

## Moderne mythen

TOM NIEROP



FOTO: SIMONE VAN ES

Een van de hardnekkigste moderne misvattingen is dat de wereld de afgelopen tien jaar sneller en ingrijpender is veranderd dan ooit tevoren. De moderne transport- en communicatiemogelijkheden maken de wereld tot een dorp, u kent die uitspraken wel. Op zichzelf is dat niet geheel onjuist. Maar spreken van 'ongekend' ingrijpende veranderingen getuigt van een onthutsend gebrek aan historisch besef.

De impact van de ontdekking van andere werelddelen, zo'n vijfhonderd jaar geleden, was fundamenteeler dan die van e-mail en vliegtuig: van een handjevol buurrijkjes naar een complete wereld vol vreemde beschavingen, dat is nogal wat. Vliegtuig en e-mail betekenden 'slechts' een versneling van verbindingen die al bestonden: een graduele verandering dus. Ook de impact van telefoon en telegraaf was revolutionairder van aard: in één klap werd real time communicatie tussen mensen op verschillende plaatsen mogelijk. En ook over de introductie van elektriciteit, de fabrieksgewijze productie en televisie valt nog wel iets op te merken.

Dat neemt natuurlijk niet weg dat, zoals elke consultant te pas en te onpas opmerkt, er ook nu veel en snel verandert. De belangrijkste verandering is de toegankelijkheid van informatie, à la minute en over alles. Dat is fundamenteel. De populaire notie dat afstand in de moderne wereldeconomie geen rol meer speelt, is daarentegen een misvatting.

Afstand is sneller en goedkoper te overbruggen, maar als factor allerminst verdwenen. Kijk er de handelsstatistieken maar op na. Bedrijven handelen (en investeren) nog steeds bij voorkeur met nabijgelegen landen. Sterker, Europese landen richten hun buitenlandse handel anno nu voor een veel groter (het overgrote) deel op collega-Europese landen dan pakweg dertig jaar geleden, ondanks alle 'globalisering'. Vandaar ook dat de Aziatische crisis in 1998, anders dan velen verwachtten, in Europa geen noemenswaardig economisch effect had.

Die regionale patronen zullen niet verdwijnen. Transportkosten blijven kosten, ook al dalen ze. Vervoer over zesduizend kilometer blijft duurder dan over zestig. Naarmate andere kosten meer naar elkaar toe groeien - en dat doen ze: Japan en Singapore zijn al lang geen goedkope producenten meer - zullen afstandskosten zelfs weer bepalender worden. Ook de beheerskosten spelen mee: management en controle over grote (culturele) afstanden kosten meer inspanning. Vraag het Ahold maar.

En dan is er nog de belangrijke menselijke factor, zeker in de sector waar ook de accountants werken, de zakelijke dienstverlening. De meeste kleine bedrijven in de VS betrekken hun leningen bij banken die binnen een straal van tien kilometer liggen, zo viel een tijdje geleden te lezen in het tijdschrift MAB. En een Belgisch onderzoek liet zien dat de afstand tussen een grote bank en zijn kleine klanten de afgelopen drie decennia met slechts dertig meter per jaar toenam, ondanks alle technologische ontwikkelingen.

Een fraai en paradoxaal voorbeeld van de blijvende invloed van afstand zijn de webwinkels.

Die zouden van de wereld één grote marktplaats maken. Dat gebeurde ook, maar slechts ten dele: 99 procent van hun klandizie komt uit eigen land.

De veelbezongen mondialisering van markten is dus in belangrijke mate (internationale) 'regionalisering'. Dat is geen reden om alle ontwikkelingen weg te relativieren, dat zou naïef zijn. Maar zullen we eens ophouden met die overspannen 'afstand is dood'-verhalen?