

Wordt u soms ook zo opstandig van de betoogtrant van Nout Wellink, de president van de Nederlandse Bank? In een radio interview van een paar weken geleden maakte hij het wel heel bont. Natuurlijk werd hem gevraagd naar zijn rol en verantwoordelijkheid in deze ongekende kredietcrisis. Hij durfde het aan de crisis te vergelijken met de watersnoodramp van 1953: “het is ons overkomen door buitensporige oorzaken van buitenaf en de dijken waren tegen dit geweld niet bestand. Dit was bekend bij Rijkswaterstaat en waarschuwingen hadden niet het gewenste effect. De dijken waren niet tijdig versterkt”. De analogie met de crisis was evident: we zijn verrast door externe omstandigheden en het toezicht liet te wensen over...en Nout wist het wel maar hij werd niet gehoord... Van enige ruitelijkheid, nederigheid en het nemen van verantwoordelijkheid was geen sprake in het interview.

Op zulke momenten krijgt het woord ‘consumentenvertrouwen’ extra betekenis. Het appelleert dan niet aan maatregelen die de koopdrift moet stimuleren, maar vooral aan morele waarden. Hoe houden wij vertrouwen in onze ‘leiders’ aan wie wij zoveel verantwoordelijkheid toedelen? Integriteit, ruitelijkheid en dienstbaarheid zijn morele waarden die de basis vormen voor het vertrouwen dat nodig is een samenleving te besturen en te laten functioneren. Vertrouwen krijg je van ‘de ander’ en goed voorbeeld doet goed volgen? De kredietcrisis heeft aangetoond tot welke ontwrichting en onzekerheden het ontbreken van verantwoordelijkheidsbesef bij bestuurders in de samenleving leidt. Geen enkel pakket aan crisismaatregelen helpt het consumentenvertrouwen, indien de vertrouwensrelatie tussen bestuurders en burgers verstoord is. Ruitelijkheid is een prachtig begin van een mogelijk herstel van deze relatie. Ontkenning en/of relativering van verantwoordelijkheden brengt de samenleving niet verder. Feitelijk is gebleken dat we de verantwoordelijkheid voor het inrichten van onze toekomst niet kunnen overlaten aan de markt of aan de overheid. De verantwoordelijkheid daartoe ligt vooral ook bij onszelf als burger, als consument, als medewerker, als student, als... Daarom is dit tijdsgewricht is betekenisvol en kansrijk voor de burger. Wij zijn immers heel goed in staat meer onafhankelijk, mondig en zelfbewust te zeggen wat we willen en daar een eigen verantwoordelijkheid in te dragen. Burgers zijn een belangrijke inspiratiebron voor beleidsmakers en professionals, in welke branche dan ook. Veel beleid overkomt ons vanuit een aanbodcultuur waarin weinigen beslissen voor velen. Dat is jammer en vaak contraproductief. In de woningmarkt is deze cultuur dominant aanwezig en de overtuiging neemt toe dat deze houding niet de kwaliteit oplevert die gewenst wordt door de woonconsument, ongeacht de doelgroep. Het vergt moed van alle betrokkenen een cultuuromslag te bewerkstelligen.

Hierin schuilt precies het maatschappelijk belang van SIR-55. De rol als belangenbehartiger voor de woonconsument reikt verder dan het realiseren van een concrete woonwens. SIR-55 is in relatief korte tijd uitgegroeid tot een platform dat in staat is landelijk aandacht te vragen voor de problemen in de woningmarkt en de positie van de woonconsument. Het is de overtuiging van het stichtingsbestuur dat de kwantitatieve groei van SIR-55 ertoe bijdraagt de rol van belangenbehartiger nog beter te kunnen vervullen. De macht van het getal vergroot de geloofwaardigheid en legitimiteit van het burgerinitiatief SIR-55. In het proces van collectief particulier opdrachtgeverschap is de invloed, zeggenschap en verantwoordelijkheid van de woonconsument optimaal gewaarborgd en leidt tot aantoonbare kwalitatieve producten voor de woningmarkt. SIR-55 moet doorgroeien.

Peter Verleg
Voorzitter Stichting SIR-55

April 2009

