

Business

COLUMN



PIERRE MERCIER,
managing director
COMPUTER PROFILE
pierre@computerprofile.be

BRUNO VAN MARSENILLE,
managing director
SIZE COMMUNICATION
Bruno@sizecom.be

Small is beautiful

In Henri Verneuil's film uit 1982, *'1.000 milliards de dollars'*, een aanklacht tegen de macht van multinationals, wordt gezegd dat men de omzet van de dertig grootste bedrijven ter wereld bijeen moet tellen om tot het mythische zakencijfer van 1.000 miljard dollar te komen. Het hoofdpersonage, een jonge financieel journalist, is gefascineerd door het feit dat tien jaar eerder driehonderd bedrijven nodig waren om datzelfde bedrag te bereiken. Toen we onlangs deze film herbekeken, konden we het uiteraard niet laten om na te gaan hoeveel bedrijven er nodig waren in 2006 om datzelfde bedrag te bereiken. Dat zijn er slechts drie: Wal-Mart (349 miljoen), Exxon Mobil (335 miljoen) en Royal Dutch Shell (319 miljoen). Maar is *big* ook *beautiful*?

Grote bedrijven zijn ook minder efficiënt, zo luidde de kritiek in Ernst Schumachers boek *'Small is beautiful'*, dat in 1973 verscheen en waarin hij het concept *'smallness within bigness'* lanceerde, een specifieke vorm van decentralisatie. Volgens hem "moet een organisatie, om goed te kunnen draaien, zich gedragen als een geheel van kleine eenheidjes".

Maar als we vandaag de dag de doorgedreven centralisatie waarnemen die in haast elke multinational plaatsvindt, met steeds minder beslissingsmacht in 'kleine' landen zoals België, vragen we ons af of de les van Schumacher wel goed werd begrepen.

Elon Musk, een rijke *'serial entrepreneur'*, raakte bekend toen hij zijn bedrijf Paypal aan eBay verkocht voor 1,5 miljard dollar. Dit bedrag investeerde hij meteen in twee nieuwe creatieve bedrijven. Het eerste, SpaceX, wil raketten ontwerpen aan een tiende van de gangbare prijzen. Het tweede, Tesla Motors, is gekend voor de Tesla Roadster, een elektrische wagen met verbluffende prestaties én design.

Hij is ervan overtuigd dat deze twee projecten ook zullen slagen. Elon Musk gelooft sterk in het adagium van de Amerikaanse wetenschapper Alan Kay: "Maak u geen zorgen over wat de anderen mogelijk doen, de beste manier om de toekomst te voorspellen, is door ze zelf uit te vinden". Hij om-

ringt zich met briljante onderzoekers uit de stallen van NASA of Boeing. Hij vormt kleine efficiënte teams die starten vanaf een blanco pagina, met een hele duidelijke richtlijn, bijna zoals een lastenboek: hoe ontwikkelen we een raket die tienmaal minder kost dan de vandaag gebruikte exemplaren? Net als Schumacher destijds, is ook Musk gechoqueerd door het gebrek aan efficiëntie dat hij waarneemt in de luchtvaart- en automobielsector. Is het de omvang van deze ondernemingen die hun creativiteit remt? Uiteindelijk hebben we zulke jonge miljardairs nodig om oude projecten zoals de elektrische auto in de VS nieuw leven in te blazen en het hoofd te bieden aan de petroleum- en automobiellobby's die tot alles bereid zijn om de huidige situatie te handhaven.

De grote ondernemingen compenseren hun gebrek aan creativiteit door om de haverklap hun nieuwe concurrenten op te kopen. Zelfs een bedrijf als IBM, nochtans gekend voor zijn onderzoekscentra, deed negen overnames in 2006, om marktaandeel te winnen en hun technologiegamma aan te vullen. Dankzij de financiële slagkracht van deze grote groepen kunnen

ze telkens met overnames de — aan hun omvang schijnbaar inherente — achterstand opnieuw inlopen.

Kijk maar hoe Oracle zich probeert naar de top van de toepassingenmarkt te wringen door de opeenvolgende overnames van acht verschillende bedrijven sinds januari 2006. Ook de farmareuzen zien zich, onder druk van de generische geneesmiddelen, genoodzaakt om snel te fuseren om te kunnen overleven, aangezien ze er niet in slagen om zelf nieuwe geneesmiddelen op de markt te brengen.

Maar is dat niet gewoon het nieuwe wereldwijde ecosysteem? Iemand verlaat een groot bedrijf nadat hij er alle niveaus heeft doorlopen. Hij gaat op zoek naar meer flexibiliteit, creativiteit en vrijheid, die hij vindt met de lancering van zijn eigen *start-up*, die dan weer enkele jaren later wordt overgenomen... Dus ja: *small is beautiful!* ■

“De beste manier om de toekomst te voorspellen is nog steeds door ze zelf uit te vinden.”
