

*prof.dr. Luc L.G. Soete , drs. Rifka M. Weehuizen*

'What goes up, must come down'. Ook in de economie wordt dit als een gegeven beschouwd. De dynamiek van de economie kenmerkt zich door een cyclisch verloop: de conjunctuur. Als het goed gaat wordt er meer geld besteed, zodat er meer vraag naar producten ontstaat, wat weer tot meer productie leidt (economische groei). Bij gebrek aan onmiddellijk beschikbare voorraden of capaciteit, stijgen de prijzen van de gevraagde goederen, moeten bijkomende grondstoffen en andere benodigde intermediaire goederen besteld worden, wat wederom leidt tot stijgende prijzen van deze goederen. Vervolgens wordt dan ook geïnvesteerd in nieuwe productiecapaciteit, die echter pas na enige tijd ter beschikking komt. Bedrijven hebben hierbij een zeker 'kudde-neiging', ze willen allemaal van de toename in vraag gebruik maken om uit te breiden. De economische activiteit neemt toe, en hierdoor neemt ook de vraag naar arbeid toe. Er ontstaat krapte op de arbeidsmarkt, waardoor de lonen stijgen. Productiekosten stijgen nu niet alleen als gevolg van hogere prijzen voor (schaarse) grondstoffen en intermediaire goederen, maar ook vanwege de hogere loonkosten. Er is een algehele tendens tot prijsstijging, en er ontstaat inflatie. Door de hogere prijzen neemt de vraag dan ook weer af, nog voor de nieuwe capaciteit beschikbaar is gekomen. Voorraden blijven over, overcapaciteit wordt troef. De werkgelegenheid neemt nu ook af ('lay-offs'), bestedingen verminderen, de vraag neemt nog meer af: prijzen gaan uiteindelijk omlaag (deflatie).

Dit is de 'varkenscyclus' zoals die in elk economie tekstboek beschreven wordt. Zo deinen economieën heen en weer op de golven van de conjunctuur. Technologische ontwikkeling zorgt weliswaar voor een onveranderlijke onderstroom van efficiëntieverbeteringen, maar maakt daarbij ook een 'lange golf': een soort getijdenbeweging. Na vloed komt telkens weer eb, ook al duurt dit proces 50 jaar, zoals in het geval van de Kondratieff-golf. Zoals de mens behoefte heeft aan regelmaat, lijkt ook de econoom (en dan vooral de belegger) behoefte te hebben aan terugkerende ijkpunten. En zo wordt telkens weer met spanning uitgekeken naar maandelijkse cijfers over voorraden, bezetting en werkgelegenheid waarop gemeenschappelijke toekomstverwachtingen gebouwd kunnen worden.

#### Het verhaal van Goldilocks

Er was eens een klein meisje met goudblonde lokken, ze heette Goldilocks (Goudhaartje). Op een dag ging ze wandelen in het bos, en ontdekte daar een klein huisje. Er bleek niemand thuis te zijn. Nieuwsgierig als ze was ging ze naar binnen. Daar stonden drie borden soep op de keukentafel. Het rook lekker, en ze proefde aan het eerste bord: veel te warm. Het tweede was al helemaal afgekoeld. Maar het derde was 'just right', precies goed. Ze bedacht zich niet en at het hele bord leeg. In de woonkamer trof ze drie stoelen aan. De eerste zat veel te hard, de tweede veel te zacht, maar de derde was precies goed. Ze ging zitten en schommelde wat heen en weer, waardoor de stoel echter omviel en in stukken brak. In de slaapkamer ontdekte ze drie bedden. Het eerste bed was veel te hoog om bij te kunnen, het tweede was zo glad dat ze er vanaf gleed, maar het derde was: just right... ineens voelde ze hoe moe ze was en voor ze het wist viel ze in slaap. Niet veel later kwamen de bewoners van het huis thuis: drie beren (Vader Beer, Moeder Beer en Kleine Beer). De beren ontdekten dat er aan hun pap is gesnoept, in hun stoelen is gezeten en in hun bedden is geslapen. Uiteindelijk ontdekken ze ook een klein meisje met goudblonde lokken, diep in slaap: Goldilocks. Goldilocks schrikt wakker, springt uit het raam en rent heel hard weg het bos in...

2 Deze term werd in 1994 waarschijnlijk voor de eerste keer gebruikt door de toenmalige Amerikaanse minister van werkgelegenheid, Robert B. Reich, die sprak van een "Goldilocks recovery – not too hot, not too cold. It's just right".

3 In de VS wordt gesproken van 'Bull Market' in periodes dat het goed gaat met de koersen, die echter gevolgd worden door minder gunstige periodes, een 'Bear Market'.  
"Goldilocks and the bears"  
<http://www.forbes.com/forbesglobal/98/1130/0118080a.htm>  
"Good-Bye Goldilocks"  
<http://www.forbes.com/forbes/98/1214/6213102a.htm>

Het afgelopen decennium kenmerkte zich door een ongekend lange tijd van relatief hoge economische groei (3 % of meer), lage werkloosheid, en desondanks geen inflatie. 'Just right' dus, precies goed. Deze situatie wordt in de VS dan ook wel liefkozend omschreven als de 'Goldilocks economy', naar het verhaal van Goudhaartje die tot haar grote voldoening precies de juiste combinatie van dingen aantreft.<sup>2</sup> Er zijn zelfs 'Goldilocks funds' waarin je als belegger hoge rendementen kunt halen met toch weinig risico. Niet alleen de VS zou zich in deze 'nieuwe economie' bevinden, Nederland laat eveneens een dergelijk patroon zien. Ook hier lijkt de economie 'just right' te boomen. Maar hoe lang kan dit goed gaan? Op een gegeven moment zullen de beren toch thuis komen<sup>3</sup>, en dan is het rennen geblazen voor Goldilocks. Of niet?

*Thomas Malthus in An essay on the principle of population (1798)*<sup>4</sup>

“The great and unlooked for discoveries that have taken place of late years in natural philosophy, the increasing diffusion of general knowledge from the extension of the art of printing, the ardent and unshackled spirit of inquiry that prevails throughout the lettered and even unlettered world, the new and extraordinary lights that have been thrown on political subjects which dazzle and astonish the understanding, and particularly that tremendous phenomenon in the political horizon, the French Revolution, which, like a blazing comet, seems destined either to inspire with fresh life and vigor, or to scorch up and destroy the shrinking inhabitants of the earth, have all concurred to lead many able men into the opinion that we were touching on a period big with the most important changes, changes that would in some measure be decisive of the future fate of mankind.

It has been said that the great question is now at issue, whether man shall henceforth start forwards with accelerated velocity towards illimitable, and hitherto unconceived improvement, or be condemned to a perpetual oscillation between happiness and misery, and after every effort remain still at an immeasurable distance from the wished-for goal. [...] I have read some of the speculations on the perfectibility of man and of society with great pleasure. I have been warmed and delighted with the enchanting picture which they hold forth. I ardently wish for such happy improvements. But I see great, and, to my understanding, unconquerable difficulties in the way to them”.

De discussie over de zogenaamde ‘nieuwe economie’ richt zich vooral op die ‘onmogelijke’ combinatie van hoge groei, lage werkloosheid en geen inflatie. De meningen lopen sterk uiteen. Sommigen beweren dat dit niet meer is dan een gewone hoogconjunctuur die iets langer aanhoudt dan normaal, als gevolg van succesvol beleid gericht op hervormingen in de arbeidsmarkt (vooral dan in het geval van Nederland) en in productmarkten, in combinatie met een op stabiliteit gericht macro-economisch beleid en een gematigde loonkostenontwikkeling. Liberalisering en globalisering zouden de prijzen laag houden zodat er tijdelijk geen inflatie optreedt. En daarnaast zou er gewoon sprake zijn van een ‘bubble’, waarbij internet de tulpenbol<sup>5</sup> van het nieuwe millennium is; een zeepbel-economie die weldra uiteen zal spatten. Door het grote consumentenvertrouwen en het enorme optimisme op de beurs zou er slechts sprake van uitstel van executie zijn, en de tekenen van het omslagpunt (onevenredige groei van de niet-reële economie, overhitting en meltdown) zouden al waar te nemen zijn. ‘It hurts so good’, was de titel van een artikel in het bekende Amerikaanse tijdschrift Newsweek [Newsweek, 1999]: “They call it the Goldilocks economy, in which everything is just right. But is the Great American Economic Machine starting to strain at its rivets? If you look closely, you’ll see signs of

4 De tekst van Malthus staat in z'n geheel op Internet, <http://www.ac.wvu.edu/~stephan/malthus/malthus.o.html>

5 In de 17e eeuw ontstond er grootschalige speculatie omtrent de toen zeer schaarse tulpenbollen, ‘tullipomania’. De prijzen van tulpenbollen rezen tot onvoorstelbare hoogten en vaak hadden zowel koper als verkoper de deal al gesloten zonder de bol in kwestie ooit gezien te hebben.

stress, and there are three: jobs that can't be filled, a fin de siècle spending scramble and a building boom. Look out Goldilocks. Is that soup getting too hot?".<sup>6</sup>

Anderen menen echter dat de economie op een structureel ander groeipad is beland, en dat deze uitzonderlijke situatie blijvend zal zijn. De verklaring hiervoor wordt met name gezocht in de snelle ontwikkeling en verspreiding van informatie- en communicatietechnologie (ICT). Door ICT zou een bepaalde barrière doorbroken zijn, het bestaande plafond aan economische groei zou blijvend opgeschoven zijn. In de geschiedenis is dat al eerder voorgekomen: ooit voorzag Malthus nog een catastrofe als gevolg van de demografische ontwikkelingen, want er zou niet genoeg voor allen zijn. De economie dankte er haar bijnaam van de 'dismal science' aan. Men kon eenvoudigweg niet bedenken wat technologie met productiviteit zou doen. En analoog hieraan zou men zich ook nu wederom moeilijk kunnen voorstellen dat er een wezenlijk nieuwe situatie kan en mogelijk al is ontstaan. ICT zou een nieuwe productiviteitsrevolutie hebben ontketend. Dat dit nog niet als zodanig in de statistieken naar voren is gekomen, komt enerzijds omdat het nog wat tijd nodig heeft en anderzijds omdat het hier niet zozeer gaat om een kwantitatieve maar om een kwalitatieve revolutie; en de economische meetinstrumenten en indicatoren zijn niet geschikt om deze op te pikken. De nieuwe economie is er wel, maar wordt onvoldoende gemeten. En wat we niet meten, bestaat niet.

De discussie over de nieuwe economie loopt nu al zo'n zeven jaar, en dat alleen al is veelzeggend. Wat in ieder geval opvalt, is de klaarblijkelijke onmogelijkheid om tot een helder verhaal te komen. De analyses lopen totaal verschillende richtingen uit, en het lijkt niet mogelijk om na te gaan hoe het nu echt zit en wat er aan de hand is. Daarom wordt in het debat dan ook gesproken van 'believers' en 'non-believers': het is blijkbaar een kwestie van geloof. En waar is hierbij de economische wetenschap? Die leek – althans tot voor kort – in Nederland aan wetenschappelijke struisvogelpolitiek te doen. De publieke discussie richt zich sterk op de symptomen, zoals die 'onmogelijke' combinatie van hoge groei, stijgende werkgelegenheid en geen inflatie, of op de huidige beurs hype van de 'dotcom'-bedrijven. In dit essay wordt een andere richting ingeslagen. Als de werkelijkheid onbegrijpelijk lijkt, moeten we dat natuurlijk niet die werkelijkheid aanrekenen. Er is dan veeleer iets niet in orde met de manier waarop we die werkelijkheid proberen te vatten in onze concepten en theorieën. Daar moet het debat zich dus op richten. Gesteld wordt hier dat die 'onmogelijke combinatie' een uiting is van een fundamentele transformatie van de economie – of dat nu betiteld wordt als een 'nieuwe' of een 'vernieuwende' economie [CPB, 2000] is minder interessant. Daarbij is niet zozeer de kwantitatieve vraag interessant, maar vooral de kwalitatieve.

---

6 Zie ook de recente waarschuwing van de OECD voor oververhitting van de economie [OECD, 2000].

Ook als de beurs instort, of er alsnog inflatie ontstaat, dan nog zitten we in een nieuwe economie. De vraag wordt dan: wat is er echt nieuw, en hoe kunnen we er (beter) op inspelen?

In dit essay wordt geprobeerd om een aantal ontwikkelingen te schetsen die samenhangen met het verschijnsel nieuwe economie. Er zijn belangrijke verschuivingen in economische processen en patronen gaande. Deze zijn van dien aard dat ze niet altijd meer binnen bestaande referentiekaders begrepen kunnen worden. De uitzonderingen zijn in bepaalde gevallen regel geworden, de 'voetnoten' in de economische wetenschap zullen de hoofdmoot van het economische tekstboek van de toekomst vormen. De economische wetenschap in haar huidige vorm dient kritisch te worden gezien, en ook onze 'intuïtie' wordt verdacht. Einstein zei al: "Common sense is the collection of prejudices acquired at 18".

Vertrouwde begrippen als schaarste, productiviteit en marktwerking moeten opnieuw onder de loep worden gelegd. Herinterpretatie, herdefiniëring of zelfs nieuwe begripsvorming zal wellicht nodig blijken. Meer dan aanzetten kunnen hier in deze beknopte uiteenzetting niet worden geven, maar hopelijk stimuleert het de verdere gedachtenontwikkeling.

## 'ECONOMISERING'

Aan de rand van de oceaan in een klein, pittoresk dorpje aan de Mexicaanse kust, komt een visser binnengevaren met slechts enkele gevangen vissen.

Een Amerikaanse toerist feliciteert de Mexicaanse visser met zijn vangst en vraagt hem hoe veel tijd het hem gevegd heeft om deze vissen te vangen.

"Niet lang", antwoordt de visser, "enkele uren".

"Maar waarom bent u niet langer op zee gebleven om meer vis te vangen" vraagt de toerist. De visser antwoordt dat die enkele vissen voldoende zijn voor zijn familie en vrienden. Waarop de toerist vraagt: "maar wat doet u dan in uw vrije tijd?"

"Ik slaap een gat in de dag, speel met de kinderen en doe de siësta met mijn vrouw, 's avonds ga ik naar het dorp mijn vrienden zien, drinken we een glas wijn en spelen we gitaar. Mijn leven is goed gevuld", antwoordt de visser.

"Luister", zegt de Amerikaanse toerist, "ik heb een MBA van Harvard en kan u helpen. u moet beginnen met langer te vissen. Met het bijkomende inkomen koopt u een grotere boot, met de bijkomende vangst een tweede, een derde, totdat u een hele vloot van schepen hebt. u verkoopt dan uw vangst niet langer op de vismarkt maar u levert rechtsreeks aan een visfabriek, later richt u zelf uw eigen fabriek op. Dan kunt u uw dorp verlaten en gaan wonen in Mexico City, Los Angeles of misschien zelfs New York van waaruit u alles kunt managen".

"En hoeveel tijd zal dit vergen?"

“15 tot 20 jaar, zo schat ik”, zegt de Amerikaan.

“En nadien?”

“Ja, dan wordt het pas echt interessant”, antwoordt de Amerikaan. “Wanneer het moment aangebroken is dat u uw onderneming op de beurs kunt brengen, kunt u miljoenen verdienen”

“Miljoenen? Maar dan?”

“Dan kunt u genieten van een rustig pensioen, wonen in een klein dorp aan zee, een gat in de dag slapen, met uw kleinkinderen spelen, wat vissen en de siësta doen met uw vrouw; als ze nog leeft”.

In de geschiedenis van de mensheid zijn er als het ware golven te zien van ‘economisering’: van uitbreiding van het gebied waarin een economische ratio zichtbaar wordt van schaarste en verdeling, van middelen en doelen, waarbij voorheen ‘waardelose’ zaken (economische) waarde krijgen. De eerste uitbreidingsgolf begon in zekere zin op het moment dat de mens begon zich de natuur toe te eigenen. Het Paradijs, waarbij de appels vanzelf van de bomen vallen en er genoeg is voor allen, is een utopie, een ideaaltypische samenleving die alleen in de hoofden van mensen bestaat. Het blijft echter dikwijls een ideaalbeeld van een betere, (want) niet-economische wereld. Niet geheel terecht wellicht. Alles wat publiek domein is – in de zin van ‘open voor allen’ – is kwetsbaar voor roofbouw. Een vijver met vis wordt door iedereen bevestigd tot hij leeg is, het tropisch regenwoud wordt door mensen stukje bij beetje omgehakt voor eigen gebruik. Individuele deelbelangen worden bewust of onbewust zoveel mogelijk gemaximaliseerd, met soms desastreuze gevolgen voor het algemeen belang.<sup>7</sup> Als iets aan niemand toebehoort voelt niemand zich verantwoordelijk. Nog steeds zijn openbare ruimten zoals stations, telefooncellen, bushokjes of gewoon de straat een vrijplaats voor rommel, lawaai en vandalisme. De oplossing die de economie heeft aangedragen was en is nog steeds ‘toe-eigening’: het toekennen van een privaatsrecht of in het extreme geval eigendomsrecht. Door toe-eigening van het publieke door het private wordt bezit (*eigendom*) gecreëerd en daarmee binding en verantwoordelijkheid. Effectief wordt er schaarste gecreëerd waardoor waarde ontstaat (en daarmee duurzaamheid, het in stand houden van waarde), en vervolgens ruilwaarde (en daarmee dynamiek, het verschuiven van waarde). Toe-eigening creëert natuurlijk ook ongelijkheid (wat de één heeft, heeft de ander niet) en rivaliteit – en daarmee ook ‘incentives’ om in beweging te komen.

.....  
7 In de economie wordt dit onder-  
tussen erkend als een van de meest  
bepaalde onmogelijkheidstheore-  
ma's, namelijk dat van Arrow. De  
optelsom van alle individuele nuts-  
functies leidt niet noodzakelijker-  
wijs tot een maatschappelijk opti-  
male nutsfunctie.

Vanuit dit perspectief is economische ontwikkeling per definitie een ongelijk-  
heidsbevorderend proces zoals onder meer treffend beschreven door Schum-  
peter. De kolonisatie was ongetwijfeld de scherpste confrontatie ooit tussen  
werelden met een verschillend economisch bewustzijn. De ene wereld was als  
het ware economisch blijven stilstaan en had een evenwicht weten te vinden

in de verhouding tot de 'publieke' natuur en omgeving (die van iedereen was), uiteraard met hoge mortaliteitscijfers. De andere was grotendeels gebaseerd op eigendomsrechten en kwam deze openbare goederen (die toch nog van niemand waren) opeisen om er economische handelswaarde uit te halen. Dit was ook de reden waarom Lenin en Trotsky dit imperialisme als eindig beschouwden: op zeker ogenblik zouden alle openbare goederen eigendom geworden zijn.

Een tweede uitbreidingsgolf van het areaal van de economie richtte zich op tijd. In de agrarische tijd vormde de familie de eenheid van tijd en plaats. Wonen en werken gebeurde op de boerderij, en iedereen werkte in principe altijd als nodig en mogelijk. Er werd wel geruild en gehandeld, maar het boerenbedrijf was in de meeste opzichten zelfvoorzienend. In de Industriële Revolutie werden een aantal zaken die voorheen huisarbeid waren (zoals het produceren van kleding, het verwerken van voedsel) voortaan buitenshuis in fabrieken gedaan. Arbeiders konden werken in de fabriek en met het verdiende geld kopen wat ze nodig hadden, in plaats van het zelf te maken. Er ontstond een scheiding van productie en consumptie. Zo kon er gebruik gemaakt worden van nieuwe technologie, in de vorm van (dure, grote, zware) machines. Arbeid werd rondom die machines georganiseerd op een plaats buiten het huis, arbeiders verkochten niet hun product maar hun tijd. De technologische kennis vervat in deze machines kon verder verfijnd en ontwikkeld worden dankzij de specialistische kennis van technici die door de kapitaalaccumulatie (zoals een fabriek in feite gezien kan worden) konden worden onderhouden. Het arbeidsproces werd zo efficiënt mogelijk ingericht en zoveel mogelijk gerationaliseerd, schaalvoordelen van specialisatie en arbeidsdeling werden essentieel (Taylorisme). Zo ontstond tijdens de industrialisering een scheiding van tijd en plaats: werken gebeurde niet meer thuis maar in de fabriek (plaats), en binnen een afgebakende periode (tijd) – de 'nine-to-five' werkweek. Er ontstond een scherp verschil tussen werkplaats en woonplaats, werktijd en 'vrije' tijd, kostverdiener en huishouder, formele arbeid en informele arbeid.

Zo vond een steeds verdergaande 'outsourcing' van huishoudelijke taken plaats. Voorheen 'homemade' producten werden nu in fabrieken op grote schaal efficiënt, snel en goedkoop gemaakt met behulp van technologie, en kant en klaar verkocht in winkels. Ook in huis zelf rukte de techniek op. Wassen werd gedaan door de wasmachine, afwassen werd overgenomen door de vaatwasser, en het huishouden werd verder vergemakkelijkt door de stofzuiger, de diepvries, de magnetron en de centrale verwarming.

Deze ontwikkelingen, waarbij huishoudelijk werk werd uitbesteed of overgenomen door techniek, zorgden samen met de emancipatie van de vrouw (die daar deels een gevolg van was) voor een overgang van het oude kostwinnersmodel naar het tweeverdienersmodel. In de naoorlogse periode (in Nederland

eigenlijk pas echt in de laatste twee decennia) is steeds meer activiteit van de informele (onbetaalde) economie naar de formele (betaalde) economie verschoven. Man en vrouw werken, huishouden en kinderen opvoeden worden in toenemende mate uitbesteed. Naast de maatschappelijke wenselijkheid van gelijke mogelijkheden en kansen valt hierbij ook een economische wenselijkheid te onderscheiden. Als iedereen (dus ook vrouwen) zich specialiseert in datgene waar hij of zij het beste is, en men elkaars specialisatie optimaal benut door ruil, dan zou iedereen daar vervolgens beter van worden. Een huisvrouw komt misschien beter tot haar recht als advocaat, terwijl de kinderen bij een professionele opvoeder wellicht niet slechter af zouden zijn. Een heel kapitaal van vrouwen kon zo worden aangeboord voor de formele economie.

Het gevolg was dat veel meer activiteiten (ook reeds bestaande) in geld werden uitgedrukt. Naast een reële toename in welvaart bestond de economische groei in de 20e eeuw ook gewoonweg uit een toename van activiteiten die financieel gewaardeerd en verhandelbaar werden (en waarbij dat voordien niet het geval was). In dit proces werd steeds minder tijd besteed aan informele huishoud- en zorgtaken, steeds meer tijd kwam onder het gebied van de economie te vallen. Tijd werd een maat voor waarde; ook voor vrije tijd gold dit, zoals onder meer door Gary Becker in detail beschreven [Becker, 1975]. Tijd kreeg 'opportunitetswaarde' die geoptimaliseerd diende te worden, het werd een schaars goed in economische zin en daarmee een object voor de economische ratio.

Over de economisering van tijd valt veel te zeggen. Hier worden echter slechts een aantal zaken aangestipt. Tijd heeft karakteristieken die zijn bruikbaarheid als economische waardedragers beperken, of die in ieder geval tot een hele ander soort economische dynamiek leiden dan het geval is bij materiële goederen. Tijd is onomkeerbaar en maar beperkt inwisselbaar. De tijd van de één is niet dezelfde als de tijd van de ander. En bij tijd gaat het ook om kwaliteit, zoals ook Einstein opmerkte: "Put your hand on a hot stove for a minute, and it seems like an hour. Sit with a pretty girl for an hour, and it seems like a minute. That's relativity." Tijd die op een bepaald moment niet vrij gemaakt wordt, bijvoorbeeld voor het opvoeden van kinderen of het verzorgen van een ouder, heeft op een later moment geen waarde meer – dan is het kind al groot geworden, of de ouder gestorven. De ultieme welvaartsparadox is dan ook een tijdsparadox geworden: het typische tweeverdienersgezin heeft niet langer de tijd om te genieten van de toegenomen welvaart.

Momenteel is er sprake van een derde golf van economisering: na natuurlijke grondstoffen en tijd worden nu informatie en communicatie onderdeel van de economie. Informatie en communicatie zijn van alle tijden, maar pas sinds vrij kort wordt er breed en algemeen expliciete economische waarde aan toegekend. De eigendomsrechten op kennis – een specifieke vorm van informatie en



communicatie – kennen een lange voorgeschiedenis. Octrooien bestaan sinds 1500, veelal als een protectionistisch middel om kennis tot waarde te kunnen laten komen in industriële activiteiten, of juist om bepaalde voor bestaande activiteiten bedreigende kennis in ontwikkeling te remmen. Aan het einde van de 19e eeuw heeft zich een internationaal aanvaard octrooi-erkenningssysteem ontwikkeld (conventie van Parijs), waarbij de economische waarde van informatie onder de noemer van 'kennis' internationaal wordt herkend, erkend en vastgelegd. Pas sinds enige jaren echter is de financiële sector als het ware wakker geschud en heeft toe-eigenbare kennis ontdekt als investeringsobject. Dat komt mede door de snelle ontwikkeling en verspreiding van ICT, waardoor de codificeerbaarheid van kennis dramatisch is toegenomen. Informatie en communicatie krijgen commerciële (verhandelbare) waardering. Het tijdselement is hierbij cruciaal. Aan de ene kant verliest informatie vaak zijn waarde met het verstrijken van tijd, anderzijds vergt het zoeken en selecteren van informatie tijd. Ook context is van groot belang, die bepaalt de bruikbaarheid en daarmee de (ruil)waarde van informatie.

Wat een economie van informatie en communicatie inhoudt, begint zich nog maar langzaam af te tekenen. In de nu volgende paragrafen wordt een poging ondernomen enkele van de voornaamste krachtlijnen van de nieuwe economie te onderkennen.

## TECHNOLOGIE

Technologie codificeert kennis: brengt kennis in het product zelf. Dit heeft tot gevolg dat nieuwe kennis heel snel publieke kennis wordt. Door ICT is de diffusie van kennis steeds sneller geworden. Concurrenieren kan op basis van prijs en van kwaliteit. Door constant vergelijken, verbeteren en aanpassen wordt de kwaliteit van producten steeds hoger, terwijl de prijs daarentegen min of meer gelijk blijft. De snelle kennisdiffusie onder meer via het product zelf (kopieerbaarheid) nivelleert de relatieve waardeverhoging van de kwaliteitsverhogingen. Concurrenieren op basis van technologische kennis haalt zichzelf dus min of meer onderuit ('technologie paradox'); codificatie + concurrentie = continue prijserosie. Met name technologische kennis valt niet vast te houden door de partij die de kennis ontwikkeld heeft; de kennis 'lekt' als het ware weg via de markt. De kwaliteitswedloop zal hierdoor uiteindelijk vastlopen als de 'time to market' te kort wordt, omdat er geen sprake meer is van (blijvende) waardedoetoevoeging. Wat vandaag *high tech* is, is morgen nauwelijks meer iets waard. Tien jaar geleden vormde de computerbranche ongeveer 5% van de economie, nu is dat ook 5% en over tien jaar is het waarschijnlijk nog steeds 5% – ondanks de grote kwalitatieve en kwantitatieve toename van computers en computergerelateerde producten.

Het gaat steeds minder om de technologie zelf, en steeds meer om de mogelijkheid technologie te gebruiken: en dus om 'human capital'. Techniek als motor van de economie heeft in feite afgedaan. De oorzaak is het karakter van technologie zelf; technologie codificeert en verspreidt kennis over zichzelf. Door deze codificatie in combinatie met concurrentie wordt technologie steeds minder geschikt als drager van economische waarde. Deze verschuift steeds meer naar immateriële zaken: naar vormen van informatie en communicatie, zoals kennis (al dan niet belichaamd in producten, processen, personen). Van de infrastructuren van informatie en communicatie (Internet, mobiele communicatie) wordt veel verwacht, domeinnamen worden voor grote bedragen verkocht, evenals UMTS frequenties en eigenlijk alles wat ook maar te maken heeft met ICT: de 'dotcom-revolutie'.

Informatie en communicatie kan ruim worden opgevat; in brede zin vormen ze de basis van de diensteneconomie. Consumenten betalen relatief steeds meer voor het informatie- en communicatiegedeelte van producten en diensten: voor zorg (extra service, maatwerk, aandacht, verzorging), identiteit en status (merkkleding, auto's, lifestyle artikelen), idealen (scharreleieren, groene stroom, grasboter, Max Havelaar). Dit consumentengedrag spiegelt zich in het gedrag van (een deel van) de werknemers: zij zoeken naar mogelijkheden voor ontwikkeling, zelfontplooiing en het verwezenlijken van bepaalde idealen; bedrijven met een bepaalde (maatschappelijke) betrokkenheid, en/of met een sterke 'corporate identity' doen het goed op de krappe arbeidsmarkt.

Materiële producten worden als waardedragers steeds minder interessant, worden soms zelfs gratis weggegeven, zoals mobiele telefoons. De belangrijke determinant van economische groei is immateriële waardecreatie.

## VAN MATERIEEL NAAR IMMATERIEEL

De 'nieuwe economie' heeft vele namen en gezichten: het is een diensteneconomie, en ook een kenniseconomie, een netwerkeconomie, een attentie-economie, een entertainment-economie, een ervaringseconomie zelfs.<sup>8</sup> In de nieuwe economie zit de economische waarde in immateriële zaken; daar betalen mensen voor. Het is belangrijk hier aan te tekenen dat niet gesteld wordt dat de materiële productie afneemt of van minder belang wordt. Wel wordt gesteld dat ook bij materiële productie de economische waarde steeds meer in het immateriële gedeelte van die productie zit: de kennis, ideeën en idealen; vastgelegd in diensten, producten en productieprocessen; via octrooien, patenten, merken, keurmerken, mensen, machines, organisatiecultuur.

Dat immateriële of 'symbolische' zaken economische waarde hebben is natuurlijk niet nieuw. J.B. Rijsman schreef in het artikel 'Heeft de economie een ziel...?' [Rijsman, 1983]: "Het uitgangspunt is dat de *homo economicus* het meest

.....  
<sup>8</sup> Zie ook de Inleiding van dit boek en het woordenboekje achterin.

wordt bezield door het nooit eindigende verlangen om te worden erkend als een persoon die meer waard is dan sommige anderen. Daarom hebben in het menselijk ruilverkeer materiële goederen niet slechts materiële betekenis, maar zij krijgen symbolische waarde voor de sociale identiteit van de persoon (personen) aan wie de goederen worden toegedicht. Dit brengt met zich mee dat het principe van winstmaximalisatie een onvoldoende uitgangspunt is voor een juiste waardering van wat zich in het menselijk ruilverkeer, of ruimer gesteld, de economie, afspeelt. Integendeel, het verdient de voorkeur te ver- trekken vanuit de fundamentele principes die een rol spelen in het proces van opbouwen van een sociale identiteit. Het meest wezenlijke hierin is dat ieder mens een identiteit tracht op te bouwen waarin hij zich zelf als een uniek en waardevol individu ten opzichte van anderen kan herkennen.”

De mens is een wezen dat leeft in een symbolische, sociaal-psychologische werkelijkheid en consumptiegedrag is een middel om individuele en sociale identiteit te verwerven en te tonen. Mensen verwezenlijken zichzelf in hun productie en consumptie. Dat immateriële zaken waarde hebben is dus niet nieuw. Wel nieuw is dat de gerichte exploitatie van immateriële zaken de kern van de economie gaat vormen.

Zoals ooit de agrarische economie (exploitatie van natuur) werd overvleugeld door de industriële economie (exploitatie van kapitaal, arbeid, grondstoffen) – zonder dat de landbouw daarbij verdween – zo lijkt datzelfde nu te gebeuren bij de industriële economie, die ondergeschikt wordt aan de informationele economie (exploitatie van informatie, communicatie, kennis, symbolen). Deze economie ziet er wezenlijk anders uit.

In de industriële, materiële, productgeoriënteerde ‘oude’ economie is feitelijk sprake van drie onderliggende basisveronderstellingen: exclusiviteit, rivaliteit en transparantie. Materiële goederen zijn exclusief, oftewel ondeelbaar, als de één het heeft, heeft de ander het niet. Ze hebben een duidelijke eigenaar en (fysieke) plaats. Daarnaast zijn ze rivaal: de verkoper kan het maar aan één koper verkopen en daarmee niet meer aan anderen; en als er van een bepaald product veel gekocht wordt, zal er van een andere product minder gekocht worden. En verder is er bij materiële goederen sprake van transparantie: ze zijn tastbaar, zichtbaar, kenbaar, en de gebruikswaarde is inschatbaar.

In de exclusiviteit zit het element van schaarste verweven, waardoor er in een vraag-aanbod mechanisme een optimale verdeling van productiemiddelen (geld, mensen, machines, tijd) kan ontstaan en reële, stabiele prijsvorming mogelijk is. De waarde wordt dan grotendeels door de kostprijs bepaald: verkoopprijs en kostprijs kwamen uiteindelijk altijd bij elkaar in de buurt. Immers, als de verkoopprijs te hoog is wordt een bedrijf weggeconcentreerd door anderen, als hij te laag is zijn de marges te klein en gaat een bedrijf failliet. De optimaliteit zit hiermee intrinsiek in de marktsituatie.

Bij immateriële goederen ligt het anders. Ze zijn niet exclusief; als iemand informatie aan een ander verkoopt, is die persoon die informatie niet kwijt maar hebben beiden de informatie. Omgekeerd is een investering in bijvoorbeeld kennis moeilijk vast te houden door een bepaald bedrijf, het 'lekt' makkelijk weg. Immateriële goederen zijn non-rivaal: de verkoper kan dezelfde informatie opnieuw verkopen aan een andere koper zonder dat die informatie aan waarde verliest. In een aantal gevallen neemt de waarde van een product juist toe als er meer van verkocht wordt (netwerkeffecten, standaarden, compatibiliteit). Dit geldt niet alleen voor ICT-zaken zoals Windows software of fax-apparaten, maar bijvoorbeeld ook voor producten met merknamen zoals McDonalds of Coca Cola. Tenslotte nog zijn immateriële goederen vaak niet transparant. Er is dan sprake van informatie-asymmetrie: het goed is bij de verkoper bekend maar bij de koper niet. Bij informatie en kennis weet men letterlijk niet wat men koopt en wat men er aan zal hebben. Het rendement van de investering is vooraf onduidelijk, en blijft dat ook, want nadien zijn de baten moeilijk te meten en te herleiden naar de kosten. Daarnaast is er bij veel immateriële producten geen sprake van 'waardevaststelling vooraf', maar van 'waardecreatie tijdens'. Voor diensten in het algemeen geldt dat de waarde van een dienst ontstaat in de interactie met de klant, en van te voren niet goed voorspelbaar is, tenzij indirect via bijvoorbeeld het mechanisme van reputatie.

Kostprijs en verkoopprijs staan bij immateriële goederen veel minder direct met elkaar in verband dan bij materiële goederen; de prijs is grotendeels een functie van de markt ('wat de gek er voor geeft') en niet van de kostprijs. In de ideale klassieke marktsituatie was de prijs in principe gelijk aan de marginale kosten en afschrijvingen, plus een percentage winst als prikkel. Bij informatieproducten (bijvoorbeeld een software-pakket of een bioscoopfilm) maakt het echter voor de productiekosten weinig verschil of het product aan honderd of aan een miljoen afnemers wordt verkocht. De initiële kosten zijn soms zeer hoog, maar de marginale kosten zijn nihil (de kosten van duplicatie; een film-tape, een cd-rom of een website). Investerings in marketing en andere maatregelen om de behoefte aan het product te stimuleren zijn belangrijk, maar het effect is niet zeker. De risico's zijn groter, winst en verlies liggen in een veel grotere bandbreedte rond de kostprijs.

Het economische denken is gebaseerd op de notie van schaarste en op de veronderstelling dat – gegeven bepaalde randvoorwaarden – de markt in het algemeen de meest efficiënte verdeling van middelen tot stand zal kunnen brengen. Er is dan ook een juridisch systeem ontwikkeld waarin exclusiviteit van immateriële goederen wordt gecreëerd door het vastleggen van eigendomsrechten (patenten, copyrights, merknamen, keurmerken), om zodoende een markt te

kunnen creëren. Winst en verlies zijn dan gekoppeld aan een juridisch vastgelegd eigendomsrecht, niet aan een kostprijs. Ze komen daarmee min of meer los te staan van de initiële investering die vrijwel geheel uit de vaste kosten bestaat.

De nieuwe economie is op een bepaalde manier een economie van overvloed. Natuurlijke grondstoffen zijn in beperkte mate beschikbaar en kunnen 'op-raken'; voor immateriële goederen is dat niet het geval, er zijn eindeloze mogelijkheden. Het gaat dan niet om 'keuze', maar om 'selectie'. Schaarste bestaat nog wel, maar moet voor een deel ook kunstmatig gecreëerd worden zodat immateriële goederen als waardedragers kunnen gaan fungeren. Een fundamentele vraag is of er in die gevallen wel sprake is van de 'intrinsieke optimaliteit' van het marktmechanisme.

### **EEN WAARDE-PARADOX?**

Voorheen 'waardeloze' zaken krijgen (expliciete) economische waarde in het proces van economisering. Kenniskapitaal, sociaal kapitaal, cultureel kapitaal en zelfs spiritueel kapitaal worden als het ware 'ontdekt' in individuen, organisaties en landen, en worden daarmee object van economische rationalisatie. Toe-eigening leidt vaak tot verantwoordelijkheid, bescherming, verduurzaming en verdere ontwikkeling. Investeren in je eigendom komt immers ten goede aan jezelf.

Sommige zaken verliezen echter aan waarde op het moment dat die toegeëigend wordt. Kennis neemt in waarde toe door verspreiding, communicatie en interactie (open), maar wordt pas geschikt als waardedragers als het toegeëigend wordt (gesloten). Pas als de opbrengsten naar de investeerder kunnen worden teruggeleid wordt het aantrekkelijk voor een bedrijf of land om te investeren in kennis. Als voorbeeld kan hier worden genoemd Microsoft en Linux. Het 'operating system' van Linux is populair en volgens kenners superieur omdat het 'open' is: iedereen mag het gebruiken en verder ontwikkelen, zolang die ontwikkelingen niet toegeëigend worden, maar weer terug in de openbaarheid worden gebracht. Er kan dus niet (direct) aan verdiend worden, waardoor mogelijk toch een belangrijke voorwaarde voor de verdere ontwikkeling en verspreiding zal blijken te ontbreken. Het Windows 'operating system' is weliswaar niet populair, maar er wordt veel aan verdiend door middel van licenties en er wordt veel geïnvesteerd in verdere ontwikkeling. Volgens kenners gaat het echter om een inferieur product; door het effectieve monopolie (standaarden) van Windows ontbreekt de dynamiek voor echte innovatie (verbetering in plaats van verandering). Is het toe-eigenen van kennis dus wel of niet goed voor de verdere ontwikkeling van kennis?

Sommige zaken verliezen zelfs al aan waarde als die geëxpliciteerd wordt, bij-

voorbeeld in de vorm van een prijs. De buurvrouw helpen met haar tuin in ruil voor een kopje koffie en een praatje is fundamenteel anders dan de buurvrouw tuindiensten aanbieden voor een zacht prijsje. Door zaken in geld uit te drukken worden ze afweegbaar, vergelijkbaar en inwisselbaar, en dan verdwijnt soms juist de intrinsieke waarde van het 'product'. Dit is het geval bij veel van wat met menselijke relaties te maken heeft: vriendschap, liefde, zorg, aandacht, cultuur, idealen. Een bejaardenhulp zorgt anders voor zijn klanten dan voor zijn eigen oma, een activist voor Greenpeace is anders gemotiveerd dan de betaalde milieu-deskundige bij Shell. Als steeds meer van dat soort immateriële waarde in de sfeer van de economie (betaalde arbeid) wordt ondergebracht en via de markt wordt verhandeld, zal deze waarde dan toenemen of juist uitgehold worden?

Ergens wordt een punt bereikt waarbij simpele explicitering en toe-eigening juist niet meer waarde creëert en duurzaamheid stimuleert. De vraag is waar dat punt ligt, hoe dat te bepalen is en wat het alternatief is.

## ONGELIJKHEID

Bij de eerste 'golf' van economisering (van de natuur) ontstond ongelijkheid volgens lijnen van bezit van materiële grondstoffen en land. Die ongelijkheid was het sterkst in het feodale tijdperk, en zette zich voort in het industriële tijdperk in termen van kapitaal. Marx is degene die deze ongelijkheid het meest scherp heeft waargenomen en verwoord: uitbuiting van de bezitlozen (de arbeiders) door de bezitters (het kapitaal), leidend tot klassenstrijd. Bij de tweede 'golf' van economisering (van tijd) ontstond een ongelijkheid naar 'gebruikswaarde' van de mens. In een 'meritocratie' wordt de status en positie van een mens gemeten en gewaardeerd in termen van verdienste: inspanningen en resultaten, in tijd en geld. Dit wordt weerspiegeld in bijvoorbeeld het idee van arbeid als product en productiefactor, in het concept van productiviteit, beloning naar tijdsinzet (uurloon, maandloon) of naar prestatie (stukloon, omzet). Je kreeg niet meer waar je (geboorte)recht op had (zoals in de standenmaatschappij), maar je werd wat je verdiende. Door middel van statussymbolen zoals een huis of een auto kon je dat laten zien: consumptie werd een middel voor sociale mobiliteit. In de 20e eeuw ontwikkelde zich een consumptiemaatschappij. Dit had natuurlijk neveneffecten, bijvoorbeeld voor het milieu. Het verzet hiertegen kan worden teruggevonden in de 'genoeg-filosofie' waarin gepleit wordt voor 'nulgroei'; maar ook in kritiek op de instrumentele 'gebruikersmoraal' die de economie zou uitdragen, waarbij mensen gereduceerd werden tot productiefactoren en waarin individualisering en egoïsme gestimuleerd werden. De reactie hierop was paradoxalerwijze juist

een uitbreiding van de sfeer van de economie: geprobeerd wordt om zoveel mogelijk 'externaliteiten' – zoals het milieu en sociale cohesie – te internaliseren en verdisconteren in de economie, door ze geldwaarde toe te kennen. Arbeid was in de consumptiemaatschappij vooral een middel om inkomsten te verwerven waarmee andere, 'echte' doelen verwezenlijkt konden worden in de vrije tijd. Natuurlijk putten mensen ook wel vreugde uit hun werk, maar met name het werk in fabrieken was door arbeidsdeling en arbeidssplitsing monotoon, saai en 'vervreemdend'. Werk was een 'onnut' voor veel mensen: arbeid was een kostenpost in tijd en energie, gemaakt om baten te verwerven. Dat is de afgelopen decennia gaan veranderen. Werk lijkt nu juist steeds meer tot een doel op zichzelf te worden: als de belangrijkste vorm om maatschappelijk te participeren, jezelf te ontplooiën het leven structuur en zin te geven. Dit heeft direct te maken met de 'immateralisering' van de economie. Economische waarde zit zoals eerder gesteld steeds meer in immateriële zaken zoals informatie en communicatie, kennis en interactie, responsiviteit en creativiteit, idealen en identiteit. De arbeid waarmee deze economische waarde gecreëerd wordt krijgt daarmee ook steeds meer een persoonlijk karakter: het gaat om 'mensenwerk' voor 'mensenwensen'. Dit levert een interessante economische vergelijking op, met aan beide kanten dezelfde variabele, namelijk mensen. Het vormt tevens de verklaring voor de verschuivende functie van arbeid: werk krijgt steeds minder een productie- en steeds meer een consumptiekarakter. Welke vormen van ongelijkheid zal de nieuwe economie brengen? En wat betekent dat voor solidariteit? Dat is een complex vraagstuk, en hier wordt dan ook niet meer dan een poging gedaan om daar iets van in beeld te krijgen.

## **SOLIDARITEIT**

Wij worden allen geboren met verschillend fysiek kapitaal (brains, looks) en immaterieel kapitaal (afkomst, stand, milieu), zonder dat we daaraan zelf veel kunnen doen. Dat brengt een onrechtvaardigheid met zich mee die we niet willen accepteren. Daarom 'maakt geld niet gelukkig' en 'gaat het om de binnenkant'.

John Rawls beschreef in zijn boek 'A theory of justice' [Rawls, 1971] de 'original position'. Als je vooraf geen enkele voorkennis zou hebben van hoe je op de aarde terecht zou komen (man, vrouw, arm, rijk, mooi, lelijk), hoe zou je de wereld dan inrichten? Dit gedachte-experiment met de 'veil of ignorance' geeft inzicht in het menselijk gevoel van rechtvaardigheid. Wij zijn geneigd solidair te zijn met diegenen die zich in een situatie bevinden waar ze zelf niets aan kunnen doen en die onszelf (theoretisch) ook had kunnen overkomen. Dit is het gevolg van het typisch menselijke vermogen tot empathie, het zich kunnen verplaatsen in de positie van een ander. Daarom zie je in alle samenlevingen

vormen van herverdeling optreden, die deze ongelijkheid opheffen tot een graad die psychologisch en moreel acceptabel is. Volledige gelijkheid is niet mogelijk, omdat mensen een minstens zo sterke behoefte hebben om zich te onderscheiden van andere mensen, en vervolgens worden verschillen eigenlijk altijd hiërarchisch gewaardeerd ('meer' of 'minder' in plaats van 'anders'). Volledige gelijkheid is bovendien (ook theoretisch) niet wenselijk omdat daarmee de meeste prikkels om iets te ondernemen zouden verdwijnen; waarom zou je in beweging komen als je niets te winnen of te verliezen hebt? De exclusiviteit en rivaliteit die in de consumptie van materiële goederen vervat zit creëert tegelijkertijd schuldgevoel en onvrede. Iets te hebben dat iemand anders niet heeft, vraagt om een rechtvaardiging. Iets niet te hebben wat een ander wel heeft vraagt om actie (om het ook te krijgen). En iets hebben in het algemeen brengt met zich mee dat je het kunt verliezen, en dat moet voorkomen worden. Zo wordt men bezit van zijn eigen bezittingen. In veel godsdiensten kom je dan ook het ideaal tegen van bezitloosheid, als de manier om vrij en zuiver te zijn. Ook onze moraal en ethiek prijst de houding van het 'niet willen hebben'; hebzucht is een van de zeven ondeugden.

Het menselijke gevoel van rechtvaardigheid en solidariteit is ontwikkeld rondom fysieke en materiële gelijkheid. Er lijkt echter een nieuwe ongelijkheid te ontstaan, of eigenlijk: een oude ongelijkheid neemt in belang toe. Deze ongelijkheid heeft te maken met risico's en competenties. Het nemen van risico lijkt meer dan voorheen te worden beloond. Dit is zichtbaar op de beurs, maar ook op de arbeidsmarkt. Werknemers moeten werkondernemers worden die hun eigen 'human capital' exploiteren en hun employability op peil houden door levenslang te leren. Deze werkondernemers moeten autonoom en flexibel zijn, zichzelf en anderen motiveren om zelfgestelde verschuivende doelen te bereiken, dingen los durven te laten en nieuwe dingen durven op te pakken. Dynamiek, onzekerheid, onvoorspelbaarheid en verandering worden als een gegeven gezien, en wie niet 'meesurft op de golven' gaat kopje onder. Mensen moeten hun eigen randvoorwaarden scheppen en daarmee kansen op kansen creëren. Het gaat niet meer om vaardigheden maar om competenties, niet om kennis maar om kennis over kennis, niet om inzet maar om inzetbaarheid, niet om actie maar om actiepotentieel. De nieuwe ongelijkheid kan worden uitgedrukt in termen van 'coping', van risicobereidheid, van verandermogelijkheid. Het is geen fysieke of materiële ongelijkheid in termen van uiterlijk of bezit, maar een immateriële ongelijkheid in termen van karakter en persoonlijkheid. Het is een ongelijkheid die van alle tijden is, maar die sterk in belang lijkt toe te nemen en de andere ongelijkheden lijkt te gaan overvleugelen.



Ongelijkheid in fysiek of materieel kapitaal wordt ervaren als onrechtvaardig. Maar ongelijkheid in competenties en durf niet. Dat zijn zaken die aan het individu, de persoon zelf, worden toegeschreven. Wie zijn kennis niet op peil houdt is lui, wie geen risico durft te nemen is laf. De ongelijkheid wordt dus direct aan de persoonlijkheid van het individu toegeschreven en vervolgens normatief beladen. Een echt gevoel van onrechtvaardigheid ontbreekt dan eigenlijk, en daarmee ontstaat er ook veel minder een gevoel van solidariteit. Mensen denken niet meer “dat had mij ook kunnen overkomen”. Het gaat om persoonlijke eigenschappen als durven afwijken, daadkracht, betrouwbaarheid, doelmatigheid en doorzettingsvermogen, leidinggevend vermogen, communicatievermogen, onderhandelingsvaardigheid, vermogen tot reflectie. De ongelijkheid wordt niet toegeschreven aan omstandigheden of situatie, maar aan karakter<sup>9</sup> (zwak of sterk). En die ongelijkheid wordt niet gezien als een noodlot of pech, maar als een keuze.<sup>10</sup>

Door informatie- en communicatietechnologie (ICT) is de samenleving ‘geïnformatiseerd’ [Beek, 1998]. Er is veel meer informatie beschikbaar en die informatie kan steeds meer aan andere informatie worden gekoppeld. Processen raken meer verbonden, er is meer communicatie en interactie en er ontstaan meer ‘feedback loops’. De honger in Afrika is door de tv geen abstractie meer, en milieu, gezondheid, en criminaliteit worden uitgebreid ‘gemonitord’ met behulp van ICT. Door de enorme toename van beschikbare informatie en van de mogelijkheid om informatie aan informatie te koppelen lijkt meer transparantie te ontstaan. In de economie wordt al gedroomd over de ‘ideaaltypische marktsituatie’ die dichterbij dan ooit zou zijn, namelijk de situatie waarin alle actoren ten alle tijden over alle informatie beschikken; er zou dan perfecte prijsvorming en marktwerking kunnen plaatsvinden.

Informatisering lijkt ervoor te zorgen dat oorzaken en gevolgen steeds beter aan elkaar gekoppeld kunnen worden.<sup>11</sup> Een halve eeuw geleden was iemand die rookte en vervolgens aan een hartkwaal overleed betreurenswaardig, maar nu iedereen het verband tussen roken en hartkwalen kent is hij veeleer onverstandig of zelfs dom. We weten meer over meer, en wat vroeger noodlot was is nu een keuze geworden. Er zijn echter ook bepaalde voordelen aan het ‘niet-weten’. Solidariteit bestaat voor een belangrijk deel bij de gratie van ‘niet-weten’. Op het moment dat risico's preciezer toegedeeld kunnen worden vermindert de solidariteit. Als bekend is dat roken hartproblemen veroorzaakt of vergroot, dan is er heel wat minder consideratie met de kettingroker die in het ziekenhuis belandt. En als er een donorhart beschikbaar is voor transplantatie dan zal hij wellicht niet boven aan de lijst van wachtenden staan.

Voor werknemers geldt dit in bepaalde mate ook. Werk is persoonlijker van karakter geworden, ‘mensenwerk’ voor ‘mensenwensen’, zoals eerder al werd gesteld. Falen op het werk voelt dan ook steeds persoonlijker, en dat kan wel-

---

9 Ministerie van Economische Zaken 26 april 2000, Persbericht 073: ‘Succesvol ondernemen: eerder een kwestie van karakter dan van kennis’.

10 Zie ook Giddens over ‘external risks’ en ‘manufactured risks’ en essay 22 in dit boek.

11 Anderzijds brengt ICT toenemende complexiteit, waardoor oorzaken en gevolgen juist minder duidelijk worden.

licht verklaren waarom de nieuwe arbeidsongeschikten steeds vaker op psychische gronden niet meer kunnen werken. Er is zoveel mogelijk, het leven wordt steeds meer een opeenvolging van keuzen, en er zijn dus steeds meer mogelijkheden om 'foute' keuzen te maken. Iemand faalt dan niet meer alleen als werknemer, maar ook als mens. En dat is wellicht tragisch, maar niet onrechtvaardig in de klassieke zin van het woord. Het is je immers niet overkomen maar je hebt het jezelf aangedaan. De oplossing van de 'oude solidariteit' is gebaseerd op het compenseren van materiële ongelijkheid: een uitkering. De 'nieuwe solidariteit' heeft andere oplossingen: reïntegratie en preventie van uitval. Dat deze maatregelen sterk economisch gemotiveerd en gelegitimeerd worden, doet daar niets aan af.

## **COGNITIEF KEYNESIANISME**

In de nieuwe economie is een ander soort van solidariteit aan het ontstaan. De eerste aanzet lijkt een maatschappelijke bewustzijn dat het beter is als iedereen op zijn eigen manier mee mag en kan doen. Het is een bepaalde horizontalisering van het mensbeeld: iedereen heeft een eigen rol in de maatschappij, en het gaat niet om 'meer' of 'minder' maar om 'anders'. Variatie en diversiteit zijn waarden op zichzelf geworden, al dan niet semi-evolutionair onderbouwd. Het stimuleren van reflectievermogen op individueel en collectief niveau maakt het mogelijk om met verandering, variatie en complexiteit om te gaan. Het is tijd voor een soort 'cognitief Keynesianisme': het stimuleren van 'cognitieve consumptie'. Het moet als algemeen belang herkend worden dat iedereen er beter van wordt als iedereen meer weet. Het gaat om een fundamenteel andere ongelijkheid dan de materiële ongelijkheid. Immateriële zaken zijn immers 'non-rivaal'. Uit psychologisch onderzoek over de afgelopen decennia is gebleken dat mensen zich niet zo gelukkig voelen als op grond van hun toegenomen materiële welvaart eigenlijk mocht worden verwacht. De Amerikaanse econoom Scitovsky gaf in zijn boek 'Joyless Economy' [Scitovsky, 1976] een verklaring: mensen voelen zich gelukkig in termen van relatieve consumptie. Je kunt wel een mooie auto kopen, maar als je buurman een nog mooiere auto koopt neemt je geluk minder toe of zelfs af. Maar gaat deze economische theorie voor geluk ook op voor immateriële goederen? Immateriële goederen zijn immers 'non-rivaal', je kunt ze dus met verschillende mensen tegelijk consumeren. Als je dezelfde film hebt gezien, hetzelfde boek hebt gelezen of dezelfde muziek hebt gehoord, dan wil je daar met elkaar over praten, en neemt je geluksgevoel juist toe. De consumptie van informatie en communicatie kan ook op het gebied van geluk leiden tot 'increasing returns'. Consumptie van immateriële goederen vergroot de sociale cohesie; zij heeft 'positieve externe effecten'.

Het stimuleren van cognitieve consumptie sluit in menig opzicht aan bij een 'Europese versie' van de nieuwe economie. Europa heeft immers als uitdaging het bereiken van eenheid met behoud van diversiteit. Hoe meer informatie, communicatie, uitwisseling en interactie, hoe dichter een dergelijke 'dynamische identiteit' wellicht benaderd en behouden kan worden. Het stimuleren van ICT en Internet in 'e-Europa' [Europese Commissie, 1999] is ook in dat opzicht veel meer dan een hype in beleid.

Kennis zorgt voor 'empowerment': het geeft mensen meer mogelijkheden en daarmee ook meer keuze en verantwoordelijkheid. Dat kan leiden tot een bepaalde verharding, het expliciet toedelen van verantwoordelijkheden, het 'afrekenen' van mensen op hun keuzen; zoals in het voorbeeld over roken en hartproblemen. Maar kennis kan ook leiden tot begrip en tot het waarderen van elkaars verschillen. En die waardering zal ook economisch een gunstige uitwerking kunnen hebben. De diversiteit van Europa vormt een enorm kapitaal van immateriële waarde. Europa met zijn brede waaier van talen, culturen, geschiedenis en identiteiten heeft vanuit dit perspectief op het gebied van immateriële consumptie tal van nieuwe groeimogelijkheden.

Eerder dan de culturele verschillen tussen de VS en Europa te willen ontkennen of ze te zien als probleem, als een additionele barrière voor Europa's snelle toetreding tot de nieuwe economie, zouden juist deze verschillen moeten worden gezien als het immateriële kapitaal dat een Europese versie van de nieuwe economie mogelijk kan maken.

Een 'European way' in plaats van een 'American way' klinkt misschien idealistisch, maar is vooral ook realistisch; Europa is Amerika niet en zal het ook niet worden. In dat geval kan Europa haar karakteristieken dus maar beter niet als zwakten maar als sterkten inzetten.

## REFERENTIES

- Becker, G.S., G. Ghez (ed.), *The allocation of time and goods over the life cycle*, Columbia University Press (1975)
- Beek, K.W.H. van, *De ondernemende samenleving*, Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid **V104** (1998)
- Castells, M., *The information age: economy, society and culture* (1999)
- Centraal Planbureau, *CPB rapport 2000/1* (2000)
- Europese Commissie, *e-Europa. An information society for all* (1999)
- Freeman, C., L.L.G. Soete, *Information technology and the global economy*, in: J. Berleur e.a. (eds.), *The information society: evolving landscapes: report from Namur*, Captus University Publications and Springer Verlag, New York (1990)

- Freeman, C. and L.L.G. Soete, *Work for all or mass unemployment*, Pinter Publishers, London (1994)
- *Goudhaartje is een blijvertje*, Financieel Dagblad, 10 februari (2000)
- Ghosh, R., *Economics is dead. Long live economics! A commentary on Michael Goldhaber's The Attention Economy*, First Monday [http://www.firstmonday.dk/issues/issue2\\_5/ghosh/](http://www.firstmonday.dk/issues/issue2_5/ghosh/) (1997)
- Goldman, D.P., *Goldilocks and the bears*, Forbes Magazine, 30 November (1998)
- Hanke, S.H., *Good-bye Goldilocks*, Forbes Magazine, 14 December (1998)
- Kelly, K., *New rules for the new economy: 10 Radical strategies for a connected world* (1999)
- Newsweek, *It hurts so good*, March (1999)
- OECD, *Economic outlook* **67**, May (2000)
- Pine, B.J., J. Gilmore, *The experience economy* (1999)
- Rawls, J., *A theory of justice* (1971)
- Rijsman, J.B., *Heeft de economie een ziel...? in: Doel en middel. Beschouwingen over economische politiek*, SMO (1983)
- Schumpeter, J.A., *A history of economic analysis. capitalism, socialism and democracy* (1942)
- Scitovsky, T., *The joyless economy* (1976)
- Shapiro, C.S., H.R. Varian, *Information rules*, Harvard Business School Press, Boston (1999)
- Soete, L.L.G., *De werkgelegenheid wordt anders in de informatie-economie*, Zeno, **nr. 4** (1996)
- Soete, L.L.G., *Werk, werk, werk*, Economisch Statistische Berichten **81**, nr. 4058 (1996)
- Soete, L.L.G., *Towards a European information society. Communications & strategies*, **28**, special issue The information society, economic performances and social implications, 4th quarter, IDATE (1997)
- Soete, L.L.G., *Infonomie, contouren van een nieuwe discipline*, rede uitgesproken ter gelegenheid van de opening van het academisch jaar 1999-2000 te Utrecht (1999)
- Soete, L.L.G., *The new economy: a European perspective, the globalizing learning economy*, Oxford University Press (2000)
- Soete, L.L.G., B. ter Weel, *Toward a 'renewing' economic policy for the new economy*, CPB report (2000)