

# Misschien niet makkelijker, wel een stuk leuker

Groeien als onderneming doe je volgens Rob van Tulder niet in Nederland zelf, maar in het buitenland. En dan het liefst in Afrika. "Tien van de 25 snelste groeiers bevinden zich in Afrika." "De belastingdienst heeft de creatieve slogan 'leuker kunnen we het niet maken, wel makkelijker'. De campagne is gericht op burgers, maar lijkt ook voor ondernemers te gelden – Nederland als belastinghaven. Zien is begrijpen. Voor ondernemers wordt het in Nederland zelf echter steeds minder makkelijk om echt te ondernemen. Dat heeft maar beperkt met de belastingdienst te maken, maar meer met het algemene economische klimaat. Nederland kent een volwassen en verzadigde markt. De groei is structureel beperkt – en zelfs negatief in menig marktsegment – en het ziet er niet naar uit dat de groei op de korte termijn aan zal trekken. Wel of geen groei bepaalt de marges waarbinnen echt ondernemerschap kan worden uitgeoefend.

**IN EEN STAGNERENDE** markt overleven kan op twee manieren. Ten eerste keihard de concurrentieslag aan gaan, prijzen verlagen, langer werken en efficiënter produceren. Aangezien de meeste andere ondernemers dat noodgedwongen ook doen, is dit echter een weinig aantrekkelijk pad, met geen garanties op succes. Het blijft noch makkelijk noch leuk. Een tweede manier is om innovatiever te worden. Hierdoor kan een nieuwe klantenkring aangeboord worden en kunnen bestaande klanten beter bediend worden. Onderzoek laat zien dat

ondernemingen die in tijden van crisis blijven investeren in product vernieuwing en in hun eigen medewerkers op langere termijn de grootste overlevingskansen hebben. De meeste innovatie-winst valt op het terrein van duurzaamheid te behalen, dus die conclusie is snel getrokken. Het wordt dan niet makkelijk, maar wel leuk(er).

**GEGEVEN DE STAGNERENDE** markt ligt het echter meer voor de hand om te kijken waar nog wel marktgroei is. Dat is dus onvermijdelijk in het buitenland. Ondernemingen als Unilever en Heineken halen momenteel hun omzetgroei uitsluitend uit opkomende markten. In Europa is dat opkomende 'buitenland' echter beperkt tot een landje van 3,5 miljoen inwoners.

**VOLGENS CIJFERS VAN** het IMF kent alleen Moldavië een groei van meer dan 7 procent van de eigen economie. Daarmee maken ze wereldwijd onderdeel uit van een kopgroep van 25 landen met de snelst groeiende economieën. China is als land met de grootste bevolking aantrekkelijk, maar het wordt inmiddels voorbijgestreefd door tenminste dertien (kleinere) landen die sneller groeien. China blijkt daarnaast met name voor kleinere ondernemers bijzonder moeilijk binnen te dringen. In de *Ease of Doing Business Index* van de wereldbank (een ranglijst die landen scoort op het gemak waarmee je kunt ondernemen) scoort China een 96<sup>ste</sup> plek. Nederland staat op plaats 28. Aan welke landen moeten we dan wel denken? Aan Afrika met name. Tien van de 25 snelste groeiers bevinden zich in Afrika. Volgens de groeiverwachtingen van het IMF is zelfs meer dan de helft van de snelste groeiers in de komende jaren uit Afrika afkomstig. Tezamen herbergen deze tien landen een

bevolking van bijna 250 miljoen inwoners. En die bevolking groeit sneller dan waar ook ter wereld, inclusief China. Als groeipotentieel een criterium is van 'leuk', dan is Afrika een stuk leuker voor echte ondernemers dan Nederland."

**"Grote bedrijven halen momenteel hun omzetgroei uitsluitend uit opkomende markten"**



Rob van Tulder, Hoogleraar International Business-Society Management, RSM Erasmus Universiteit Rotterdam

