

Drie schoenen is nog geen paar

Een bedrijf bedacht een vernuftig product en vestigde daarop een octrooi. Dit intellectueel eigendom werd, bij exploitatie door het eigen bedrijf, gewaardeerd op € 500.000. Een wereldspeler had vervolgens belangstelling. Die kon het product sneller op een grotere markt brengen. Uitgaande van dat potentieel bedroeg de waarde van de vinding voor de gegadigde liefst € 2,0 mln. Een transactie lag dus voor de hand maar welke prijs zouden partijen overeenkomen?

Voor de verkoper is iedere prijs hoger dan € 500.000 aantrekkelijk want daar wordt hij beter van, ofwel: daarmee creëert hij waarde. Voor de koper geldt dat hij bij iedere prijs lager dan € 2,0 mln waarde zou creëren. Iedere transacties tussen € 0,5 mln en € 2,0 mln creëert voor beide partijen waarde en is dus mogelijk. Maar de vraag is voor welke prijs binnen die bandbreedte een akkoord wordt bereikt. De speltheorie bedacht daarvoor ‘het probleem van de drie schoenen’.

Dat gaat als volgt. Er zijn twee aanbieders van een linkerschoen en één aanbieder van een rechterschoen. Eén schoen is € 1 waard, terwijl een paar € 100 opbrengt. Dan is de gedachte verleidelijk dat de aanbieder van de rechterschoen met één aanbieder van een linkerschoen tot een akkoord komt en dat beiden de opbrengst van € 100 gelijkelijk delen. Maar zodra die deal gesloten kan worden zal de eigenaar van de rechterschoen nog even aankloppen bij de tweede linkerschoen en duidelijk maken dat de overblijvende schoen nog maar € 1 waard zal zijn. De aanbieder van de tweede linkerschoen zal daarom akkoord gaan met een lagere prijs. Omdat de eigenaar van de rechterschoen steeds een alternatief heeft zal hij uiteindelijk slechts € 1,01 betalen om het paar compleet te maken. Het alternatief bepaalt de uitkomst van de onderhandelingen. De eigenaar van de rechterschoen heeft een alternatief en strijkt daarom de gehele waardecreatie op.



Waar ergens de prijs van het genoemde intellectueel eigendom zal uitkomen is afhankelijk van de keuzemogelijkheden. Bepalend is of er meer soortgelijke rechten te koop zijn en of er meer gegadigden zijn die met de koop waarde kunnen creëren. In een ‘kopersmarkt’, waar het aanbod de vraag overtreft, zal de prijs tenderen naar de ondergrens. Bij afwezigheid van alternatieven zal de prijs juist richting de bovengrens gaan. De vraag is of er reeds alternatieven bestaan, dan wel ontwikkeld, beschermd en geëxploiteerd kunnen worden. Ook moet overwogen worden dat daarmee tijd en geld gemoeid zal zijn. Een gedegen onderzoek zal die vragen kunnen beantwoorden en duidelijk maken of de verkoper een ‘linkerschoen’ of een ‘rechterschoen’ te bieden heeft.

Flip van Spaendonck
's-Hertogenbosch, 18 maart 2015