

Waardecreatie door ruilhandel

Eén miljoen voor een konijn

Albert Klein Haneveld en Stefan Egberts denken miljonair te kunnen worden door ruilhandel. Albert en Stefan begonnen met de ruil van een konijn tegen een halogeenvoer en kwamen door latere transacties in het bezit van onder meer een dakpannenlift, een kunstwerk van Diederick Kraaijeveld en een Rolls Royce. Inmiddels zijn de beide handelaren gevorderd tot het bezit van een appartement in een Zuid-Duits skioord.

De scepticus zal misschien beweren dat Albert en Stefan alleen miljonair kunnen worden door bij iedere transactie de wederpartij een beetje tekort te doen. Alleen zo zou je van een dubbeltje een kwartje kunnen maken. Meer positief is de gedachte dat een interessante deal alleen mogelijk is als je dat gegund wordt. Zo gezien zou je alleen door de welwillendheid van anderen voordelig kunnen ruilen. Toch is het vergaren van een miljoen door ruilhandel vanuit economisch perspectief goed te begrijpen. Het project van Albert en Stefan biedt een mooie gelegenheid dat toe te lichten.



Misvatting

Het is een misvatting dat waarde objectief is, dus dat het ding of de dienst vanuit zichzelf een waarde heeft. Als dat zo zou zijn zou de waarde voor iedereen gelijk zijn. Met een redelijke koop en verkoop of ruil zou dan geen waarde kunnen worden gecreëerd. Stel, het konijn van Albert en Stefan was € 10 waard. Redelijkerwijs zouden ze dat konijn, zonder een ander tekort te doen, niet kunnen ruilen voor een ding met een waarde hoger dan € 10. Maar met een ruil voor een ding van minder dan € 10 zouden ze zichzelf tekort doen. Als waarde objectief zou zijn, zou met ruilhandel geen waarde kunnen worden gecreëerd, alleen kunnen worden verschoven. Het is immers een ‘zero-sum-game’: het gewin van de een is het verlies van de ander.

Subjectief

Al sinds mensenheugenis worstelen economen met de gedachte van een objectieve waarde. Maar zo’n 100 jaar geleden, in navolging van de ‘Oostenrijkse School’ van economen, werd onderkend dat waarde subjectief is. Niet het ding of de dienst heeft een in zichzelf besloten waarde die voor iedereen gelijk is maar mensen (‘subjecten’) kennen waarde toe aan het ding of dienst. Voor de verkoper kan het konijn € 9 waard zijn, terwijl de koper aan het beest een waarde van € 11 toekent. Iedere transactie tussen € 9 en € 11 creëert dan waarde voor beide partijen. Een transactie voor minder dan € 9 of meer dan € 11 kan niet tot stand komen want

dan zou een van de partijen zichzelf tekort doen. Maar bijvoorbeeld bij een transactie voor € 10,50 creëert de verkoper € 1,50 en de koper € 0,50 waarde. De onderhandelingspositie en de alternatieven voor partijen bepalen voor welk bedrag tussen die begrenzingspunten de transactie tot stand komt. Bij ruil ligt dat niet anders. We zijn gewend waarde in geldbedragen uit te drukken maar ook bij ruil zullen we (al dan niet rationeel¹) afwegen wat we bereid zijn prijs te geven om iets te bemachtigen waar we meer waarde aan toekennen.

Transacties creëren waarde

Iedere transactie moet dus waarde creëren voor zowel de koper als de verkoper; of in geval van ruilhandel: voor beide ruilers. Louis E. Carabini geeft in zijn boek *'Inclined to Liberty'*² het voorbeeld dat iemand, die één miljoen 'dingetjes' voor \$ 1 verkoopt, miljonair wordt én dat de één miljoen kopers ook waarde hebben gecreëerd omdat zij aan het dingetje meer waarde toekenden dan aan een bedrag van € 1. *'Wealth begets wealth'* betekent voor Carabini niet dat de rijken rijker worden maar dat de rijkdom van deze ene verkoper ook rijkdom voortbrengt voor het miljoen kopers.

Transacties creëren per definitie voor alle betrokkenen waarde. Neoliberalen zoals Carabini zien hierin een argument voor een ongebreideld kapitalisme. Als de markt waarde creëert voor zo velen mag de overheid geen belemmeringen opwerpen. Immers, als de overheid de verkoop van het konijn met 25% BTW zou belasten zou het voor beide partijen niet meer mogelijk zijn waarde te creëren: de belasting zou hoger zijn dan de mogelijke waardecreatie.

Niet elke transactie is optimaal

Harvardprofessor Michael Sandel geeft in *'What Money Can't buy'*³ ter overweging dat de vrije markt of het ongebreidelde kapitalisme niet altijd zaligmakend is. Een voorbeeld dat hij aanvoert is *'Shakespeare in the Park'*, de gratis openluchtvoorstelling van The Public Theatre, die jaarlijks in Central Park NY wordt gegeven. De bedoeling is Shakespeare toegankelijk te maken voor groepen mensen die anders niet bereikt zouden worden. Om de voorstelling te bezoeken moet wel een gratis kaartje worden bemachtigd en door de populariteit staan er op de dag van uitgifte lange rijen bij de kassa's, vooral als sterren zoals Meryl Streep, Morgan Freeman of Al Pacino een gastrol spelen. De voorstellingen zijn zo populair dat welgestelde New Yorkers studenten en 'bums' een paar dollar betalen om voor hen in de rij te staan. Neoliberalen stellen dat op die manier een optimale verdeling wordt bereikt: de kaartjes komen terecht bij diegenen die er het meest voor over hebben en de vergoeding om in de rij te staan bij degenen die daar het meest behoefte



¹ Onze afwegingen zijn niet altijd rationeel. Zie bijvoorbeeld: Kahneman, D. (2011), *Thinking, fast and slow*, vertaald als *Ons feilbare Denken*, Amsterdam/Antwerpen: Uitgeverij Business Contact

² Louis E Carabini, *Inclined to Liberty, The Futile Attempt to Suppress the Human Spirit* – Createspace 2008

³ Michael Sandel, *What Money Can't buy: The Moral Limits of Markets.*- Penguin Books UK 2013

aan hebben. Zo wordt door iedereen waarde gecreëerd. Michael Sandel betoogt echter dat deze benadering het centrale idee van de gratis toneeluitvoering corrumpeert. Dat was immers het bereiken van een publiek dat anders nooit naar een stuk van Shakespeare zou gaan. Het kapitalistische mechanisme resulteert dus niet altijd in een optimale verdeling en waardecreatie. Voor de direct betrokkenen creëert de transactie zeker waarde. Het Public Theatre met haar goede bedoelingen wordt echter tekort gedaan. Ander voorbeeld: in Legoland kan betaald worden voor een 'fastpass' waarmee bij iedere attractie de rij kan worden gepasseerd. Dat is aantrekkelijk voor de betaler, die niet hoeft te wachten en voor Legoland dat immers extra inkomsten ontvangt. Het passeren van de rij wordt wel tandenknarsend ervaren door de andere bezoekers. Zo ondermijnt de fastpass ook het gevoel van de grote vriendelijke Lego-familie waar creativiteit en spel voorop staan. Lego stelt: "Alle kinderen hebben recht op leuke, creatieve en boeiende speel-ervaringen" maar de fastpass zou je de indruk kunnen geven dat sommige kinderen daar meer recht op hebben dan anderen.

Tot slot

Albert Klein Haneveld en Stefan Egberts heb ik niet kunnen betrappen op maatschappelijk moeilijk aanvaardbare transacties. Hun ruilhandel heeft hen eigenaar gemaakt van een ski-appartement en ook waarde gecreëerd voor anderen. Of het zal lukken daadwerkelijk miljonair te worden kunt u volgen op de website <http://www.marktplaatsmiljonair.nl>.

Flip van Spaendonck

's-Hertogenbosch, 16 september 2016