

Joseph Zammit-Lucia

Europa moet uit unieke verleden inspiratie putten voor nieuwe concurrentiekracht

Europa kan in de toekomst zijn geld verdienen met goederen en diensten die wortelen in de Europese cultuur en historie. Amerikaansers zijn dan de Amerikanen is een doodlopende weg.

In China is duidelijk voelbaar dat de bevolking en het bedrijfsleven positief zijn gestemd. Men gelooft in vooruitgang en ziet de toekomst vol vertrouwen tegemoet. Een heel verschil met de stemming in de meeste Europese landen. Nu de groei hardnekkig uitblijft en veel landen, vooral in het zuiden en oosten, nog steeds gevangen zitten in een neerwaartse spiraal, vraagt iedereen zich af hoe Europa weer concurrerend kan worden. Wat zal in een snel veranderende, geglobaliseerde wereld de basis worden voor toekomstig Europees succes?

Op deze vragen zijn tot nu toe alleen oppervlakkige antwoorden gekomen. 'Onze toekomst ligt in innovatie', is een standaardantwoord. Maar wat voor soort innovatie dat zou moeten zijn, en waarom we denken dat Europa in staat is om beter te innoveren dan bijvoorbeeld de VS, wordt er helaas niet bij gezegd. Zonder een meer diepgaande analyse is de kans groot dat men in wishful thinking blijft steken.

De eerste essentiële stap is om het idee op te geven dat Europa in de traditionele zin 'concurrerend' moet zijn. Want deze denkrichting leidt tot een race naar de bodem, die Europa toch niet kan winnen. Op de arbeidskosten kunnen we nooit met de opkomende markten concurreren. Op de energiekosten voor de industrie kunnen we voorlopig niet met Amerika concurreren. En we missen ook de maatschappelijke flexibiliteit en toegang tot risicokapitaal, die de VS in staat stellen om technologische innovatie snel in industrieel succes te vertalen.

We moeten er op een andere manier tegenaan kijken. De vraag is wat Europese landen op basis van hun specifieke kennis en kwaliteiten de rest van de wereld te bieden hebben en hoe zij daarmee een onderscheidende en duurzame industriële en economische basis op kunnen bouwen.

Het denken wordt ook verstoord door de obsessie met schaalgrootte die inherent is aan de EU. Het gangbare idee is dat Europa als één blok moet handelen om groot genoeg te zijn om met reuzen als de VS en China te kunnen concurreren. Voor zover het om onderhandelingen over de wereldhandel gaat, zit er wel iets in dat idee. Maar schaalgrootte is op zichzelf geen basis voor succes. Het tot stand brengen van een groot handelsblok heeft enorm veel energie gekost, die misschien beter op andere manieren gebruikt had kunnen worden.

Europa heeft een rijke geschiedenis, een groot cultureel, humanistisch en industrieel erfgoed, en een uniek maatschappelijk model. Dit zijn allemaal



ILLUSTRATIE: MAX KISMAN

Schaalgrootte Europese obsessie met schaal nekt concurrentiekracht

Duurzaamheid Europa kan door zijn unieke cultuur een groeisector maken van duurzaamheid

factoren die samen met het normen- en waardenpatroon, de verschillende denkbeelden en het stevig verankerde internationalisme de wereld eeuwenlang hebben beïnvloed, en die kunnen dat ook in toekomst doen.

Als Europa de wereld iets te bieden wil hebben, dan moeten de landen in hun unieke verleden graven en daarin de basis zoeken voor een toekomst die relevant is voor de wereld van vandaag en morgen. De economische en industriële toekomst waar Europa aan moet werken, kan alleen gebaseerd zijn op unieke

Europese factoren en niet op pogingen om tweederangs kopieën te maken van modellen van anderen. Europese banken namen de praktijken over van Amerikaanse banken. Ze hebben op overtuigende wijze laten zien dat pogingen om Amerikaansers te zijn dan de Amerikanen tot mislukken gedoemd zijn.

De sector van de luxegoederen is een voorbeeld van een Europese branche die wereldwijd succesvol is. De reden voor het aanhoudende succes is dat het een op-en-top Europese sector is, die sterk met oer-Europese kunsten en ambach-

ten en het Europese culturele erfgoed verweven is en voortbouwt op de koninklijke klantenkring van weleer.

Niet alleen de locatie maar ook de ziel van deze sector is Europees. Hij is de belichaming van Europa's rijke verleden, is in staat hedendaagse wensen te vervullen en heeft in de wereld een bijna onaantastbare positie. Het is geen toeval dat het succesvolste segment van de Europese auto-industrie een combinatie is van deze Europese luxegoederencultuur en technische precisie.

Met luxegoederen kun je de economie natuurlijk niet draaiende houden, maar er zijn ook andere bedrijfstakken in opkomst die Europa kansen bieden. Europa is door zijn cultuur en zijn normen en waarden veel beter dan veel andere regio's in staat om de betekenis van het begrip duurzaamheid te onderzoeken en er een winstgevende sector van te maken.

Op terreinen als financiën, architectuur, onderwijs, leefbare steden, zorg, design, cultuur en nog vele andere terreinen zijn er mogelijkheden om goederen en diensten te produceren die typisch Europees zijn, voor de rest van de wereld toegevoegde waarde hebben en de basis kunnen vormen voor duurzame en bloeiende economieën.

De basis waarop zulke comparatieve voordelen kunnen worden behaald, is in Nederland fundamenteel anders dan in Frankrijk, Spanje of Roemenië. Daarom moeten de kansen op het niveau van de individuele natiestaat worden verkend, misschien zelfs wel op het niveau daaronder. Voor nationale overheden is een belangrijke rol weggelegd. Ze moeten geen winnaars gaan selecteren of eindeloos subsidies geven, waardoor je sectoren krijgt die permanent afhankelijk zijn van overheidssteun.

Maar de overheid kan het debat wel op gang brengen. Er kunnen forums worden opgericht waar de mogelijkheden op een diepgaande en gestructureerde manier worden verkend, en die niet blijven steken bij oppervlakkigheden als 'focus op innovatie'. Als de overheid voor de voorwaarden zorgt waarin deze nieuwe kansrijke ideeën gedijen, kan ze voor een organische opkomst van de nieuwe economie vertrouwen op de ondernemende initiatieven van het bedrijfsleven zelf.

Europese landen zijn de bakermat van veel ontwikkelingen die de wereld hebben gevormd. In hun rijke verleden ligt hun toekomst. Ze kunnen er bedrijfstakken mee creëren waarmee zij op typisch Europese wijze toegevoegde waarde aan de wereld leveren.

Wij kunnen succes boeken met differentiatie die is gebaseerd op onderscheidend zijn en die moeilijk na te maken is. Europa moet ophouden al zijn kaarten op het 'concurrentievermogen' te zetten want dat is een doodlopende weg. De individuele Europese natiestaten moeten de verantwoordelijkheid nemen voor hun eigen toekomst. Ze moeten samen met hun eigen bedrijfsleven verkennen hoe unieke kwaliteiten en kennis kunnen worden gebruikt om de sectoren en de economieën van de toekomst vorm te geven.

Dr. Joseph Zammit-Lucia is commentator, ondernemer en leiderschapsadviseur. Hij is voorzitter van WOLFoundation.org en partner bij Camunico. Vertaling: Hans Moerbeek.