



## DE WERELD AAN JE VOETEN

### Seminaries

### “PARADOXEN VAN DE MONDIALISERING”

#### *Script bij de inleidende presentatie*

*Maatschappelijk verantwoord ondernemen en succes op de internationale markten gaan hand in hand. Vlaanderen is een kwetsbaar exportland. Onze export hangt in grote mate af van vreemde multinationals die zich destijds bij ons vestigden. Eén na één vertrekken zij echter naar de nieuwe groeieconomieën. Vlaanderen heeft nood aan meer endogene doorgroei op de wereldmarkten. De directie van de ondernemingen kan het niet meer alleen aan: iedereen moet meedenken met de internationalisering van de onderneming.*

#### ❖ Paradox 1. **Maatschappelijk verantwoord ondernemen en succes op de internationale markten gaan hand in hand.**

In de gemondialiseerde, transparante maatschappij heeft iedereen toegang tot alle informatie. Niet-ethisch of niet-duurzaam ondernemen wordt door de consument snel afgestraft. Daarom moeten ondernemingen niet enkel uit morele, maar ook uit puur zakelijke overwegingen ethisch en duurzaam - of maatschappelijk verantwoord - ondernemen. Ook binnen de onderneming zelf heeft de bedrijfsleiding geen andere keuze. Ze kan het niet meer alleen aan: iedereen moet meedenken. Enkel een maatschappelijk verantwoorde open bedrijfsvoering garandeert dat iedereen ook daadwerkelijk zal 'meewerken'.

De mondialisering veroordeelt ons niet tot een hard sociaal model zoals in de VS (zie Finland). Ze creëert welvaart – in Noord én Zuid – om een degelijk sociaal systeem in stand te houden of te creëren.

De mondialisering staat dus ook niet haaks op normen en waarden. Integendeel, zij vraagt de jongeren om wereldburger te zijn, respect te hebben voor andere culturen; zij dwingt de ondernemingen om allianties aan te gaan met ondernemingen overal in de wereld, ook in ontwikkelingslanden, op basis van gelijkwaardigheid en om maatschappelijk verantwoord te handelen met respect voor mens en milieu; zij vraagt wetenschappers en technologen met sociale, interculturele vaardigheden.

#### ❖ Paradox 2. **Nieuwe jobs in de 'industrie' ondanks hoge loonkosten welvaartsstaat**

Sommige landen slagen er in om toch – ondanks even hoge loonkosten als in België – jobs in de verwerkende 'nijverheid' te behouden – of zelfs bij te creëren. Zweden: 17% minder inwoners dan België, even hoge loonkosten en syndicalisatiegraad, excentrisch gelegen kan praten op volgende wereldmerken: “ABB, Alfa Laval, AstraZeneca, Atlas Copco, Electrolux, Ericsson, H&M, Husqvarna, Ikea, Mönlycke, Saab, Sandvik, Scania, SKF, Stena Line, Tetra Pak, Volvo, ...”

Waar zijn 'onze' huishoudnamen? – geholpen door onze centrale ligging midden in een thuismarkt met 300 miljoen consumenten?

#### ❖ Paradox 3. **De 'vloek' van onze centrale ligging - Logistiek: geen doorslaggevende troef**



Of zijn wij net niet benadeeld geweest door onze centrale ligging? – midden een markt met 300 mio consumenten? - attractiepool voor 'vreemde' multinationals? Daarenboven werd ons ook nog de EC en de hoofdkwartieren in onze schoot geworpen. Hadden wij het niet te gemakkelijk? Zijn wij niet verwend geweest?

Nu dat de wereldmarkt zich versneld opent komen 'vreemde' producten hier gemakkelijker binnen en vertrekken de buitenlandse multinationals naar de nieuwe groeimarkten (Renault-Vilvoorde, Philips-Hasselt-Brugge, Alcatel-Antwerpen, DHL-Zaventem, VW-Vorst). Wegens onze centrale ligging en aantrekkingspool voor vreemde multinationals hebben wij niet afgeleerd om zelf – meer intensief - de wereld te bewerken? In tegenstelling tot de 20 Zweedse giganten die, bij gebrek aan een lokale markten wél in een vroeg stadium wereldwijd móesten gaan. Daarenboven onderhouden deze laatsten psychologische bindingen met Zweden hebben, een hogere garantie voor continuïteit in het moederland. De meeste multinationals die in België opereren – daarentegen – hebben geen psychologische bindingen met België.

Dan nog 'Vlaanderen: logistiek land'. Niet vergeten: in een kennismaatschappij is logistiek slechts van belang voor een beperkt aantal actoren. Daar 'vooral' onze toekomst op bouwen: gevaarlijk? Is er niet veel meer nodig? Meer eigen producten en diensten i.p.v. producten en diensten van anderen te distribueren?

❖ Paradox 4. **Mega-multinationals: niet naar W-Europa (Vlaanderen exportland?)**

Evenzeer als vreemde multinationals West-Europa verlaten en Oostwaarts trekken naar de nieuwe groeimarkten is het weinig waarschijnlijk dat nog vreemde mega-multinationals de weg naar West-Europa zullen vinden. Korte termijn fiscale voordelen helpen niet.

"Vlaamse ondernemers werken hard, maar missen creativiteit en durf. Hun bedrijven staan niet op de wereldkaart." stelde Prof Arnoud De Meyer, decaan Judge Business School, Cambridge, onlangs. Bij gebrek aan vreemde vlaggenscheppen die zich bij ons komen vestigen hebben wij inderdaad nood aan endogene doorgroeiers op de wereldmarkten. Nog enkele tientallen Picanols, Van de Velde's, LMS-en, Options, Best's – van eigen bodem, met psychologische binding met België - en onze werkgelegenheid – en welvaart – is voor geruime tijd gegarandeerd. ... En misschien groeien enkele van deze gazellen wel uit tot een heuse multinational.

❖ Paradox 5. **'Meer' delokalisering !**

Enkele ondernemers hielden tijdens de debatavonden een pleidooi voor meer – niet minder delokalisering van Vlaamse ondernemingen. Zonder delokalisering, zonder int'l partnerschappen, zouden Bekaert, Barco, Van de Velde, Picanol, DesleeClama,... niet meer bestaan stelden zij. De concurrentie met China en de opkomende markten in het Oosten hebben deze ondernemers aangezet tot nieuwe creativiteit: "China: godsgeleschen"

- "Zaken doen alleen in Europa rendeert niet, u moet wereldwijd gaan" hield Luc Vandenbroucke (Barco) ons reeds voor tijdens de kick-off sessie.
- "De koopkracht op binnenlandse Vlaamse markt gerealiseerd is onvoldoende om de behoeften Vlaamse economie te dekken. Wij moeten met export vooral onze ingevoerde energie betalen" stelde Prof. Herman Daems, Gimv bij een andere gelegenheid.
- "Om internationaal snel te groeien moeten wij meer 'open' internationale partnerschappen aangaan. Alleen kan niemand het nog aan. Ook de multinationals niet. Wij Vlamingen



- durven echter veel te weinig onze dromen delen met partners" dixit Bernard Deryckere van Alpro soya producten.

De algemene teneur van discussies was dat wij 'meer' lokale Vlaamse doorgroeiërs nodig hebben om onze toekomstige werkgelegenheid en sociale zekerheid te verzekeren... Meer wereldwijd delocaliseren garandeert toegang tot lokale markten en meer werk bij ons. Alleen delocaliseren voor de lage loonkosten is geen optie op lange termijn hoorde ik meermaals. Niet zelden worden in vreemde contreien nieuwe ideeën opgedaan die ook op de Westerse markten succes boeken: en hier terug een positieve spiraal aansturen.

#### ❖ Paradox 6. **Kenniseconomie: niet enkel ICT & biotech !**

Nog een heilig huisje. Overal ter wereld houden regeringen pleidooien om steeds dezelfde sectoren te stimuleren (ICT, biotechnologie, nanotechnologie, logistiek, ... milieutechnologie). Zij gaan er van uit dat door in deze 'nieuwe' sectoren te investeren zij hiermee een voor hun land comparatief voordeel kunnen opbouwen... (?)

Paradox: hier enkele voorbeelden van Vlaamse ondernemingen die hun zgn. 'traditionele' sector hebben getransformeerd tot een kennisintensieve activiteit met een comparatief voordeel op de wereldmarkt

- Van de Velde: van fabrikant van ondergoed voor de lokale markt tot fabrikant van 'dromen' voor de internationale markten
- Picanol: van klassieke machinebouwer tot de n° 1 in de wereld van de Rolls-Royce van textielmachines (30 x 3,5 ton 'kennis' verlaat dagelijks de werkplaatsen in Ieper)
- Alpro: van voeding tot 'een gezonde beslissing'

En dan de eigen diensten: landbouwer/meester Dewolf adviseert van uit de ouderlijke boerderij in Etikhove/Maarkedal, met een team van een twintigtal hypergespecialiseerde juristen in aanbestedingsrecht, klanten van over gans de wereld.

Kenniseconomie: starten nooit zo gemakkelijk. Het voorbeeld van een KMO, fabrikant van 'low-tech' automatisch deuropeners die de behuizingen van zijn bewegingsdetectiesysteem weet aan te passen aan de esthetische noden van zijn klanten .. zonder zelf over enige apparatuur te beschikken. Hij weet wel waar hij de modelmakers en leveranciers van rapid-prototyping kan vinden.

#### ❖ Paradox 7. **Pragmatische vakbonden**

Niet weinig deelnemers waren verrast vakbondsafgevaardigden tijdens enkele sessies zeer pragmatisch taal te horen spreken, wars van alle controversie. Speciaal omdat uitspraken als "Forget nine to five" van iemand van de vakbond kwamen deze uitspraken als zeer krachtig en geloofwaardig bij de aanwezige jeugd over. De vakbond zelf won er duidelijk aan geloofwaardigheid.

#### ❖ Paradox 8. **Werk zat, ook voor laaggeschoolden**

De overheersende klacht die ik bij de ondernemers hoorde was er een van "volk". Wij vinden te weinig 'gepast' volk. In eerste instantie normaal gekwalificeerde mensen die willen en kunnen samen 'werken' met internationale partners; die de nodige interculturele sociale



vaardigheden bezitten om bv. ingenieurs in Indië te 'passioneren' én de bereid zijn om ook nog eens een tijdje van onder hun kerktoren vandaan te komen. Het zijn deze 'wereldburgers' die hier bij ons – direct en indirect - werk creëren voor lagergeschoolden. Iedere hogergeschoolde creëert werk voor verschillende lagergeschoolden.

#### ❖ Paradox 9. **Maatschappelijk bewogen jeugd**

Onze jeugd is wél maatschappelijk bewogen: hun bekommernis voor het milieu, hun sympathie voor andersglobalisme, hun interesse voor Artsen zonder grenzen, ...

Hier een suggestie om de tegenstelling, de bedreiging uit het Oosten enerzijds en onze maatschappelijk betrokken jeugd anderzijds om te buigen tot een gemeenschappelijke kracht die nieuwe kansen creëert zowel bij ons als bij hen, en ook nog in de derde wereld.

De bedreiging uit het Oosten (nog een): weldra studeren in Z.O. Azië vijf maal meer W&T-ers af dan in N.-Amerika en Europa samen. Alle vooruitgang in welvaart is steeds geïnitieerd geweest door doorbraken in wetenschap en technologie (W&T): zijn wij dan voor de vooruitgang van onze welvaart weldra volledig afhankelijk van het Oosten?

Vandaar de suggestie om – in het Westen – aan onze hogescholen en universiteiten naast de 'harde' richtingen W&T ook een 'lichtere' richting W&T in te richten met zachte en sociale accenten. Er wordt vanuit gegaan dat deze richting niet enkel meer eerstejaars zal aantrekken maar ook meer meisjes en allochtonen. Onze halfharde, halfzachte W&T-ers, getraind in interculturele sociale vaardigheden kunnen dan samen 'werken' met de massa's 'harde' collega's uit het Oosten om samen de wereldeconomie een boost te geven én tegelijkertijd de armoede in de derde wereld in te dijken.

Over maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO): meer dan één ondernemer verraste het publiek met uitspraken als "Hoe contenter mijn medewerkers hoe hoger mijn winst" – "Iedereen moet meedenken met de top: daarom moet ik eerst een vooral een transparant beleid voeren"

MVO & sub-Sahara Afrika. Vermenging van culturen verhoogt de innovatiekracht van een onderneming. Iedereen heeft de blikken naar het Oosten gericht. Enkelen dachten dat ook met centraal Afrika kan en moet samengewerkt worden; dat Afrika wel eens de toekomstige groeiemarkt zou zijn. Samenwerken met Afrikaanse ondernemers zou wel degelijk mogelijk zijn.

**Algemeen besluit:** Vlaanderen moet oppassen voor zelfgenoegzaamheid: "wat we zelf doen doen wij beter". Willen wij ons welvaartsniveau behouden dan moeten wij terug meer wereldburger worden, zowel als ondernemer, als medewerker, en als zelfstandige starter. Niet vergeten "De toekomst is mooi **maar anders**"