

Goed doen kan nog veel beter



ILLUSTRATIE STUDIO VONQ

effectief altruïsme – interview – Meestal steunen we goede doelen op basis van intuïtie. Maar dat

is niet de meest efficiënte manier om tot resultaat te komen, zegt moraalfilosoof Stijn Bruers.

PETER HENK STEENHUIS

Waarom geven we aan goede doelen? Je ziet Maarten van der Weijden zwemmen tijdens zijn Elfstedentocht en ineens besluit je geld over te maken. Is je gift effectief? Dat weten we niet. Geven doe je uit emotionele geraaktheid, uit een goed hart, niet uit rationele berekening.

Waarom eigenlijk niet? In zijn boek 'Beter worden in goed doen' betoogt moraalfilosoof Stijn Bruers dat niet elke euro voor een goed doel per definitie goed is besteed. Hij pleit voor 'effectief altruïsme', een benaming van een snel groeiende beweging van mensen die rationeel hun giften afwegen.

Om dat 'effectief altruïsme' uit te leggen, begint Bruers het gesprek met twee voorbeelden. Het eerste: "Je kunt geld geven aan een organisatie die een hond opleidt om een blinde te begeleiden. Daarmee help je dus een blinde persoon voor een tiental jaren. Dat kost zo'n veertigduizend euro. Voor veertig euro kun je ook voorkomen dat iemand in Afrika blind wordt door trachoom, een ontsteking aan het oog die met een simpele chirurgische ingreep te genezen is. Met het bedrag voor de opleiding en verzorging voor die ene blindegeleidehond kun je voorkomen dat duizend kinderen blind worden."

Het tweede: "Je kunt ook geld geven aan de Make-A-Wish Foundation om kinderen met een ernstige ziekte voor een dag een bijzondere ervaring te laten beleven. Het vervullen van deze kindervens kost gemiddeld zesduizend euro. Met dat bedrag kun je drieduizend kinderen een paar jaar beschermen tegen malaria. Kun je je geld dan niet beter geven aan de Against Malaria Foundation die muggennetten verspreidt in Afrika."

De kern van het 'effectief altruïsme' is duidelijk. Maar prettig zijn deze voorbeelden niet. Wie pleit er niet voor én de blindegeleidehond én de chirurgische ingreep, én de wens voor het zieke kind én het muggennet. Bruers: "Dat zou mooi zijn als we een onbeperkt budget hadden. Maar we hebben een beperkt budget en dus moeten we een keuze maken".

Als we een blind neefje hebben dat een blindegeleidehond nodig heeft, is de keuze toch snel gemaakt.

"Natuurlijk, ik maak daarom een onderscheid. Bij partijdig altruïsme besteed je geld aan zaken waarbij je je sterk betrokken voelt. Bij onpartijdig altruïsme gaat het onderwerp je aan het hart, maar maakt het je niet uit welke personen erdoor geraakt worden. Als jij het verschijnsel blindheid wilt bestrijden, moeten we kijken welke maatregelen het meest effectief zijn.

"Ik adviseer vaak om drie potjes te maken. In het eerste potje reserveer je geld voor jezelf, in het tweede stop je geld voor zaken waarbij je emotioneel betrokken bent en het derde potje is bestemd voor je geld voor onderwerpen die je rationeel belangrijk vindt om aandacht aan te besteden. Bij dat derde potje geldt alleen

het resultaat. En bij dat resultaat maakt het niet uit hoe het tot stand komt, hoeveel de organisatie aan fondsenwerving uitgeeft, hoeveel aan marketing, hoeveel de CEO verdient."

Het stuit toch tegen de borst je geld te geven aan een goededoelenorganisatie waarbij de baas buitensporig veel verdient?

"Als we een nieuwe computer kopen, maken we een rationele keuze: je vergelijkt prijzen, processors, geheugencapaciteit, maar je kijkt niet naar het reclamebudget van Apple of naar het salaris van de CEO van Microsoft. Effectief altruïsme is ontstaan toen een groep beleggers een aantal jaar geleden geld op een effectieve manier wilde weggeven. Hoe? Daar bleek nauwelijks onderzoek naar te zijn gedaan. Om hier verandering in aan te brengen richtten zij zelf een organisatie op: Give Well. Deze organisatie vergelijkt goede doelen zoals een belegger bedrijven. Die manier van doneren bleek zeer effectief."

Vindt u mensen die zo niet willen doneren onbegrijpelijk?

"Helemaal niet. Wel onverstandig. Mensen willen geld geven om iets goeds te doen, bijvoorbeeld levens redden. Het is dan logisch dat ze zoveel mogelijk levens willen redden. Als een organisatie daarin slaagt dankzij goede fondsenwerving of dankzij goed, maar vrij prijzig bestuur, dan maakt dat toch niet uit? Het gaat toch om het doel? Nederland was vorige maand in de ban van de Elfstedentocht van zwemmer Maarten van der Weijden. Hij kreeg in zijn jeugd acute leukemie. Met zijn zwemtocht had hij alleen voor leukemie geld kunnen ophalen. Dat doet hij niet, zijn doelstelling is 'het bevorderen en ondersteunen van wetenschappelijk onderzoek naar de kwaliteit van leven met kanker in alle mogelijke vormen'. Van der Weijden denkt dus niet enkel aan leukemie, maar aan alle kankers. Die bredere kijk is goed, maar waarom dan niet alle ernstige ziektes in overweging nemen en kijken of je meer kunt doen tegen bijvoorbeeld malaria?"

Maar de donateur geeft omdat de zwemtocht hem raakt en omdat hij voormalig patiënt Van der Weijden een held vindt.

"Mensen geven vaak vanuit onderbuik-gevoelens, zo zit onze psychologie in elkaar. De marketingafdelingen van goede doelen spelen daar op in."

Vergelijkt effectief altruïsme ook doelen op zich? Kankerbestrijding boven dierenleed?

"Nee. Een effectief altruïst denkt kritisch zoals een wetenschapper, rationeel zoals een rationele consument

en resultaatgericht zoals een investeerder. Over de doelen die de investeerder kiest, spreekt hij geen moreel oordeel uit. Maar als jij dierenleed wilt bestrijden, wil de effectieve altruïst wel weten wat de meest effectieve methode is. Dierenliefhebbers geven meestal aan honden- en kattenasielen, terwijl organisaties die plantaardig voedsel promoten veel minder krijgen. De organisatie Animal Charity Evaluators heeft berekend dat je met een gift van duizend euro ongeveer twee asiële dieren kunt helpen, terwijl je met een vergelijkbaar bedrag wel tienduizend landbouwdieren en zeedieren leed kunt besparen als dat geld geschonken zou worden aan een effectieve organisatie die strijdt voor goede veeteelt en visserij. Het promoten van plantaardig voedsel is doeltreffender dan het steunen van een asiel."

Dat geeft al met al toch hetzelfde gevoel bij als bij de blindengeleidehond: dit doet niemand, dit wil niemand.

"We weten allemaal dat onze zintuigen niet te vertrouwen zijn: onze ogen kunnen ons misleiden. Zo zitten wij ook vol met morele illusies. Dat betekent dat we soms morele keuzes maken die niet overeenstemmen met onze diepste morele waarden. Door die onderbuikgevoelens maken we denkfouten en geven we geld niet effectief uit. Ik hoop wat van die illusies te doorbreken, mensen wat bewuster te laten nadenken over hun solidariteit. Als dat lukt, kun je erin slagen je donaties honderd keer effectiever te laten zijn dan ze nu zijn."

Stijn Bruers, 'Beter worden in goed doen; vergroot je impact met effectief altruïsme'. Academia Press, 209 blz., € 24,99
