. We verzorgen trainingen om hen te helpen een inlevende leider van een online sociale groep te worden en ervoor te zorgen dat ze hun lokale groep kunnen uitbreiden en beheren. We voorzien ze van regels, voorbeelden en richtlijnen, allemaal gratis en voor niets, en ook van een ondersteunend netwerk van regionale en over de hele wereld verspreide vrijwilligers die voor hen klaarstaan om vragen te beantwoorden en te helpen met het oprichten van nieuwe groepen. Niets-Kopen functioneert het best in heel kleine, lokale groepen en daarom raden we aan een groep te vormen met buurtgenoten. Op het platteland is dat een ander verhaal dan in de stad, maar het scheelt enorm als de deelnemers op niet al te grote afstand van elkaar wonen en er per groep niet meer dan duizend mensen deelnemen (het ideale aantal ligt rond de vijfhonderd).

Nu, zes jaar later, zijn er meer dan vierduizend lokale gifteconomieën in de vorm van een Koop-Niets-project op zes continenten, waaronder in alle vijftig staten van de vs, alle staten van Australië en alle provincies van Canada. Met trots kunnen we melden dat er absoluut geen betaald personeel in dienst is. De duizenden vrijwilligers die belangeloos hun tijd en kennis delen om een groep op poten te zetten en in stand te houden, vormen het hart en de ziel van het project. Het

Koop-Niets-project is een wereldwijd netwerk van lokale gifteconomieën die worden gerund door een andere gifteconomie die bestaat uit echte mensen, vrijwilligers en deelnemers die erin geloven dat delen waardevol is. Niets-Kopen wordt massaal in praktijk gebracht.

Hoewel het Koop-Niets-project als inspiratie diende, gaat het in dit boek over meer dan alleen de sociale groepen; het biedt een nieuwe kijk op hoe we allemaal met elkaar kunnen delen – hoe we Niets-Kopen – in elke maatschappelijke context, met of zonder internet. We geven praktisch advies over wat gedeeld kan worden, welke aankopen we kunnen vermijden en waarom deze Koop-Niet-acties een positief effect hebben op het milieu en, misschien wel het belangrijkste, hoe je meer gelijkgestemde gevers en ontvangers kunt aantrekken door je gewoon ouderwets vriendelijk en dankbaar op te stellen. We hopen dat je dit boek zult beschouwen als een werkboek, waarvan je de marges en de witregels gebruikt om je eigen ideeën en ervaringen op te schrijven. Nadat je ideeën en ervaringen hebt toegevoegd aan jouw exemplaar, hopen we dat je het doorgeeft aan anderen en hen aanmoedigt hetzelfde te doen. Zo wordt je boek een levend document, net als het kookboek van je moeder, met ezelsoren en allerhande aantekeningen en opmerkingen in de kantlijn over recepten die bij bijzondere gelegenheden werden gemaakt, of een herinnering hier en daar wat extra kruiden toe te voegen. We zouden graag zien dat ons boek een geschenk wordt dat de gezamenlijke wijsheid van alle lezers gaat omvatten.

We willen vooral dat je plezier beleeft aan deze ervaringsgerichte les, zodat je in je eigen tempo de kunst van het Niets-Kopen onder de knie kunt krijgen. Vergeet je gevoel voor humor niet en wees niet te streng voor jezelf. Dit is geen oefening in het nastreven van perfectie, zelfopoffering of ontzegging. Je kunt op geen enkele manier ‘zakken’ voor Niets-Kopen. Het is een filosofie met als doel die op allerlei manieren toe te passen en uit te zoeken wat voor jou werkt, op welk punt



in je leven je je nu ook bevindt. Vier je successen, hoe klein ook, en onthoud dat onze zevenstappenuitdaging bedoeld is je leven beter te maken. Als er suggesties bij zijn waar je niets mee kunt, aarzel dan niet en schuif ze terzijde. Misschien wil je door de stappen heen bladeren zodat je alvast weet wat er nog gaat komen, maar het kan ook zijn dat je een verrassing juist leuk vindt. Je kunt een dag, een week of langer besteden aan elke stap. Bepaal je eigen tempo, beschouw elke stap als een uitdaging en ga die aan wanneer jij er klaar voor bent. Er bestaat geen verkeerde benadering voor het plan van aanpak dat in dit boek is uitgestippeld. We willen je juist stimuleren vooral zelf je koers te bepalen en zo je eigen Koop-Niets-mentaliteit en -gewoonten te ontwikkelen. En we hopen natuurlijk dat je dit boek en alles wat je ervan leert op grote schaal zult delen.

Hoewel we in ons leven allebei heel verschillende ervaringen hebben gehad, heeft wat we daarvan hebben geleerd ons naar eenzelfde waarheid geleid, namelijk dat we veel meer voldoening halen uit het verweven zijn met een lokaal netwerk waarin delen met elkaar vooropstaat en waarbinnen eenieder een even belangrijke rol speelt, dan uit het troosteloze verzamelen van spullen voor eigen gebruik. Wij geloven dat het goede leven dat we nastreven eerder binnen handbereik ligt door uitbundig te delen, dat bewust ruimhartig zijn zin geeft aan ons leven, en dat in tijden van nood de grootste zekerheid bestaat uit het geworteld zijn in een cultuur van geven, waarin we probleemloos aan elkaar geven en van elkaar ontvangen, zonder schaamte of verplichtingen.

---

Alles kopen houdt ons gescheiden;  
Niets-Kopen verbindt ons.

---

Je zou kunnen zeggen dat we een alternatieve manier van leven onder de aandacht brengen, waarbij kopen wordt gezien als de laatste

optie van het scala aan keuzes die we elke dag kunnen maken. Alles kopen houdt ons gescheiden; Niets-Kopen verbindt ons. We willen graag een maatschappelijke verandering teweegbrengen. Daarom vragen we je te stoppen met kopen. Dat hoeft niet vervelend te zijn en je hoeft jezelf heus niet van alles te ontfeggen. Als je de stappen in dit boek volgt, zijn we ervan overtuigd dat je ervaring zal zijn dat je door Niets-Kopen juist vrijwel alles kunt krijgen.