

OPINIE

Waarom kiezen tussen winst maken en goed doen?

Consumptiecultuur Wie wil ondernemen, moet kiezen: winst maken met een BV of goed doen met een stichting. Die tweedeling is achterhaald, vindt *Roland Kupers*: om de excessen van de consumptie maatschappij te bestrijden, zijn nieuwe vormen nodig.

Ronald Kupers
21 april 2026 • Leestijd 3 minuten

Luister Geef cadeau Deel Leeslijst



ILLUSTRATIE HAJO

Wanneer iemand een maatschappelijke activiteit wil ontplooiën, volgt al snel de vraag: geld verdienen, of iets goeds doen? Met andere woorden, wordt het een vennootschap of een stichting? Voor veel mensen voelt dit als een kunstmatige keuze. De tijd is dan ook rijk voor meer opties. Het huidige arsenaal aan rechtsvormen voor bedrijven is oud en heeft onbedoelde gevolgen.

In 1602 maakten Amsterdamse kooplieden zich zorgen over de risico's van hun kostbare scheepsvladingen uit de Oost. Om die beter te spreiden, richtten zij de eerste naamloze vennootschap op, met vrij verhandelbare aandelen, de VOC. Bijna twee eeuwen lang zou deze onderneming opereren – met indrukwekkend succes, maar ook met de bekende schaduwzijde van slavernij en koloniale uitbuiting.

Uit de behoefte om risico's te delen en winst te garanderen, ontstond een organisatievorm die zich in de eeuwen daarna ontwikkelde tot wat wij nu vanzelfsprekend vinden. Later kwam de stichting erbij, als vorm zonder winsttoegmerk. De vraag is echter of dit paar nog wel past bij de behoeften van nu.



Roland Kupers is adviseur op het gebied van complexiteit en de energietransitie. Hij stond aan de basis van IMEO, het VN-orgaan dat methaanuistoot in de gaten houdt.

NRC brengt je het beste van The Economist
Scherpe internationale analyses, geselecteerd door de redactie van NRC
Bekijk de selectie

Ingewikkelde constructies

In andere landen wordt geëxperimenteerd met nieuwe rechtsvormen. Australië kent *social enterprises*, de Verenigde Staten de *benefit corporation*, en Italië introduceerde in 2016 de *società benefit*. In Nederland kreeg een voorstel voor een zogenoemde *'maatschappelijke onderneming'* in 2009 een negatief oordeel van de Raad van State, en het recentere idee van een *'rentmeestervenootschap'* komt nauwelijks van de grond. Beide vormen combineren expliciete maatschappelijke doelen met commerciële activiteiten.

Het debat hierover raakt aan een micro- en een macro-probleem.

Het micro-probleem is zichtbaar bij jonge ondernemers. Wie vandaag iets wil opbouwen, moet nog steeds besluiten of winst (nv) of doel (stichting) voorop staat. Voor veel mensen, zeker voor Generatie Z, is dat een onnatuurlijke tegenstelling. Ondernemen heeft juist betekenis wanneer het een maatschappelijk doel dient. En goede doelen realiseren, moet ook efficiënt gebeuren. Natuurlijk zijn er wat sectoren waar alleen de winst centraal staat, private equity bijvoorbeeld, maar meestal zijn winst en doel onlosmakelijk vervlochten.

Onze consumptiecultuur is ver verwijderd geraakt van wat Keynes en zijn tijdgenoten verwachtten – en hoopten

Vrijwel alles is mogelijk met een slimme combinatie van stichtingen en vennootschappen. Maar die flexibiliteit heeft een prijs: ingewikkelde constructies die alleen met dure juridische hulp te realiseren zijn. Elke rechtsvorm geeft ook een signaal aan klanten en medewerkers, die gedrag en verwachtingen beïnvloeden. Het zou beter zijn wanneer er kant-en-klare rechtsvormen komen die aansluiten bij de maatschappelijke praktijk – zoals de VOC ooit werd ontworpen om te voldoen aan een specifieke behoefte van de Amsterdamse elite.

Dan is er nog het macro-probleem, dat zelden in dit debat wordt betrokken. De beroemde Britse econoom John Maynard Keynes *schreef in 1930* dat hij verwachtte dat mensen in een welvarende samenleving vooral tijd zouden besteden aan kunst, sport en vriendschap. Zo is het niet gelopen. In plaats daarvan ontstond een economie met een schijnbaar onverzadigbare behoefte aan materiële consumptie. Antropologisch onderzoek *laat niettemin zien* dat materialisme geen aangeboren menselijke eigenschap is, en dat het ons ook *nauwelijks gelukkiger maakt*. Tegelijk groeien de schaduwzijden: vermogensongelijkheid, ecologische schade en sociale spanning.

In het boek *Complexity and the Art of Public Policy* (2016), dat ik samen met David Colander schreef, betoogde ik dat deze ontwikkeling mede voortkomt uit onze juridische structuren. Vennootschappen worden geacht winst te maximaliseren, en moeten daarom voortdurend nieuwe vraag creëren. Dat is iets anders dan het bevredigen van bestaande behoeften.

Het cumulatieve effect van al die kleine prikkels is een cultuur waarin consumptie steeds aangewakkerd wordt. Wie een nieuwe telefoon of gymmen koopt, wekt bij anderen de behoefte op om die spullen ook te bezitten. Zo kan een ogenschijnlijk technische keuze voor een bepaalde rechtsvorm in 1602 op de lange termijn bijdragen aan een verschuiving van sociale normen – zonder dat iemand dat expliciet heeft gewild.

De oplossing is niet eenduidig. Maar net zoals de oprichters van de VOC nieuwe juridische vormen durfden te ontwerpen, kunnen wij opnieuw gaan experimenteren – juist in het land waar het ooit begon. Het hierboven geschetste micro-probleem kan weliswaar kostbaar worden opgelost door juristen, maar het macro-probleem van onze consumptienormen niet.

Techbedrijven en de bakker

Ideeën zijn er genoeg. Italië voerde in 2016 de *società benefit* in, een ondernemingsvorm die nog nergens in Europa bestond en waarbij het doel de kern is, en de winst het middel. Ondernemingen zijn niet verplicht tot een specifiek doel, maar kunnen zelf een balans kiezen tussen maatschappelijke waarde en financieel rendement. Dat past niet alleen bij ziekenhuizen of woningcorporaties, maar evenzeer bij farmaceutische bedrijven, techbedrijven of misschien wel de bakker.

De eerder genoemde rentmeestervenootschap en de maatschappelijke bv leggen wél expliciet sociale normen op. Dat is een optie, maar mijn voorkeur – en die van velen die hierover hebben nagedacht – gaat uit naar structuren waarin ondernemers vrij zijn om zelf hun doelen en normen te kiezen. Onze huidige consumptieve normen zijn onbedoelde gevolgen van oude instituties; nieuwe bedrijfsstructuren moeten de ruimte geven om andere normen te laten ontstaan. Institutionele vormen sturen gedrag, en gedrag vormt cultuur.

Onze consumptiecultuur is ver verwijderd geraakt van wat Keynes en zijn tijdgenoten verwachtten – en hoopten. 1602 is lang geleden. Nederland moet maar weer eens gaan innoveren.

Geef cadeau Deel Mail de redactie

AANBEVOLEN VOOR JOU



Papegaaien en Einstein op het Snear Festival, waar klassiek en wetenschap elkaar ontmoeten
10 uur geleden



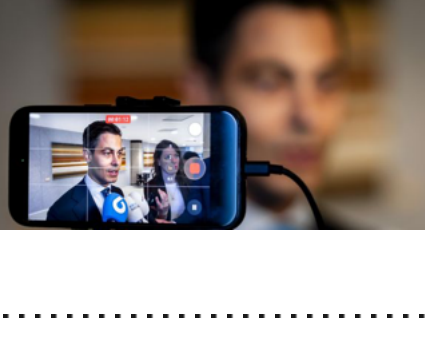
Britse koning Charles mag proberen de 'special relationship' met de VS te repareren op zijn staatsbezoek vol ongemak
12 uur geleden



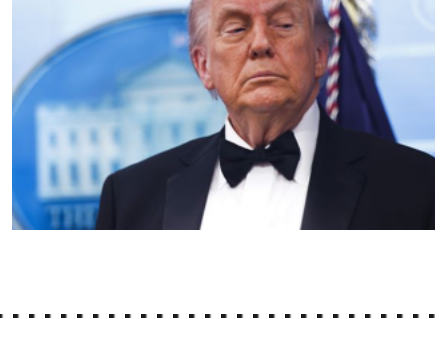
In het Rotterdamse bijkruisrestaurant Mensa leren bijkruisrestaurant koken met groenten in de hoofdrol
13 uur geleden



Recensies zijn de brandstof van ons culturele gesprek
13 uur geleden



Slimme beeldregie bracht Rob Jetten aan de macht. Nu ervaart hij de keerzijde
1 dag geleden



Trump gebruikt schietincident bij journalistendiner om voor zijn eigen balzaal te pleiten
1 dag geleden

De journalistieke principes van NRC

Advertentie

Advertentie



Van pilot naar praktijk

Meer dan 70% van de Nederlandse bedrijven gebruikt AI, maar opschalen blijft lastig. Hoe pakte een overheidsorganisatie dit aan met KPMG?

Ontdek de aanpak



NRC

- Over ons
- Werken bij
- Auteursrecht
- Privacy
- Leveringsvoorwaarden
- NRC Code
- Onze app
- Archief
- Adverteren
- E-book

Mijn NRC

- Neem een abonnement
- Inloggen
- Account aanmaken
- Digitale krant
- Mijn leeslijst
- Mijn abonnementen
- The New York Times
- Nieuws uit de regio
- Service & bezorging
- Nieuwsbrieven
- Privacyvoorkeuren

Contact

- Redactie
- Opiniëredactie
- De ombudsman
- Colofon
- AdSales
- Klantenservice
- Familieberichten

NRC-websites

- Mediahuis NRC
- NRC Carrière
- NRC Webwinkel
- NRC Lezersfonds