

Tilburg University

Creatief ondernemen

van Damme, E.E.C.

Published in:
Algemeen Dagblad

Publication date:
2004

Document Version
Peer reviewed version

[Link to publication in Tilburg University Research Portal](#)

Citation for published version (APA):
van Damme, E. E. C. (2004). Creatief ondernemen. *Algemeen Dagblad*.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

CREATIEF ONDERNEMEN

Bij de opening van het academisch jaar eerder deze week pleitten de bewindslieden van EZ, de jurist Brinkhorst en de natuurkundige en MBA Van Gennip voor meer ondernemerschap bij onze universiteiten en studenten. Ze deden dat in Eindhoven en Twente, voor een gehoor van technici. Moeten we het voor werk en welvaart van de Technische Universiteiten hebben?

Traditioneel zijn wij Nederlanders meer handelaren dan makers. We maken winst door spullen goedkoop in te kopen en duurder te verkopen. Zo'n arbitragestrategie kan alleen werken als markten redelijk imperfect zijn. De handelaar moet beter geïnformeerd zijn dan de producent en de uiteindelijke gebruiker. Als deze elkaar direct weten te vinden, kunnen ze de intermediair uitschakelen en de extra marge in eigen zak steken. De WRR wees er vorig jaar nog op dat markten steeds transparanter worden en handel minder winstgevend. Onze positie staat onder druk.

Natuurlijk, handel zal altijd blijven bestaan. De Chinezen produceren goedkoper en wij zijn rijker. De Europeanen laten de Chinezen voor hen werken en dat is efficiënt. Dankzij de Rijn en de goede voorzieningen in Rotterdam pikken wij Nederlanders daar een graantje van de resulterende handel mee. Daarvoor hebben we de Betuwelijn overigens niet nodig, zoals deze week bij de verhoren van de commissie Duivesteijn weer duidelijk bleek.

De Betuwelijn is overbodig, maar voor Rotterdam wel nuttig. De extra transportcapaciteit leidt tot lagere vervoersprijzen en een versterking van de concurrentiepositie ten opzichte van andere Europese havens. De lobby van het havenbedrijf is dus goed te begrijpen. Je moet alleen een gek vinden die bereid is er geld in te steken. Iets ten noorden van Rotterdam zijn er klaarblijkelijk genoeg te vinden. Ik heb bewondering voor mensen die erin slagen anderen hun droom te laten financieren.

Nog creatiever is het om betaald te worden om iets juist niet te doen. De meeste van ons krijgen pas betaald als ze werken. Joep van den Nieuwenhuijzen werd beloond om juist niet te werken. Hij vertelde (voormalig) havendirecteur Willem Scholten dat zijn RDM duikboten aan Taiwan kon leveren. Scholten bang: het andere, grote China zou dat niet op prijs stellen en zou als vergelding de handel wellicht naar Antwerpen verplaatsen. Gelukkig bleek Joep

bereid van het contract af te zien, mits het havenbedrijf maar voor vervangend werk zou zorgen. Scholten dokte € 100 miljoen. Naar dat geld kan Rotterdam nu fluiten.

Slim gespeeld van Joep. Hij wist vanuit het niets, met niets, toch geld te maken. Willem liet zich overbluffen. De dreiging duikboten aan Taiwan te leveren was loos. Voor zo'n levering is een vergunning van de Nederlandse overheid nodig en die zou nooit worden afgegeven, zo liet Brinkhorst deze week weten. Willem had het kunnen weten. Als hij toch in Den Haag was om voor de Betuwelijn of de tweede Maasvlakte te lobbyen had hij ook eens bij EZ kunnen vragen hoe het nu precies met die vergunningen zat.

Joep maakt niets, maar verdient wel geld door slim met economische inzichten en juridische constructies om te gaan. Andere Nederlandse ondernemers investeren wel en ze maken vaak mooie producten, maar soms verliezen ze geld doordat deze niet slim genoeg naar de markt brengen. In het managementboek *Coöpetitie* wordt verhaald over strategische blunders van DSM. Philips' onvermogen om superieure producten succesvol te vermarkten is legendarisch.

Een goed product is niet noodzakelijk succesvol. Goede wijn heeft wel krans. Met alleen technische kennis wordt men nog geen creatief ondernemer. Strategisch inzicht en een beetje kennis van economie en recht zijn minstens zo belangrijk.

Eric van Damme

(Hoogleraar economie CentER en directeur TILEC, het Tilburg Center for Law and Economics, Universiteit van Tilburg.)