

# Waardecreatie

**Het was de nieuwste sensatie in het dorp. Voor ieder wat wils, zo was de verwachting. De buitengevel beloofde veel. Vermaak vooral, en ongezond eten. Derde-orde prijsdiscriminatie bepaalde de toegangsprijs. Ouders betaalden hun surplus dat nog moest komen, kinderen mochten bijna zo doorlopen. Precies zoals de sommen ons leren. Het ongelooflijke kabaal vertelde welke kant we op moesten. Wij zochten een tafeltje, de kinderen een klimrek. Plaats van handeling: een overdekt speelparadijs.**

Economie is altijd en overal. Voortdurend dwingt schaarste keuzes af. Geleid door de hang naar surplus maken we er telkens het beste van. Prijzen helpen ons daarbij. Ze bepalen waar vraag en aanbod bij elkaar komen. Waar transacties tot stand komen. Waar slapend surplus wordt gewekt. Zoals het Higgs-Boson-deeltje alle materie tastbaar maakt, zo geeft een transactie tussen vrager en aanbieder de onderliggende meerwaarde handen en voeten. Overall hangt zodoende een prijskaartje aan, maar soms moet je goed zoeken. Wat is de waarde van tijd? Of, zoals wij economen plegen te zeggen, wat zijn mijn opofferingskosten? Al vroeg in het nieuwe examenprogramma worden leerlingen met deze abstracte vraag geconfronteerd. En met reden. Tijd is het middel waar iedereen in gelijke mate over beschikt.

Of je nu Warren Buffet bent of een zestienjarige havoleerling, een dag telt 24 uur. Ook de allerrijksten onder ons moeten de aanwending van hun tijd uitkiezen. En dat kost wat: de opbrengst van het beste alternatief. Tijd, kortom, is geld. Niet voor niets kan een geldboete worden uitgezeten in het gevang.

Maar wat levert een aanwendingsrichting van tijd op? Voor leerlingen een ab-

stracte vraag die zich tegelijkertijd makkelijk laat duiden met het juiste klaslokaalexperiment. Zo levert een baantje geld op. Maar nog meer. Want werk is ook leuk, of heel vervelend, werk kan zinvol zijn, of nutteloos. Wat het ook meer is, het moet worden opgeteld bij het uurloon. Maar er is nog meer. De opbrengst van aanwendingsrichtingen worden ook beïnvloed door het surplus van anderen.

Voor menig ouder hebben de glunderende ogen van hun kroost op de drempe van een pretpark meerwaarde. En de gevoelde instemming van papa en mama als zoonlief getrouw z'n huiswerk maakt, kan hem goed doen. Ook dat moet worden meegenomen. En nog is het verhaal niet af. Want welke aanwendingsrichting ik kies beïnvloedt onbedoeld de keuzes van anderen, en andersom.

Externe effecten kortom. Zijn we blij met weer een fabriekshal in het groen dat een kinderparadijs blijkt te zijn? Zou niemand zijn tijd aanwenden om te tui-melen door een klimrek, dan kon de wandelaar ongestoord blijven genieten van de natuur. En zo ontrolt zich als vanzelf een schone taak voor de overheid: het wegen van externe effecten, en daarmee de belangen van eenieder met een verschillende aanwendingsrichting van tijd.

Opofferingskosten dirigeren de vraag naar het aanbod. En het aanbod beïnvloedt de hoogte van de opofferingskosten. Hoe leuker het speelparadijs, hoe hoger de kosten van iedere alternatieve aanwending van tijd. De dans tussen vraag en aanbod bepaalt zo het leven van alledag, voor iedereen, overall ter wereld, op ieder moment, en altijd. Vraag naar speelparadijs vind je overall, maar het speelparadijs op Terschelling heeft na vier maanden haar deuren moeten sluiten. Er was vraag, maar niet genoeg voor dit aanbod. In tijden van crisis laat de vraag het hele-

maal afweten. Ze houdt de hand op de knip in de hoop op betere tijden. Slim aanbod slaat deze dans af. Slim aanbod boort nieuw surplus aan en trekt de vraag weer vlot. Slim aanbod staat aan de wieg van de volgende conjunctuur-opleving.

Ouders zaten op keukenstoelen aan formica tafels, dronken automaatkoffie onder het schijnsel van T-balken, bladerden door verjaarde tijdschriften, roerden in verlepte patat, bestelden nog maar eens een kan limonade, en keken op hun horloge. Hun kroost klauterde in klimtoestellen, gleed van imposant hoge glijbanen, krioelede in de bal-lenbak, en sprong een gat in de lucht op de trampoline. Zij konden hun lol niet op. Hier werd waarde gecreëerd.

### Jeroen Hinloopen

*Hoogleraar Economie aan de UvA en onderwijzsdirecteur van de Amsterdam School of Economics.*

*Reacties naar: [J.Hinloopen@uva.nl](mailto:J.Hinloopen@uva.nl)*

