

[en](#) | [nl](#)

News | 13.02.2017

Breng je product op de markt in vier eenvoudige stappen

Stel, je wil rijk worden...

Stel je even voor dat je geld wil verdienen. Veel geld. Stel je voor dat je daarvoor slechts één industrieel product op een van de grootste markten in de wereld zou moeten brengen, liefst zo lang mogelijk, en liefst in zoveel mogelijk marktsegmenten. Laat ons even aannemen dat dit product misschien niet populair is omdat het rechtstreeks of onrechtstreeks schadelijk is voor de gezondheid, voor het milieu en voor de leefomstandigheden van mensen elders in de wereld. Hoe kan je ervoor zorgen dat je het toch op de markt krijgt?

1. Wel, eerst en vooral moet je een behoefte creëren, door jouw product te promoten als een eenvoudige oplossing voor een vreselijk groot en complex probleem zoals, laat ons zeggen, honger.
2. Dan moet je de weerstand tegen je product wegwerken. Je kan dat doen door ervoor te zorgen dat mensen die vragen hebben bij de veiligheid, de impact op het milieu of op de mensenrechten niet gehoord worden, of minstens niet serieus worden genomen.

Natuurlijk kun je niet als enige zeggen dat jouw product veilig is. Je kan daarom mensen als wetenschappers inhuren en een manier vinden om aan te tonen wat je wil. Maar dat is nog niet voldoende.

De volgende stap is om wat institutionele geloofwaardigheid aan je besluit te geven. Dus zend je de studies naar een instantie, een 'agentschap', liefst een 'veiligheidsagentschap', dat klinkt beter. De taak van deze instantie is om een officieel 'advies' uit te brengen op basis van de beschikbare 'informatie'. Dat is niet alleen wetenschappelijk werk dat gepubliceerd is in wetenschappelijke tijdschriften en peer reviews onderging, ook jouw niet gepubliceerde, niet gereviseerde studies zou je als wetenschap moeten zien aanvaard worden.

Oh, en de mensenrechtenkwesitie (zoals de impact op boerenrechten of werknemers)? Makkie, zorg ervoor dat ze buiten het toepassingsgebied vallen. Bingo!

Om nu te maken dat het 'agentschap' met dezelfde bevindingen komt als die van jou (het product is veilig, het kan dus op de markt komen) zorg je ervoor dat jouw mensen bestempeld worden als 'experten' en in het betreffende agentschap zijn tewerk gesteld.

Bang dat iemand erachter komt dat er mogelijk belangenvermenging in het spel is? Niets van aantrekken. Zorg er alleen voor dat in de regels van het agentschap staat dat de namen van de experts niet openbaar gemaakt worden. Simpel!

Je bent er bijna...

3. De volgende stap is dat de beslissing over jouw niet zo populaire product 'democratisch' is genomen. Als 'democratisch' betekent: goedgekeurd door een meerderheid, moet je misschien een meerderheid van de verkozenen overtuigen om voor jouw product te stemmen. Daar moet je wel wat geld en tijd voor over hebben. Als die mensen opnieuw willen verkozen worden, kunnen ze geen onpopulaire beslissingen nemen. Je kan er ook gewoon voor zorgen dat je *eigen mensen* verkozen zijn. Een goede tactiek is dat anderen, die niet rechtstreeks verkozen zijn en niet in de mediabelangstelling staan, deze beslissingen nemen. Bijvoorbeeld door als expert te zetelen in een expertencommissie. Maar die moeten natuurlijk ook anoniem blijven, zoals in het agentschap.

Nog steeds ongerust dat gemene politici, journalisten, activisten of burgers keet gaan schoppen? Maak dan dat ze nooit kunnen achterhalen wie waarvoor gestemd heeft: neem alle beslissingen achter gesloten deuren en hou geen gedetailleerd verslag bij. Voila!

4. Als je op een of andere manier (misschien hebben die vervelende burgers iets te goed campagne gevoerd) toch nog vreest dat de experts niet de beslissing gaan nemen die je wil, dan is er een laatste mogelijkheid: in het geval dat het comité van anonieme experts (het permanent comité) geen gekwalificeerde meerderheid bereikt, kun je ervoor zorgen dat de enige instantie die dan nog over de beslissing gaat, zich - om helemaal grondig te zijn - moet baseren op het advies van jouw bevriend veiligheidsagentschap

Gefeliciteerd, je bent er! De 'voorstelling' mag stoppen, dit is de realiteit. We noemen het 'comitologie' (nog een schitterende tactiek is om dergelijke zaken saaie en technische namen te geven).

Recommended

Press release

ricardo-gomez-angel



[Greens/EFA welcome Commission's Strategic Dialogue con...](#)

04.09.2024

Publication

© Christian Kaufmann



[Eating Greens](#)

11.04.2024

Video



[Green MEPs demand fair income for farmers](#)

13.02.2024

News



[Debriefing of the February I plenary session](#)

09.02.2024

Contact person



Juliette Leroux

Advisor on Agriculture and Rural Development



Sophie Perroud

Food and pesticides campaigner

Please share

[E-Mail](#)

