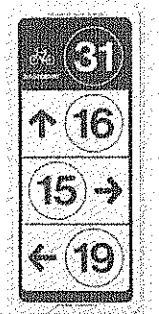
DVD-ROM TOPOGRAFISCHE FIETSKAARTEN VLAANDEREN

SCHAAL: 1:50.000

ALLE FIETSKNOOPPUNTENROUTES OP TOPOKAARTEN VAN HET NGI

- Alle fietsknooppuntenroutes Vlaanderen op 1:50.000-topokaarten van het NGI
- Aanduiding van afstanden en hoogteprofiel
- Interessante adressen zoals logies, fietsverhuurcentra, toeristische infokantoren, fietsvriendelijke cafés...
- Mogelijkheid om locaties op te zoeken, in- en uit te zoomen, routes te plannen op de fietsnetwerken of zelf routes te tekenen...
- In samenwerking met alle provinciale diensten voor toerisme en Toerisme Vlaanderen
- U kunt uw fietstocht afdrukken of exporteren naar uw gps-toestel of naar pda



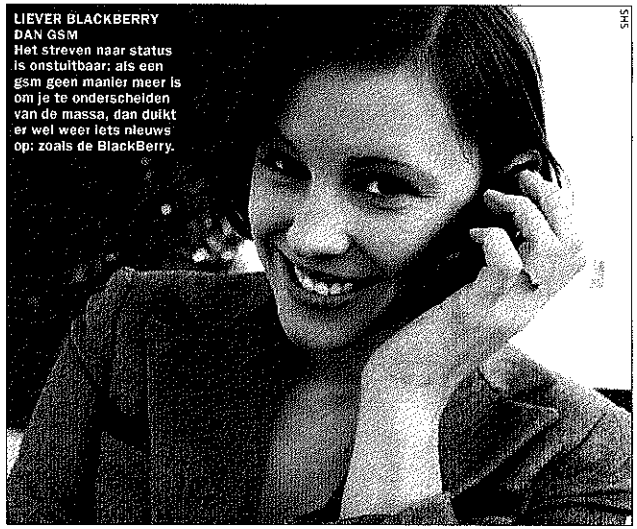
Westtoer lannoo Pythagoras

VOORDEELBON € 24,95

HAAL MET DEZE VOORDEELBON DE DVD-ROM 'TOPOGRAFISCHE FIETSKAARTEN' BIJ STANDAARD BOEKHANDEL VOOR € 24,95 i.p.v. € 49,95

* Meer info op www.topokaarten.be en www.knack.be/acties
* Actie zonder aankoopverplichting. Actie geldig zolang de voorraad strekt, t.e.m. 31/05/2008. Winkelwaarde: € 49,95. Uw voordeel: € 25. Niet cumulerbaar met andere kortingen en/of promotionele aanbiedingen. Extra voordeelbonnen kunt u downloaden via www.knack.be/acties

SPK KN TOPOGR FIETS DVD
9 786999 910506



LIEVER BLACKBERRY DAN GSM
Het streven naar status is onstuitbaar: als een gsm geen manier meer is om je te onderscheiden van de massa, dan duikt er wel weer iets nieuws op: zoals de BlackBerry.

SHS

Seks en economie

Darwins model van seksuele selectie kan je ook toepassen op het economische gedrag van mensen. Dat deed althans econoom Tom Truyts, die onlangs aan de Katholieke Universiteit Leuven over het onderwerp doctoreerde. In *Diamonds are a girl's best friend: five essays on the economics of social status* toont hij aan dat de biologische en economische mechanismen sterk op elkaar gelijken.

Charles Darwin bouwde zijn evolutietheorie op het principe van natuurlijke selectie: wie het best is aangepast aan zijn omgeving, heeft de meeste overlevingskansen. Maar wat heeft een pauw dan aan zo'n pronkerige staart? Om dat in te passen in zijn *struggle for life*-theorie introduceerde Darwin de idee van seksuele selectie. De staart zorgt ervoor dat een mannetjespauw aantrekkelijke vrouwtjes kan aantrekken, wat zijn kans op voortplanting vergroot. Een fleurige staart staat garant voor een genetisch fitte pauw.

Mensen onderstrepen hun ego op een vergelijkbare manier. Aankoopgedrag dient voor een deel om de sociale status te benadrukken. Voor de mens is het belangrijk om zich met de juiste mensen te omringen. Dat geldt voor werknemers die voor de beste bedrijven willen werken, werkgevers die goed personeel zoeken en bedrijven die de voor hen meest interessante consumenten of klanten willen aantrekken.

Tom Truyts kwam tot de bevinding dat de consumptiekeuzes die mensen maken op twee niveaus communiceren over hun identiteit. Enerzijds de conformiteit: door je op een bepaalde manier te kleden, bevestig je dat je tot een bepaalde groep behoort. Anderzijds de sociale distinctie: door de aanschaf van een dure wagen onderscheid je je van minder kapitaalkrachtige consumenten. Dergelijke vorm van verspilzucht is zelfs bij een partnerkeuze geen verloren zaak: een dozijn rode rozen zegt meer dan één enkele. Op die manier is de seksuele dynamiek een belangrijke drijfveer van onze consumptiemaatschappij.

Economen breken zich al jaren het hoofd over een merkwaardig fenomeen: waarom komt onze moderne welvaartsstaat maar niet tot een betere herverdeling van goederen? Tom Truyts ziet een mogelijke verklaring in het onbewust tot stand willen houden van klasseverschillen. De middenklasse zou niet geneigd zijn om te stemmen op politieke partijen waar de lagere klassen beter van worden. De winst van de ene is het verlies van de andere. Als iemand een plaats stijgt op de sociale ladder, moet een ander een plaats zakken. Dat soort statusdynamiek kunnen we volgens Truyts niet uitschakelen. We kunnen ze wel in de hand houden of zelfs ten goede aanwenden. Steenrijken besteden bijvoorbeeld grote bedragen aan goede doelen, of adopteren kinderen uit de armste landen. Ook daarmee onderscheiden ze zich van de lagere klassen, maar dan op een positieve manier.

Menselijke verlangens lijken uiteindelijk onbevredigbaar. Kijk maar naar de statussymbolen gsm en iPod: hoe meer mensen ze zich kunnen permitteren, hoe meer ze hun glans verliezen. Als een gsm geen manier meer is om je te onderscheiden van de massa, dan duikt er wel weer iets nieuws op: zoals de BlackBerry. De drang om te hollen en te blijven hollen, is eigen aan de mens en zijn verlangen zich sociaal te onderscheiden van de anderen. Die ratrace is biologisch belastend, maar de vraag is of we die evolutie wel kunnen afremmen. (T)

Milieu naar de v(h)aantjes

Haantjesgedrag, zowel bij mannen als vrouwen, is een belangrijk motief van economische activiteit en van consumptie. Door ons almaar meer te willen onderscheiden, riskeren we steeds meer te verkwisten en verspillen. Door collectieve verkwisting graven we op den duur ons eigen graf.

Daarom is het belangrijk het statusstreven binnen de perken te houden. In zijn proefschrift laat Tom Truyts ook enkele ballonnetjes op over mogelijke oplossingen. Hij ziet een heffing van indirecte belastingen als een mogelijk middel om het statusstreven bij te sturen. Door goederen te belasten veranderen de consumptiepatronen van iedereen én de betekenis van die goederen. Neem nog eens de rozen als voorbeeld: mannen kopen bloemen voor vrouwen om hun liefde uit te drukken. Hoe groter het boeket, hoe meer indruk ze maken. Wanneer de overheid bloemen zwaar belast, zodat ze heel duur worden, zal een klein boeketje evenveel betekenis krijgen als een grote bos bloemen vandaag. De boodschap blijft dezelfde, de vrouw is even gelukkig en het milieu wordt minder zwaar belast.

Marleen Finoulst
HOOFDREDACTEUR BODYTALK
MARLEEN.FINOULST@BODYTALK.BE

All rights reserved. Overname en vertaling enkel mits toestemming van de uitgever, via Mediargus NV, F. Pelletierstraat 8A 1030 Brussels, TEL:(+32)2 7400970 FAX:(+32)2 7400971